توظيف تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في العلاقات العامة

« دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية في الوزارات العراقية

بحث مستل من أطروحة دكتوراه

أ.م د. باقر موسى جاسم م.م محمد رافع لابد

كلية الإعلام - جامعة بغداد

المستخلص

اتجهت الدراسة إلى المواقع الالكترونية للوزارات العراقية لمعرفة مدى توظيف الاتصال الالكتروني في ممارسة نشاطات العلاقات العامة المختلفة عبر هذه المواقع و التي تمثل وسيلة اتصال الكترونية رسمية بين الوزارة وجماهيرها . وتتميز المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت بعدة مميزات جعلتها تحتل المراكز المتقدمة من بين وسائل الاتصال المختلفة .

اشتمل البحث على ثلاثة فصول ، تضمن الفصل الأول الاطار المنهجي للبحث ، فيما احتوى الفصل الثاني على ثلاثة مباحث تناول المبحث الأول تكنولوجيا الاتصال الالكتروني (المفهوم ، لمزايا ، الأنواع) فيما تطرق المبحث الثاني إلى النشر الالكتروني (مفهومه ومزاياه) ، اما المبحث الثالث فقد تحدث عن تصميم المواقع الالكترونية ، بينما تكون الفصل الثالث من مبحثين كان الأول عن أدوات الدراسة الميدانية وإجراءاتها وتضمن المبحث الثاني تحليل بيانات المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية .

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاتصال، العلاقات العامة، المواقع الالكترونية، الوزارات العراقية

Employment of Electronic Communication Technology in Public Relations

Asst. Prof.: Baqir Musa Jasim, Ph.D.

University of Baghdad/ College of Media

and Asst. teacher: Muhammed Rafi labd

University of Baghdad/ College of Media

Abstract

This research aims at studying the websites of Iraqi ministries to determine the extent of the use of electronic communication in the practice of public relations' activities through these sites, which represent a formal means of

drbaqer@comc.uobaghdad.edu.iq

communication between the ministry and its people.

The research consists of three chapters: chapter one studies the methodological framework of the research; chapter two includes three units: unit one studies technologies of electronic communication including its concept, features and types; unit two studies electronic publications i.e. its concept and features; and unit three deals with designing the electronic websites .it ends with chapter three which is divided into two sections: section one studies the tools of the study and its procedures, and section two analysis data of Iraqi ministries' websites.

مقدمة

أدت التطورات الهائلة التي حدثت في الآونة الأخيرة في وسائل الاتصال وخصوصاً بعد الانتشار الهائل وسعة التغطية التي وفرتها الأقمار الصناعية لكل من المرسل والمستقبل الى أن يكون الاتصال آنيا ومباشرا بفضل توفر خدمات البث المباشر للبرامج والأخبار على المحطات الإخبارية المتوفرة في الفضائيات المختلفة والتي تبث برامجها من مختلف بقاع الأرض وعلى مدار الساعة . لم يتوقف الأمر على استخدام الأقمار الصناعية وحسب ، بل تعدى ذلك الى ما هو أكثر توسعاً وانتشاراً إضافة إلى مميزات أخرى جديدة دخلت عالم الاتصال الحديث ، فبعدما كان الانترنت مقتصراً على الاستخدامات العسكرية ومن ثم الاستخدامات العلمية في المراكز العلمية والمعاهد والجامعات ، أصبح متوفراً وبشكل تدريجي في مختلف بلدان العالم ، ثم بدأ بالانتشار سريعاً بعد الانفجار المعرفي و التطور المتسارع في كل من الخدمات التي يوفرها الانترنت وطريقة الاتصال بهذه الشبكة والأجهزة المستخدمة لهذه الخدمات حيث أصبحت إمكانية استخدام الانترنت متوفرة في أجهزة مختلفة ومتعددة مثل الهواتف الذكية والأجهزة الذكية المحمولة والتلفزيون الذكي وغيرها إضافة الى استخدام الحاسوب المكتبي وأجهزة الحاسوب المحمولة ،كل ذلك أدى الى إتاحة هذه الخدمات على مدار الساعة وفي الأماكن المختلفة .

الإطار المنهجي للبحث

أولاً : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي (ما مدى توظيف تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في الوزارات العراقية عن طريق دراسة مواقعها الالكترونية على شبكة الانترنت) , لذا يمكن معرفة أبعاد المشكلة البحثية في ضوء التساؤلات الآتية :

١. ما مدى توظيف الوزارات العراقية للمواقع الالكترونية كوظيفة اتصالية للعلاقات العامة ؟
٢. ما طبيعة الأشكال التي ظهرت عليها المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية ؟
٣. ما الوسائل الالكترونية المستخدمة للاتصال والتواصل في مواقع الوزارات العراقية ؟
٤. ما مدى تفاعل الجمهور مع المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية ؟
٥. إلى أي مدى تسهم المواقع الالكترونية في تحقيق التواصل مع الجمهور ؟
٦. ما مدى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية ؟

ثانياً : أهمية البحث

تتضح أهمية البحث في ضوء الأهداف التي يسعى الى تحقيقها وبقدر ما تكون هذه الأهداف منطقية وواقعية وجديدة ولها صلة مباشرة بالمجتمع بقدر ما يظهر مدى أهمية هذا البحث . وتشمل أهمية البحث في رصد أمكانية توظيف تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في المؤسسات الحكومية عن طريق مواقعها الإلكترونية الرسمية والوصول الى مقاربة علمية في تحديد أساليب الاتصال الالكتروني الناجحة في العلاقات العامة ، كذلك تبين هذه الدراسة أهمية استخدام التقنيات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة بشكل حديث ومتطور ، مما يؤدي بالضرورة الى تحقيق أهداف العلاقات العامة في بناء صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة في البيئة المجتمعية التي تحيط بها .

ثالثاً : أهداف البحث

يهدف كل بحث علمي الى تحقيق مجموعة من الغايات ، وهذه الغايات والأهداف تُعد معياراً من معايير الحكم عليه ، حيث تظهر قيمة البحث العلمي عن طريق استعراض تلك الأهداف . لذلك تتحدد أهداف هذا البحث بما ياتي :

١. التعريف بتكنولوجيا الاتصال الالكتروني واهم استخداماتها في العلاقات العامة .
٢. التعريف بأشكال وطرق تصميم المواقع الالكترونية و عناصر تصميم تلك المواقع .
٣. تحديد الوسائل الالكترونية المستخدمة للاتصال في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية .
٤. مؤشرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في المواقع الالكترونية بالوزارات العراقية .
٥. مؤشرات التفاعل الحاصل بين الوزارات وجماهيرها من خلال مواقعها الالكترونية.
٦. التعريف باستخدام الوسائط الالكترونية المتعددة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية .

رابعاً : منهج البحث وأداته

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى تشخيص الظاهرة وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها ، ولذلك اعتمد الباحث على المنهج المسحي لجمع البيانات والمعلومات مستخدما طريقة تحليل المضمون في رصد المواقع الالكترونية الرسمية للوزارات العراقية وتحليلها وما تحتويه وتتضمنه من وسائل الكترونية وطبيعة استخدامها في تلك المواقع .

خامساً : حدود البحث ومجالاته

- المجال المكاني : توجهت الدراسة الى مواقع الوزارات العراقية والمتكونة من (٢٢) وزارة .
- المجال الزماني : تم تحديد المجال الزماني لدراسة المواقع الالكترونية لجميع الوزارات العراقية على شبكة الانترنت لمدة (أربعة اشهر) ابتداء من تاريخ ٢٠١٥/١٠/١ ولغاية ٢٠١٦/٢/١ .
- المجال الموضوعي : يتمثل المجال الموضوعي في تحديد ودراسة مضامين المواقع الالكترونية للوزارات العراقية .

تكنولوجيا الاتصال الالكتروني

تكنولوجيا الاتصال الالكتروني (المفهوم ، المزايا ، الأنواع)

أولاً : مفهوم تكنولوجيا الاتصال الالكتروني : هي كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونات الدقيقة والوسائط المتعددة (١) . وقد شهدت أنظمة الاتصالات على امتداد تاريخها جملة من التطورات جعلتها تؤدي دوراً تتزايد أهميته في مختلف مجالات حياة الإنسان يوماً بعد يوم ، وقد أسست لهذه التطورات توجهات كبرى يمكن تقديمها في أربعة محاور (٢) :

١. تنامي ذكاء الشبكات .
٢. التجوال والبحث المتواصل لرفع السعة .
٣. تقريب الخدمات الذكية من المستعمل عن طريق ضمان سهولة استعمالها ، وتطوير محتواها ، والتحكم في السعة .
٤. تدني كلفة التجهيزات الى سعتها .

والاتصال الالكتروني بالانترنت لا يتحقق الا بمجموعة مستلزمات ضرورية لتمكين هذا الاتصال والتي يمكن أجمالها بالاتي (٣) :

١. وجود جهاز يدعم الاتصال بمزود خدمة انترنت .
٢. وجود خدمة انترنت وجهة موفرة لخدمة الانترنت ، وقد تكون الخدمة عبر خط الهاتف او كابل أليياف ضوئية او مايكروويف .
٣. في حالة استخدام الحاسوب ينبغي توفر كارت شبكة خاص بخدمة استقبال الانترنت، يدعم الاتصال السلكي او اللاسلكي بمزود خدمة الانترنت .
٤. برامج خاصة باستخدام الانترنت مثل المتصفحات او البرامج و التطبيقات الخاصة باستخدام خدمات الانترنت .

ثانياً : مزايا تكنولوجيا الاتصال الالكتروني

أبرز ما يميز تكنولوجيا الاتصال هو ان العالم يمر في مرحلة تكنولوجية اتصالية تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الى الجمهور المستهدف ، لذا يمكن ان نطلق على هذه المرحلة مرحلة تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط او التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية او مرحلة التكنولوجيا المهجنة . والمرتكزات الأساسية لنمو هذه المرحلة وتطورها هي الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس المتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي فضلاً عن الألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الاصطناعية (٤) . لقد أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الالكتروني الى خلق عصر جديد للاتصال الالكتروني اذ يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون او منفذ العرض المتصل بالحاسب الالكتروني لكي يستلمه المستقبل في منزله او مكتبه ، حيث يقترب المستخدمون من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها ، وفي الأوقات التي تناسبهم (٥) .

ان من أهم مزايا الاتصالات الالكترونية هو عملها على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال ، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر، كما حدث من استهلاك الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية ، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرصاً كبيرةً لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية ، ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات . فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة . وبذلك فان أهم ما يميز تكنولوجيا الاتصالات الالكترونية الحديثة هو انها قدمت لمستخدميها أبعادا ثلاثة تمثلت في(٦) :

١ . البعد الزمني : حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث والزمن الواقعي له في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية .

٢ . البعد المكاني: اذ وفرت كماً هائلاً من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها ، كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.

البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: إذ أتاحت تكنولوجيا الاتصال الالكتروني « للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيات ، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج .

ثالثاً : أنواع الاتصال الالكتروني بشبكة الانترنت

تعددت أنواع الاتصال الالكتروني بالانترنت نتيجة للتقدم الهائل في الاتصالات والفرق يكون بالسرعة في نقل البيانات ونوعية البيانات التي يتم التعامل معها لذلك فان الاتصال بالإنترنت له أنواع عدة أهمها :

١ – الاتصال الدائم المباشر (Permanent Direct connection) : يعد هذا النوع من أغلى أنواع الاتصالات تكلفة ، اذ تتطلب توفير خطوط اتصال عالية السرعة وباهظة الثمن ، ويقتصر استخدام هذه الخدمة على الجامعات الكبرى والشركات والبنوك (٧) .

ويوفر هذا النوع الاتصال بشكل دائم ومباشر بشبكة بروتوكول التحكم في النقل الخاص بالإنترنت TCP / IP)) وبذلك يمكن الاتصال بجميع فروع الانترنت وأجهزة الخدمة التابعة لها .

٢- الاتصال المباشر عند الطلب (On – Demand Direct Connection) : تتم هذه الخدمة باستخدام بروتوكول (PPP) فضلا عن (كارت اتصال بالشبكة) واشتراك احد مقدمي خدمة الانترنت . ويمكن الاتصال مباشرة بالإنترنت في أي وقت ، وهذه الطريقة اقتصادية . وتتيح الحصول على خدمة ممتازة شرط ان يكون (كارت الاتصال بالشبكة) المستخدم عالي السرعة (٨).

٣- الاتصال الطرفي الهاتفي (Dial up – Terminal Connection) : يتم الربط بأحد مقدمي خدمة الانترنت عن طريق الاتصال الهاتفي . ويتحول الجهاز الى شاشة طرفية وتكون جميع البرامج الخاصة بالإنترنت مرتبطة بجهاز مقدم الخدمة . وتكون كمية البيانات المتداولة باستخدام تلك الوسيلة محدودة للغاية (٩).

٤- الاتصال البريدي فقط (Mail – Only Connection) : نستطيع عن طريق هذا النوع من الاتصال إرسال واستقبال البريد الالكتروني فقط . وهو ارخص أنواع الاتصال بالإنترنت من حيث قيمة الاشتراك لتكاليف الاتصال ويمكن الحصول على هذه الخدمة عن طريق الاتصال الطرفي الهاتفي (١٠).

