دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة

دراسة تطبيقية على موقع جامعة الجزيرة بشبكة الانترنت 2018م

د. الشريف سليمان البدوي*

Role of Websites in Achieving the Goals of the Institution

An applied study on websites of Al-Gezira University on the Internet 2018

Dr. Alshareef Suliman Albadawi

مستخلص الدراسة:

يتناول هذا البحث دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة وذلك بالتطبيق على الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" وهدفت الدراسة إلى الوقوف على الدور الإعلامي للمواقع ومدى الاعتماد عليه في نشر قيم ورسالة وأهداف الجامعة. ومعرفة أداء الموقع ورأي المختصين في الجامعة واتجاهاتهم حول الموقع الإلكتروني للجامعة وكيفية مزاوله الأفراد المعنيين لمهامهم الاتصالية بالجمهور الخارجي عبر الانترنت. كما هدفت الدراسة إلى الوقوف على المميزات التي يحققها الاتصال الإلكتروني لجمهور الجامعة المتعامل مع الموقع الإلكتروني على الانترنت. اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي. وقد أسفر البحث عن عدد من النتائج يأتي في مقدمتها: إسهام موقع جامعة الجزيرة بشكل ملحوظ، في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف وقيم الجامعة، وذلك من خلال ما يقدمه الموقع من بيانات ومعلومات وخدمات متنوعة. كما خلص البحث إلى أن الإعلام الإلكتروني يؤدي دوراً حيوياً وبارزاً في تحقيق وتعزيز رؤية ورسالة وأهداف المؤسسات. وأكد البحث أن 30% يتعاملون مع المؤسسات عبر مواقعها الرسمية على شبكة "الانترنت". وعلى ضوء ما تقدم كانت أهم توصيات الباحث: ضرورة الاهتمام

* أستاذ مساعد - كلية الإعلام - جامعة الجزيرة - السودان

بالموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة الانترنت، وتطويره شكلاً ومضموناً لأنه يمثل النافذة التي تطل منها الجامعة على العالم الخارجي. والعمل على ضمان وصول خدمة الانترنت إلى كافة كليات ومراكز الجامعة على مدار الساعة. كما وصى هذا البحث برفع كل الأنشطة التي تقوم بها الجامعة على موقعها الرسمي بشبكة "الانترنت".

Abstract:

This research handles the role of websites in achieving the goals of the institution by applying to the official websites of Al-Gezira University on the Internet. The study aimed at finding out the media role of the sites and its reliability in spreading the values, missions and objectives of the university. And knowledge of the performance of the site and the opinion of specialists at the university and their directions on the website of the University and how to engage individuals concerned with their functions of communication with the public outside the Internet. The study also aimed to identify the advantages achieved by the electronic communication to the public of the university dealing with the website.

The researcher relied on the analytical descriptive method in this study. The study resulted in a number of results, the most important of which is the contribution of the University of Al-Gezira University to the achievement of the University's vision, mission, values and values through its various data, information and services. The study also concluded that electronic media play a vital role in achieving and enhancing the vision, mission and objectives of the institutions. The study showed that 30% deal with the institutions through their official websites on the Internet. In light of the above, the most important recommendations of the researcher: the need to pay attention to the official website of the University of Gezira on the Internet, and develop it in form and content as it overlooks the window on which the university to the outside world. And work to ensure access to the Internet service to all colleges and centers of the University around the clock. The study also recommends that all activities carried out by the university on its official website be removed.

المقدمة:

التطور والتغيير الذي فرضته معطيات العصر التقنية، هو سنة من سنن الكون التي أقرها الله سبحانه وتعالى بل وخص نفسه بها جلّ في علاه في قوله تعالى: "...كل يوم هو في شأن"⁽¹⁾. كانت نتيجة تطلع الإنسان إلى مواكبة عجلة التقدم العلمي بالاستفادة من تلك المعطيات إلى أقصى حد ممكن، وهكذا أضحت التكنولوجيا بكافة أشكالها وأنواعها مطلباً أساسياً من مطالب هذا العصر بل وسمه مميزه له، ونستطيع اليوم أن نلمس أثر هذه السمة المميزة للعصر واضحة في كل ميدان من ميادين الحياة وخصوصاً ميدان الإعلام.

تستهدف الدراسة استقصاء فعالية المواقع الإلكترونية ودورها في تحقيق رؤية ورسالة المؤسسة. ولقد استفادت المواقع الرسمية للمؤسسات من خدمة الانترنت وخصائصه وهي متاحة على الهواء ويمكن استخدامها حسب الطلب على مدار الساعة وفي كل مكان في العالم⁽²⁾.

تناولت هذه الدراسة تحليل الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة ودوره في تحقيق وتعزيز رؤية ورسالة الجامعة، وذلك نظراً لما يتمتع به الموقع من خدمات وبيانات ومعلومات، متخذاً عينة من الرأي العام النوعي لاستطلاعهم على أسئلة الاستبانة وهم منسوبو "جامعة الجزيرة" من أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب، وأخذ آرائهم حول الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة المعلومات الدولية الانترنت، وذلك لمعرفة دور هذا الموقع في تحقيق أهداف الجامعة، ومدى الاستفادة منه ومن الخدمات التي تقدم عبره.

أهداف البحث:

يسعى الباحث إلى دراسة الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة ودوره في تحقيق وتعزيز رؤية ورسالة الجامعة وأهدافها وقيمها، ومدى استخدام هذا الموقع وتأثيره على المستوى المحلي والإقليمي متخذاً عينة من مستخدمي الموقع

مجالاً تطبيقياً للدراسة، وهم أعضاء هيئة تدريس وموظفو وطلاب جامعة الجزيرة وآراؤهم حول الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة الانترنت، وذلك لتحقيق الأهداف التالية: -

1. الوقوف على الدور الإعلامي للموقع ومدى الاعتماد عليه في نشر قيم ورسالة وأهداف الجامعة.
2. معرفة أداء الموقع ورأي المختصين في الجامعة واتجاهاتهم حول الموقع الالكتروني للجامعة وكيفية مزاوله الأفراد المعنيين لمهامهم الاتصالية بالجمهور الخارجي عبر الانترنت.
3. الوقوف على المميزات التي يحققها الاتصال الالكتروني لجمهور الجامعة المتعامل مع الموقع الالكتروني على الانترنت.
4. معرفة مدى تحقيق الخدمات الاتصالية التي يمكن أن تقدمها الجامعة عبر موقعها لجمهورها.
5. الكشف عن دور الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة في خدمة المجتمع.
6. معرفة أهمية الموضوعات والقضايا والخدمات التي يركز عليها الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة.
7. تحليل واقع الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة من حيث الشكل والمضمون ومدى فاعليته في تعزيز رؤية الجامعة.
8. الاستفادة من خاصية التفاعلية الفورية التي تمتاز بها المواقع الرسمية على شبكة الانترنت.
9. الكشف عن الأدوار التي يقوم بها هذا النوع من الإعلام في تشكيل الرأي العام وتوجيهه خاصة فيما يتعلق بتعزيز روح الانتماء للمؤسسة.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من عدة أسباب مجتمعة تمثل في مجملها الدوافع الأساسية لاختيار هذا الموضوع ومن هذه الأسباب قلة الدراسات الإعلامية في هذا المجال، مقارنة مع الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام في شكلها التقليدي، ويعتبر موضوع هذه الدراسة حديثاً نسبياً، وأن حداثة هذا الموضوع، تقتضي دراسته، وتوثيقه وفهمه، ورصد التطورات الجديدة في مجال الإعلام ومواقع المؤسسات الرسمية وخاصة الأكاديمية منها، إضافة إلى إسهام الدراسة في تطوير معارف جديدة لدى الدارسين والأكاديميين، في الدور الكبير الذي تقوم به المواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات في مجال الخدمات والمعلومات والبيانات والإعلام.

