

الأبعاد التفاعلية للمضمون الإعلامي عبر موقع الفايسبوك

دراسة تحليلية لصفحات قنوات " فرانس 24، سكاى نيوز، بي بي سي عربية"

**Interactive dimensions of media content via the Facebook site  
Analytical study of the pages of channels "France 24, Sky News, BBC Arabic"**

د. دليلة غروية/ أ. سلمى غروية، جامعة عنابة، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2017/10/24)، تاريخ القبول: (2017/12/26)

**Abstract :**

The concept of interactivity has gradually begun with letters sent to newspapers to be received and reissued on newspaper pages.

Interactivity has improved with the development of information and communication technologies, where various forms of public reaction to the media have emerged.

This interactive technology seeks among other things to rid the media of all forms of passive reception.

The concept of interactivity has been linked to the development of the Internet as a multifunctional medium, and in particular to the emergence of new media in various forms, such as social networks, especially Facebook.

In this article, we will highlight the interaction of the public with news programs via the social network Facebook

**Key words:** multi-functional, social networking sites, talk shows, news programs.

**ملخص**

بدأ مفهوم التفاعلية تدريجيا مع الرسائل التي تبعث للجراند لئتم استقبالها وليعاد تحريرها وتخصيص مكان فار لها على صفحات الجرائد.

وتطورت التفاعلية مع تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث تنوعت أشكال تجاوب الجمهور وتفاعله مع الوسيلة فيما أطلق عليه بالتكنولوجيا التفاعلية التي تسعى لتخليص الإعلام من التلقي السلبي.

ثم أخذ مفهوم التفاعلية يكتسي أبعادا جديدة ارتبطت بالانترنت كوسيلة متعددة الوظائف لا سيما مع ظهور الإعلام الجديد بمختلف أشكاله كمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك.

وفي هذا المقال سنسلط الضوء على تفاعلية الجمهور مع البرامج الحوارية الإخبارية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

**الكلمات المفتاحية:** التفاعلية، تعدد الوظائف، مواقع التواصل الاجتماعي، البرامج الحوارية، البرامج الإخبارية

## مقدمة:

مند انتقال الدراسات الإعلامية في بداياتها من مفهوم التأثير المباشر لوسائل الإعلام الجماهيرية إلى التأثير غير المباشر بدأت تظهر أولى أشكال التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتجدت من خلال دراسات الجمهور التي وضعت حدا للتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام.

كما تطورت الأبحاث تزامنا مع تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما نتج عنها من وسائل جديدة وأخرى زادت تطورا كالإذاعة والتلفزيون حيث أخذ مفهوم التفاعلية يتبلور تدريجيا ليتجسد في أولى أشكاله في الرسائل التي كانت تبعث إلى الجرائد كي يتم استقبالها من قبل الصحفيين ليعاد تحريرها ومعالجتها وتخصيص مكان قار خاص بها على صفحات الجريدة.

ويذهب كثير من الباحثين لربط مفهوم التفاعلية بما رافقها من تطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أن تنوع أشكال تجاوب الجمهور وتفاعله مع الوسيلة الإعلامية يعبر عن هذا التطور المتزامن والذي بلغ ما سمي اصطلاحا "بالتكنولوجيا التفاعلية" التي تسعى لتخليص الإعلام من التلقي السلبي فظهور التفاعلية يعطي المشارك دورا مؤثرا في عملية الاتصال بحيث يتبادل المرسل دوره مع المستقبل بطريقة ايجابية (حسنين، 2008، ص 30)

وتطورت التفاعلية فيما بعد أين فتحت القنوات التلفزيونية باب التفاعل مع جمهورها عن طريق مراسلتها عبر الصندوق البريدي قبل أن تسهم التكنولوجيا في إدماج خدمة الهاتف كميزة جديدة توفرها الإذاعة والتلفزيون للجمهور وهذا مثل وجهها آخر من أوجه التفاعلية التي أضحت ممكنة في نفس زمن بث البرنامج وعلى الهواء مباشرة، وجعلت المتلقي شريكا مهما ينتقد المادة المقدمة ويعرض آرائه إما بالسلب أو بالإيجاب.