مفهوم ومزايا النشر الالكتروني

أولاً : مفهوم النشر الالكتروني

يشير مصطلح النشر الالكتروني إلى طريقة أنتاج البيانات والوثائق الكترونياً عن طريق مجموعة حاسبات شخصية او صغيرة متصلة معاً بطريقتين أما مباشرة أو عن بعد ، ومميزات هذا الأسلوب المستخدم بكثرة في إنتاج الصحف ترجع لكونه نظاماً أوتوماتيكيا فيه تسهيلات كثيرة منها اختيار الشكل النهائي للنص وللوثائق بعد مراجعتها وضبطها وتعديلها بدقة وسرعة فائقة (١١) .

لذلك يشير مفهوم النشر الالكتروني إلى استخدام الأجهزة الالكترونية وخاصة الحاسوب في مختلف مجالات الإنتاج والإدارة والتوزيع للبيانات والمعلومات وتداولها ، وهو ما ينشر من مواد معلوماتية لا يتم إخراجها ورقياً لأغراض التوزيع . حيث يتم توزيعها على وسائط الكترونية كالأقراص المدمجة او عن طريق الشبكات الالكترونية كالإنترنت ، ولأن طبيعة النشر هذه تستخدم الحاسوب في اغلب مراحل الإعداد للنشر لذا جازت عليه تسمية النشر الإلكتروني(١٢) ويمثل النشر الالكتروني واحداً من الأشكال الثلاثة الآتية (١٣):

١- استخدام الحاسب الآلي لتسهيل إنتاج المواد التقليدية .

٢- استخدام الحاسب الآلي ونظم الاتصالات لتوزيع المعلومات الكترونياً عن بعد .

٣- استخدام وسائط تخزين الكترونية متنوعة لتوزيع المعلومات بناءً على طلب .

وبناءاً على ما تقدم يمكن تقسيم النشر الالكتروني الى نوعين رئيسيين هما (١٤):

أ- النشر الالكتروني الموازي: وفيه يكون النشر الالكتروني مأخوذا عن النصوص المطبوعة و المنشورة و موازيا لها، اي انه ينتج نقلا عنها و يوجد الى جانبها.

ب- النشر الالكتروني الخالص: وفيه لا يكون النشر عن نصوص مطبوعة، بل يكون الكترونيا صرفا، و لا يوجد ألا بالشكل الالكتروني.

ثانياً : مزايا النشر الالكتروني

١. السرعة والدقة وإثراء البحوث : حيث ان تقنية النشر الالكتروني توظف قدرات الحاسب في سرعته ودقته ، وجودة مخرجاته ، فلو أردت أن تبحث عن كلمة أو مصطلح معين ، لا يستغرق الأمر الا بضع ثوان قليلة من خلال أجهزة الحاسب . كما ان النشر الالكتروني يتيح إمكانيات هائلة عند البحث تفوق بكثير أمكانية البحث في المراجع التقليدية (١٥) .

٢. قلة التكلفة : بوسع القارئ شراء قرص مدمج يحتوي على مئات المجلدات بسعر يقارب سعر مجلد واحد منها مطبوع ومنشور بالطريقة التقليدية ، حيث انه من الممكن تصنيع هذا القرص المدمج بأقل من دولار ، كما ان المطبوعات المختلفة كالجرائد والمجلات أصبحت قادرة من خلال استخدام هذا النظام على خفض الوقت المستهلك في إنتاجها او أعدادها للطبع بمقدار النصف ، مما يؤدي الى توفير كبير في الكلفة بالنسبة لهذه المطبوعات (١٦) .

٣. توفير المساحة : يعد النشر الالكتروني الوسيلة المثلى لتوفير مزيد من المساحة في المنازل والمكاتب الخاصة والعامة ، والتي كانت تشغل بالكتب الورقية التقليدية ، حيث يمكن وضع محتويات مكتبة صغيرة ، او متوسطة على قرص مدمج واحد .

٤. التخلص من النمو الورقي : نعني به كثرة المنشورات الورقية المتمثلة في الكتب ، والصحف ، والمجلات ، والرسائل ، والنشرات الإعلامية والدعائية ونحوها ، والتي أصبحت تتراكم وتتكدس لدرجة ان أصبحت مشكلة تؤرق بال الكثيرين ، الأمر الذي تلافاه النشر الالكتروني (١٧) .

٥. دمج الصوت والصورة : ان النشر الالكتروني لا يكتفي بمجرد نشر المادة المكتوبة (النص) والصور فقط ، بل يضيف الى ذلك أمكانية دمج تلك المواد بصور ولقطات فيديو متحركة وأصوات وهو ما يعرف بالوسائط المتعددة « الملتيميديا « .

٦. أمكانية التعديل : يجعل النشر الالكتروني من التعديل في المادة المنشورة امراً ميسورا ، اذ بوسع المؤلف والناشر الإضافة ، والحذف ، والتبديل في المادة ، ومثل هذا الأمر كان يقتضي إعادة طباعة الكتاب كاملا عند النشر العادي (١٨) .

٧. الجدوى الاقتصادية للمؤلف والناشر : ان النشر الالكتروني أجدى للناشر والمؤلف اقتصاديا ومعنويا من النشر الورقي ، حيث يمكن ان تصل نسخة الكتاب او الصحيفة المنشورة الكترونيا على شبكة الانترنت مثلا الى ملايين المستخدمين او القراء . والنشر الالكتروني بهذه الطريقة يقضي على حواجز الزمان والمكان والحدود الجغرافية والرقابية وغيرها (١٩) .

تصميم المواقع الالكترونية

اولاً : مفهوم التصميم : التصميم هو طريقة ترتيب الأشياء . وعليه فان التصميم في المواقع الالكترونية هو طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية في الصفحة الالكترونية (٢٠) .

اما (الموقع الالكتروني) فهو مكان على شبكة الانترنت يتكون من صفحات للمعلومات تبدأ بصفحة خاصة ، وترتبط الصفحة بموضوع معين ، ولكل موقع عنوانه المستقل على الشبكة ويرمز له (URL *) (٢١) , ويتطلب إنشاء او تصميم المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت الكثير من الوقت ، والإمكانات البشرية التي تقوم على إعداد وإنشاء الموقع والموارد المالية والبرامج ، والأجهزة المادية سواء المتطلبة لإنشاء الموقع او المتطلبة لإتاحة الموقع على شبكة الانترنت(٢٢).

و تحتوي مواقع الإنترنت على مجموعة من الملفات الموضوعة جنباً إلى جنب على خادم إنترنت أو أكثر ، مما يسمح بعرض المحتوى ويشمل المحتويات والواجهات التفاعلية للمستخدم النهائي على شكل صفحة إنترنت عند طلبها والتي تحتوي على عدة عناصر مثل النصوص والنماذج البريدية والصور النقطية ومقاطع الفيديو وغيرها ، وكل ذلك يتم ترتيبه بواسطة إحدى اللغات المستخدمة مثل (XML . XHTML . HTML **) (٢٣) .

وهناك طريقتان لتصميم صفحات المواقع على شبكة الانترنت :

الطريقة الأولى تتطلب معرفة المصمم بلغات التصميم المستخدمة (XML. XHTML . HTML) وغيرها ، والطريقة الثانية هي التصميم عن طريق برامج التصميم المختلفة التي تُستخدم لتصميم المواقع الالكترونية ، وهذه الطريقة هي الأسهل في هذا المجال ، حيث تتوفر برامج لا تحتاج الى معرفة مسبقة بلغات البرمجة ، الا في الحالات المتقدمة في التصميم(٢٤) .

ثانياً : اللغات المستخدمة في تصميم المواقع الالكترونية

١- لغة (The Text Markup Language : (HTML

تعني (لغة ترميز النص الفائق) ، و (HTML) هي لغة ترميز تُستخدم في إنشاء وتصميم صفحات ومواقع الانترنت ، وتعتبر هذه اللّغة من أقدم اللّغات وأوسعها استخداما في تصميم صفحات الويب HTML)) وتعني أيضاً هيكل صفحة الانترنت وتعطي متصفح الإنترنت وصفا لكيفية عرضه للمحتويات ، فهي تعلمه بأن هذا عنوان رئيسي وتلك فقرة وغير ذلك الكثير (٢٥).

٢- لغة (Extensible Hyper Text Markup Language: (XHTML)

تعني بالعربية (لغة رقم النص الفائق القابلة للتمديد) وهو امتداد للغة (HTML) بعد ان

*.(URL) اختصار لكلمة (Uniform Resource Locator) والتي تعني عنوان إنترنت . ويعتبر جزء من معرف الموارد الموحد وبواسطته يتم تحديد مواقع الانترنت . او هو ذلك العنوان الذي تكتبه في شريط العنوان للذهاب إلى مواقع الإنترنت ويسبقه تحديد البروتوكول .

**. (HTML. XHTML. XML) هي لغات خاصة تُستخدم في تصميم المواقع الالكترونية .

تـم إضافـة مميـزات تركيبيـة عليهـا . وتعتبـر (XTHML) اللغة الأساسـية في تصميـم مواقع الويب ، وبهـذه اللغـة يتـم فـرز جميـع محتويـات مواقـع الويب وتعريفهـا ومـن الممكن تصميـم موقع كامل باسـتخدام هـذه اللغة فقط .

٣- لغة (Cascading Style Sheets : (CSS

تعنـي فـي اللغـة العربية (صفحات الطراز المتراصة) . وتسـتخدم لتنسـيق شـكل ونمط ظهور محتوى الصفحـة مثـل اللـون او حجم الخط الذي يظهر فيـه النص (٢٦).

٤- لغة (Integration Extensible Markup Language : (XML)

وتعنـي بالغـة العربيـة (لغـة الترميـز القابلـة للامتداد) وهـذه اللغة تسـتطيع وصف بنـاء محتوى الصفحـات منطقيـاً فـي شـكل متقـن الأداء ، إذ تسـتطيع البرامـج والملفـات تكويـن الشـكل الإخراجي المطلـوب ، وتقـوم لغة (XML) بتعريف بناء المحتـوى المعلوماتي للأخبار والإعلانات المتنوعة(٢٧).

ثالثاً: أنواع المواقع الالكترونية حسب التصميم

١- الموقـع الديناميكـي : هـو الموقـع التفاعلـي ، أي الموقـع غيـر الثابت حيث يرتبط هـذا الموقع بقاعـدة بيانـات فيتم عمل إفـراغ وتجديد لمحتويات هذه القاعدة فيتغير محتـوى الموقع بتغير محتويات قاعـدة البيانـات مثـل مواقـع الأخبـار التـي تتسـم بالتغيير المسـتمر حيث يتـم إضافة الأخبـار داخل قاعـدة البيانـات وذلـك عـن طريـق صفحـات تـم برمجتها وعمـل اتصـال بينها وبيـن قاعـدة البيانات وتعـرف هـذه الصفحـات بالصفحات الديناميكيـة . (٢٨) .

٢- الموقع الاستاتيكي: هو تصميم ثابت للموقع لا يتغير وببرمجة ثابتة وله بعض المميزات والعيوب ومنهـا إذا قمـت بـأي تعديل في تصميم الموقع سـوف تقوم بتعديل التصميـم بالكامل فإذا قمت بإضافة شـيء في الموقع سـوف ترجع لمصمم الموقع نفسـه . أي لا يوجد بها صفحة للتحكم . وتطوره بطئ وهذا سبب تسميته بالموقع العقيم ولكن برمجته سهلة وبسيطة ومناسبة لمبتدئ تصميم المواقع (٢٩).

رابعاً : اختيار الألوان والنص في تصميم المواقع

تعـد الألـوان مـن أهـم العناصر الأساسـية التي يجـب مراعاتها عنـد تصميم صفحـة الويب ، بل مـن أهـم المعاييـر لتقييـم الصفحة . فالألـوان مرتبطة بالمحتوى وبشـخصية المصمم كمـا أنها تعكس هويـة الموقـع واتجاهـه . لذلك يجب تعدد الألوان وتنوعها بحسـب المحتوى ومكانـه ووظيفته لذا يجب مراعـاة بعـض النقاط الضروريـة عند تصميم الموقـع وكما يلي :

١. التبايـن: هـو قابليـة المسـتخدم لقـراءة المحتـوى بشـكل ممتـاز وواضـح . وهـو أيضـا اختـلاف درجـة النـص عـن درجـة الخلفية بشـكل كبيـر بحيث تسـتطيع تمييز النـص . إذ يجب عدم اسـتخدام خلفيـة سـوداء اللـون مكتـوب عليها بالرمـادي أو بالأزرق . وذلـك لما له من تأثير سـلبي على عين المتصفـح (المتلقـي) ممـا يسـبب خروجـه المباشـر من غيـر تصفحه الكامـل للموقع .
٢. السـطوع : من الخطأ اسـتخدام لونين سـاطعين بجانب بعض أو فوق بعض . مثل اسـتخدام لون

خلفيــة أخضـر فاقـع ولـون النـص برتقالي فذلـك غير محبـذ للعين ولا يشـجع للقـراءة ولا حتى جذب الانتبـاه . اذ يجـب أن يـدرك المصمـم أن الموقع هـو انتقاء مقنن للألوان التي تخـدم الموقع و الزائر.
٣. ألـوان الروابـط : يجـب أن تكـون ألـوان الروابـط مختلفة عن لـون المحتوى حتى يسـتطيع القارئ مشـاهدة الرابـط اذ أن اللـون الأزرق فـي النصـوص يعنـي رابطـاً تشـعبياً وهـذا اللـون هـو اللـون الافتراضـي فـي كل المتصفحـات وبالإمـكان اسـتخدام أي لـون يتلاءم مـع تصميم الموقـع .(٣٠).

