

التفاعلية ووسائلها في القنوات التلفزيونية الجزائرية
قناة النهار الإخبارية أنموذجاً

**The Means of Interactivity in the Algerian TV Channels
Ennahar News Channel as a Model**

صدّام حسين قيراد^{1(*)}، باية سي يوسف^(**)

تاريخ الاستلام: 2021/07/02 تاريخ القبول: 2021/11/26

Abstract :

This study examines the state of interactivity in the Algerian television channels and the extent of their interaction with their audience by displaying the most important forms of interaction and the means used to achieve it, with a focus on Ennahar News Channel, relying on both surveys and the case study methods through the use of questionnaires, interviews and observation as key scientific tools to collect information from a sample of Ennahar TV journalists. In this study, it is argued that journalists rely on new and old means in order to achieve the greatest degree of interactivity that can only be embodied by responding to the

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع التفاعلية في القنوات التلفزيونية الجزائرية ومدى تفاعل هذه القنوات مع جمهورها، مع إبراز أهم أشكال التفاعل والوسائل المستخدمة لتحقيقه وما يمكن أن تحققه قناة النهار الإخبارية كنموذج من هذه الميزة الاتصالية.

واعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي ومنهج دراسة حالة مع توظيف الإستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات بحث علمية لجمع المعلومات من أفراد العيّنة الذين هم مجموعة من صحفيي قناة النهار

^(*)- كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، kirathamza1@gmail.com

^(**)- كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، mimi1407@live.fr

public's questions and inquiries as well as encouraging them to practice citizen journalism. In addition, it aims, through its interaction with the public, to develop and promote Public service that puts the public at the center of its process and attention.

Key words:

Interactivity, TV channels, new media, social networks, Algeria.

الإخبارية.

و توصلت الدراسة إلى جُملة من النتائج أهمها أن الصحفيين يعتمدون على وسائل وأجهزة جديدة وأخرى قديمة من أجل تحقيق أكبر قدر من التفاعلية التي تتجسد من خلال الرد على أسئلة واستفسارات الجمهور المطروحة، وتشجيعهم على ممارسة صحافة المواطن ، كما تهدف من خلال تفاعلها مع الجمهور إلى تطوير وترقية الخدمة العمومية التي تضع الجمهور في قلب العملية الإعلامية ومركز اهتمامها .

كلمات مفتاحية: التفاعلية ، القنوات التلفزيونية ، الوسائط الجديدة ، شبكات التواصل الاجتماعي،تكنولوجيات التشبيك .

مقدمة:

شهدت تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديدة تطورات كبيرة على الصعيد التقني خاصة ما تعلق بتكنولوجيات التشبيك المتمثلة أساسا في تكنولوجيات الأقمار الصناعية والإنترنت والهواتف الذكية ، و انعكست هذه التطورات على نشاطات الأفراد والمجتمعات في كل ميادين الحياة الاجتماعية ، الاقتصادية ، الثقافية و الإعلامية . ولعلّ الميدان الإعلامي هو أكثر الميادين تأثراً بثورة الوسائط الجديدة للاتصالات لأنه ميدان يتطلب إنتاج الرسائل وبثها ونقلها باستخدام وسائل عديدة بأقل وقت وجهد ممكن وهذا هو معيار التنافس بين مختلف وسائل الإعلام المحلية والأجنبية التي تسعى لكسب أكبر عدد ممكن من الجمهور والحفاظ عليه كعنصر هام من عناصر المؤسسة الإعلامية .

فقد أثرت الوسائط الجديدة الفضاء الإعلامي والاتصالي بجملة من السمات والمزايا التي لم تكن متاحة من قبل أو كانت متاحة بشكل بدائي في وقت مضى ، ولعلّ أهم تلك المزايا نجد ميزة التفاعلية التي تعتبر المحرك الأساسي للعملية الاتصالية التي لا يمكن أن

تتم بدون أخذ ورد بين القائم بالاتصال والمتلقي ، فبفضل التفاعلية يكون الاتصال منتجا للأفكار والمعاني التي من شأنها إثراء النقاشات وتقديم الحلول لمختلف المشاكل والقضايا المطروحة . وللتفاعلية أشكال ومستويات مختلفة ، وتتم بواسطة وسائل عديدة سواءاً كانت قديمة أو جديدة وهذا حسب السياق والظروف التي تتم فيه عملية الاتصال والتي تفرض على المستخدم بصفة عامة والصحفي بصفة خاصة توظيف الوسيلة التي يراها مناسبة في تحقيق تفاعلية أكبر بينه وبين زملائه الصحفيين من جهة وبينه وبين الجمهور وذوي الاختصاص من جهة أخرى وهذا كله يصبّ في غاية تحسين الخدمة العمومية في الإعلام وتحقيق أكبر قدر ممكن من الاحترافية في الممارسة .

و تكمن أهمية هذه الدراسة وموضوعها المتمحور حول التفاعلية ووسائلها في القنوات التلفزيونية الجزائرية في كونه موضوعاً جديداً وراهنما مما سيسمح بتسليط الضوء على التطورات التي شهدتها وسائل التفاعلية ومستوياتها ، وهذا في ظل الانفتاح التكنولوجي الذي شهدته الجزائر من جانبيين أولهما انفتاح إعلامي سمح بميلاد قنوات تلفزيونية خاصة وانفتاح تقني بفضل شبكة الإنترنت وتطبيقاتها التفاعلية المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي التي حملت مشعل المرحلة الجديدة من مراحل التفاعلية في الفضاء الإعلامي والاتصالي .

سنعتمد في هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة والمنهج المسحي ، فمنهج دراسة الحالة سيمكننا من أخذ قناة النهار كنموذج لدراسة واقع التفاعلية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الإخبارية والمنهج المسحي سيمكننا من مسح مجموعة من صحفيي القناة لمعرفة الوسائل والدعامات التي يستخدمونها في تحقيق التفاعلية مع جمهور القناة وأشكال ومستويات هذه التفاعلية والميزة المضافة لها .