وأخيراً فإن أهمية هذه الدراسة تتبع من محاولتها استشراف مستقبل الإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية الرسمية ودورها في التأثير على اتجاهات الرأي العام النوعي، كما تناولت الدراسة مدى إمكانية الاستفادة من هذه المواقع، واستخدامها في تطوير العمل الإعلامي وخدمة المؤسسات التي تتبع لها.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة هذا البحث حول تلمس الباحث الدور المتعاضم الذي تقوم به المواقع الرسمية للمؤسسات على شبكة الانترنت بما تقدمه من خدمات ومعلومات وبيانات تسهم في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف وقيم المؤسسة، كما يمكن أن تستخدم هذه المواقع أداة لتشكيل الرأي العام وتوجيه الجمهور وإتاحة فرص جديدة كانت في السابق غير متاحة، وهذا بفضل انتشار شبكة الانترنت وتكثيف خدماته.

كما تتمثل مشكلة الدراسة في الدور الذي يمكن أن يقوم به الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" في ظل الإعلام الجديد بأدواته وتقنياته ونظم الاتصال الحديثة بأنواعه وأشكاله. وأن الجمهور أصبح أكثر ميلاً لتلقي الأخبار والتوجيهات والمعلومات من خلال هذا النوع من الإعلام، وذلك بفضل الانتشار الواسع لهذه المواقع عبر الهواتف الذكية والحواسيب الشخصية. وما مدى الاستفادة من تلك المواقع وكيفية توظيفها لتحقيق رؤية ورسالة وأهداف الجامعة، وما مدى استخدامنا للوسائط المتعددة لاسيما وهي تتميز بأنها أكثر تفاعلاً وجاذبية ومواكبة لركب هذا التطور التقني الذي طرأ على العالم، حيث وفرت هذه التقنية حفظ عدد كبير جداً من البرامج بثتى أشكالها على شبكة الانترنت ولفترات طويلة. ويرى الباحث أن كل هذه التشعبات تمثل مشكلة بحثية تستحق التقصي والتحقيق والدراسة.

تساؤلات البحث:

يسعى هذا البحث للإجابة عن الأسئلة الآتية:-

- 1- ما فاعلية الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة الانترنت في تحقيق أهداف الجامعة؟
- 2- ما أشكال وأنواع المواقع الرسمية الأكثر استخداماً وتفاعلاً تأثيراً؟
- 3- ما أسباب زيارة الجمهور الداخلي والخارجي للمواقع الرسمية للمؤسسة على شبكة الانترنت؟
- 4- ما مميزات وخصائص المواقع الالكترونية التي تجعلها جاذبة للجمهور؟
- 5- ما كيفية الاستفادة من المواقع الالكترونية الرسمية للمؤسسات؟
- 6- ما الصعوبات والمعوقات التي تواجه موقع جامعة الجزيرة حتى يكون أكثر فاعلية؟

7- كيف يؤثر موقع جامعة الجزيرة على جمهوره الداخلي والخارجي، وما نتائج هذا التأثير؟

التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات من العمليات المنهجية الرئيسة في البحث العلمي. ويحتوي هذا البحث على مجموعة من المصطلحات حددها الباحث تحديداً إجرائياً وفيما يلي التعريفات الإجرائية لها:

ثانياً: المواقع الإلكترونية:

يعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة "هي مجموعة صفحات ويب مرتبطة مع بعضها البعض، ومخزنة على نفس الخادم. يمكن من زيارة مواقع الويب عبر الانترنت. تختلف أهداف مواقع الويب، فمنها ما هو للإعلان عن المنتجات ومنها للتسويق، كما أن هناك مواقع للمحادثة (الدردشة) أو منتديات للنقاش والحديث بين مستخدمي الشبكة. ويوجد ما يعرف بالمدونات وهي مواقع ويب يسرد فيها مؤلفها ما يريد الكتابة عنه ومواضيع أخرى، كما يمكن للزوار الرد على ما يكتب"⁽³⁾.

ويرى موقع كنان أون لاين، بأن تعريف المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، يختلف باختلاف الهدف من هذه المواقع: "فإذا كان لديك شركة أو مؤسسة فإن تعريف الموقع الإلكتروني هو مجموعة من الصفحات الثابتة، والتي تدرج تحت اسم موقعك (Domain)، وهي صفحات تحتوي على معلومات عن الشركة.. وتكون هذه الصفحات ثابتة على مدى الـ (24) ساعة طوال أيام السنة على شبكة الإنترنت. وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الإنترنت من جميع دول العالم". وأما إذا كانت المواقع الإلكترونية شخصية عامة فيعرفها موقع كنان أون لاين: "هي مجموعة من الصفحات التي تدرج تحت اسم موقعك (Domain)، وهي صفحات تحتوي على السيرة الذاتية الخاصة بك، إضافة إلى

أي تسجيلات صوتية أو مرئية أو دروس مكتوبة، بالإضافة إلى إمكانية إتاحة الفرصة لزوار الموقع، للتفاعل مع الدروس والتسجيلات والتعليق عليها والتحاور معك بشكل مباشر⁽⁴⁾.

هذان هما النوعان الأكثر شيوعاً بين مواقع الإنترنت، وهما الأقل من حيث التكلفة، والأسهل في إدارتها والتعامل معها، ويوجد العديد من أنواع المواقع الأخرى والتي تقدم خدمات مجانية أو مدفوعة.

أما موقع منهل الثقافة الإلكترونية فيرى أن للمواقع ثلاثة أنواع رئيسية ويعرفها بالقول: "مواقع الانترنت الساكنة (Static website): وهي مواقع الانترنت العادية التي تحتوي على نصوص وصور وغيرها، من وسائل العرض النصية الجرافيكية الثابتة والمتحركة طبقاً لمحتوى الصفحات وفكرة وهدف الموقع، إلا أن هذا النوع من المواقع لا يحتوى على إمكانية تغيير بياناته بطريقة ديناميكية متغيرة، أو قاعدة بيانات (Database) يمكن تحديث البيانات من خلالها.

مواقع الانترنت المتحركة (Dynamic web site): ويعتبر هذا النوع من المواقع أكثر المواقع تطوراً من المواقع الساكنة، حيث يسمح بتغيير أو إضافة أو حذف أي معلومات أو صور من صفحاته وجداوله بسهولة تامة، من قبل صاحب الموقع أو المسؤول عنه في أي وقت يشاء وبأي عدد من المرات، دون الرجوع إلى مصمم الموقع أو الشركة التي قامت بتصميمه.

مواقع التجارة الإلكترونية (E-commerce): وهي بالطبع أكثر مواقع الانترنت تطوراً وأهمها من الناحية التجارية، وتعد مواقع التجارة الإلكترونية بمثابة شركات تعمل على بيع منتجاتها وخدماتها من خلال الانترنت، باستخدام طرق دفع إلكترونية عبر الشبكة، ثم توصيل المنتج أو الخدمة بعد ذلك للمشتري في مكانه⁽⁵⁾.

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "مجموعة من الصفحات الإلكترونية تحتوي على عدد من المواد الصحفية والثقافية والترفيهية وبعض الصور ومقاطع الفيديو، وهي مواقع تختلف حسب أهدافها، فمنها ما هو للإعلان عن المنتجات ومنها ما هو للبيع والشراء، وكذلك تعتبر مواقع لعرض الأفكار والمعتقدات، وهي مواقع تحتوي على كم هائل من المعلومات في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، وتحول كثير منها إلى مواقع تحدث نفسها بنفسها تلقائياً، وبإمكان المرء الوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدونها من هذه المواقع وفي أي مكان من العالم".