خامساً: عناصر تصميم المواقع الالكترونية

تتكـون المواقـع الالكترونيــة مـن عـدة عناصر تكـون محتـوى الصفحـات الالكترونية ومـن اهم هذه العناصـر مـا يأتي :

١. العنـوان : يظهـر فـي معظـم برامـج التصفـح ، ويسـاعد المتصفح علـى فهم محتـوى النص الذي يعقبـه ، ويعـد العنـوان احد وسـائل الابراز الرئيسـة التـي يعتمد عليهـا المصمم لتأكيـد اهمية العنصر داخـل الصفحـة مـن خـلال بعـض التأثيرات مثل ان يومض العنـوان او يتحرك عبر الشاشـة (٣١) .

٢. كتلـة النـص : وهي وحدة تقسـيم وعرض المادة المراد نشـرها في المواقـع الالكترونية ، ويمكن ان تكـون هـذه الكتلـة نصـاً او جدولاً او رسـماً بيانياً او خريطـة ويراعى ان توضع لـكل كتلة نصية جملة تكون بمثابـة العنوان لها(٣٢).

٣. الأيقونـات : وتكـون عـادة على شـكل رموز او صور ، وتظهر هذه الإيقونات مزودة برموز يسـهل إدراكهـا وفهمها بمختلف اللغات .

٤. الأزرار : وتـدل عـادة علـى عناصـر عاليـة الأهميـة داخل الوثيقـة ، وتكمن أهميتها فـي التصميم التفاعلي لأنها تعد بمثابة الفجوة بين المعلومات غير الملموسـة على شاشـة الكمبيوتر و الإحسـاس بالتحكم المـادي فيها (٣٣).

٥. الوصلات : وهي تربط بين وحدات المعلومات وتعمل بمثابة مؤشر للانتقال من وحدة لأخرى(٣٤).

٦. الصـور والرسـوم : تتيـح إمكانيات الوسـائط المتعـددة وتكنولوجيا الاتصال إمكانيـات كبيرة لعرض الرسـوم والصور بطريقة سـهلة وممتعة .

٧. الفيديو والصوت : تستخدمها المواقع الإخبارية لعرض الأخبار الحية وبثها الى جانب اللقطات الأرشيفية المسـجلة . وتتميـز هـذه العناصر بأنها تعطـي واقعية للأحداث وتدعم المواد المنشـورة داخل الموقع .

٨. القوائـم : تُسـتخدم القوائـم فـي تبويب الصفحـة ، حيث يمكن اختيار أدوات التجـوال وآليات التعامل مـع المـادة عن طريق هـذه القوائم (٣٥).

٩. محـركات البحـث : تشـكل محـركات البحـث مفاتيـح الدخـول للمواقـع ، وتعمـل علـى الابحار في المواقـع المختلفـة وتفحـص محتوياتها (٣٦).

١٠. خريطـة الموقـع : هـي وسـيلة لتوجيه الزائـر واعطائه فكرة مهمـة لبنية الموقـع ومحتواه وتوفر لـه الوصـول الـى المحتويات بالنقر عليها سـواء كانت في شـكل نصوص او رسـومات توضيحية وهي وسـيلة ادارة الموقـع وتضم قوائـم المحتوى (٣٧).

سادساً : تقييم المواقع الالكترونية

هناك عدة اعتبارات تسهم في تقييم المواقع الالكترونية يمكن أجمالها فيما يلي (٣٨) :

١. احتواء الموقع على معلومات عامة : تشمل الهدف من إنشاء الموقع ، والجمهور المستفيد منه ، وأوقات الرد على الزائرين ، وحداثة الموقع .
٢. سهولة الوصول وقدرة الموقع على العمل : وتشمل الوصول الى الموقع عبر محركات البحث المختلفة ، ومجانية استخدام الموقع .
٣. مسؤولية الموقع : وتشمل المسؤولية الفعلية للموقع ، ومؤلف النص ، ومسؤولية أدارة الموقع .
٤. محتوى الموقع ومجاله : وتشمل نوع المعلومات ، لغة الموقع ، دقة المحتوى وأقسام الموقع .
٥. الخدمات التي يقدمها الموقع : وتشمل خدمات الانترنت العادية كالبريد الالكتروني والاتصال بمجموعات الاهتمام عبر عناوينهم الالكترونية المتواجدة في الموقع .
٦. بناء الموقع : ويشمل مقدمات الصفحات ، أخبار حديثة ، وسائل الجذب والتفاعل مع المستفيد عبر دفتر الزوار ، الروابط ، وسائل الإيضاح ، الوسائط المتعددة ، والإعلانات .
٧. شكل الموقع وتصميمه : مثل الألوان والصور والإيقونات وغيرها .

الدراسة الميدانية

إجراءات البحث الميدانية

أولا : تحديد وحدات وفئات التحليل

١. تحديد وحدات التحليل : وحدة التحليل هي الوحدة أو العنصر الأساس الذي سنقوم بعده وإحصائه في تحليل المضمون .

وقد اعتمد البحث وحدة الفكرة او الموضوع لتكون الوحدة الاساسية التي يقوم عليها تحليل المضامين للرسائل الاتصالية ..

٢. تحديد فئات التحليل : اعتمدت اداة البحث الفئة الرئيسة فئة الموضوع والتي انبثقت منها فئات فرعية لغرض القيام بعملية التحليل والتفسير واستخراج النتائج .

٣. التعريف بالفئات :

أ- فئة المعلومات الثابتة التي يقدمها الموقع : هي معلومات ثابتة في الصفحة تقدمها الصفحة كخدمة الى زائري الموقع .

ب- فئة اللغة التي يدعمها الموقع : نعني بها اللغة المستخدمة في عرض معلومات الموقع والتي يخاطب بها الموقع زائريه .

ت- فئة الروابط : هي كلمات مفتاحية تتميز بإمكانية النقل الى تفاصيل الموضوع .

ث- فئة محركات البحث : هو محرك يُمكن المستخدم من البحث عن موضوع بمجرد كتابة حرف

او مجموعة حروف من ذلك الموضوع .

ج- فئة تحديث معلومات الموقع : هي عملية تجديد النشر في الموقع وتحديث محتوياته .

ح- فئة عرض تاريخ ووقت التحديث : عملية معرفة اخر تاريخ تحديث للموقع وفي أي وقت

خ- فئة مؤشر عدد الزوار : هو عبارة عن عداد يقوم باحتساب عدد الزائرين للموقع .

د- فئة خدمات الاتصال : هي طريقة اتصال الزائر المتصفح بالمسئولين في الوزارة .

ذ- فئة خدمات التواصل : وهي خدمة اتصال غير مباشر توفر المعلومات الخاصة بالمؤسسة مع المتابعين والمهتمين بأمور المؤسسة من خلال إرسال المعلومات بالطرق المختلفة .

ر- فئة الخدمات التفاعلية : وهي الخدمات التي توفر أمكانية التصويت الالكتروني داخل الموقع مع أمكانية الإطلاع على النتائج بعد كل تغيير .

ز- فئة خدمات الربط بمواقع أخرى : هي خدمة تقوم بتحويل الزائر من موقع المؤسسة الى مواقع أخرى ذات صلة عبر روابط مباشرة .

س- فئة الوسائط المتعددة المستخدمة مع الأنشطة الإعلامية في الموقع : هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي.

٤. صدق التحليل (الصدق الظاهري)

من اجل التحقق من صدق استمارة التحليل الظاهري تم عرض الاستمارة على عدد من المُحكمين، واعتمادهم كخبراء لتقييم الاستمارة وتصويبها ، ثم قام الباحث بعد ذلك بإجراء التعديلات المقترحة على الفئات المعتمدة في هذه الاستمارة وفقاً لتوجيهات المُحكمين ، وقدتم اعتمادها اذ حصلت على نسبة (٩٢,٩٥٪) .

٥. ثبات التحليل

يُعد الاختبار ثابتاً اذا كان يؤدي الى النتائج نفسها في حالة تكراره , خاصة إذا كانت الظروف المُحيطة بالاختبار متماثلة في الاختبارين ، وقد تم اختيار عينة عشوائية بنسبة (١٠٪) من مجتمع البحث الذي يتكون من (٢٢) موقعاً الكترونياً للوزارات العراقية، وبذلك تكون العينة :

٢٢ X١٠ = ٢٢٠ ، ٢٢٠ /١٠٠ = (٢,٢) حجم العينة العشوائية الخاضعة لقياس الثبات . كما تم اختيار عينة عشوائية لثلاثة مواقع الكترونية للوزارات العراقية ، أخضعت لاختبار الثبات بحسب معامل هولستي لقياس الثبات ، وبعد الانتهاء من عملية التحليل في المرة الأولى قام الباحثان بعد (٣٠) يوماً بإعادة التحليل وباتباع الخطوات المنهجية ذاتها ، وكانت النتيجة متطابقة مع وجود اختلاف بسيط بين نتيجة التحليل الاول ونتيجة التحليل الثاني ،حيث اتضح ان الفئات التي حصلت على اتفاق تام خلال العمليتين (٨١) فئة من مجموع (٨٦) فئة وكما يلي :

$$R = \frac{2(C_1.C_2)}{C_1+C_2} \qquad \text{معامل الثبات} = \frac{2 \times 81}{86+86} = 0,94$$

تحليل البيانات الخاصة بالمواقع الرسمية للوزارات العراقية

جدول (١) يوضح التوزيع النسبي لفئات المعلومات الثابتة للمواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	المعلومات الثابتة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الهيكل التنظيمي للوزارة	١٢	٢٠,٣٣٪	الأولى
٢	العلم العراقي	١٠	١٦,٩٤٪	الثانية
٣	مؤشر الوقت (ساعة)	٧	١١,٨٦٪	الثالثة
٤	مؤشر التاريخ	٦	١٠,١٦٪	الرابعة
٥	خارطة العراق	٦	١٠,١٦٪	الرابعة
٦	عنوان الوزارة وموقعها الجغرافي	٦	١٠,١٦٪	الرابعة
٧	حالة الطقس	٦	١٠,١٦٪	الرابعة
٨	التقويم الشهري	٤	٦,٧٧٪	الخامسة
٩	دليل سياحي	١	١,٦٩٪	السادسة
١٠	أسعار صرف العملات	١	١,٦٩٪	السادسة
المجموع		٥٩	١٠٠٪	

يوضح جدول (١) التوزيع النسبي لفئات المعلومات الثابتة في المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية وقد جاء في المرتبة الأولى الهيكل التنظيمي حيث حصل على مجموع (١٢) تكراراً وبنسبة (٢٠,٣٣٪) ، والهيكل التنظيمي هو مخطط أو شكل يوضح تفرعات الوزارة والمكاتب والدوائر المرتبطة بمكتب السيد الوزير والدوائر العاملة في الوزارة ، وقد أشارت بيانات الجدول أن (١٠) مواقع رسمية تابعة للوزارات العراقية لم تضع الهيكل التنظيمي للوزارة على موقعها الالكتروني ومن بين تلك المواقع مواقع لوزارات مهمة مثل الموقع الالكتروني (لوزارة الخارجية) وهي وزارة سيادية ويعد موقعها واجهة العراق الالكترونية و الموقع الالكتروني (لوزارة الداخلية) التي لا تقل أهمية عن سابقتها ، والموقع الالكتروني (لوزارة الدفاع) و الموقع الالكتروني (لوزارة التربية) وغيرها من المواقع الالكترونية ، فيما جاء في المرتبة الثانية فئة العلم العراقي حيث حصل على مجموع (١٠) تكرارات وبنسبة (١٦,٩٤٪) ، مما يعني إن أكثر من نصف المواقع الرسمية للوزارات العراقية لم تع أهمية هذا فقد أوضحت بيانات التحليل أن (١٢) وزارة والتي تمثل أكثر من نصف المواقع الالكترونية للوزارات العراقية لم تضع صورة أو رمزاً للعلم العراقي ونشير هنا إلى أن المواقع الالكترونية الرسمية (لوزارة الداخلية و وزارة الدفاع) لم تحتوِ على العلم العراقي على الرغم من إن هذه الوزارات هي وزارات عسكرية و ينبغي أنها تعلم جيدا أهمية العلم وما يمثله إلا أنها أغفلت هذا الموضوع ولم تضع العلم العراقي في مواقعها الالكترونية ، كما أن المواقع الالكترونية لوزارات (التجارة . العمل والشؤون الاجتماعية . المالية . الدفاع) قد وضعت العلم