كما سنوظف الأدوات البحثية التالية : الاستمارة الاستبائية بنوعها الورقية والإلكترونية و التي سنوزعها على عينة الدراسة وهم مجموعة من صحفيي قناة النهار المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الجمهور ، كما سنعتمد على أداة المقابلة بالإضافة إلى الملاحظة العلمية ، وذلك بالنظر إلى أهداف الدراسة والمناهج الموظفة .

وعليه يتمثل مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته هو مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي من الصحفيين الجزائريين العاملين بقناة النهار الإخبارية في حدود 30 صحفي

من مختلف الأقسام (تم توزيع 30 استمارة ورقية وإلكترونية على الصحفيين واسترجاعها بالكامل) إضافة إلى إجراء مقابلات وانطلاقاً مما سبق، سنقوم باختيار العينة القصصية.

ولهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على سؤال الإشكالية التالي:

كيف يتفاعل صحفيو قناة النهار الإخبارية مع الجمهور؟

وللإجابة على هذا السؤال الجوهرى، نطرح جملة من الفرضيات كما يلي:

- يتفاعل صحفيو قناة النهار الإخبارية مع الجمهور باستخدام وسائل جديدة وقديمة في نفس الوقت.

- تختلف مستويات التفاعلية في قناة النهار حسب نوع الوسيط المستخدم.

- تحاول قناة النهار إشراك الجمهور في العملية الإعلامية من خلال تفاعلها معه.

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

1. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1.1 التفاعلية:

- لغة: إن كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، Inter وتعني بين أو فيما بين، و actives وتعني الممارسة في مقابل النظرية وعليه، عندما نترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية فيكون معناه ممارسة بين إثنين أي تبادل وتفاعل بين شخصين¹ (خالد زعموم، السعيد بومعيزة، 2007، ص 26) وعليه معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل الذي يتم من خلال الاتصال بين شخصين، إذن فهي فعل اتصالي قديم، غير أنّ مفهوم التفاعلية يتضح أكثر من خلال الممارسات الاتصالية الجديدة التي تميّز شبكات التواصل الاجتماعي وهي نتيجة حتمية للعلاقات بين جمهور المستخدمين والأجهزة الذكية.

إن مفهوم التفاعلية في العصر الحديث أجبر منظري ومفكري نظريات الاتصال في إعادة النظر في نموذج لاسويل الذي طرحه عام 1948 (من يقول؟ ماذا؟ بأية وسيلة؟

¹ خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص 26.

لمن؟ وبأي تأثير؟) وهو نموذج تدفق الاتصال في اتجاه واحد، في حين نجد أن التفاعلية الحقيقية الناتجة عن التطورات التكنولوجية الحديثة يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهات متعددة.

قدّم الباحثون جملة من التعريفات للتفاعلية من عدّة نواحي نذكرها فيما يلي:
- مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم:

" إن التفاعلية هي تلك الطريقة التي يسلكها المستخدم في معالجة البيانات باستخدام نظام الإعلام الآلي عن طريق إجراء محادثات وتبادل الأسئلة والأجوبة " ²
". التفاعلية هي مدى إمكانية المستخدمين المشاركة في تعديل شكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي " ³.

وعليه يتضح أن مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم يقصد بها تلك العلاقة القائمة بين المستخدم وتطبيقات وبرامج الوسائط الجديدة التي تتيح له إمكانية تحقيق مهام اتصالية بأقل جهد ووقت ممكن.

- مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي:

" التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ، ويطلق على هذه الممارسة بالمبادلة أو التفاعلية ، وهي بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية ، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه ، وكذلك المستقبل ، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل والتحكم ، والمشاركين ، ومثال على ذلك التفاعلية في البرامج الإخبارية التي تشرك المواطن في النقاش الحي " ⁴.

" التفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي، أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين ".

² عبد الحسن الحسيني ، المعجم الكامل في المعلوماتية ، دار العلم ، بيروت ، 1994 ، ص 220 .

³ خالد زعموم ، السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 26 .

⁴ محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، ط 1 ، دار السحاب للنشر ، والتوزيع ، 2005 ، ص 177 .

إذن فالتفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي هي أكثر المفاهيم التي تعبر عن هذه الخاصية لأنها غالباً ما تكون بين طرفين متقابلين في العملية الاتصالية تتميز بالفعل ورد الفعل الفوري والذي يدخل الرسالة الاتصالية في حركية منتجة للأفكار والمعلومات المتبادلة.

. مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة:

" التفاعلية هي صفة الأجهزة التي تحتوي على تطبيقات وبرامج تساعد المستخدم في عملية الاستخدام والاستفادة من مزايا الوسيلة والتفاعلية في هذا المستوى تتمثل في ظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي "

" تعرف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستخدم قادراً على التأثير في شكل أو محتوى عرض وسائطي"⁵

إذن تعد التفاعلية عاملاً نفسياً وإعلامياً تتغير وفقاً لتقنيات الاتصال أو بناءً على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور المستخدم لها . ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضاً من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة new media .

إن التفاعلية هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالباً والمستخدم لتتميز صحافة المواطن عن وسائل الإعلام الأخرى ، وتعتبر التفاعلية من أهم الميزات والخصائص التي تنفرد بها صحافة المواطن والتي جعلتها تتبنى موقع الصدارة في العملية الإعلامية .

إجرائياً: نقصد بالتفاعلية في دراستنا تلك العملية الاتصالية التي تتم بين طرفين أو أكثر من أجل تبادل الأفكار والآراء ومناقشة مختلف القضايا التي تهم قطاعات الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، الرياضية، الدينية وغيرها، وتتم على مستوى وسائل الإعلام بنوعها القديمة والجديدة باستخدام أجهزة وتطبيقات خاصة تمكن عناصر العملية الاتصالية من المشاركة في وقت واحد في عملية التفاعل الذي يكون آني وفوري .