ومع ظهور الانترنت كوسيلة اتصال تجمع بين مختلف وسائل الاتصال التقليدية، أخذ مفهوم التفاعلية يكتسي أبعادا جديدة وخصائص تمثل أهمها في "اللاتزامية" بمعنى أن عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للمرسل والمتلقي حيث أن رسالة البريد الالكتروني يتم استقبالها دون الحاجة لوجود المستقبل، (حسنين، 2008، ص 29) كما الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطا وثيقا بالانترنت باعتباره وسيلة متعددة الوظائف تمثل جهازا إعلاميا متفاعلا ولا يكتف بدور المتلقي السلبي بل يتيح له فرصة المشاركة وطرح وجهة النظر (حسنين، 2008، ص 30) وبدأت أولى تلك المشاركات منذ ظهور الشبكات الاجتماعية سنة 1997 بموقع "sixdegrees" الذي يعتبر أول موقع أتاح فرصة وضع الملفات الشخصية للمستخدمين.

(دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، جامعة القدس المفتوحة تم استرجاعها بتاريخ: 15 نوفمبر 2012 الساعة 20.00 من الموقع،

[http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr\\_housniAwa](http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwa)

( d.pdf

لكن علاقة المتلقي بوسائل الإعلام التقليدية في مقدمتها التلفزيون أخذت أبعاداً أخرى بفعل تطور الإعلام الجديد وتجددت أكثر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كموقع فايسبوك الذي مثل بالفعل ثورة في مجال التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام.

وبرز موقع "فايسبوك" كأحد أسرع المواقع انتشاراً عبر العالم وصل عدد مستخدميه عبر العالم بعد 5 سنوات من إنشائه إلى 200 مليون سنة 2009 وتضاعفت مرتين في ظرف سنتين ليبلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في أبريل 2011 ما يفوق 677 مليون مستخدم عبر العالم (تقريراً للإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2011. تم استرجاعها بتاريخ 20 ديسمبر 2012 الساعة 20.00 من الموقع

<http://www.dsg.ae/ar/home/index.aspx?&PriMenuID=2&mnu=Pri>

كل هذه الأرقام جعلت من القنوات التلفزيونية تولى عناية كبيرة بهذا الفضاء التواصلي في إطار التكامل بينها وبينه وأضحى المتلقي في ظل هذا الوضع الجديد فاعلاً رئيساً في إنتاج المادة الإعلامية داخل هذه القنوات وصار يطلق عليه "الصحفي المواطن" لما له من دور فاعل في بث المادة الإعلامية.

وقد اتجهت قنوات إخبارية عديدة على غرار "البي بي سي" عربية و"فرانس 24" و"سكاي نيوز عربية" إلى تخصيص حيزاً زمنياً هاماً من برامجها الحوارية للتفاعل مع جمهورها عبر الشبكات الاجتماعية فلم يعد التنافس بينها في مجال المادة المقدمة بل حتى في مدى إتاحتها الفرصة للجمهور كي يتفاعل معها ويساهم في النقاش المباشر مع الضيوف الذين تستضيفهم.

وكانت القناة الفرنسية الناطقة بالعربية "فرانس 24" من بين القنوات السبّاقة لتمثل هذا النوع من التفاعل مع جمهور المواقع التواصل الاجتماعي فخصصت فقرة لأسئلة "الفايسبوك" في حصة "نقاش فرانس 24" وكذلك فعلت قناة "بي بي سي" في برنامج نقطة حوار وأيضاً قناة "سكاي نيوز" عربية التي أعطت الفرصة لرواد "فايسبوك" و"تويتر" لطرح أسئلتهم وآرائهم بخصوص المواضيع المختلفة في برنامج "حوار الليلة".

وقد فتحت هذه البرامج الباب أمام الجمهور للمشاركة بالتعليق وإبداء الآراء في مضمون الحصة بالإضافة إلى التفاعل مع الضيوف الذين تستضيفهم هذه البرامج مما فتح أفقاً جديداً للمتلقي للتفاعل مع البرنامج والقناة والضيف في نفس الوقت ورغم اختلاف كيفية عرض هذه المشاركات بين كل برنامج إلا أنها تشترك في كونها صنعت أسلوباً جديداً في تعامل القنوات مع جمهورها .