العراقي في الشعار الخاص بها ولكن بحجم صغير جدا يكاد لا يراه المتصفح أو يميزه إلا بصعوبة ، أما المرتبة الثالثة فكانت تشير إلى وجود مؤشر الوقت (ساعة) ضمن محتويات الموقع وقد حصلت على مجموع (٧) تكرارات وبنسبة (١١,٨٦٪) ، ومؤشر الوقت هو عبارة عن مؤشر الكتروني على شكل ساعة رقمية أو قد تكون تماثلية توضع ضمن محتويات الموقع للدلالة على الوقت الحالي الذي يتم فيه زيارة الموقع ويُقدم كخدمة من خدمات المواقع الالكترونية للمتصفحين ، وتجدر الاشارة إلى أهمية الوقت بالنسبة للشعوب المتحضرة فلا يكاد موقع الكتروني مشهور لمؤسسة حكومية غربية أو حتى عربية إلا و وجد الباحث فيه ساعة تشير إلى الوقت وقام الباحث بتصفح عشرات المواقع للتأكد من ذلك حيث إن للوقت أهمية كبيرة في حياة تلك الشعوب ، وقد أفرزت بيانات البحث عن احتواء (٧) مواقع الكترونية فقط من مجموع (٢٢) موقعاً الكترونياً للوزارات العراقية تمثلت بالمواقع الالكترونية لوزارات (الكهرباء والثقافة والتجارة والعمل والشؤون الاجتماعية و الهجرة والمهجرين والزراعة و وزارة التعليم العالي والبحث العلمي) ، أما بقية المواقع الالكترونية للوزارات العراقية فلم تحصل على أي تكرار وهذا مؤشر على عدم استخدامها في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية. في حين حصل كل من مؤشر التاريخ وخارطة العراق و عنوان الوزارة وموقعها الجغرافي و حالة الطقس على المرتبة الرابعة بمجموع (٦) تكرارات وبنسبة (١٠,١٦٪) . ومؤشر التاريخ هو مؤشر يشبه إلى حد كبير مؤشر الوقت إلا انه يحتوي على تاريخ اليوم والشهر والسنة بدل الوقت وتبرز أهمية هذا المؤشر في كونه يوضح التاريخ ضمن المعلومات التي تقدمها المواقع للمتصفحين ، أما خارطة العراق فهي عبارة عن شكل توضيحي أو رسم أو صورة تدل على الحدود الجغرافية للجمهورية العراقية وقد توضح أيضاً أسماء المحافظات والمدن الرئيسة لمراكز المحافظات وتقدم كخدمة توضيحية للمتصفح داخل الموقع للتعرف على المدن والمحافظات داخل العراق ، أما عنوان الوزارة وموقعها الجغرافي فهو وصف يقدمه الموقع للزائرين للاستدلال على الموقع الجغرافي ومكان الوزارة على الأرض ، وهي خدمة يقدمها الموقع لتسهيل الوصول إلى مركز الوزارة في حال اقتضى الأمر للمراجعات الرسمية لمبنى الوزارة ، أما حالة الطقس فهي عبارة عن خدمة الكترونية يقدمها الموقع للمتصفحين لمعرفة أحوال الطقس التي يمر بها البلاد وتقدم كخدمة للمتصفحين داخل المواقع الالكترونية ، هذه الخدمات الأربعة كانت بالمرتبة الرابعة حيث لم تستخدمها سوى(٦) مواقع الكترونية لوزارات عراقية وهي مواقع وزارات (النفط والتجارة والكهرباء والثقافة والهجرة والمهجرين و وزارة الموارد المائية) فيما أهملت بقية مواقع الوزارات استخدامها لتلك الخدمات ولم تحصل على أي تكرار في هذه الخدمات ، اما فيما يخص فئة التقويم الشهري فقد حصلت على المرتبة الخامسة بمجموع (٤) تكرارات وبنسبة (١٨,١٨٪) والتقويم الشهري عبارة عن تقويم الكتروني على شكل جدول يُعرض فيه التاريخ لشهر كامل مع أيام الأسبوع تقدم كخدمة للمتصفحين الزائرين للمواقع الالكترونية ، وقد تم عرض التقويم الشهري في (٤) مواقع الكترونية لوزارات (الكهرباء والعمل والشؤون الاجتماعية والنقل والمالية) . فيما حصلت فئتا الدليل السياحي و أسعار صرف العملات على المرتبة الأخيرة بتكرار واحد وبنسبة (١,٦٩٪) و الدليل السياحي عن دليل الكتروني يحتوي على المواقع الأكثر شهرة والأماكن

السياحية والمطاعم والمستشفيات والأسواق وغيرها من الأماكن داخل العراق ويقدم خدمة إرشادية للسياح الوافدين إلى القطر ، ولم تستخدم هذه الخدمة سوى في الموقع الخاص بوزارة الخارجية وأما ما تبقى من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية فقد كان تعداد التكرار فيها (صفر) وهذا يشير إلى عدم استخدام هذه الخدمة ، أما أسعار صرف العملات فقد جاء في المرتبة الأخيرة أيضاً ، وهذه الخدمة شريط الكتروني متحرك يظهر فيه أسعار صرف العملات الدولية مقارنة مع الدولار والدينار العراقي وقد توفرت هذه الخدمة فقط في الموقع الالكتروني (لوزارة المالية العراقية) دون باقي المواقع الالكترونية للوزارات العراقية التي لم تستخدم هذه الخدمة ولم تقدمها لمتصفحيها .

جدول (٢) يوضح التوزيع النسبي لفئات اللغة التي تدعمها المواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عربي / إنكليزي	١٧	٪٧٧,٢٧	المرتبة الأولى
٢	عربي فقط	٥	٪٢٢,٧٢	المرتبة الثانية
٣	كردي	صفر	صفر ٪	الثالثة
٤	أخرى	صفر	صفر ٪	الرابعة
	المجموع	٢٢	٪١٠٠	

يوضح الجدول (٢) التوزيع النسبي لفئات اللغة التي تدعمها المواقع الالكترونية الرسمية للوزارات العراقية و قد اشارت النتائج الى ان المرتبة الاولى بنسبة (٧٧,٢٧٪) وبمجموع (١٧) تكراراً قد حازت عليها المواقع التي تدعم لغتين (عربي / انكليزي) ، واللغة هنا تشير إلى اللغة التي استخدمتها المواقع الالكترونية للوزارات العراقية في عرض المعلومات الخاصة بها في مواقعها الرسمية ، واللغة العربية اللغة الرسمية لجمهورية العراق ، اما اللغة الانكليزية فهي لغة رسمية تُستخدم في معظم بلدان العالم وتكاد تكون معتمدة فيها ، واللغة المستخدمة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية هي اللغة التي تخاطب بها تلك المواقع جماهيرها الزائرين والمتصفحين لمواقعها . اما المرتبة الثانية كانت تشير الى المواقع التي تدعم اللغة العربية فقط بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٢٢,٧٢٪) وهذه المواقع الالكترونية كانت لوزارات (العمل والشؤون الاجتماعية . الزراعة . الرياضة والشباب . الدفاع . الداخلية) والتي كانت تدعم اللغة العربية فقط في المواقع الخاصة بها وبذلك تكون هذه الوزارات قد حددت نوع جمهورها وحصرتهم بالأشخاص المتمكنين من اللغة العربية فقط وانتفت الاستفادة من خدمات الموقع للناطقين باللغة الكردية أو الانكليزية ، خصوصاً أن هناك إقليماً عراقياً يتكون من(٣) محافظات عراقية تستخدم اللغة الكردية كلغة رسمية لها وهذا ما يحرمهم من الاستفادة من خدمات تلك المواقع أضف إلى ذلك إن الأشخاص الناطقين باللغة الانكليزية فقط لم يتمكنوا أيضاً من الاستفادة من خدمات تلك الوزارات سواء كان المتصفحون من المتابعين لشؤون العراق في الخارج أو الداخل . حكومات أو أفراد ، أو الوافدين للسياحة أو العمل أو الشركات الأجنبية العاملة في العراق ، أما اللغة الكردية فكانت بالمرتبة الأخيرة ولم تحصل على أي تكرار حيث لم يدعمها أي موقع من المواقع الرسمية الخاصة بالوزارات العراقية ، واللغة الكردية هي اللغة الثانية المعتمدة رسمياً في العراق ، واللغة الرسمية الأولى المعتمدة في

إقليم كردستان العراق والذي يتكون كما اشرنا أعلاه من ثلاث محافظات عراقية ناطقة باللغة الكردية ، وبهذا تكون جميع المواقع الرسمية للوزارات العراقية غير متاحة وتنتفي الاستفادة من خدماتها في (٣) محافظات عراقية داخل العراق إضافة إلى الناطقين باللغة الكردية في خارج العراق .

كما تم ملاحظة إن الموقع الخاص (بوزارة العدل) عند تحويل الصفحة إلى اللغة الانكليزية تبقى بعض الروابط باللغة العربية مثل كلمة (التفاصيل) والتي تقود إلى تفاصيل الخبر بينما كان من المفترض أن تقابلها كلمة (details) في اللغة الانكليزية ، كما تم ملاحظة إن اسم (وزارة الإعمار والإسكان) يبقى ثابتاً باللغة العربية حتى عند تحويل لغة الصفحة إلى اللغة الانكليزية ، أما الملاحظة الثالثة فقد كانت تخص (وزارة الهجرة والمهجرين) ، فقد كانت الأيقونة الخاصة بتحويل لغة الموقع من اللغة العربية إلى اللغة الانكليزية في مكان غير مناسب ، فقد وضع حرف (E) الذي يرمز إلى اللغة الانكليزية تحت المربع الخاص بالبحث عن الموضوعات في الجزء العلوي الشمالي من الصفحة وقد وضع بطريقة يصعب العثور عليه بسرعة وسهولة حيث غالبا ما تكون هذه الأيقونة في أعلى يمين الموقع أو أعلى شماله إضافة إلى عدم وجود ما يدل على الأيقونة أو الإشارة إليها بدلالة عملها المتمثل بتحويل لغة عرض الصفحة ومحتوياتها من اللغة العربية إلى اللغة الانكليزية .

جدول (٣) يوضح التوزيع النسبي لفئات عمل الروابط للمواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	حالة الروابط	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جميع الروابط تعمل	١٥	٦٨,١٨٪	الأولى
٢	وجود روابط لا تعمل	٧	٣١,٨٢٪	الثانية
المجموع		٢٢	١٠٠٪	

توضح بيانات الجدول (٣) التوزيع النسبي لبيانات فئات عمل الروابط ، و الروابط هي كلمات مفتاحيه تتميز بإمكانية النقل إلى تفاصيل الموضوع عند الضغط عليها ، حيث أظهرت نتائج المرتبة الأولى ان جميع الروابط تعمل بمجموع (١٥) تكراراً وبنسبة (٦٨,١٨٪) كما في مواقع وزارات (الكهرباء . الرياضة والشباب النفط وغيرها) ، في حين أشارت نتائج المرتبة الثانية إلى وجود روابط لا تعمل بمجموع (٧) تكرارات وبنسبة (٣١,٨٢٪) ، وكانت في مضمون مواقع كل من (وزارة التجارة و وزارة الموارد المائية و وزارة العمل والشؤون الاجتماعية و وزارة العدل و وزارة المالية و وزارة النقل و وزارة الدفاع) . وتجدر الاشارة هنا إلى أن الروابط المتعطلة قد تمت ملاحظتها في

* تمت ملاحظة الخلل بتاريخ ٢٠١٥/١٠/٤ واستمر الخلل دون صيانة الى تاريخ ٢٠١٦/٢/١ .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة التجارة بتاريخ ٨ / ١ / ٢٠١٦ في تمام الساعة ٩:٥٥ مساءاً .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة الخارجية بتاريخ ١٤ / ١ / ٢٠١٦ في تمام الساعة ٧:٣٨ مساءاً .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة الزراعة بتاريخ ٨ / ١ / ٢٠١٦ في تمام الساعة ٩:٥٥ مساءاً .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة النفط بتاريخ ٨ / ١ / ٢٠١٦ في تمام الساعة ٩:٥٥ مساءاً .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة الكهرباء بتاريخ ٦ / ١ (١١:٥٥ مساءاً) ، ١/٧ (٧:٤٠ مساءاً) ٨ /١ (٩:٥٥ مساءاً) ٢٠ / ١ / ٢٠١٦ (١٢:٥٥ مساءاً) .
* توقف الموقع الالكتروني الخاص بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي بتاريخ ١٩ / ١ / ٢٠١٦ في تمام الساعة ٨:٢٢ مساءاً .