الوسائط المتعددة Multi Media :

الوسائط المتعددة حسب الترجمة العربية "Multi" متعددة و"Media" وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية وعرفت بأنها طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور والرسوم (الساكنة والمتحركة) والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو والنصوص وترتبط بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج⁽⁶⁾.

الدراسات السابقة:

نظراً لحدثة موضوع هذه الدراسة فإن الباحث يرى أن هذا المجال ما زال يحتاج لكثير من الدراسات لكي يتم تناوله من مختلف الجوانب والزوايا، واستطاع الباحث الحصول على دراسات سابقة لبعض الباحثين الأكاديميين وبعض مراكز الأبحاث، قد تكون قريبة من موضوع البحث في هذه الدراسة، واطلع الباحث على عدد من هذه البحوث والدراسات والمراجع بغرض

الوقوف على البحوث ذات الصلة بهذه الدراسة، حيث تعتبر هذه الدراسة حلقة في سلسلة الدراسات السابقة والتي مثلت بدورها خلفية نظرية استرشد بها الباحث في موضوع دراسته وفيما يلي استعراض من هذه الدراسات:

الدراسة الأولى:

الزبير يسن إبراهيم محمد ، فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام ، دراسة تطبيقية على مستخدمي موقع الفيس بوك من طلاب الجامعات 2010-2012م، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012م.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام موقع الفيس بوك كشبكة اجتماعية في التعاون بين الطلاب، والتعرف على الفوائد التي يقدمها موقع الفيس بوك للطلاب في تحصيلهم الأكاديمي، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على انعكاسات استخدام الطلاب لموقع الفيس بوك على آرائهم وأفكارهم وسلوكهم، والوقوف على الوسائل والأساليب الاتصالية للوسائط المتعددة مع المستخدمين وهل أدت دورها بالصورة المثلى ومدى استخدام الوسائط المتعددة. استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التطبيقي والذي استخدمه الباحث في دراسة الحالة Case Study واعتمد الباحث أيضاً على الدراسات الميدانية أخذ العينات وإجراء المقابلات الشخصية.

توصلت هذه الدراسة إلى نتائج كان أهمها أن معظم الذين يستخدمون الفيس بوك من الطلاب هم من فئة الذكور حيث بلغت نسبتهم 60.6% بينما بلغت نسبة استخدام الإناث 39.4%، كما تسهم عناصر الوسائط المتعددة في موقع الفيس بوك على تشكيل الرأي العام بشكل ملحوظ وبطريقة سريعة، وأن أكثر العناصر التي كان لها دور فعال في الإقناع والتأثير هي الفيديو لأن معظم القضايا لا تحل عبر هذه الوسيلة التي توثق الحدث بالصوت والصورة معاً.

الدراسة الثانية:

ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن (غير منشورة).

هدفت هذه الدراسة إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة من قبل حراس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، إذ أن هذه المواقع خاضعة بشكل رئيسي للسيطرة من قبل حارس البوابة، الذي يديرها وفق أسس مختلفة تتدرج تحت السياسة الإخبارية.

استخدم الباحث ثائر محمد تلاحمة، في دراسته المنهج التحليلي الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة النظرية ورصد الكثير من المواقع الإلكترونية الفلسطينية.

وجاءت أهم نتائج الدراسة، في أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة بكافة أشكالها في نشر المادة الخيرية في مواقعها على شبكة المعلومات الدولية. كما أن هناك نسبة ارتفاع واضح في الاهتمام بالمواقع الإخبارية الفلسطينية التي تقوم بنشر المواد السياسية والمواد الاجتماعية فيما ينخفض الاهتمام بالمواقع التي تقوم بنشر المواد الاقتصادية و مواد الترفيه والتسلية. كما استنتجت هذه الدراسة إلى أنه بصورة عامة يوجد انخفاض في مدى التفاعلية بين الزوار في المواقع الإخبارية الفلسطينية، مع عدم توفر بعض الإمكانيات التفاعلية.

المنهج البحث:

استخدم الباحث في هذه الورقة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لتحليل البيانات الأولية والثانوية، كما عمد البحث استقراء وتحليل الموقع الإلكتروني

الرسمي لجامعة الجزيرة من الشكل والمضمون، بالإضافة إلى استخدام أدوات الاستبانة والملاحظة.

مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات أو وحدات الظاهرة موضوع الدراسة⁽⁷⁾. ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع مستخدمي الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة الجزيرة، وهم يمثلون رأي عام نوعي، والبحث يشمل عينة من هذا المجتمع. ولتحقق الدراسة الميدانية أهداف البحث ولكي نحصل من خلالها على المعلومات المطلوبة، تم تصميم استمارة الاستبانة لاستكشاف حجم المعلومات المتوفرة لدى مجتمع البحث.

أدوات البحث:

يعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات، وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم في الحصول على البيانات، ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معاً في البحث لتجنب عيوب أحدها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب، وعموماً يتعين أن تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها فيما يلي: الاستمارة "الاستبانة"، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب⁽⁸⁾، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيداً بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج بأقل وقت وجهد وتكاليف، ويعتمد الباحث أيضاً في هذا البحث، على المتابعة المستمرة لموقع جامعة الجزيرة على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت"، طوال الفترة المحددة لإنجاز هذه الدراسة، كذلك متابعته لما ينشر عن الجامعة في المواقع الإلكترونية وفي الصحف الورقية ووسائل الإعلام الأخرى.

الإطار الزمني والمكاني للبحث:

تناول الباحث موضوع دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة دراسة تطبيقية على موقع (جامعة الجزيرة) من وجهة نظر منسوبي جامعة الجزيرة "أعضاء هيئة تدريس وموظفين وطلاب" وهو يمثل عينة من الرأي العام النوعي. وهذه هي حدود الدراسة أو الإطار المكاني. أما الإطار الزمني للبحث يشمل الفترة الزمنية من يونيو 2017 إلى يونيو 2018م.

أنواع المواقع الإلكترونية:

ظهرت المواقع الإلكترونية تبعاً في منتصف التسعينات من القرن الماضي، واستمر ظهورها حتى أوائل القرن الواحد والعشرين، لكنه لم يكتب لها النجاح بالرغم من التشابه الكبير في الخدمات التي تقدمها، وهذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الإنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدرشة)، وهناك المدونات الشخصية التي يجعلونها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم، ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم⁽⁹⁾.

ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتيوب. حتى ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل: (الفيس بوك - تويتر - يوتيوب - ماي سبيس - لايف بوون - هاي فايف - أوركت - تاجد - ليكند إن - وغيرها)، التي أتاح البعض منها مثل: (الفيس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين⁽¹⁰⁾.

أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الملكية:

إن شبكة الإنترنت هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، ويتألف الموقع الإلكتروني الواحد عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات، ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها، وبإمكان أي مستخدم لشبكة الإنترنت الدخول إلى هذه المواقع المتاحة في أي وقت يشاء، والوصول بثوانٍ معدودة إلى أية معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم، وفي ظل مقولة ردها (بيل جيتس) باستمرار تؤكد: "إن مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل في استخدام الإنترنت"⁽¹¹⁾، وتنقسم هذه المواقع الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

1- مواقع المؤسسات: هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، وعنوانها وطرق الاتصال بها. هذه الصفحات يمكن أن يقال عنها أنها ثابتة على مدار اليوم على الشبكة العنكبوتية، وتعتبر هذه الصفحات أفضل وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة أو الشركة، كونها متاحة لكافة زوار الشبكة في عموم المعمورة. ويعتبر الموقع الإلكتروني الطريقة المفضلة للتعامل مع العملاء، والإجابة على أسئلتهم وتلبية طلباتهم، كما أنه يساعد في الترويج وبيع المنتجات أكثر مما تقوم به وسائل الترويج والبيع الأخرى، وبهذا يتحقق كسب الوقت والجهد.