⁵ أكرم فتحي مصطفى ، الوسائط المتعددة التفاعلية ، جامعة الملك عبد العزيز ، الرياض ، السعودية ، 2014 ،

1. 2- الوسائط الجديدة:

في اللغة الإنجليزية أصل المصطلح هو كلمة Medium التي تعني وسيط ، وجمعها هو كلمة Media التي تعني الوسائط، بينما في اللغة الفرنسية فقد تم استعارة هذه الكلمة و استخدامها لتصبح كلمة Media مفردة و جمعها هي كلمة Medias فالوسائط الجديدة كمفهوم إجرائي هي كل الوسائل التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة بغرض التواصل بين الأفراد أو إعلامهم بمختلف الأخبار والمعلومات مثل شبكة الإنترنت بمختلف خدماتها (بريد إلكتروني، مواقع تواصل اجتماعي...)، الهواتف الذكية... إلخ. أي أن الوسائط الجديدة هي مجموعة من الدعائم كالحاسوب واللوح الإلكتروني والهواتف الذكية التي يمكن دمجها في جهاز واحد يشمل استخدام شبكة الإنترنت وشبكة الهاتف وأي نوع آخر من الشبكات يسمح بتشبيك جزء من هذا العالم.

"مستخدمو الوسائط الجديدة هم مجموعة الأفراد الذين يستطيعون متابعة وسائل الإعلام القديمة إضافة إلى استخدام التطبيقات التكنولوجية من خلال هذه الوسائط من أي مكان اعتمادا على شاشاتها، وفي أي زمن اعتمادا على الشبكات. ولكي يصبح جمهور وسائل الاتصال الجماهيري مستخدمين يجب أن تتوفر لديهم أجهزة الاتصال المتطورة مثل الكمبيوتر الموصول بالإنترنت والهاتف المحمول واللوح الإلكتروني، لكن تحقيق هذا الافتراض يتطلب استبعاد الأفراد الذين يعانون من الأمية التقليدية وكذلك الأفراد الذين يعانون من الأمية الإلكترونية إضافة إلى الأفراد الذين يعانون من التكنوفوبيا "المعادين للتكنولوجيا".⁶

إجرائياً : نقصد بالوسائط الجديدة في دراستنا تلك الوسائل والأجهزة التي يعتمد عليها جمهور المستخدمين في عملية التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض أو مع وسائل الإعلام التي تستخدم هي الأخرى تطبيقات ووسائط الاتصال الجديدة لتعزيز التفاعلية في ممارساتها الاتصالية والإعلامية . وتتمثل وسائل التفاعلية في كل من الأجهزة الذكية من

⁶ علي قسايسية ، دراسة جمهور ومستخدمي وسائط الاتصال ، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطلبة الدكتوراه ، تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة ، السداسي الأول ، جامعة الجزائر 3 ، بتاريخ 2016/02/20

هواتف وألواح إلكترونية وحواسيب محمولة وحواسيب شخصية المتصلة بشبكة الإنترنت والمزودة بتطبيقات خاصة وهي شبكات التواصل الاجتماعي على غرار شبكة الفايبر، تويتر، يوتيوب، وأدوات سكايب، واتساب وغيرها.

3.1 شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي والتي اختلفت من باحث إلى آخر، حيث ذكرت دراسة الباحثة مريم موناو عدة تعريفات منها أنها "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت يمكن الأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة" أو "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجبة من طرف سياسات تتضمن عدداً من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج، أو مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يشاركون معهم في الإتصال، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة والمعلومات المتاحة أيضاً، علماً أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر.⁷

هي مجموعة من المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وهدفها الرئيسي هو بناء تواصل بين مجموعة من الأشخاص في مختلف أنحاء العالم، واعتمدت هذه المواقع على تطوير عدة خدمات، عرفت عند مستخدمي الإنترنت في بدايات انتشارها بينهم، ومن بين هذه الخدمات التي جمعتها شبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على التحدث المكتوب مع الأشخاص الآخرين والتواصل الصوتي والمرئي.⁸

وفرت شبكات التواصل الاجتماعي خاصية إرسال واستقبال الوثائق والملفات الإلكترونية، وساهمت في جعل مستخدميها قادرين على اكتشاف العديد من الأشياء الجديدة، ومشاركتها مع الآخرين سواء كانوا أفراداً مثلهم أو مؤسسات، كما أن ظهور

⁷ Danah m.boyd,nicole b.ellison.(2010). Social network sites ; definition ,history andscholarship. journal of omputer mediated communication, Vol(13), (1) [online]<http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd,ellison.html>

⁸ حبيب راكان، وسائل الاتصال والإعلام الجديد، جدة، المملكة العربية السعودية، 2012، ص 94.

شبكات التواصل الاجتماعي ارتبط بتقديم أنواع جديدة من المحتوى المرتكز على مشاركات المستخدمين.⁹

إجرائيا: نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في دراستنا تلك التطبيقات والمواقع الإلكترونية المدمجة في الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية والحواسيب المحمولة والشخصية التي يستخدمها الصحفيون بقناة النهار الإخبارية الجزائرية في التفاعل مع الجمهور من جهة والتفاعل فيما بينهم من جهة أخرى، وتتم من خلال عملية التفاعل هذه تبادل للأفكار والآراء والأخذ باقتراحات ومشاركات الجمهور في العملية الإعلامية والرد على استفساراته وطلباته وغيرها من أشكال التفاعلية التي تعززت أكثر بفضل الشبكات الاجتماعية.