بداية المدة الزمنية المخصصة للبحث واستمر الخلل فيها إلى أخر يوم للمدة الزمنية المخصصة للبحث ولم يتم صيانتها ( ) . وهذا يشير إلى عدم مراقبة الموقع وعدم متابعته وتشخيص الخلل من قبل الخبراء المختصين في التقنيات الالكترونية والعمل على إصلاحه ، كما قد تم ملاحظة توقف عدد من المواقع الالكترونية الرسمية الخاصة بالوزارات العراقية عن العمل بصورة نهائية وهي :

١- الموقع الالكتروني لوزارة التجارة .
٢- الموقع الالكتروني لوزارة الخارجية .
٣- الموقع الالكتروني لوزارة الزراعة .
٤- الموقع الالكتروني لوزارة النفط .
٥- الموقع الالكتروني لوزارة الكهرباء .
٦- الموقع الالكتروني لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

وقد تم التأكد من توقف المواقع أعلاه عن العمل خشية أن يكون الخلل من جهاز الحاسوب الذي يعمل عليه الباحث أو خط اشتراك الانترنت الخاص به ، ففي كل مرة يتم فيها توقف المواقع يقوم الباحث بالاتصال بأحد الزملاء الباحثين لمعاينة الحالة والتأكد منها وتم التأكد في النهاية أن المواقع فعلاً متعطلة عن العمل ، وتم ملاحظة إن المواقع تعود لعملها الطبيعي مع بداية الدوام الرسمي لليوم التالي في جميع المواقع وتبين أن الخلل قد يكون بسبب انقطاع التيار الكهربائي ونفاذ الطاقة الكهربائية الاحتياطية التي يولدها جهاز أل U P S) الخاص بتوفير الطاقة للسيرفرات المجهزة للخدمة أثناء انقطاع التيار الكهربائي عنها .

جدول (٤) يوضح التوزيع النسبي لفئات خدمات محركات البحث للمواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	نوع محرك البحث	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	محرك للبحث داخل الموقع فقط	١٩	٧٣,٠٧٪	الأولى
٢	عدم وجود محرك بحث	٤	١٥,٣٨٪	الثانية
٣	محرك للبحث داخل الموقع ومحرك للبحث خارج الموقع	٣	١١,٥٣٪	الثالثة
٤	محرك للبحث خارج الموقع فقط	صفر	صفر ٪	الرابعة
المجموع		٢٦	١٠٠٪	

يوضح الجدول (٤) التوزيع النسبي لفئات نوع البحث الموجود ضمن المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية ، ومحرك البحث هو خدمة تمكن المستخدم من البحث عن موضوع أو خبر أو عبارة معينة بمجرد كتابة حرف أو مجموعة حروف من ذلك الموضوع . وقد اشارت المرتبة الاولى إلى وجود محرك للبحث داخل الموقع فقط بمجموع (١٩) تكراراً وبنسبة (٧٣,٠٧٪) وهذه نسبة جيدة لتقديم خدمة البحث حيث توفرت خدمة البحث داخل الموقع فقط في اغلب المواقع الالكترونية للوزارات العراقية مثل مواقع وزارات (الموارد المائية . الإعمار والاسكان . المالية) وغيرها . اما المرتبة الثانية فكانت تشير إلى عدم وجود محرك بحث بمجموع (٤) تكرارات وبنسبة (١٥,٣٨٪) ، تمثلت في مواقع وزارات (الكهرباء , التعليم العالي والبحث العلمي , الداخلية ,

الخارجيـة) . بينمـا كانـت المرتبـة الثالثـة لوجـود محرك للبحث خـارج الموقع و محـرك للبحث داخل الموقـع بمجمـوع (٣) تكـرارات و بنسـبة (١١,٥٣٪) كمـا فـي مواقع وزارات (التجـارة , الثقافة , التربيـة)، وبذلـك احتـوت تلـك المواقـع تحتوي علـى محركين للبحـث (محرك للبحث داخـل الموقع و محـرك للبحـث خـارج الموقـع) , امـا المرتبـة الاخيرة فكانـت لمحرك البحـث خارج الموقـع فقط وكان تكرارهـا (صفـر) وهـذا يشـير إلى عدم وجودهـا ضمن المواقـع الالكترونية للـوزارات العراقية .

جـدول (٥) يوضـح التوزيـع النسـبي لفئـات تحديـث المواقـع الالكترونيـة للـوزارات العراقيـة

ت	مدة التحديث	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	يومي	١٤	٦٣,٦٤٪	الأولى
٢	غير منتظم	٨	٣٦,٣٦٪	الثانية
٣	أسبوعي	صفر	صفر٪	الثالثة
٤	شهري	صفر	صفر٪	الثالثة
المجموع		٢٢	١٠٠٪	

يوضـح الجـدول (٥) التوزيـع النسـبي لبيانـات فئات مـدة التحديـث للمواقع الالكترونيـة للوزارات العراقيـة ، و تحديـث الموقـع هـي عمليـة تجديد النشـر وتحديث محتويـات الموقع التـي يتضمنها من اخبـار واعلانـات ومقـالات وغيرهـا وهـي عملية رفـد الموقع بكل ما هـو جديد من نشـاطات مختلفة .

وقـد جـاءت فئـة التحديث الـيومي بالمرتبة الاولـى بمجموع (١٤) تكراراً وبنسـبة (٦٣,٦٤٪) حيـث كان تحديـث (١٤) موقعـاً الكترونيـاً للـوزارات العراقيـة يتـم بصـورة يومية مثل مواقـع (وزارة الهجـرة والمهجريـن و وزارة التجـارة و وزارة الزراعـة) وغيرهـا ، و هـذا يعنـي ان تلـك المواقـع تبقي مواضيـع الصفحـة فيهـا ثابتـة لمدة (٢٤) سـاعة ثم تقـوم بتحديثها فـي اليوم التالي ممـا يعني ان هنـاك اخبـار أو قـرارات مهمـة قـد تصدر بعـد التحديث بوقـت قصير وهذا مـا يؤجل نشـرها إلى اليوم الثانـي وقـد تكـون هـذا المعلومـات مهمـة قد تهـم الكثير مـن المتصفحين ، فـي حيـن كان التحديث غيـر المنتظـم بالمرتبـة الثانية بمجموع(٨) تكرارات وبنسـبة (٣٦,٣٦٪) ولم يظهـر أي تكرار للتحديث الاسـبوعي أو الشـهري مما جعلها بالمرتبة الاخيرة حيث كانت (٨) مواقع الكترونية تحدث معلوماتها بشـكل غيـر منتظـم مثل مواقع (وزارة الكهرباء و وزارة التخطيـط و وزارة الاتصالات) ، ويتضح هنا ان التحديـث غيـر المنتظـم للموقع لا يعتبر مؤشـراً سـلبياً للموقع فـي كل الاحوال بل علـى العكس فهناك مواقـع تحـدث معلوماتهـا لأكثـر من مـرة في السـاعة الواحدة وهذا دليـل على فعالية الموقع ونشـاطه وآنيتـه ، فـي الجانـب الأخر مـن التحديث غيـر المنتظم توجد مواقـع تبقى اخبارها ثابتـة في الصفحة لمـدة ٤ أو ٥ ايـام أو أكثـر ، امـا التحديـث الاسـبوعي أو الشـهري فلم يحصل علـى أي تكرار لأنه لا يتوافـق مـع طبيعـة المواقع الالكترونيـة للوزارات العراقيـة ، وبذلك كان فـي المرتبة الاخيرة .

جدول (٦) يوضح التوزيع النسبي لفئات عرض تاريخ او وقت التحديث في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	عرض تاريخ التحديث	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	لا يعرض وقت أو تاريخ التحديث	١٤	٦٣,٦٤٪	الأولى
٢	تاريخ التحديث	٨	٣٦,٣٦٪	الثانية
٣	وقت التحديث	صفر	صفر٪	الثالثة
٤	كلاهما	صفر	صفر٪	الثالثة
	المجموع	٢٢	١٠٠٪	

يوضح الجدول (٦) التوزيع النسبي لبيانات فئات عرض تاريخ التحديث أو وقته و تاريخ أو وقت التحديث هي معلومة يوفرها الموقع لمعرفة اخر تاريخ تم تحديث الموقع فيه وفي أي وقت تحديداً تم هذا التحديث . وقد جاء في المرتبة الاولى فئة لا تعرض وقت أو تاريخ التحديث الخاص بمنشورات الموقع وبمجموع (١٤) تكراراً وبنسبة (٦٣,٦٤٪) وقد اوضحت البيانات ان بعض المواقع الكترونية للوزارات العراقية كانت لا تعرض وقت التحديث ومن هذه المواقع مواقع وزارات(الكهرباء , التخطيط , الرياضة والشباب) وغيرها ، وحصلت المواقع التي تعرض تاريخ التحديث فقط على المرتبة الثانية بمجموع (٨) تكرارات ونسبة (٣٦,٣٦٪) ، فقد كانت هناك مواقع تعرض تاريخ التحديث فقط كانت من بينها مواقع (وزارة التجارة و وزارة الثقافة و وزارة النفط و وزارة التربية) وغيرها . اما وقت التحديث وكلاهما التي تمثل تاريخ التحديث ووقته فلم تحصل على أي تكرار وكانت في المرتبة الأخيرة ، وتكمن أهمية عرض تاريخ ووقت التحديث في انه يمكن للمتصفح بمجرد الاطلاع على تاريخ أو وقت التحديث من معرفة فيما اذا تم التحديث وتم نشر موضوعات جديدة في الموقع دون الحاجة إلى تصفح الموقع ومحتوياته للتعرف على ذلك .

وقد تم ملاحظة ان النسبة الأعلى من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية لا تعرض وقت او تاريخ التحديث وهذا مؤشر سلبي اتجاه تلك المواقع .

جدول (٧) يوضح التوزيع النسبي لفئات عرض مؤشر عدد الزوار للمواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	المؤشر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عدم وجود مؤشر لعدد الزوار	١٢	٢٣,٥٢٪	الأولى
٢	مؤشر عدد زوار الموقع الكلي	١٠	١٩,٦٠٪	الثانية
٣	مؤشر عدد زوار الموقع الحالي	٨	١٥,٦٨٪	الثالثة
٤	مؤشر عدد زوار الموقع اليومي	٨	١٥,٦٨٪	الثالثة
٥	مؤشر عدد زوار الموقع الشهري	٨	١٥,٦٨٪	الثالثة
٦	مؤشر عدد زوار الموقع السنوي	٥	٩,٨٠٪	الرابعة
المجموع		٥١	١٠٠٪	

توضح بيانات الجدول (٧) التوزيع النسبي لفئات مؤشر عدد الزوار ، و المؤشر هو عبارة عن عداد يحتويه الموقع الالكتروني يقوم باحتساب عدد الزائرين المتصفحين للموقع الالكتروني .

وقد جاءت بالمرتبة الاولى فئة عدم وجود مؤشر لزوار الموقع بمجموع (١٢) تكراراً وبنسبة (٢٣,٥٢٪) ، حيث كان (١٢) موقعاً الكترونياً من مواقع الوزارات العراقية لا يحتوي على مؤشر لعدد الزوار وهي مواقع وزارات (الهجرة والمهجرين , العدل , الزراعة , الخارجية , الكهرباء , التجارة , الصناعة والمعادن , الاعمار والاسكان , الاتصالات , الرياضة والشباب , النقل , المالية) , وتشير المرتبة الثانية إلى وجود مؤشر لعدد الزوار الكلي للموقع بمجموع (١٠) تكرارات ونسبة (١٩,٦٠٪) فقد تبين ان (١٠) مواقع الكترونية تحتوي على مؤشر عدد الزوار الكلي وهي مواقع وزارات (التخطيط , الثقافة , الموارد المائية , التربية , التعليم العالي والبحث العلمي , الصحة , الداخلية , الدفاع , العمل والشؤون الاجتماعية , النفط) .

وجاء بالمرتبة الثالثة بالتساوي كلٌ من مؤشر عدد الزوار الحالي ومؤشر عدد الزوار اليومي ومؤشر عدد الزوار الشهري بمجموع (٨) تكرارات وبنسبة (٨٦,٥١٪) وقد احتلتها (٨) مواقع تمثلت في مواقع وزارات (الثقافة , العمل والشؤون الاجتماعية , النفط , التخطيط , الصحة , الداخلية , الدفاع , التربية) . اما مؤشر عدد الزوار السنوي فقد جاء بالمرتبة الرابعة بمجموع (٥) تكرارات وبنسبة (٠٨,٩٪) . كانت تحتويه (٥) مواقع وزارات (العمل والشؤون الاجتماعية , النفط . التربية , الصحة , الدفاع) .

وقد تم ملاحظة ان مؤشر عدد الزوار لموقع وزارة الموارد المائية كان مبهماً ولم يتم الاشارة اليه بنص توضيحي يوضح هل هو المؤشر الحالي أو اليومي أو الشهري أو السنوي أو كان المؤشر الكلي لعدد زوار الموقع . ولابد من الاشارة الى ان أكثر من نصف المواقع الالكترونية الرسمية للوزارات العراقية لا تحتوي على مؤشر لعدد زوار الموقع وهذا ما نعتبر خللاً في تصميم الموقع ، لأن مؤشر عدد الزوار هو الدليل الاول على تفاعل الجمهور مع الموقع ويمكن من خلاله معرفة مدى نشاط الموقع وفاعليته من خلال عدد الزائرين المتصفحين للموقع ، فكلما ازداد عدد الزوار دل ذلك على فاعلية الموقع ونشاطه .