تتميز هذه المواقع كما يراها الدكتور محمد الموسوي بالتالي: "أولاً: دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع. ثانياً: الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه. ثالثاً: المساعدة على بيع المنتج

الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي. رابعاً: لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية.

خامساً: لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث. سادساً: لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية⁽¹²⁾.

2- المواقع الشخصية: هي مجموعة من الصفحات الخاصة بصاحب الموقع، تحتوي على معلومات خاصة به، وكتابات وأفلام فيديو وتسجيلات صوتية وصور فوتوغرافية، ويعرض فيها آراءه ومواقفه، ويتيح لزوار الموقع الاطلاع عليها ومناقشتها بشكل مباشر معه. ويفضل بعض أصحاب المواقع أن يجعلوها مغلقة، ولا تتاح للزوار فرصة التعليق والردود والإضافات والتغيرات، كالحذف والإضافة للصور والتسجيلات وأفلام الفيديو وغيرها، ويتاح لهم فقط تصفح الموقع والاطلاع على محتوياته. ويعتمد البعض الآخر من أصحاب المواقع على إضافة خدمات إضافية لجلب الزوار من متصفح الإنترنت مثل: عرض أحوال الطقس وأسعار العملات ودليل المواقع الأخرى، كذلك إضافة صفحات ثقافية ورياضية وغيرها.

ويعتبر "الموقع الشخصي هو أفضل وسيلة للتواصل بين الشخص والعالم الخارجي، حيث يقوم بتوفير بيئة للتواصل مع متصفح الإنترنت من خلال هذا الموقع، ويقوم بتحديث موقعه عن طريق حاسوبه الشخصي، فمثلاً لو كان مصوراً أو رساماً أو كاتباً يرغب في إبراز هواياته وإمكانياته على الإنترنت فإن الموقع الشخصي هو الحل لذلك.. المواقع الشخصية هي التي تبرز مواهبك وتعكس الطابع الخاص بك، مما يتيح لك توسيع إمكانيات الوصول إليك عن طريق الإنترنت.. وتمكنك من التعبير عن الذات والخصوصية، وخلق الهوية الخاصة بك على الإنترنت"⁽¹³⁾.

ولا تقتصر المواقع الإلكترونية على هذين التصنيفين فقط، بل هناك مواقع أخرى تتميز بخاصية متفردة وتقدم خدمات جيدة مثل: (موقع غوغل، موقع ياهو، وموقع أم أس أن وغيرها)، التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني المجاني وخدمات أخرى.

أنواع المواقع من حيث الزاوية الفنية والتطبيقية:

للمواقع الإلكترونية أنواع وتصنيفات كثيرة، ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة، فهناك مثلاً: (المواقع السياسية والاقتصادية والتجارية والسياحية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية، والمواقع الصحفية وغيرها)، لكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع من الزاوية الفنية والتطبيقية، وبهذا فإنها تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية، ومواقع التجارة الإلكترونية.

1- المواقع الساكنة: (Static Web Site):

تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور، بالإضافة إلى مواد نصية وجغرافية ثابتة ومتحركة، تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع، والفكرة الأساسية من إنشائه، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغيير

البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي، ولا حتى متصفح الموقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات أو أية مشاركة أخرى، لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base). حيث "يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع، ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى، وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقاً للمحتوى المطلوب للموقع"⁽¹⁴⁾.

2- المواقع المتحركة: (Dynamic Web Site):

يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات (Data Base)، وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة، حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها، دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤول عن تصميم الموقع، إجراء التغييرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة، وتحديث البيانات وترتيب الصور، بالإضافة إلى التحديث المستمر يومياً، أو حتى لساعات محددة، وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشر دقائق، ومثال ذلك مواقع محطة (CNN) وتلفزيون (BBC) وغيرها.

ولإجراء هذه التغييرات والتحديثات السريعة يستخدم المسؤول عن الموقع لوحة تحكم بشفرة سرية خاصة. ويتم ذلك من خلال "إدخال وإظهار المعلومات وجدول البيانات والصور الموجودة بصفحات المواقع الديناميكية من خلال قواعد بيانات (Data Bases) كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر للصفحات، ولهذا أطلق عليها المواقع الديناميكية، ويقوم صاحب الموقع أو المسؤول عن إدارته بتحديث بيانات الموقع، من خلال لوحة تحكم مؤمنة دائماً بكلمة سر لا يعرفها سوى مسؤول إدارة الموقع"⁽¹⁵⁾.

3- مواقع التجارة الإلكترونية: (E- Commerce):

تعتبر هذه المواقع سوقاً مفتوحة للزوار، حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضاً أكثر مواقع الإنترنت تطوراً وأهمها تجارياً، وقد "أصبح الإنترنت سوقاً واسعاً للشركات، بعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة تكلفة) الإعلان والاتجار عبر الإنترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية (E-Commerce). وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك قامت الإنترنت بعمل ثورة في عالم التسوق.

كمثال، شخص ما يمكنه أن يطلب شراء (أسطوانة مدمجة) عبر الإنترنت وسوف تصله عبر البريد العادي خلال يومين، أو بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الإنترنت إذا تيسر ذلك. أيضاً قامت الإنترنت بتسهيل عملية التسوق الشخصي، والذي يتيح لشركة ما أن تسوق منتجاً لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص بطريقة أفضل من أي وسيط إعلاني⁽¹⁶⁾.

وتحتوي هذه المواقع على دليل إلكتروني يضم صفحات عديدة، تشرح للمتسوقين مضامين ومواصفات وخصائص ومميزات وفوائد الخدمات التي تقدمها والمنتجات التي تعرضها. ويستطيع المتسوق من خلال تصفح هذا الدليل اختيار الخدمة أو البضاعة التي يرغب بشرائها، ويقوم بدفع ثمنها إلكترونياً من خلال (كارتات بنكية) ومصرفية معتمدة وموثوقة مثل: (فيزا كارت وماستر كارت وغيرها)، ومن هذا المنطلق "تقوم فكرة مواقع التجارة الإلكترونية من الناحية العلمية على إنشاء موقع ديناميكي، يحتوي على كتالوج إلكتروني أو صفحات تشرح المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الجهة صاحبة الموقع، مع السماح للمتصفح باختيار ما يرغب منها للشراء ودفع ثمنها باستخدام (كروت)

في إرسال أو شحن المنتجات أو الخدمات المطلوبة للعميل المشتري في مكانه⁽¹⁷⁾.

ويتوجه هذا النوع من التجارة إلى جيل الشباب والمراهقين كما يقول الدكتور فتحي حسين عامر: "كأمثلة على التسوق الشخصي، مجتمعات الإنترنت والتي يدخلها الآلاف من مستخدمي شبكة الإنترنت ليعلنوا عن أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الإنترنت. وبما أن مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين (13-25) عاماً، فإنهم حين يعلنون عن أنفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هوياتهم واهتماماته، ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الإنترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم"⁽¹⁸⁾.

أنواع المواقع من حيث المضمون:

تستطيع خلال ساعات معدودة أن تدشن موقعاً على الإنترنت، تقول فيه ما تشاء، وتعبر فيه عن رأيك وفكرك دون أن يمنحك أحد، ودون أن تحصل على التراخيص التي تحتاجها الصحافة الورقية أو القناة الفضائية... ولكن السؤال: هل يمكن أن نسمي هذا الموقع موقع "صحفي" بالمعنى الحرفي؟ وهذه هي النقطة الجوهرية التي نفرق فيها بين "مواقع الهواة" و"مواقع المحترفين"، وحتى نتمكن من التفريق بين النوعين، سنتعرض لأنواع المواقع على شبكة الانترنت⁽¹⁹⁾. والتي تختلف بطبيعة الحال حسب الأهداف والغايات التي أنشئت من أجلها، ويمكن تصنيف هذه المواقع حسب المضمون الذي تحتويه هذه المواقع، وهي كما يلي:

1- مواقع إخبارية صحفية: وتركز هذه المواقع اهتمامها على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية، وربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير، وقد تركز هذه الخدمة الإخبارية على قُطر بعينه، أو تكتسب طابع العمومية، فتغطي المناطق الجغرافية المختلفة على مستوى العالم بصورة متوازنة⁽²⁰⁾. وتتميز هذه

المواقع بأنها تعتمد على هياكل إدارية منتظمة، وعلى محترفين في المجال الإعلامي والصحفي كما تقوم بتقديم أخبارها قوالب صحفية.