4.1.1.1. تكنولوجيايات التشبيك:

ظهرت تكنولوجيايات التشبيك أو التكنولوجيايات الجديدة للإعلام و الاتصال (New Information and Communication Technologies) ليكون لها الفضل الكبير في اتساع شبكة الاتصالات ونشر المعلومات بين الأفراد و الجماعات في زمن قياسي و بدون حدوث أي خطأ مهما كانت المسافة بعيدة، حيث تمثلت هذه التكنولوجيايات في الحاسوب، الأقمار الصناعية و الإنترنت والهواتف الذكية

1.4.1.1. تكنولوجيا الحاسوب :

يعتبر الحاسوب أول تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال التي ظهرت خلال أربعينيات القرن الماضي، فالحاسوب هو جهاز إلكتروني يعالج المعلومات بطريقة آلية من خلال استقبالها كبيانات و انتهاء بتخزينها أو إخراجها للمستخدم في أشكال متعددة (نص، صوت، صورة، فيديو) وقد أدى الحاسوب ووظيفة الإعلام بنشر مختلف المعلومات للأفراد و المؤسسات اعتمادا على وسائط التخزين مثل الأقراص الصلبة، الأقراص المرنة و الأقراص المضغوطة، و هذا ما يشبه الحامل الورقي في تأديته لوظيفة الإعلام بواسطة الصحف و

⁹ طالب الرفاعي ، الكتابة وشبكات التواصل الاجتماعي ، مجلة الباطين الثقافية ، 2016 ، ص 19 .

الكتب مثلا، ثم ظهرت تقنيات و تطبيقات جديدة مكنت جهاز الحاسوب من أن يصبح وسيلة اتصال و إعلام فعالة و لا يمكن الاستغناء عنها.¹⁰

2.4.1-تكنولوجيا الأقمار الصناعية :

هي أجهزة إرسال واستقبال تسير في مدار الفضاء الخارجي خارج مجال الجاذبية الأرضية وتسير مع دوران الأرض، وهي قادرة على إعادة نقل الإشارات إلى أي نقطة على سطح الأرض، حيث تعود أول فكرة لإمكانية استخدام الأقمار الصناعية إلى "آرثر كلارك" الذي ذكرها في مقال كتبه سنة 1945م وتنبأ فيها بإمكانية وضع أقمار صناعية تدور في مدارات متزامنة مع حركة الأرض، وبذلك يمكن تجنب العوائق الاعتيادية المتمثلة في التضاريس عموما.¹¹

وقد تم التوصل إلى اختراع هذه التكنولوجيا للتخلص من مشاكل البث و الإرسال بسبب العوائق الطبيعية كالمرتفعات و الجبال أثناء الحرب الباردة من أجل ضمان وصول المعلومات التي يتم إرسالها إلى الجهة المستقبلية، و ظلت هذه التكنولوجيا محتكرة في المجال العسكري إلى غاية ظهور تكنولوجيا الشبكات.

3.4.1 تكنولوجيا الإنترنت :

مصطلح الإنترنت هو ترجمة للكلمة الإنجليزية "Internet"، و التي تعتبر في الأصل اختصار لكلمتين هما Interconnected و Networks ، أي أنها تعني (الشبكة البيئية) أو (ما بين الشبكات) أو (شبكة الشبكات)¹² و بالتالي تعرف الإنترنت على أنها شبكة ضخمة تضم الشبكات الصغيرة الموزعة عبر أنحاء العالم التي تضم بدورها ملايين الحواسيب، و هذا

¹⁰ نسرين حسونة ، تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني ، شبكة الألوكة ، 28/02/2015 ، <https://www.alukah.net/culture/0/83113/> ، تم الإطلاع عليه بتاريخ 21 ديسمبر 2019 .

¹¹ المرجع نفسه .

¹² محمد الفاتح حمدي و آخرون ، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، ط 1 ، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، 2011 ، ص 19 .

يهدف نقل و تبادل المعلومات بينها. و كغيرها من الاختراعات التكنولوجية المشهورة فقد اقتصر استخدامها بعد ظهورها الأول على المجال العسكري فقط، و تم التوصل لاختراع نواتها الأولى بفكرة توفير نظام اتصالات ليس له مركز تحكم رئيسي من أجل ضمان استمرار عمل هذا النظام في حالة تدمير بعض أطرافه، و هو ما تجسد في شبكه وكالة مشروع الأبحاث المتقدمة Advanced Research Projects Agency Network التي يرمز لها اختصارا بـ(ARPANET)، ثم تطورت هذه الشبكة التي اعتبرت بدائية بمرور السنين و بقي استخدامها حكرا على وزارة الدفاع الأمريكية التي استفادت منها في ربط قواعدها العسكرية الموجودة عبر مختلف الدول لتبادل المعلومات حتى سقوط الاتحاد السوفياتي في نهاية العقد الثامن من القرن العشرين، بعدها أطلقت الإنترنت في صورتها الحالية للاستعمال المدني كتقنية يمكنها تشبيك العالم.¹³

4.4.1 تكنولوجيا الهواتف الذكية :

يعود تاريخ الهواتف الذكية لعام 1992 عندما كشفت شركة (IBM) الستار عن هاتف Simon، حيث لم يقتصر دوره على تلقي المكالمات، بل كان من أدواره أيضاً وضع الجداول الزمنية، والتوقيت العالمي، ودفتر العناوين، والمذكرة، والبريد الإلكتروني ومن هنا بدأت عملية الإرسال والاستقبال عبر شبكة الإنترنت بعد ذلك تتالى تصنيع الهواتف الذكية وبدأت سحب البساط تدريجيا من الهواتف التقليدية التي يقتصر دورها على نقل الصوت والرسائل النصية القصيرة وبعض الخدمات البسيطة.¹⁴

وقد اشتغلت شركات الاتصالات على تزويد الهواتف النقالة بخدمات وأدوات جديدة أفضت في النهاية إلى ظهور هواتف محمولة تمزج بين وظائف الحاسب والهاتف، وتقدم خدمات متطورة على مختلف الأصعدة: الأعمال والتواصل، وتلقي الأخبار والمعلومات لتبدأ

¹³ عمار خيريك، البحث عن المعلومات في الإنترنت، ط 1، دمشق، دار الرضا للنشر، 2000، ص 71.