جدول (٨) يوضح التوزيع النسبي لفئات طريقة الاتصال بالمواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	نوع الاتصال	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الاتصال عن طريق البريد الالكتروني	٢١	٦٧,٧٤٪	الأولى
٢	الاتصال عن طريق ارقام هاتف	٩	٢٩,٠٣٪	الثانية
٣	اتصال حواري مباشر (chat)	١	٣,٢٢٪	الثالثة
المجموع		٣١	١٠٠٪	

يوضح الجدول (٨) التوزيع النسبي لبيانات فئات خدمات الاتصال بالمواقع الالكترونية و يقصد بوسيلة الاتصال هنا الوسيلة التي يوفرها الموقع للمتصفحين والزائرين للاتصال عن طريقها بالوزارة سواء كان الاتصال بالسيد الوزير أو السادة الوكلاء أو قسم الشكاوى في الوزارة . وقد جاء الاتصال عن طريق البريد الالكتروني بالمرتبة الاولى بمجموع (١٢) تكراراً وبنسبة (٤٧,٧٦٪) حيث لم يتوفر في موقع وزارة النقل وكان متوفراً في باقي المواقع الالكترونية حيث وضعت هذه المواقع البريد الالكتروني الخاص بالاتصال بالوزارة للاستفسار أو لتقديم شكوى معينه . وفي

المرتبة الثانية كان الاتصال عن طريق ارقام الهاتف بمجموع (٩) تكرارات ونسبة (٣٠,٩٢٪) وقد حصلت عليه مواقع وزارات (الكهرباء . التجارة . الاتصالات . الهجرة والمهجرين . الزراعة . النفط . التعليم العالي والبحث العلمي . الداخلية . الدفاع) ، حيث وضعت المواقع الالكترونية ارقاماً للهواتف لغرض الاتصال بقسم الشكاوى أو الاستفسار من موظف خاص بهذا الجانب للرد على اسئلة المواطنين واستفساراتهم أو لتسجيل شكوى معينة ضد موظف أو جهة رسمية تابعة للوزارة , اما المرتبة الاخيرة فكانت للاتصال الحواري المباشر (tahc) ، بتكرار واحد وبنسبة (٢٢,٣٪) ، حيث كان الاتصال الحواري المباشر (tahc) أو الدردشة المباشرة موجودة في موقع وزارة التخطيط فقط وحصلت على المرتبة الثالثة ، وقد تم ملاحظة عدم استخدامها أو الدخول اليها طيلة مدة الدراسة للمناقشة في موضوع أو السؤال أو الاستفسار عن موضوع معين .

كما تم ملاحظة ان الموقع الخاص بوزارة النقل كان يحتوي على حقل تحت مسمى (البريد الالكتروني) ولكنه بالحقيقة غير فعال فقد قام الباحث بالتسجيل في الموقع وتمت عملية التسجيل بنجاح والدخول إلى الموقع بصفة عضو فعال في الموقع ولكن لم يستطيع الدخول إلى موقع البريد الالكتروني حتى بعد التسجيل في الموقع الخاص بوزارة النقل لوجود خلل حال دون الدخول إلى هذه الخدمة , ولابد من الاشارة إلى أهمية الاتصال بالوزارة عن طريق الموقع الخاص بها وما سيوفره من جهد و وقت وتكاليف الذهاب والعودة إلى الوزارة خصوصاً وان المواقع الجغرافية للوزارات تقع في العاصمة بغداد وقد يكون المتصفح الزائر للموقع من محافظة بعيدة قد تبعد ٣٠٠ – ٤٠٠ كم وهذا ما سيوفر عليه عناء السفر ايضاً الذي قد يوفره الاتصال بقسم خاص في الوزارة أو احد مسؤوليها للسؤال عن قانون معين أو ظرف معين أو لتقديم شكوى. اضف إلى ذلك ما قد يقدمه هذا الاتصال من معلومات مهمة قد تفيد الوزارة أو موقعها الالكتروني من خلال ما تحصل عليه من التغذية المرتدة وما تحتويه من اقتراحات قد تصب في مصلحة الوزارة أو موقعها الالكتروني .

جدول (٩) يوضح التوزيع النسبي لفئات الخدمات التفاعلية المستخدمة للأغراض العلمية والبحثية في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	الخدمة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
٢	التصويت الالكتروني	٥	٣٥,٧١٪	الاولى
٣	الاستبيان	٥	٣٥,٧١٪	الاولى
٥	استطلاع الراي	٤	٢٨,٥٧٪	الثانية
٦	الاستفتاء	صفر	صفر ٪	الثالثة
المجموع		١٤	١٠٠٪	

يوضح الجدول (٩) التوزيع النسبي لبيانات فئات الخدمات التفاعلية المستخدمة للأغراض العلمية والبحثية ، وهذه الخدمات هي خدمات توفر إمكانية التصويت الالكتروني داخل الموقع على موضوعات واسئلة معينة تضعها الوزارة داخل موقعها الالكتروني للحصول على اجابة أو راي المتصفحين الزائرين للموقع مع امكانية الاطلاع على النتائج بعد كل تغيير يحصل على النتيجة من خلال مؤشر النتيجة الذي غالباً ما يكون موجوداً اسفل خيارات التصويت ، ويتحدد نوع الخدمة

التفاعليـة مـن خـلال نـوع السـؤال المطـروح في الموقـع فيمـا إذا كان اسـتطلاع رأي أو اسـتفتاء أو اسـتبيان وقـد جـاءت في المرتبة الاولـى فئتي التصويت الالكتروني والاسـتبيان بمجموع (٥) تكرارات وبنسـبة (١٧,٥٣٪) لـكل منهمـا ، اذ توفـر التصويـت الالكترونـي فـي مواقـع وزارات (الكهرباء , التجـارة , الثقافـة , المـوارد المائيـة , النقل) ، وحاز الاسـتبيان على المرتبة نفسـها وتوفر في مواقع وزارات (الكهربـاء , الثقافـة , المـوارد المائيـة , التعليـم العالـي والبحث العلمـي , المالية) . ولوحظ ان موقعـي وزارة التعليـم العالـي والبحـث العلمي و وزارة المالية كانا يحتويان على اسـتمارات اسـتبيان ترسـل بعـد إتمامهـا إلـى الـوزارة عـن طريـق البريـد الالكترونـي ، ولا تحتوي علـى خدمـة التصويت الالكترونـي كمـا فـي بقيـة المواقـع التـي احتوت علـى خدمات الاسـتبيان . في حين حصل اسـتطلاع الـرأي علـى المرتبـة الثانيـة بمجمـوع (٤) تكـرارات ونسـبة (٧٥,٨٢٪) حيـث اسـتخدمته مواقـع (وزارة الكهربـاء و وزارة التجـارة و وزارة الثقافـة و وزارة النقـل) وكان الاسـتطلاع غالباً ما يكون حول آراء المتصفحيـن بالـوزارة أو بالموقـع الالكترونـي الخاص بالوزارة أو بمسـتوى الخدمـات الذي تقدمه الـوزارة . ولـم يحصـل الاسـتفتاء علـى أي تكـرار مما جعله في المرتبـة الاخيرة ، وهذا يشـير إلى عدم اسـتخدامه في المواقـع الالكترونية للـوزارات العراقية .

وأشـارت النتائـج إلـى عـدم وجـود خدمـات تفاعليـة فـي (٥١) وزارة ، والتي تمثلت فـي مواقع وزارات (التخطيـط , العمـل والشـؤون الاجتماعيـة , العدل , الصناعة والمعادن , الاعمار والاسـكان , الاتصـالات , الهجـرة والمهجريـن , الزراعة , الشـباب والرياضة , النفـط , التربية , الصحة , الدفاع , الداخلية , الخارجية) هذه المواقع كانت لا تستخدم الخدمات التفاعلية التي توفرها المواقع الالكترونية وهـذه الخدمـات هـي مـن اهـم ما تتميـز به مواقـع الانترنت والمقصـود بهـا الخدمـات التفاعلية التي تكـون حلقـة اتصـال بين الموقع وجمهـوره لمعرفة مدى رضا الجمهور عن الـوزارة أو عن أداء الوزير أو عن الموقع الخاص بالوزارة من خلال اسـتطلاع للراي أو اسـتبيان أو اسـتفتاء بهذا الشـأن اضافة إلـى امـور كثيـرة قـد يكون للجمهـور راي فيهـا وقد تسـتفيد الـوزارة من معلومـات يقدمهـا الجمهور حـول خدمـة معينـة أو قضيـة ما قد تصـب بالنفع على الـوزارة أو موقعهـا الالكترونـي الخاص بها .

جـدول (١٠) يوضـح التوزيـع النسـبي لفئـات طريقـة التواصـل مـع زوار الموقـع فـي المواقع الالكترونيـة للـوزارات العراقية

ت	طريقة التواصل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التواصل عبر البريد الالكتروني	١٤	٦٠,٨٦٪	الأولى
٢	عدم وجود طريقة للتواصل	٦	٢٦,٠٨٪	الثانية
٣	التواصل عبر القوائم البريدية	٣	١٣,٠٤٪	الثالثة
٤	التواصل عبر المجموعات الإخبارية	صفر	صفر ٪	الرابعة
٥	التواصل عبر رسائل النص الهاتفية	صفر	صفر ٪	الرابعة
المجموع		٢٣	١٠٠٪	

يوضـح الجـدول (١٠) التوزيـع النسـبي لبيانات فئات طريقـة التواصل مع زوار المواقـع الالكترونية

للـوزارات العراقيـة ، والتـي تعنـي تلك الخدمات التـي تُبقي المتصفح على تواصل مسـتمر مع معلومات الموقـع وعلـى اطـلاع دائـم بالمسـتجدات والمتغيـرات التي تطـرأ على الـوزارة أو خدماتهـا أو القوانين الخاصـة بهـا مـن خـلال طـرق مختلفـة ، وغالبـاً مـا تكون هـذه الخدمة تحـت عنوان « ضـع بريدك الالكترونـي هنـا ليصلـك مـا هـو جديـد « أو « ضـع رقم هاتفـك هنا ليصلـك جديدنا « فيقـوم الموقع بالتواصـل أوتوماتيكيـا وارسـال كل مـا هـو جديـد فـي الموقـع إلـى البريـد الالكترونـي أو يتم ارسـال رسـالة نصيـة إلـى رقـم الهاتـف المشـترك بهـذه الخدمة . وقد حـاز التواصل عبـر البريـد الالكتروني المرتبـة الأولـى بمجمـوع (٤١) تكـراراً وبنسـبة (٦٨,٠٦٪) ، حصلـت عليهـا المواقـع التي توفر التواصـل عبـر البريـد الالكترونـي وكانـت (٤١) موقعـاً وهـي مواقـع وزارات (التجـارة , الثقافـة , الاعمـار والاسـكان , الاتصـالات , الهجـرة والمهجرين , النفـط , التربية , النقـل , المالية , الصحة , الزراعـة , الداخليـة , الدفـاع , التعليـم العالـي والبحث العلمـي) , في حين كانت المرتبـة الثانية لفئة عـدم وجـود طريقـة للتواصـل بمجمـوع (٦) تكرارات ونسـبة (٨٠,٦٢٪) ، والتي تمثلـت في مواقع وزارات (الكهربـاء , المـوارد المائيـة , العمـل والشـؤون الاجتماعيـة , العـدل , الصناعـة والمعادن , الخارجيـة) , أمـا المرتبـة الثالثـة فكانت للتواصل عبـر القوائم البريدية بمجموع (٣) تكرارات ونسـبة (٤٠,٣١٪) ، حيـث توفـر فـي (موقـع وزارة التخطيـط وموقع وزارة الشـباب والرياضـة وموقع وزارة الدفـاع العراقيـة) . ولـم يحصـل التواصل عبـر المجموعات الإخبارية أو عبر رسـائل النـص الهاتفية علـى أي تكـرار لعـدم اسـتخدامها فـي المواقـع الالكترونيـة للـوزارات وبذلك احتلـت المرتبـة الرابعة .