2 - مواقع تجارية تسويقية: وتعرض هذه المواقع منتجات للشركات والمؤسسات التابعة لها، للمساعدة في تسويقها، وتحتوي في الغالب على خدمة البيع على الإنترنت من خلال الكروت المدفوعة مسبقاً، أو من خلال الدفع عند الاستلام، وفي الغالب الأعم لا تحتوي مثل هذه المواقع على مواد إخبارية أو معلوماتية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات، وغالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري⁽²¹⁾.

3- مواقع شاملة: وتضم هذه المواقع نطاقات اهتمام واسعة متنوعة من حيث التخصص، فتهتم بالمجالات السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية وغيرها. وتستخدم القوالب الفنية، فتتشر الأخبار والتحقيقات والمقابلات، واستطلاعات الرأي والاستشارات المتخصصة.

4 - إعلامية مساندة: وتساند هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف ومواقع الراديو والتلفزيون، وتقوم هذه المواقع بعرض محتوى الصحيفة الورقية أو البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني على الإنترنت، وتعرض مادتها بأكثر من طريقة. وتقوم هذه المواقع بمساندة القنوات الفضائية أو محطات الإذاعة؛ وذلك في محاولة لاستكمال جميع أدوات العرض الإعلامي، وإحداث نوع من التكامل بين الوسائل المختلفة، وتأخذ هذه المواقع عدة أشكال، عن طريق الإعلان عن جدول البرامج والتعريف بالمحطة وأهدافها وسياستها ومحاوِر اهتمامها. إضافة تحليلات وموضوعات يتم استخلاصها من القناة أو المحطة⁽²²⁾.

أنواع المواقع من حيث التمويل:

١ - تمويل شخصي: تأخذ عملية التمويل الشخصي للمواقع أشكالاً متعددة؛ منها:

أ/ الاستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي توفرها بعض الشركات أو البوابات الكبرى كأنواع من الدعاية مقابل وضع إعلان في الموقع الشخصي، وفي هذه الحالة يعتمد غالباً صاحب الموقع على إمكاناته الشخصية في تصميم الموقع وبنائه وتحديثه.

ب/ شراء مساحة على الشبكة مع قيام صاحب الموقع بتصميمه وبنائه وتحديثه بصورة بدائية، ويتحمل في هذه الحالة صاحب الموقع تكلفة إيجار المساحة على الشبكة، إضافة لجهده ووقته الذي ينفقه في بناء الموقع وتصميمه وإمداده بالمادة التي يرغب في بثها.

ج/ شراء مساحة على الشبكة والاستعانة بعناصر من المحترفين في بناء الموقع وتصميمه وتحديثه وصيانتها الفنية والتقنية، وغالباً ما يتم الاستعانة بفريق محدود، ربما يكون شخصاً أو شخصين من المتخصصين، وأحياناً يعتمد على فريق كبير نسبياً يساعده في العمل.

٢ - تمويل مؤسسات، وتكون غالباً شركة أو منشأة صناعية أو مؤسسة اقتصادية أو مؤسسة اجتماعية أو مؤسسة ثقافية، وتحمل المؤسسة تكلفة الموقع الذي يعبر عنها بصورة أساسية، وغالباً ما يتم التعاقد مع إحدى الشركات المتخصصة في تصميم المواقع وبنائها وتحديثها، ولكن تظل المشكلة الأساسية في مثل هذه المواقع في عمليات التحديث، وهي غالباً ما تتعثر؛ نظراً لإسنادها إلى عدد من الموظفين غير المتخصصين داخل المؤسسة⁽²³⁾.

٣ - تمويل خيري: تعتمد هذه المواقع في الأساس على التبرعات الخيرية، والأوقاف والمساهمات التطوعية، وغالباً ما تكون لهذه المواقع أهداف رسالية أو دعوية.

٤ - تمويل تجاري: وتمول هذه المواقع نفسها من حصيله الدخل عن طريق العمليات التجارية والتسويقية التي تتم عبر شبكة الإنترنت.

٥ - تمويل ترويجي: يتم تمويل هذه المواقع من مخصصات الإعلانات والدعاية التي ترصدها بعض الشركات للإعلان عن تجارتها والتعريف بأنشطتها، وتكون غالباً في المواقع الدعائية للمؤسسات التجارية.

٦ - تمويل ذاتي: تهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلامية وفكرية، ولكنها تسعى إلى تمويل هذه الخدمة من خلال عدة طرق؛ منها:

أ/ الإعلانات التي يتم بثها على الموقع، وتحتاج هذه المواقع إلى متخصصين في جلب الإعلانات والترويج للموقع.

ب/ الاشتراكات في خدمات متميزة يقدمها الموقع للقارئ مثل خدمات الاستشارات والمعلومات والبحث في الأرشفة؛ وهو ما من شأنه أن يحقق مع أشكال التمويل الأخرى دخلاً يمكن أن يساعد في تمويل الموقع وتحقيق استمراره.

ج/ رعاية الصفحات والملفات، ويتم ذلك عن طريق قسم الترويج بالاتفاق مع مؤسسات تجارية تقوم برعاية ملفات خاصة أو صفحات وأبواب داخل الموقع.

د/ تأسيس قطاع تجاري داخل الموقع، يقوم ببناء مواقع وتصميمها وتحديثها للحصول على دخل يمكن من خلاله تحقيق نوع من التوازن بين الموارد والمصاريف المطلوبة لاستمرار الموقع الرئيس.

أنواع المواقع من حيث الأهداف⁽²⁴⁾:

- موقع شخصي يحتوي على معلومات تتعلق بالسيرة الذاتية .

- موقع دعائي لبيع منتج معين.
- موقع إخباري آني، حيث يقدم أحدث المستجدات مثل مواقع الصحف .
- موقع معلوماتي، لتبادل المعلومات حول موضوع محدد أو هواية .
- موقع موجه (إقناعي أو دعاوي)، أي يستخدم للدعاية السياسية التي تهدف إلى توجيهك لوجهة نظر معينة.
- موقع تعليمي، لتدريس وحدة أو حلقة دراسية.
- موقع خدماتي تسجيلي، للتسجيل في دورات، للحصول على معلومات، أو منتجات . يحتوي الموقع هنا على معلومات تتعلق بالجهة التي تقوم بالتسجيل، أو يُسهّل الاتصالات مع هذه الجهة .
- موقع للتسلية الخفيفة .

ويمكن تلخيص التقسيمات أعلاه كما يلي:

شخصي، دعائي، إخباري، معلوماتي، تعليمي، إقناعي.
وأيضاً يمكن التقييم العام لصفحات المواقع الإلكترونية من حيث: العناوين، المتن، الملاحظات في نهاية الصفحات.