¹⁴ بدون كاتب، الهاتف الذكي..العالم كله بجهاز واحد، موسوعة الجزيرة، مفاهيم ومصطلحات، قسم الاقتصاد، 2016/05/18، <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2016/5/18/>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/12/23.

إرهاصات مشاركة مستخدم هذا النوع الجديد من الهواتف في عملية إنتاج القصص الإخبارية ونشرها عبر هذه الدعامات التقنية الجديدة . وقد تطورت الهواتف الذكية بشكل مذهل في مراحل زمنية قصيرة حيث أصبحت تدعم مزايا إضافية أكثر تقدماً مثل شاشات اللمس المقاومة للخدوش، وكاميرات التصوير المدمجة ذات الدقة العالية. وقد فتحت الهواتف الذكية آفاقاً واسعة جداً في مجال الاتصالات، بحيث أتاحت التحدث مع الآخرين وإرسال الرسائل النصية وإجراء المكالمات المرئية بالصوت والصورة، والتواصل مع الآخرين وإنتاج المضامين ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وشاشات الفضائيات الإخبارية .

ثانياً : الإطار التطبيقي للدراسة :

1. قراءة وتفسير نتائج الجداول :

من خلال أداة الإستبيان و دليل المقابلة والأسئلة المطروحة من خلاله على الطاقم الصحفي لقناة النهار الإخبارية يمكننا الآن البدء في عملية التحليل الكمي والكيفي للمعطيات التي تحصلنا عليها وتنظيمها من خلال الجداول التالية :

أولاً : الوسائل والدعامات التي يعتمد عليها صحفيو قناة النهار في تحقيق التفاعلية

الجدول 01: مدى تفاعل قناة النهار وصحفيها مع الجمهور

هل تتفاعل قناة النهار مع مشاهديها ؟		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	30	100 %
لا	0	0 %
المجموع	30	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 01 :

نلاحظ أن أفراد العينة اتفقوا على أن قناة النهار تتفاعل مع مشاهديها وهذا بنسبة 100 % ، لأنّ صحفيي القناة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتميز بقدر عالٍ من التفاعلية التي أصبحت جزء لا يتجزأ من عملهم الصحفي وهذا ما انعكس على مستوى

التفاعلية الخاص بالقناة بصفة عامة فصارت تتفاعل مع جمهورها بشكل يومي وبأشكال مختلفة سنتعرف عليها لاحقاً .

الجدول 02 : الوسائل الجديدة التي يعتمد عليها صحيفيو قناة النهار في التفاعل مع

الجمهور

ما هي الوسائل الجديدة التي تعتمد عليها قناة النهار في التفاعل مع جمهورها ؟		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية %
الفايسبوك	9	30%
تويتر	5	17%
يوتيوب	4	13%
تطبيق سكايب	7	23%
تطبيق واتساب	5	17%
المجموع	30	100%

قراءة وتفسير نتائج الجدول 02 :

نلاحظ من خلال هذه النتائج أن قناة النهار وصحفيها يعتمدون بنسبة كبيرة على الوسائل التفاعلية الجديدة ، 30 % يستخدمون شبكة الفايسبوك للتفاعل مع عدد كبير من المستخدمين لهذا الموقع العالمي ، وبنسب أقل يستخدم الصحفيون مواقع مشابهة على غرار تويتر ويوتيوب ، أما تطبيقات الاتصال الفوري والمباشر فنجد تطبيق سكايب بنسبة 23 % والواتساب بنسبة 17 % .

يتفاعل صحفيو القناة من خلال شبكة الفايسبوك مع الجمهور والمتابعين بنقل انشغالاتهم وآرائهم والرد على استفساراتهم واقتراحاتهم. بينما استخدام تطبيقات الاتصال المباشر على غرار السكايب والواتساب فيكون غالباً لإجراء مكالمات بالصوت والصورة مع مواطنين عاديين أو شخصيات بارزة من ذوي الاختصاص في مجالات السياسة والاقتصاد وغيرها خاصة المقيمة بالخارج وهذه المكالمات تكون مجانية مما يقلل من تكاليف الاتصالات، كما تساعد هذه التطبيقات على إثراء النقاش في النشرات والبرامج الحوارية للقناة خاصة أنها توفر خاصية المشاركة بالصوت والصورة.

الجدول 03 : الوسائل القديمة التي يعتمد عليها صحافيو قناة النهار في التفاعل مع

الجمهور

ما هي الوسائل القديمة التي تعتمد عليها قناة النهار في التفاعل مع جمهورها ؟		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية %
البريد الإلكتروني	6	20 %
الأقمار الاصطناعية	8	27 %
الهاتف	10	33 %
الفاكس	4	13 %
البريد العادي	2	7 %
المجموع	30	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 03 :

يعتبر الهاتف من أكثر الوسائل التفاعلية القديمة التي لا تزال قناة النهار وصحفيوها يعتمدون عليها في التواصل مع الجمهور و وذوي الاختصاص للمشاركة والمناقشة وبنسبة 33 % سواءاً من داخل أو خارج الوطن والذين يتعذر عليهم استخدام الوسائل الجديدة المذكورة في الجدول 03 كما تتم اتصالات مشابهة ولكن بالصوت والصورة عبر الأقمار الاصطناعية بنسبة 27 % ، بينما يستخدم 20 % من الصحفيين البريد الإلكتروني الذي يستخدم غالباً في التفاعل مع طالبي التوظيف وهذا باستقبال سيرهم الذاتية والرد عليهم لمعرفة تاريخ إجراء الكاستينغ والاختيار . في حين يستخدم الفاكس بنسبة 13 % و هو وسيلة التواصل بين مختلف الهيئات الوطنية الرسمية وغير الرسمية من وزارات ومديريات وغيرها والتي ترسل بيانات الأنشطة الوزارية لقناة النهار عبر الفاكس لكي يقوم الصحفيون بتغطية هذه النشاطات الوزارية وغيرها من الزيارات الميدانية .