جـدول (١١) يوضـح التوزيع النسـبي لفئات التفاعل فـي المواقع الالكترونية للوزارات العراقية

ت	نوع التفاعل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عدم إمكانية التفاعل مع المواضيع	١٢	٣٤,٢٨٪	الأولى
٢	إمكانية إرسال الموضوع إلى صديق	٨	٢٢,٨٥٪	الثانية
٣	إمكانية طباعة الموضوع	٧	٢٠٪	الثالثة
٤	إمكانية مشاركة موضوع	٥	١٤,٢٨٪	الرابعة
٥	إمكانية التعليق أو الرد على الموضوع	٢	٥,٧١٪	الخامسة
٦	إمكانية حفظ الموضوع	١	٢,٨٥٪	السادسة
٧	إمكانية الإعجاب بموضوع	صفر	صفر ٪	السابعة
المجموع		٣٥	١٠٠٪	

يوضـح الجـدول (١١) التوزيع النسـبي لبيانات فئات التفاعل مع الموضوعات المنشـورة في المواقع الالكترونيـة للـوزارات العراقيـة ، و التفاعـل أو التفاعليـة تطلـق هذه السـمة على الدرجـة التي يكون فيهـا للمشـاركين فـي عمليـة الاتصال تأثيراً علـى أدوار الآخرين ، وباسـتطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارسـتهم الممارسـة المتبادلة أو التفاعلية . وقد حازت على المرتبة الأولى فئة عدم إمكانية التفاعل مـع الموضوعـات المنشـورة في المواقـع الالكترونية للوزارات العراقية وبمجموع (٢١) تكراراً بنسـبة (٨٢,٤٣٪) ، وهـي مواقـع (الكهربـاء , التخطيط , الثقافة , العـدل , الصناعة والمعادن . الاتصالات , الهجـرة والمهجريـن , الزراعـة , النفـط , التربيـة , النقـل , وزارة الصحـة) ، وهـذه المواقع لا يمكن للمتصفحيـن التفاعـل مـع محتوياتهـا وهـي بذلك لم تسـتفد من أهم المميـزات التي تتميز بهـا المواقع

الالكترونيــة وهــي التفاعـل الآنــي والتغذيــة الفوريــة المرتدة من خــلال تعليق الزوار فــي الموقع على الموضوعـات المنشـورة وإمكانيــة الـرد أو الإجابة الفورية على استفسـارات المتصفحين حول منشـور مـا أو تقييـم موضـوع مـا مـن خلال عـدد الإعجاب الـذي يحصـل عليه هـذا الموضوع . أمـا المرتبة الثانية فتشـير إلى إمكانية إرسـال الموضوع لصديق بمجموع (٨) تكرارات وبنسـبة (٢٢,٨٥٪) ، وهـذه الخدمـة تُمكـن المتصفـح في حال قراءة موضوع أو خبر من ارسـاله إلى صديـق له عبر ايقونة موجـودة اسـفل الموضوع تحمل عنوان " ارسـال إلى صديق " أو ارسـال بالبريـد الالكتروني . احتوت هـذه الخدمـة (٨) مواقـع الكترونية هي مواقع وزارت (الموارد المائية , العمل والشـؤون الاجتماعية , الاعمار و الاسـكان , الشـباب والرياضة , التعليم العالي والبحث العلمي . المالية , الدفاع , الداخلية) , امـا المرتبـة الثالثـة كانـت لفئـة إمكانية طباعـة الموضوع بمجمـوع (٧) تكرارات وبنسـبة (٢٠٪) وحصلـت عليهـا (٧) مواقـع الكترونيـة للـوزارات العراقيـة وهـي مواقـع وزارت (المـوارد المائية , الاعمـار والاسـكان , الشـباب والرياضـة , التعليم العالي والبحث العلمـي , المالية , الدفاع , الخارجية) , اذ يكـون طباعـة الموضـوع في هـذه المواقع بالضغط على ايقونة ترمز إلى شـكل طابعة الكترونية وغالباً ما توجد اسـفل الموضوع وعند الضغط عليها يأخذ الحاسـوب أمراً مباشـراً للطباعة وليس على المتصفـح سـوى الضغـط علـى كلمة موافـق أو (OK) لتتم طباعة الموضوع بسـهولة . أما المرتبة الرابعة فكانت لفئة إمكانية مشـاركة موضوع بمجموع (٥) تكرارات ونسـبة (١٤,٢٨٪) ، وقد تبين ان (٥) مواقـع الكترونيــة لـوزارات عراقية تتمتع بهذه الخاصية وهي مواقع وزارت (العمل والشـؤون الاجتماعية , الإعمار والإسـكان , الشـباب والرياضة , التعليم العالي والبحث العلمي , الدفاع) حيث تتم مشـاركة الموضوعات المنشـورة في محتويات الصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة . امـا فئـة إمكانيــة التعليق أو الرد على موضوع حازت على المرتبة الخامسـة بمجموع تكرارين وبنسـبة (٥,٧١٪) حيـث توفـرت فـي موقعيـن وهما (موقع وزارة التجـارة وموقع وزارة الشبـــاب و الرياضة) اذ توفـرت إمكانيــة التعليـق علـى المواضيـع فـي كل مـن الموقعيـن فـي حين حـازت علـى المرتبة السادسـة إمكانيـة حفـظ الموضـوع بتكرار واحد وبنسـبة (٢,٨٥٪) حيث يتم حفـظ الموضوع بصورة مباشـرة مـن داخـل الموقـع و حصل عليهـا موقع وزارة الإعمار والإسـكان فقط , في حيـن لم تكن فئة إمكانيــة الإعجـاب بموضـوع متوفـرة ولـم تحصل علـى أي تكـرار وبذلك فقد كانـت بالمرتبـة الأخيرة .

جدول (١٢) يوضح التوزيع النسـبي لفئات خدمات الربط من داخل المواقع الالكترونيـة للوزارات العراقية بمواقع أخرى

ت	اسم الموقع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	مواقع الكترونية تابعة للوزارة	18	24.65%	الأولى
2	FACEBOOK	16	21.91%	الثانية
3	YOUTUBE	15	20.54%	الثالثة
4	TWITTER	11	15.06%	الرابعة
5	مواقع ذات صلة	11	15.06%	الرابعة
6	INSTAGRAM	2	2.73%	الخامسة
المجموع		73	100%	

يوضح الجدول (١٢) التوزيع النسبي لبيانات فئات خدمات الربط من داخل موقع الوزارة بمواقع أخرى و خدمات الربط بمواقع اخرى هي خدمات يوفرها الموقع للمتصفحين أو الزائرين من خلال توفير روابط أو ايقونات تابعة لمواقع اخرى ذات صلة بالوزارة أو تابعة لها أو مواقع التواصل الاجتماعي ، وبمجرد الضغط على هذا الرابط أو تلك الايقونة يتم التحويل مباشرة إلى الموقع الذي تم الضغط على الرابط الخاص به . وقد حازت فئة المواقع الالكترونية التابعة للوزارة على المرتبة الاولى بمجموع (١٨) تكراراً ونسبة (٢٤,٦٥٪) ، حيث لم تتوفر في مواقع (٤) وزارات وهي مواقع (الهجرة والمهجرين و الشباب والرياضة و النفط و التعليم العالي والبحث العلمي) ،وتوفرت في جميع المواقع الالكترونية الاخرى التي تخص الوزارات العراقية.

جدول (١٣) يوضح التوزيع النسبي لفئات الوسائط المتعددة المستخدمة في المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية

ت	الفن المستخدم	استخدام النص	استخدام الصورة	استخدام الفيديو	استخدام الصوت	فلاش متحرك	المرتبة
		٪ التكرار	٪ التكرار	٪ التكرار	٪ التكرار	٪ التكرار	
١	الاخبار	٪١٠٠ ٢٢	٪١٠٠ ٢٢	٪٩,٠٩ ٢	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	الاولى
٢	الاعلانات	٪٩٠,٩١ ٢٠	٪٥٤,٥٤ ١٢	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	الثانية
٣	التقارير الصحفية	٪١٠٠ ١٠	٪٢٠ ٢	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	الثالثة
٤	التحقيقات الصحفية	٪١٠٠ ٥	٪٢٠ ١	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	الرابعة
٥	المقالات الصحفية	٪١٠٠ ٥	٪٢٠ ١	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	صفر٪ صفر	الرابعة

يوضح الجدول (١٣) التوزيع النسبي لبيانات فئات الوسائط المتعددة المستخدمة في المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية . والوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي ، ويمكن استخدام واحدة من هذه الوسائط أو اكثر أو يمكن استخدامها جميعها في مضمون صفحات مواقع الانترنت المختلفة . وقد حصلت فئة الاخبار المنشورة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية على المرتبة الاولى في استخدام الوسائط المتعددة ، حيث استخدمت النص بمجموع (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٠٠٪) كما استخدمت الصورة بمجموع (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٠٠٪) مع الاخبار المنشورة في صفحات المواقع الالكترونية للوزارات العراقية ، وكان استخدام الفيديو بمجموع تكرارين وبنسبة (٩,٠٩٪) ، ولم يحصل الصوت او الفلاش المتحرك على أي تكرار وهذا يشير الى عدم استخدامها في هذه المواقع ، فيما احتلت المرتبة الثانية فئة الاعلانات المنشورة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية في استخدامها للوسائط المتعددة حيث استخدمت النص بمجموع (٢٠) تكراراً و بنسبة (٩٠,٩١٪) ، كما استخدمت الصورة بمجموع (١٢) تكراراً وبنسبة (٥٤,٥٤٪) ، ولم يحصل الفيديو او الصوت او الفلاش المتحرك على أي تكرار وهذا مؤشر على عدم استخدام هذه الوسائط مع الاعلانات في

المواقع الالكترونية للوزارات العراقية ، اما المرتبة الثالثة فكانت للتقارير الصحفية حيث استخدمت النص بمجموع (١٠) تكرارات وبنسبة (١٠٠٪) واستخدمت الصورة بتكرارين و بنسبة (٢٠٪) في مواقع الوزارات التي نشرت تقارير صحفية ضمن صفحاتها الالكترونية على شبكة الانترنت ، وتجدر الاشارة الى ان عشر مواقع فقط من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية نشرت تقارير صحفية على صفحاتها الالكترونية مثل مواقع (وزارة التخطيط و وزارة الهجرة والمهجرين و وزارة التجارة وغيرها)، في حين كانت المرتبة الاخيرة لكل من فئة التحقيقات وفئة المقالات الصحفية حيث استخدم كل منهما النص بمجموع (٥) تكرارات و بنسبة (١٠٠٪) و الصورة بتكرار واحد وبنسبة (٢٠٪) في مواقع الوزارات الالكترونية التي نشرت تحقيقات ومقالات صحفية في مواقعها على شبكة الانترنت، ويتضح ان خمس وزارات فقط نشرت تحقيقات و مقالات صحفية على صفحاتها الالكترونية مثل مواقع (وزارة الزراعة و وزارة النفط و وزارة الزراعة) .

مما تقدم يتبين ان المواقع الالكترونية للوزارات العراقية قد اهملت جانباً مهماً من خدمات الوسائط المتعددة التي توفرها المواقع الالكترونية مثل الفيديو الذي لم يستخدم إلا في موقعين من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية والتي بلغ عددها (٢٢) موقعاً اما الصوت والفلاش المتحرك فلم يستخدم نهائياً في هذه المواقع . ان الوسائط المتعددة هي اهم ما يميز المواقع الالكترونية عن غيرها من الوسائل حيث يمكن استخدام احدها أو مجموعة منها أو استخدامها جميعاً وهذا ما يضيف فاعلية وحركة إلى مضمون الموقع إضافة إلى الاستخدامات الاخرى مثل التعليم والتوضيح وغيرها من الوظائف التي لم تستغلها المواقع الالكترونية في الوزارات العراقية .

النتائج

١ – تشير بيانات الدراسة الميدانية الى أن نسبة (٢٠,٣٣٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية وضعت الهيكل التنظيمي الخاص بالوزارة ضمن محتويات الموقع ، وان نسبة (١٦,٩٤٪) منها احتوت على صورة لعلم العراق في المواقع الخاصة بها ، كما وضحت النتائج ان نسبة (١١,٨٦٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية فقط احتوت على مؤشر للوقت (ساعة) على الصفحات الخاصة بها ، وان نسبة (١٠,١٦٪) منها عرضت العنوان و الموقع الجغرافي الخاص بالموقع واشارت النسبة نفسها الى عرض خارطة العراق واشارت الى الطقس بالنسبة ذاتها.
٢ – كشفت بيانات الدراسة الميدانية ان نسبة (٧٧,٢٧٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت تدعم اللغة الانكليزية مع اللغة العربية.
٣ – أظهرت بيانات الدراسة الميدانية أن نسبة (٦٨,١٨٪) من الروابط في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت تعمل وان نسبة (٣١,٨٢٪)لا تعمل في تلك المواقع .
٤ – أشارت بيانات البحث الميدانية إلى وجود محرك للبحث داخل مواقع الوزارات بنسبة (٧٣,٠٧٪) .
٥ – تشير بيانات البحث الميدانية إلى أن نسبة (٦٣,٦٤٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت تحدث معلومات مواقعها بشكل يومي وان نسبة (٣٦,٣٦٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت تحدث معلوماتها بصورة غير منتظمة .

٦- أظهرت بيات البحث الميدانية أن نسبة (٦٣,٦٤٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت لا تعرض وقت أو تاريخ التحديث وان نسبة (٣٦,٣٦٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت تعرض تاريخ التحديث فقط .

٧- أشارت بيانات البحث الميدانية إلى عدم وجود مؤشر لعدد الزوار بنسبة (٢٣,٥٢٪) في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية وان نسبة (١٩,٦٠٪) من المواقع كانت تحتوي على مؤشر لعدد الزوار في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية .

٨- تشير بيانات البحث الميدانية الى ان الاتصال عن طريق البريد الالكتروني كان متوفراً في بنسبة (٦٧,٧٤٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية ، وان نسبة (٢٩,٠٣٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت توفر الاتصال بالوزارة عن طريق الهاتف ، وتوفر الاتصال الحواري (chat) بنسبة (٣,٢٢٪) فقط في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية.

٩- اشارت البيانات الى ان نسبة (٣٥,٧١٪) من المواقع تتوفر فيها خدمات الاستبيان والتصويت الالكتروني ، وان نسبة (٢٨,٥٧٪) من المواقع احتوت على خدمة استطلاع الراي الالكترونية .

١٠- اشارت البيانات الى ان نسبة (٦٠,٨٦٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كانت توفر خدمة التواصل مع الزائرين عبر البريد الالكتروني ، وان نسبة (٢٦,٠٨٪) من المواقع لم تتوفر فيها أي وسيلة للتواصل مع الزائرين .