توجيهات للتقييم

هيئة التحرير: من هم المسؤولون عن الصفحة؟ ما هي مؤهلاتهم، انتماءاتهم، وهل بإمكانك تحديدهم؟

والملاحظات الموجودة في أسفل الصفحة لمعرفة اسم كاتب صفحة الموقع، مؤهلاته، مسماه الوظيفي، انتماءاته التنظيمية. هل المعلومات الموجودة واضحة ومحددة؟

التحديث: هل التواريخ الخاصة بوقت إنشاء وتنقيح هذا الموقع واضحة؟

ويجب أن نلاحظ إلى المعلومات الموجودة أسفل الصفحة بخصوص متى تم إنشاء الموقع؟ ومتى حدث آخر تدقيق وتنقيح له؟. مضمون المعلومات

الإخبارية .لاحظ أية مؤشرات تدل على مدى الحفاظ على الموقع بشكل نشط، استجابات / إعلانات للزائرين.

المشكلات التي تواجه المواقع العربية: في دراسة علمية نشرت على موقع الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك عن المواقع الالكترونية العربية على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" أن المواقع العربية واجهت مشكلات عديدة لعل من أهمها⁽²⁵⁾:

- (1) قلة استخدام اللغة العربية وقواعد البيانات، بسبب صعوبة التعامل معها من الناحية الفنية والبرمجية على شبكة الانترنت.
- (2) عدم وجود برامج لبناء المواقع باللغة العربية.
- (3) عدم تدعيم المتصفحات العالمية للنص العربي.
- (4) قلة الموارد البشرية المدربة والمؤهلة لإدارة المواقع العربية.
- (5) قلة الموارد المالية اللازمة لإنشاء وإدارة المواقع العربية، خاصة وأن تكلفة المواقع مرتفعة بشكل عام.
- (6) ضعف البنية التحتية للاتصالات بوجه عام.
- (7) موقف بعض الدول العربية من الإنترنت من أنه سبيل لنشر الفساد والرذيلة.
- (8) أسباب سياسية لمنع أصوات المعارضة من التعبير عن آرائها.
- (9) التكلفة العالية للاتصال بالشبكة العنكبوتية مقارنة بالدول الأجنبية.
- (10) قلة المستخدمين العرب للإنترنت.

ومن هذه النقاط البسيطة نستطيع أن نصل مدى الصعوبات التي تواجهها المواقع العربية وأسباب قلة انتشارها على الشبكة العنكبوتية مقارنة بالمواقع الأجنبية وخصوصاً الإنجليزية التي يفوق انتشارها المواقع العربية وذلك بسبب وفرة البرامج التي تدعم اللغة الإنجليزية أيضاً إلى قلة تكلفة الاتصال بالإنترنت.

معايير جودة المواقع الإلكترونية⁽²⁶⁾:

يلاحظ أن كثير من المؤسسات لديها مواقع إلكترونية فاعلة ومؤثرة وأن المؤسسات الصحفية مثلاً لا تكتفي بقنواتها التقليدية سواء كانت قنوات البث الفضائية أو المطبوعات الورقية وإنما تستكمل أدواتها الإعلامية بمواقعها الإلكترونية التي تمثل أرشيفاً مفتوحاً على مدار الساعة، وتتمثل معايير الجودة للمواقع الإلكترونية فيما يلي:

1. جودة المحتوى.
2. سهولة التصفح والبحث.
3. طرح مساحات التفاعل.
4. الاعتماد على الوسائط البصرية والسمعية.
5. القدرة على الوصول إلى المتصفح في أي مكان في العالم.
6. قدرته على جذب عدد أكبر من المتصفحين وبخاصة الباحثين عن مادة متخصصة مما يجعل الموقع قادراً على المنافسة على المستوى الثقافي وليس على المستوى الترفيهي العام.

عرض إجراءات الدراسة الميدانية:

في هذا المبحث نتناول الجانب التطبيقي للدراسة، حيث تم توزيع عدد (140) استبانة على المبحوثين وذلك لمعرفة آرائهم حول فاعلية المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة تطبيقاً على موقع جامعة الجزيرة على شبكة الانترنت وبعد ملء الاستبانات بواسطة المبحوثين الذين يمثلون منسوبي جامعة الجزيرة من الأساتذة والموظفين والطلاب، تم جمع الاستبانات والتأكد من إجابات المبحوثين، وقد استبعدت (5) استبانات لعدم الاهتمام بالإجابة عن الأسئلة، وتبقى لدينا عدد (135) استبانة، ومن ثم تم تفريغ البيانات على الحاسب الآلي من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

وهو اختصار لـ Statistical Package for Social Science ويستخدم هذا البرنامج عادة في البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية، ويمتاز هذا البرنامج بقدرته الهائلة على معالجة البيانات وتوافقها مع معظم البرمجيات المشهورة مما جعل منه أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية.

وقد تم استخدام أسلوب عرض الجداول التكرارية والنسب المئوية في عملية تحليل البيانات لجميع محاور الاستبانة بالإضافة إلى بعض الاختبارات الإحصائية مثل اختبار مربع كاي وقد تم اختبار جميع أسئلة الاستبانة عن طريق الارتباط باستخدام قيمة ألفا كرونباخ وقد بلغت قيمته (0.61) وهي قيمة إيجابية.

استخدمت الدراسة استمارة الاستبانة التي تم تقسيمها لأربعة محاور كالآتي:

1. محور البيانات الأولية
 2. محور الاطلاع والمشاركة والتعرض لموقع جامعة الجزيرة على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت"
 3. محور أسباب استخدام جامعة الجزيرة
 4. محور دور موقع جامعة الجزيرة في تحقيق رؤية ورسالة الجامعة.
- وقد تم استخدام الأسلوب الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات، وفيما يلي عرض التحليل الإحصائي للبيانات.

جدول رقم (1) يوضح استخدام المواقع الرسمية مقارنة مع المواقع الأخرى

النسبة %	التكرار	الفئة
29.6%	40	المواقع الرسمية
37.7%	51	فيسبوك
20.7%	28	يوتيوب

دور المواقع الإلكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة

تويتر	11	8.1%
أخري	5	3.7%
المجموع	135	100%

يوضح الجدول رقم (1) أن أكثر المواقع استخداماً هي مواقع التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك" حيث بلغت نسبة استخدامه 37.7% بينما كشفت الدراسة أن الذين يستخدمون المواقع الرسمية هم يمثلون نسبة 30%.

وتشير هذه النتائج إلى أن هناك إقبالاً متزايداً، وطلباً كبيراً على الموقع الرسمية، وهذا يؤكد على أهمية هذه المواقع وما يجده فيها الجمهور من بيانات ومعلومات وخدمات الكترونية عديدة توفر له الكثير من الوقت الجهد.

جدول رقم (2) يوضح وسائل استخدام المواقع

النسبة %	التكرار	الفئة
25.9%	35	الحاسوب الشخصي
44.4%	60	الهاتف الذكي
29.6%	40	كلاهما
100%	135	المجموع

من الجدول رقم (2) يتضح أن الذين يستخدمون وسيلة الهاتف الذكي في الدخول للمواقع الالكترونية هم الأكثر حيث كانت نسبتهم 44% والذين يستخدمون الحاسوب الشخصي 26% من العينة، بينما من يستخدم الوسيلتين معاً بلغت نسبتهم 30%.

تعني هذه النتائج أنه في الآونة أصبحت الهواتف الذكية تدعم الكثير من أنظمة التشغيل وبها إمكانيات ومواصفات متطورة بحيث يستطيع كل شخص من خلال الهاتف استخدام البريد الإلكتروني والدخول للمواقع الالكترونية المختلفة إضافة إلى العديد من التطبيقات ومعالجة الصور والفيديو وغيرها التي تجعلها أشبه بالحواسيب الشخصية.