الجدول 04 : الأجهزة التي يستخدمها أفراد العينة في التفاعل مع الجمهور

ما هي الأجهزة التي يستخدمها صحافيو قناة النهار في التفاعل مع الجمهور ؟

النسبة المئوية	العدد	الجهاز
37 %	11	الهاتف الذكي
23 %	7	اللوحة الإلكترونية
13 %	4	الحاسوب المحمول
10 %	3	الحاسوب الشخصي
17 %	5	جهاز التلفزيون التفاعلي (Smart Tv)
100 %	30	المجموع

قراءة وتفسير نتائج الجدول 04 :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول 04 أن أغلبية صحفيي قناة النهار يستخدمون هواتفهم الذكية بنسبة 37 % نظراً لسهولة استخدامها وتمتعها بقدر عالٍ من التفاعلية خاصة عندما متصلة بشبكة الإنترنت ومدمجة بتطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي ، كما يجد الصحفيين في اللوحة الإلكترونية نفس المزايا تقريباً ولكنه بحجم أكبر من الهاتف الذكي مما يجعل استخدامه أصعب إلى جانب الحاسوب المحمول ، أما الحاسوب الشخصي فيستخدمه الصحفيون الماكثون في قاعات التحرير من أجل التفاعل مع الجمهور والرد على استفساراته ، أما الصحفيون الذي يقدمون النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية فغالباً ما يتفاعلون مباشرة مع الجمهور عبر جهاز التلفزيون التفاعلي عن طريق اللمس .

ثانياً : أشكال ومستويات التفاعلية في قناة النهار الإخبارية

يمكن توضيح مستويات وأشكال التفاعلية في قناة النهار من خلال الجدول التالي:

الجدول 05 : أشكال تفاعل صحفيي قناة النهار مع الجمهور على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي

كيف يتفاعل صحفيو قناة النهار مع الجمهور على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي ؟		
طريقة التفاعل	العدد	النسبة المئوية %
طرح استفتاءات للرأي العام على صفحات القناة (فايسبوك ، تويتر ، يوتيوب)	6	20 %
الرد على أسئلة واستفسارات الجمهور المطروحة	8	28 %

مناقشة تعليقات وآراء الجمهور	7	23 %
إعلام الجمهور بمواعيد البرامج ومواضيعها	4	13 %
تشجيع الجمهور على ممارسة صحافة المواطن	6	20 %
المجموع	30	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 05 :

نلاحظ من خلال الجدول 05 أن 28 % من أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي للرد على أسئلة واستفسارات الجمهور المطروحة والتي تكون في مجالات متعددة خاصة عند نشر أخبار حصرية ناقصة التفاصيل فهنا تكثر التعليقات التي تحمل أسئلة حول حيثيات القضية والحدث كمثال أخبار امتحانات البكالوريا والتعديلات التي تطرأ عليها كل سنة ، يدفع تلاميذ الأقسام النهائية إلى توجيه أسئلة للقناة عبر شبكة الفايبروك أو تويتر أو اليوتيوب ، وفيما يخص المنشورات المتعلقة بالقناة ، فمثلاً في حالة ما قامت قناة النهار بنشر خبر يفيد بتغيير تردددها عبر الأقمار الاصطناعية ، فجمهورها على الفايبروك وتويتر يطرح أسئلة متعلقة بأسباب تغيير التردد وهل التردد الجديد سيكون سهل الالتقاط وما مجال تغطيته ومتى سيتم تغييرها وغيرها من الأسئلة .

بينما يعتمد 23 % من الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة تعليقات وآراء الجمهور وقراءتها وعرضها مباشرة في أستوديوهات النشرة والبرامج الحوارية وهذا لإشراك رأي المواطن في مناقشة مختلف القضايا التي تهمه ، كما يطرح حوالي 20 % من صحفيي قناة النهار استفتاءات للرأي العام للإطلاع على رأي الجمهور في قضية ما سواء كانت سياسية اجتماعية اقتصادية ثقافية رياضية دينية وغيرها ، كما تستخدم استفتاءات سبر الآراء كذلك لمعرفة رأي الجمهور في برنامج من برامج القناة أو الحلقة الجديدة لموقع القناة على الإنترنت وغيرها من الأسئلة التي تسعى القناة ل طرحها لمعرفة كيف يرى المشاهد الجزائري القناة وبرامجها وتأخذ باقتراحاته ونقده البناء للمحتوى ومستوى الخدمة الإعلامية التي تقوم بها القناة من أجل أن تتحسن أكثر وترتقي لتطلعات المشاهد . ومن هذا الباب يهتم 13 % من الصحفيين بإعلام الجمهور بمواعيد البرامج والمواضيع التي ستناقش كمظهر من مظاهر التفاعلية التي تساعد على كسب جمهور كبير

لمشاهدة البرنامج أو النشرة الإخبارية خاصة إن كان الموضوع الذي تم التنويه به مسبقاً يصب في اهتمامات الجمهور بنسبة كبيرة.

أما 20 % المتبقية من الصحفيين فيستغلون شبكات التواصل الاجتماعي في تشجيع الجمهور على ممارسة صحافة المواطن وإرسال مضامين إعلامية للقناة والتي غالباً ما تكون صور وفيديوهات وتسجيلات صوتية حصرية سجلها المواطن باستخدام هاتفه الذكي باعتباره شاهد عيان لحظة وقوع الحدث لتستقبله قناة النهار عبر شبكاتها الاجتماعية فايسبوك ، تويتر ويوتيوب أو عبر تطبيق الواتساب ، كما يتيح الموقع الإلكتروني للقناة خدمة إرسال الملفات والموجودة على واجهة الموقع تسمح للمواطن برفع الملف الذي سجله سواء كان صورة أو فيديو أو تسجيلاً صوتياً ليستقبله القائمون على الموقع على الفور وتبدأ عملية معالجته ثم بثه فيما بعد .