١١- اشارت البيانات الى ان نسبة (٣٤,٢٨٪) من المواقع الاليكترونية للوزارات العراقية لا تتوفر فيها امكانية التفاعل مع الموضوعات المنشورة على صفحاتها الاليكترونية .

١٢- اظهرت نتائج البحث ان نسبة (٢٤,٦٥٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية يمكنها الانتقال من صفحتها الى مواقع الكترونية تابعة لها عبر روابط من داخل الموقع ، وان نسبة (٢١,٩١٪) من المواقع تحتوي على رابط للنقل الى موقع الفيس بوك من داخل الموقع .

١٣- أظهرت نتائج البحث ان جميع المواقع الالكترونية للوزارات العراقية استخدمت النص والصورة في الأخبار المنشورة في مواقعها بنسبة (١٠٠٪) واستخدمت الفيديو بنسبة (٩,٠٩٪) ، وان نسبة (٩٠,٩١٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية استخدمت النص في الإعلانات المنشورة في موقعها ، و استخدمت الصورة بنسبة (٥٤,٥٤٪) في الإعلانات المنشورة على مواقعها .

١٤- وضحت النتائج إن المواقع الالكترونية للوزارات العراقية والتي نشرت تقارير صحفية استخدمت النص بنسبة (١٠٠٪) في التقارير الصحفية المنشورة في صفحاتها ، واستخدمت الصورة بنسبة (٢٠٪) مع التقارير المنشورة في المواقع الالكترونية للوزارات ، اما المواقع التي نشرت تحقيقات ومقالات صحفية في صفحاتها استخدمت النص في التحقيقات والمقالات الصحفية بنسبة (١٠٠٪) و استخدمت الصورة معها بنسبة (٢٠٪) ، فيما لم تستخدم المواقع الفيديو أو الصوت او الفلاشات المتحركة في نشاط عملها في الأخبار والإعلانات والتحقيقات والتقارير والمقالات الصحفية باستثناء استخدام نسبة (٩,٠٩٪) من المواقع الالكترونية للوزارات العراقية للفيديو مع الأخبار المنشورة في موقعي (وزارة العدل و وزارة الدفاع) .

الاستنتاجات

١- هناك عدد من مواقع الوزارات العراقية لا تدعم اللغة الإنكليزية وبذلك فان المتصفح الزائر الذي لا يجيد العربية لا يمكنه الاستفادة من هذه المواقع سواء كان الزائر المتصفح للموقع جهة حكومية خارجية أو أفراد وافدين للسياحة داخل العراق او شركات لتقديم الخدمات .

٢- الملاك المتخصص بصيانة المواقع الالكترونية للوزارات العراقية لا يقوم بواجبه بشكل صحيح او قد لا يوجد ملاك للمتابعة والصيانة فقد وجد الباحث ان هناك روابط لا تعمل في عدد من المواقع وبقيت متعطلة عن العمل طيلة مدة الدراسة .

٣- اكثر من نصف المواقع الالكترونية للوزارات العراقية لا تحتوي على مؤشر خاص بعدد زوار الموقع وهذا يدل على عدم متابعة قسم العلاقات العامة والاعلام لنشاط تلك المواقع في تلك الوزارات حيث ان عدد الزوار هو المؤشر الحقيقي لنشاط الموقع من خلال عدد المتصفحين المتفاعلين مع الموقع فاذا كان عدد الزوار مبهماً فكيف سنقيم نشاط الموقع وفاعليته.

٤- ان نسبة جيدة من المواقع الالكترونية الخاصة بالوزارات العراقية ذكرت معلومات تفصيلية عن طريقة الاتصال بالوزارة من خلال مواقعها ووضعت البريد الالكتروني وارقام هواتف خاصة بها .

٥- استنتج الباحث أن عدداً غير قليل من المواقع لا تتضمن الخدمات التفاعلية الخاصة بالدراسات والبحوث العلمية مثل الاستبيان او الاستفتاء او استطلاع الراي او التصويت الالكتروني وهذا مؤشر اخر على عدم استغلال المواقع الرسمية للوزارات العراقية لإمكانيات خدمات شبكة الانترنت على الصفحات الرسمية لها ذلك لان التفاعلية هي من اهم الصفات التي يتميز بها الانترنت ويمكن الاستفادة من هذا الجانب في استطلاع الراي لتقييم عمل الوزارة او عمل الوزير او العمل في استبيان الكتروني لموضوع معين او الاستفتاء على موضوع او قضية ما .

٦- تحديث معلومات المواقع الالكترونية للوزارات العراقية كان يتم بشكل يومي في ثلثي المواقع الخاصة بالوزارات العراقية في حين كان غير منتظم في الثلث الاخر .

٧- في ضوء نتائج التحليل تبين ان اكثر من نصف المواقع لا تهتم بوجود تاريخ او وقت تحديث المعلومات والبيانات مما يعني عدم الاهتمام بعملية التجديد والديمومة للموقع .

٨- هناك عدد غير قليل من المواقع لا تتوفر فيها خدمة التفاعل في الموضوعات المنشورة ضمن صفحاتها مثل التعليق او الدردشة او الاعجاب بموضوع معين والذي سيوفر معلومات عن الوزارة ومستوى الرضا عن خدماتها ويمكن من خلاله توضيح أي لبس في المنشور او تقديم تفاصيل اكثر للمتصفحين داخل الموقع كان بإمكان قسم العلاقات العامة والاعلام الاستفادة منها من خلال معرفة التغذية المرتدة التي تكون فورية في المواقع الالكترونية .

٩- استنتج الباحث ضعف استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للوزارات العراقية مشيراً الى ان قسم العلاقات العامة والاعلام في جميع الوزارات لم يستخدم الوسائط المتعددة بصورة صحيحة واقتصر استخدامه للصورة اضافة الى النص المكتوب واستخدم الفيديو في موقعين فقط.

التوصيات

١- تخصيص فريق عمل في كل وزارة من الوزارات العراقية يتكون من ملاك هندسي الكتروني لديه مؤهلات علمية واطلاع واسع في صيانة المواقع الالكترونية والحفاظ على استمرارية عملها وتوفير الطاقة الكهربائية المستمرة لسيرفرات الموقع لتجنبها التوقف والعمل على مدار الساعة .

٢- اختيار موظفين يحملون شهادات جامعية من كلية الإعلام للعمل في قسم العلاقات العامة في الوزارات العراقية وتكليف عدد منهم لمتابعة الموقع الالكتروني للوزارة والعمل على تقويم نشاطه ورفده بالأخبار والإعلانات والتقارير الصحفية والمقالات الصحفية .

٣- توفير خدمات اتصال مباشرة بالزوار داخل الموقع مثل خدمة الدردشة او الماسنجر للتواصل مع المتصفحين بشكل مباشر وتخصيص وقت معين للتواجد والاجابة على اسئلة واستفسارات الزائرين .

٤- تفعيل خدمات محرك البحث داخل المواقع الالكترونية لجميع الوزارات العراقية وذلك لما فيه من فوائد تختصر على المتصفح الجهد والوقت .

٥- استخدام الوسائط المتعددة في محتويات المواقع الالكترونية للوزارات العراقية مثل الفيديو والصوت والصورة والفلاشات المتحركة لما تضيفه من توضيح وتختصر فيه الكثير من الكلمات.

المصادر والمراجع

١. د. عبد الامير الفيصل ، دراسات في الاعلام الالكتروني ، ط١ ، (العين ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٤) ، ص٢٤٧ .
٢. د. فيصل ابو عيشة ، الاعلام الالكتروني ، (عمان ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) ، ص٢٥.
٣. زياد القاضي وآخرون ، مقدمة الى الانترنت ، ط١،(عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) ، ص٢٨.
٤. د. عبد الامير الفيصل ، مصدر سابق ، ص٢٥٢.
٥. د. حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، ط٢ (القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٧)، ص ٤٧ .
٦. عبدالباسطمحمدعبدالوهاب،استخدامتكنولوجياالاتصالفيالإنتاجالإذاعيوالتلفزيوني، (الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ،٢٠٠٥) ، ص٢٦٥.
٧. بن حمودة ليلي ، الاستخدام السلمي للفضاء الخارجي ، ط١ ، (الجزائر، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر ، ٢٠٠٧) ، ص١٢٠.
٨. سعد لبيب , مدخل لدراسة الاختراق الاعلامي في المنطقة العربية , ط ٢ , (القاهرة , معهد البحوث والدراسات العربية , ١٩٩٩) , ص ٤٧ .
٩. محمود الرشيدي , العنف في جرائم الانترنت , ط١ , (القاهرة , الدار المصرية اللبنانية , ٢٠١١), ص ٢٢ .
١٠. بهاء شاهين , شبكة انترنت , ط٢ , (القاهرة , كيبو ساينس العربية لعلوم الحاسب ١٩٩٦) , ص ٤٠ .
١١. شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا النشر الصحفي ، الاتجاهات الحديثة ، ط١ ،(القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠١) ، ص١٢٣.
١٢. د. محمد فلحي ، النشر الالكتروني ، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة ، ط١ ،(عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع) ، ص٦٧ .
١٣. سعيد النجار ، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية ،(القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣) ، ص٢٣٣ .
١٤. جليلة عبدالله خلف ، الوظيفة الاخبارية للبوابات الالكترونية ، ط١ ،(الامارات العربية المتحدة ، دار الكتاب

الجامعي ، ٢٠١٤)، ص٩٧.
١٥. عبد اللطيف صوفي ، المعلومات الالكترونية والانترنت في المكتبات ، (قسنطينة ، مطبوعات جامعة منتوري ، ٢٠٠١) ، ص٢٠.
١٦. Cawkell ,E " Electronic information processing and publishing – problem and opportunities " , journal of information science , vol ٣, no. ٢ , p ١٨٩ .
١٧. شريف اللبان ، تكنولوجيا الاتصال « قضايا معاصرة « ، (القاهرة ، المدينة برس ، ٢٠٠٣) ، ص١٣٢.
١٨. ابو السعود ابراهيم ، محمد عبدالهادي ، النشر الالكتروني ومصادر المعلومات الالكترونية ، (القاهرة ، دار الثقافة العلمية ، ٢٠٠١) ، ص١٢.
١٩. شريف شاهين ، مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات ،(القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٠) ، ص٤٢.
٢٠. عماد الحداد ، التجارة الالكترونية ، (القاهرة ، مكتبة الاسرة ، ٢٠٠٠) ، ص ٤٤ .
٢١. حلمي محسب ، اخراج الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ،(قنا،جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب ، قسم الاعلام ،٢٠٠٤) ص٢١٩ .
٢٢. د. هشام محمود عزمي ، مواقع المكتبات والمعلومات « دراسة تحليلية لشبكة الانترنت « ،(مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، سلسلة ١٧ ، العدد٤ ، ١٩٩٧) ، ص٣٤ .
٢٣. نورة ناصر الهزاني ، الخدمات الالكترونية في الاجهزة الحكومية ، (الرياض ، السلسلة الأولى ، العدد (٤٧) ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠٠٨) ، ص٨٩ .
٢٤. https://ar.wikipedia.org/wiki. ٢٠١٦/٣/٢٨ .
٢٥. د. محمد فلحي ، مصدر سابق ، ص١٣١ .
٢٦. http://www.w٣schools.com/ ٢٠١٦/٣/٢٩
٢٧. عمر الأمين ، تصميم نواقع انترنت ، (القمرية للنشر الحر ، بدون مكان نشر) ، ٢٠١٣ ، ص ٥ .
٢٨. مروة محمد كمال الدين ، مستقبل طباعة الصحف رقمياً ، (القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٧) ، ص٣٢ .
٢٩. احمد فهمي عبد المنعم عميرة ، بناء المواقع الالكترونية ذات الطابع الديناميكي ، ط١، (بدون مكان نشر ، مكتبة حسونة ، ٢٠١١) ، ص٩.
٣٠. http://mixseogy.blogspot.com/٢٠١٥/٠٢/post.html-blog .
٣١. http://www.science-union.com/forum/viewtopic.php?t=٢٧٣٦ / ٢٠١٦/٣/٣١
٣٢. شريف الليان ، الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدام الوسائل التكنولوجية في الاخراج الصحفي ،(المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد السابع ، يناير ، ٢٠٠٠ ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٠) ، ص١١١ .
٣٣. نجوى عبد السلام فهمي ، تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية ، (المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد (٤) ايلول ١٩٩٨ ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٩٨) ص٢١٤ .
٣٤. مها صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الالكترونية على شبكة الانترنت ، (رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٤) ، ص٢٠٣ .
٣٥. بهاء شاهين ، مرجع سابق ، ص١٧١ .
٣٦. مها صلاح ، مرجع سابق ، ص٢٠٨ .
٣٧. عباس مصطفى صادق ، الصحافة والكمبيوتر،(القاهرة ، الدار العربية للعلوم ، ٢٠٠٥) ص١١٢ .
٣٨. جليلة عبدالله خلف ، مصدر سابق ، ص١٤٢ .

أ .م د سحر خليفة سالم - الجامعة العراقية / كلية الاعلام / قسم الصحافة
م د وداد غازي - جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم الصحافة