جدول رقم (3) يوضح وقت استخدام الموقع الإلكتروني

النسبة	التكرار	الفئة
52.5%	71	أقل من 3 ساعات يومياً
41.4%	56	من 3-6 ساعات يومياً
5.9%	8	أكثر من 6 ساعات يومياً
100%	135	المجموع

من الجدول رقم (3) نلاحظ الفترة الزمنية التي يقضيها المستخدم في المواقع الإلكترونية هي فترات متفاوتة، حيث أكد غالبية أفراد العينة أنهم يقضون أقل من ثلاث ساعات يومياً حيث بلغت نسبتهم 53%، ومن يقضون من 3-6 ساعات يومياً كانت نسبتهم 41%، بينما أجاب 6% بأنهم يقضون يومياً ست ساعات فأكثر في استخدام المواقع الإلكترونية.

تشير هذه النسب إلى أن 41% من حجم العينة يقضون في استخدام المواقع الإلكترونية من 3-6 ساعات يومياً وهذه فترة زمنية كبيرة جداً كافية للاطلاع على العشرات من الرسائل والمقالات والصور والتفاعل مع ما ينشر، وهذا يدل أيضاً على مدى جاذبية وإثارة وأهمية هذه المواقع للمستخدمين لما تتمتع به من خصائص وإمكانيات.

جدول رقم (4) يوضح قيام موقع جامعة الجزيرة بنشر البحوث والمحاضرات والندوات العلمية

النسبة	التكرار	الفئة
20.7%	28	أوافق بشدة
57%	77	أوافق
18.5%	25	محايد
2.9%	4	لا أوافق
0.7%	1	لا أوافق بشدة
100%	135	المجموع

من الجدول رقم (4) نلاحظ أن 78% يوافقون ويوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يقوم بنشر البحوث والمحاضرات والندوات العلمية، بينما 4% لا يوافقون ولا يوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يقوم بنشر البحوث والمحاضرات والندوات العلمية.

وتوضح هذه النسب بجلاء أن هناك جهداً مبذولاً في رفع المواد العلمية المختلفة على الشبكة العنكبوتية عبر موقع جامعة الجزيرة كما تشير هذه الأرقام إلى الاهتمام الكبير من قبل منسوبي الجامعة في التعامل مع الموقع الرسمي ومدى الاستفادة منه في العملية التعليمية، وهذا يؤكد على الإسهام الفاعل للموقع في تحقيق وتعزيز رؤية ورسالة أهداف الجامعة.

جدول رقم (5) يوضح عكس موقع جامعة الجزيرة للأنشطة الثقافية والاجتماعية وإسهامه في خدمة المجتمع

النسبة	التكرار	الفئة
22.9%	31	أوافق بشدة
48.8%	66	أوافق
16.2%	22	محايد
5.9%	8	لا أوافق
5.9%	8	لا أوافق بشدة
100%	135	المجموع

من الجدول رقم (5) يظهر أن 72% يوافقون ويوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يقوم بعكس الأنشطة الثقافية والاجتماعية ويسهم في خدمة المجتمع، بينما 12% لا يوافقون ولا يوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يقوم بعكس الأنشطة الثقافية والاجتماعية ويسهم في خدمة المجتمع.

تشير هذه النتائج إلى الدور الواضح الذي يقوم به موقع جامعة الجزيرة في عكس الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية والاجتماعية المختلفة، كما يسهم في خدمة المجتمع بهذا العمل، كما يتيح الموقع مشاركة هذه الأنشطة ومن

خلال النقاش والتداول للمعلومات وكيفية طرح الآراء، وفي هذا الموقع يستطيع الفرد أن يتعامل مع فئات مختلفة، وبأساليب متنوعة، وهذا يساعد كثيراً إثراء وتنمية واكتساب مهارات عديدة لدى مستخدم ومتصفح موقع جامعة الجزيرة.

جدول رقم (6) يوضح دور موقع جامعة الجزيرة في تحقيق رسالة الجامعة

الفئة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	28	20.7%
أوافق	67	49.6%
محايد	21	15.5%
لا أوافق	10	7.4%
لا أوافق بشدة	9	6.6%
المجموع	135	100%

يتضح من الجدول رقم (6) أن 70% يوافقون ويوافقون بشدة على أن لموقع جامعة الجزيرة دوراً فاعلاً في تحقيق رسالة الجامعة، بينما 14% لا يوافقون ولا يوافقون بشدة على أن لموقع جامعة الجزيرة دوراً في تحقيق رسالة الجامعة.

وتعني هذه الإجابات والنتائج أن موقع جامعة الجزيرة يسهم بقدر كبير في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف الجامعة.

جدول رقم (7) يوضح تأثير موقع جامعة الجزيرة على الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة

الفئة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	18	13.3%
أوافق	64	47.4%
محايد	30	22.2%
لا أوافق	13	9.6%
لا أوافق بشدة	10	7.4%
المجموع	135	100%

من الجدول رقم (7) يظهر أن 61% يوافقون ويوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يؤثر على الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة، بينما 17% لا يوافقون ولا يوافقون بشدة على أن موقع جامعة الجزيرة يؤثر على الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة.

يرى الباحث إلى أن موقع جامعة الجزيرة يؤثر تأثيراً كبيراً على الجمهور الداخلي للجامعة وهم الطلاب والموظفون وأعضاء هيئة التدريس والإداريون وجميع العاملين والمنتسبين لجامعة الجزيرة، وذلك من خلال الخدمات الكثيرة المهمة التي يوفرها الموقع، كما يمتد تأثير الموقع على الجمهور الخارجي للجامعة من مختلف فئات المجتمع داخل السودان وخارجه.

أولاً: نتائج الدراسة:

بعد إجراء الدراسة النظرية والدراسة الميدانية وتحليل واقع موقع جامعة الجزيرة على شبكة الانترنت ومدى فاعليته في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف الجامعة، توصل الباحث إلى النتائج التالية:

1. أسهم موقع جامعة الجزيرة بشكل ملحوظ، في تحقيق رؤية ورسالة وأهداف وقيم الجامعة، وذلك من خلال ما يقدمه الموقع من بيانات ومعلومات وخدمات متنوعة.
2. يؤدي الإعلام الإلكتروني دوراً حيوياً وبارزاً في تحقيق وتعزيز رؤية ورسالة وأهداف المؤسسات.
3. بينت الدراسة أن 30% يتعاملون مع المؤسسات عبر مواقعها الرسمية على الانترنت.
4. أصبح الاهتمام باستخدام المواقع الإلكترونية من الضروريات الملحة في عصرنا الحاضر لما تتمتع به من إثارة وتنوع في طرح الآراء والمعلومات والأخبار بقوالب وأشكال فنية مختلفة، كما أنها تدعم عملية

- الاتصال التفاعلي وتعززها وهو ما يتناسب واحتياجات ومتطلبات الجمهور، وهو ما يوفره موقع جامعة الجزيرة على شبكة الانترنت.
5. كشفت الدراسة أن الذين يستخدمون وسيلة الهاتف الذكي في الدخول للمواقع الالكترونية الرسمية هم أكثر من الذين يستخدمون الحاسوب الشخصي.
6. أوضحت الدراسة أن من ضمن دوافع الاطلاع المشاركة والتعرض للموقع الرسمي لجامعة الجزيرة هو الحصول على المعلومات والبيانات.
7. أظهرت الدراسة أن من أهم أدوار موقع جامعة الجزيرة هو ما يقدمه من خدمات، نالت بشكل كبير استحسان المتعاملين مع الموقع ووفرت لهم الكثير من الوقت والجهد.
8. بينت الدراسة أن موقع جامعة الجزيرة يعتبر مورداً ومصدراً مهماً للمعلومات والبيانات بالنسبة للجمهور الداخلي والخارجي، وبالتالي يمكن الاستفادة من الموقع في تعزيز روح الانتماء بالنسبة لمنسوبي الجامعة، وإبراز الوجه المشرق وتحسين الصورة الذهنية بالنسبة للجمهور الخارجي.