الجدول 06: أشكال تفاعل صحفيي قناة النهار مع الجمهور على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي

كيف يتفاعل صحفيو قناة النهار مع المحللين وذوي الاختصاص على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي ؟		
طريقة التفاعل	العدد	النسبة المئوية
إثراء النقاش بإجراء إتصالات على المباشر	12	40 %
متابعة المنشورات المتعلقة بموضوع النقاش	10	33 %
محاولة الجمع بين الرأي والرأي الآخر	8	27 %
المجموع	30	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 06 :

تلجأ قناة النهار في نشراتها الإخبارية وبرامجها الحوارية المختلفة إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها لتحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعلية مع المحللين وذوي الاختصاص في كل المجالات من أجل إثراء النقاش على المباشر بالصوت والصورة ، حيث يتفاعل 40 % من الصحفيين عن طريق إثراء النقاش بإجراء إتصالات على المباشر عن طريق تطبيق السكايب والواتساب أو الفاير والتي تسمح بإجراء مكالمات مجانية من داخل

وخارج الوطن ، كما يعود 33 % من الصحفيين إلى منشورات أصحاب الاختصاص سواءاً كانوا شخصيات سياسية ، إعلامية ، رياضية ، ثقافية أو دينية ، وغالباً ما تكون منشوراتهم متعلقة بقضايا راهنة طفت على سطح الأحداث على غرار الانتخابات الرئاسية أو بطولة كأس العالم أو كأس إفريقيا لكرة القدم أو مهرجانات فنية وأدبية كعرض الجوائز الدولي للكتاب وغيرها من المواضيع التي تلقى تفاعلاً واهتماماً كبيرين من طرف الجمهور .

في حين يسعى 27 % من صحفيي قناة النهار إلى محاولة الجمع بين الرأي والرأي الآخر من خلال إيجاد فضاء تفاعلي بين مختلف الآراء المتناقضة بُغية الاقتراب من الحقيقة ومعالجة مختلف القضايا بطريقة موضوعية بعيدة عن أي تحيّز وهذا يعتبر من أساسيات الخدمة العمومية التي ينبغي أن لا تحيد عنها وتحترم الجمهور الذي يبحث عن المعلومة الصحيحة بدون تحريف أو توجيه .

ثالثاً: الميزة المضافة التي تقدمها التفاعلية لقناة النهار الإخبارية

يمكن توضيح الميزة المضافة التي تقدمها التفاعلية لقناة النهار في الجدول التالي/

الجدول 07: أهداف قناة النهار المحققة من التفاعلية مع الجمهور

ما هي الاستراتيجية العامة التي تسطرها قناة النهار من خلال تفاعلها مع جمهورها ؟		
الهدف	العدد	النسبة المئوية
كسب قاعدة جماهيرية كبيرة ودائمة	9	30%
الإطلاع على مجالات اهتمامات الجمهور وتغطيتها	7	23%
مسايرة الفضاء الإعلامي والإتصالي الجديد	5	17%
الحصول على معلومات حصرية تحقق للقناة سبق الصحفي	5	17%
تطوير وترقية الخدمة العمومية	4	13%
المجموع	30	100%

قراءة وتفسير نتائج الجدول 07 :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول 07 أن 30 % من صحفيي قناة النهار يرون أن التفاعلية بين القناة وجمهورها تزيد من حجم هذا الجمهور وديمومته ، لأن الجمهور في البيئة

الاتصالية والإعلامية الجديدة والقائمة على الأخذ والرد بين عدّة أطراف تشارك في إنتاج الرسالة ، وفي نفس الصدد يرى 23 % من الصحفيين أنّ التفاعلية تساعد قناة النهار على الإطلاع على اهتمامات الجمهور وتغطيتها وهذا من أجل كسب ثقته ووفائه للقناة في ظل منافسة كبيرة تعرفها الساحة الإعلامية المحلية والعربية والدولية .

في حين يرى 17 % من الصحفيين أن التفاعلية مع الجمهور هي ضرورة حتمية يجب على القناة أن تتحلّى بها من أجل مساندة التطور الحاصل في الفضاء الاتصالي والإعلامي بمختلف وسائله الجديدة.

ونفس النسبة ترى أن التفاعلية مع الجمهور وإشراكه في العملية الإعلامية تعطي للقناة في الكثير من المناسبات الأسبقية في نقل المعلومة الحصرية، وفي الأخير يرى 13 % من الصحفيين أن التفاعلية مع الجمهور من شأنها أن ترفع من مستوى الخدمة العمومية وترقيها لتنال إرضاء الجمهور المشاهد الذي هو الحلقة الأبرز في العملية الإعلامية والاتصالية بصفة عامّة .

2. نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا للتفاعلية ووسائلها في القنوات التلفزيونية الجزائرية . قناة النهار أنموذجا، توصلنا إلى جملة من النتائج أهمها:

.تفاعل قناة النهار وصحفيوها مع الجمهور باستخدام وسائل وأجهزة قديمة وجديدة.
 . من أهم الوسائل الجديدة المستخدمة في تحقيق التفاعلية في القناة هي شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها شبكة الفايبروك ، تويتر ويوتيوب ، بالإضافة إلى تطبيقي السكايب والواتساب وهي وسائل تسمح بالاتصال بالصوت والصورة والفيديو .
 . من أهم الوسائل القديمة التي لا تزال قناة النهار وصحفيوها يستخدمونها في التفاعل مع الجمهور هي البريد الإلكتروني والهادي والهاتف والفاكس والاتصالات التي تتم عبر الأقمار الاصطناعية.

. من أهم الأجهزة التقنية التي يستخدمها صحفيو قناة النهار في تحقيق التفاعلية هي الهاتف الذكي واللوح الإلكتروني والحاسوب المحمول والشخصي بالإضافة إلى جهاز التلفزيون التفاعلي .

. من أهم أشكال ومستويات التفاعلية في قناة النهار على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي نجد الرد على أسئلة واستفسارات الجمهور المطروحة عبر شبكات التواصل

الاجتماعي ومناقشة تعليقاتهم وآرائهم على المباشر، بالإضافة إلى تشجيع الجمهور على ممارسة صحافة المواطن وإشراكه في عملية إنتاج المضامين الإعلامية وإرسالها للقناة. كما تطرح القناة استفتاءات للرأي العام على مستوى شبكات الفايبر، تويتر ويوتيوب لمعرفة توجهات أفراد الجمهور ورأيهم في مختلف القضايا والمجالات، كما يتفاعل الصحفيون مع الجمهور بإعلامهم بمواعيد البرامج والمواضيع المطروحة للنقاش . كما يتفاعل صحفيو قناة النهار مع أفراد النخبة من ذوي الاختصاص والمحللين على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بإثراء النقاش عبر إجراء اتصالات على المباشر باستخدام تطبيقات الاتصال الفوري والمجاني ، بالإضافة إلى متابعة المنشورات المتعلقة بموضوع النقاش ، ومحاولة الجمع بين الرأي والرأي الآخر لتعزيز الاحترافية في القناة . يتفاعل صحفيو قناة النهار كذلك فيما بينهم وذلك من خلال الاستفادة من الخصائص التفاعلية التي تميّز تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي المدمجة في الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية ، وهذا يسمح لهم بتبادل المعلومات بطريقة فورية وسهلة . تسعى قناة النهار من خلال تفاعلها مع الجمهور إلى كسب قاعدة جماهيرية كبيرة ودائمة من خلال الإطلاع على مجالات اهتماماتهم وتغطيتها ومسايرة التطور الحاصل في الفضاء الاتصالي والإعلامي بوسائطه الجديدة التي مكنت القناة من الحصول على المعلومة الحصرية التي تحقق سبق الصحفي للقناة، كما تهدف من خلال تفاعلها مع الجمهور إلى تطوير وترقية الخدمة العمومية التي تضع الجمهور في قلب العملية الإعلامية ومركز اهتمامها .

خاتمة:

استطاعت القنوات التلفزيونية الجزائرية وعلى رأسها قناة النهار الإخبارية أن تسير التطور الحاصل في الفضاء الإعلامي ، وتوظف المزايا التفاعلية الكبيرة التي تميز شبكات التواصل الاجتماعي والأجهزة الذكية المرتبطة بها من أجل تحقيق تفاعل إيجابي مع الجمهور الذي يعتبر أهم عنصر في العملية الاتصالية ، والذي أصبح اليوم يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ويقضي معظم وقت يومه بها ، وهنا سعت قناة النهار إلى ولوج هذا الفضاء الافتراضي والتفاعل مع جمهوره ونقل اهتماماته وانشغالاته لكي تحصل على جزء كبير من هذا الجمهور ويصبح جزءاً من المشاهدين للقناة .

غير أنّ القناة مطالبة بالتفاعل مع كل أطراف الجمهور الجزائري من دون إقصاء أو تهميش وهذا تماشياً مع أبعاديات العمل الصحفي والخدمة العمومية التي تنص على ضرورة التعامل مع كل أفراد الجمهور وإعطائهم حقوقهم الإعلامية وهذا من شأنه أن يوسع من القاعدة الجماهيرية للقناة ويسمح لها بالاستمرارية في المجال الإعلامي بكل ثقة وثبات .

قائمة المراجع:

المؤلفات:

- زعموم خالد ، بومعيزة السعيد ، التفاعلية في الإذاعة : أشكالها ووسائلها ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس ، 2007 .
- الحسيني عبد الحسن ، المعجم الكامل في المعلوماتية ، دار العلم ، بيروت ، 1994 .
- محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، ط 1 ، دار السحاب للنشر ، والتوزيع ، 2005 .
- أكرم فتحي مصطفى ، الوسائل المتعددة التفاعلية ، جامعة الملك عبد العزيز ، الرياض ، السعودية ، 2014 .
- محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، ط 1 ، دار السحاب للنشر ، والتوزيع ، 2005 .
- حبيب راكان ، وسائل الاتصال والإعلام الجديد ، جدّة ، المملكة العربية السعودية ، 2012 .
- طالب الرفاعي ، الكتابة وشبكات التواصل الاجتماعي ، مجلة البابطين الثقافية ، 2016 .
- عمار بوحوش ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 .
- محمد الحسن إحسان ، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي ، دار الطليعة للطبع والنشر ، بيروت 2011 .
- محمد الفاتح حمدي و آخرون ، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة ، ط 1 ، الجزائر ، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع ، 2011 .
- عمار خيريك ، البحث عن المعلومات في الإنترنت ، ط 1 ، دمشق ، دار الرضا للنشر ، 2000 .

● المدخلات والمحاضرات :

علي قسايسية ، دراسة جمهور ومستخدمي وسائط الإتصال ، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطلبة الدكتوراه ، تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة ، السداسي الأول ، جامعة الجزائر 3 ، بتاريخ 2016/02/20 .

● المقالات :

Danah m.boyd,nicole b.ellison.(2010). Social network sites ; definition ,history andscholarship. journal of **omputer mediated communication**, Vol(13), (1)
[online]<http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd,ellison.html>

● مواقع الإنترنت :

نسرين حسونة ، تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني ، شبكة الألوكة ، 2015/02/28 ،
<https://www.alukah.net/culture/0/83113/> ، تم الإطلاع عليه بتاريخ 21 ديسمبر 2019 .

نسرين حسونة ، تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، شبكة الألوكة ، 2015/01/31 ،
<https://www.alukah.net/culture/0/81930/> ، تم الإطلاع عليه بتاريخ 21 ديسمبر 2019 .

بدون كاتب ، الهاتف الذكي ..العالم كله بجهاز واحد ، موسوعة الجزيرة ، مفاهيم ومصطلحات ، قسم الاقتصاد ، 2016/05/18 ،
<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2016/5/18/> ، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2019/12/23 .