ثانياً: التوصيات:

على ضوء ما تقدم من نتائج ومن واقع الدراسة النظرية والتحليلية يوصي الباحث بالآتي:

1. الاهتمام بالموقع الرسمي لجامعة الجزيرة على شبكة الانترنت، وتطويره شكلاً ومضموناً لأنه يمثل النافذة التي تطل منها الجامعة على العالم الخارجي.
2. العمل على ضمان وصول خدمة الانترنت إلى كافة كليات ومراكز الجامعة على مدار الساعة.

3. توصي هذه الدراسة برفع كل الأنشطة التي تقوم بها الجامعة على موقعها الرسمي بشبكة الانترنت.
4. يوصي الباحث القائمين على مواقع جامعة الجزيرة بالاستفادة من خاصية التفاعلية المتاحة على مدار الساعة، التي تؤدي إلى تعميق التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي وجعل هذا الجمهور مشاركاً فعلياً في جميع البرامج التي تقوم بها الجامعة.
5. يجب الاهتمام بالتحديث المستمر لجميع المعلومات والبيانات المتوفرة على الموقع.
6. يوصي الباحث بضرورة عقد دورات في التحرير الصحفي والنشر الالكتروني لضمان جودة الأخبار التي يتضمنها الموقع وفقاً للأسس العلمية والضوابط المنهجية المتبعة في صياغة الأخبار، بما يحقق رؤية ورسالة وأهداف الجامعة.
7. أهمية استشعار الدور الذي يقوم به الموقع الرسمي لجامعة الجزيرة في توجيه الطلاب والاسهام في العملية التعليمية والأنشطة الثقافية المصاحبة، وضرورة الاستفادة من هذا الموقع في التعبير عن القضايا والتوجهات المجتمعية، وصولاً إلى مشاركة فاعلة حول مختلف الأفكار والقضايا، إلى جانب دوره في خدمة الأهداف الكلية للجامعة.

الهوامش:

¹ - سورة الرحمن، الآية (29)

² - [http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/hi/arabic/about_us/newsid_7257000/7257604.stm\(22/7/2017\).](http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/hi/arabic/about_us/newsid_7257000/7257604.stm(22/7/2017).)

³ - موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، موقع ويب، آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر

2017. متاح.(On Line)

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%>

⁴ موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني، (المصدر داتا تكنولوجي)، في 22 ديسمبر 2017. متاح. (On Line)

<http://kenanaonline.com/users>

⁵ منهل الثقافة الإلكترونية، أنواع مواقع الإنترنت، 01-03-1438 هجرية،

<http://www.manhal.net/articles.php>

⁶ - محمد تيمور عبد الحسيب، محمود علم الدين، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي (القاهرة: د. د. 2003م) ص 249

⁷ . محمد انهر السماك وآخرون، أصول البحث العلمي، الموصل، مطبعة جامعة صلاح الدين، الطبعة الأولى، 1989، ص 150.

⁸ - محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1996م، ص 26.

⁹ . صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، السنة 2007.

¹⁰ . شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 41

Mining the Social Web: ، Russell Matthew A. (February 8 2011)،
and Other Social ، LinkedIn، Twitter، Analyzing Data from Face book
Media Sites. USA/UK O'Reilly Media; 1 edition

¹² محمد جاسم فليحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، (منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة الدانمارك، 2006) ص 74.

¹³ مؤسسة الإبداع الرقمي، تصميم المواقع الشخصية والمدونات، آخر زيارة للموقع الجمعة الموافق 9-12-2011. متاح. (On Line)

<http://dc.net.sa/page/personalwebsitesdesign-ar.html>

¹⁴ أنولا، ميشال، تقنيات اتصال حديثة: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة: لعباسي، نصر الدين، والصادق، رابح، (باريس، دار الكتاب الجامعي، 2004).

¹⁵ خليل محمود، الصحافة الإلكترونية.. أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2007).

- ¹⁶فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011). ص 187.
- ¹⁷ بخيت السيد، الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2000)، ص 6.
- ¹⁸ فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص 191.
- ¹⁹ - محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا الإمارات العربية نوفمبر 2005م.
- ²⁰ - محمد جاسم فلحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، مرجع سابق، ص 101.
- ²¹ - عثمان محمد العربي، الإنترنت الانتشار والاستخدام، (تونس: دار المجد 2002 م) ص 32
- ²² - عثمان محمد العربي، مرجع سابق، ص 33.
- ²³ انتصار إبراهيم، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، ط 1، 2010، بغداد، جامعة بغداد، ص 117.
- ²⁴ حسين فاروق سيد، الإنترنت الشبكة العالمية للمعلومات، ط 1، مكتبة الأسرة، مصر، 2008، ص 74.
- ²⁵ - موقع الأكاديمية العربية في الدنمارك، 6/8/2012 time <http://ao-academy.org/> (5: 02)
- ²⁶ - عثمان محمد العربي، الإنترنت الانتشار والاستخدام، مرجع سابق، ص 73.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر باللغة العربية

أ/ القرآن الكريم

ب/ الكتب والمراجع

1. انتصار إبراهيم، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، ط 1 ، 2010، بغداد ، جامعة بغداد.
2. إنولا، ميشال، تقنيات اتصال حديثة: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام

- والثقافة والتربية، ترجمة: لعياضي، نصر الدين، والصادق، رابح، (باريس، دار الكتاب الجامعي، 2004)
3. بخيت السيد، الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2000)
4. حسين فاروق سيد، الانترنت الشبكة العالمية للمعلومات، ط 1، مكتبة الأسرة، مصر، 2008.
5. حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت دراسة التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2005م
6. حماد بسيوني إبراهيم، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، ط 1، مكتبة النهضة، 1998م
7. خليدة كعسيس خلاصي، الربيع العربي بين الثورة والفوضى، جامعة تيزي وزو، الجزائر
8. خليل محمود، الصحافة الإلكترونية.. أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2007).
9. السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، دار الكتاب الجامعي، العين الطبعة الأولى 2004.
10. الشديفات خليل النومان، شبكة المعلومات العالمية الانترنت، الطبعة الأولى، عمان، دار المعترف للنشر والتوزيع
11. صابر ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي (دمشق: دار علاء الدين 1999)
12. صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2) السنة 2007.
13. عثمان محمد العربي، الانترنت الانتشار والاستخدام، دار المجد تونس، 2002.
14. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك،

- القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.
15. اللبان شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2008.
16. محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا الإمارات العربية نوفمبر 2005.
17. محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1996م.
18. محمد تيمور عبد الحسيب، محمود علم الدين، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي (القاهرة: د.ن 2003م)
19. محمد جاسم فليحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، (منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة الدانمارك، 2006)
20. محمد علي، دراسات في علم الاجتماع السياسي، دار الجامعات المصرية، 1997.

ثانياً: المصادر باللغة الإنجليزية

1. Mining the Social Web: Russell Matthew A. (February 8, 2011), and Other Social Media , LinkedIn, Twitter, Analyzing Data from Face book Sites. USA/UK O'Reilly Media; 1 edition

ثالثاً: الرسائل الجامعية

1. ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن (غير منشورة).
2. الزبير يسن إبراهيم، فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام، دراسة تطبيقية على مستخدمي موقع الفيس بوك من طلاب الجامعات 2010-2012م، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012م

رابعاً: المواقع الإلكترونية

- 1- موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي -www.al-raeed.net/training
- 2- موقع الأكاديمية العربية في الدنمارك، <http://ao-acdemy.org/>
- 3- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة،
<http://ar.wikipedia.org/wiki/>
- 4- موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني
<http://kenanaonline.com/users>
- 5- منهل الثقافة الإلكترونية، أنواع مواقع الإنترنت
<http://www.manhal.net/articles.php>
- 6- موقع الشبكة التقنية العربية، أحد مواقع جامعة دمشق
<http://www.tech-arabia.com/?cat=15>