ووفقاً لما تم التطرق إليه فيما سبق تبرز أهمية بالغة لهذه الدراسة لاسيما وأنها تركز على شكل من أشكال التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد، كما أنها تسلط الضوء على توجه جديد برز لدى القنوات التلفزيونية الإخبارية في الفترة الأخيرة جعل من الفايسبوك مقصداً

لها لفتح سبل جديدة للتواصل مع جمهورها في مختلف برامجها الحوارية، حيث أنها أعطت جمهورها دورا تفاعليا ومؤثرا في مضمون برامجها .

إضافة إلى أن الدراسة تكتسي أهمية كبيرة بالنظر لكون هذا النوع من الأبحاث لا يزال في بداياته ومن شأن الدراسة التي نحن بصدد القيام بها وتندرج ضمن مجال دراسة العلاقات المتبادلة التعريف بطبيعة العلاقة الجديدة التي نشأة بين الجمهور والبرامج الحوارية الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

إن اتخاذنا قرار البحث في هذا الموضوع لم يأت إلا بعد أن سطرنا مجموعة من الأهداف نصبو لتحقيقها في نهاية دراستنا، وأهمها التعرف على العلاقة الجديدة بين الجمهور والقنوات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى تبيان خصائص صفحات هذه القنوات على موقع الفيسبوك تحديدا من حيث الخدمات المقدمة للجمهور والإضافة التي حملتها للبرامج الحوارية داخل القنوات التلفزيونية الإخبارية .

ولأجل تحقيق هذه الأهداف انطلقنا من عدة أسباب موضوعية وذاتية كانت وراء تحفيزنا للبحث في هذا الموضوع وهي:

- اتجاه عدد كبير من القنوات الإخبارية للتواصل مع جمهورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- تزايد عدد البرامج الحوارية التي تخصص مساحة زمنية لعرض مشاركات جمهور هذه المواقع

- أهمية الدراسات الحديثة التي تتطرق للتكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد
- اهتمامنا كفريق بحث بمواقع التواصل الاجتماعي عموما وموقع الفيسبوك بصفة خاصة.
- \* الرغبة في الوصول إلى تصور بشأن مستقبل العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي.

#### التساؤل الرئيسي:

دراسة العلاقة بين الجمهور والقنوات التلفزيونية الإخبارية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يتفاعل الجمهور مع البرامج الحوارية الإخبارية عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"؟

#### التساؤلات الفرعية

كما نطرح عددا من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- 1- ما هو معدل المشاركات اليومية على صفحات الفيسبوك للبرامج الحوارية الإخبارية ؟
- 2- ما هي مؤشرات تفاعل الجمهور مع ما يتم عرضه على صفحات الفيسبوك للبرامج الحوارية الإخبارية ؟

- 3- هل يتوافق المضمون الذي يتم عرضه في البرامج الحوارية على القنوات الإخبارية مع ما يتم طرحه على صفحات الفايسبوك ؟
- 4- ما هي الخدمات التي تقدمها صفحات الفايسبوك الخاصة بالبرامج الحوارية الإخبارية للأعضاء؟
- 5- كيف يتفاعل الجمهور مع موضوع الحلقة على صفحة الفايسبوك قبل البث، أثناء البث، وبعد انتهاء بثها ؟

## 2 أهمية الدراسة:

وفقا لما تم التطرق إليه فيما سبق تبرز أهمية بالغة لهذه الدراسة لاسيما وأنها تركز على شكل من أشكال التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد، كما أنها تسلط الضوء على توجه جديد برز لدى القنوات التلفزيونية الإخبارية في الفترة الأخيرة جعل من الفايسبوك مقصدا لها لفتح سبل جديدة للتواصل مع جمهورها في مختلف برامجها الحوارية، حيث أنها أعطت جمهورها دورا تفاعليا ومؤثرا في مضمون برامجها .

إضافة إلى أن الدراسة تكتسي أهمية كبيرة بالنظر لكون هذا النوع من الأبحاث لا يزال في بداياته ومن شأن الدراسة التي نحن بصدد القيام بها وتندرج ضمن مجال دراسة العلاقات المتبادلة التعريف بطبيعة العلاقة الجديدة التي نشأة بين الجمهور والبرامج الحوارية الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## 3 أهداف الدراسة:

إن اتخاذنا قرار البحث في هذا الموضوع لم يأت إلا بعد أن سطرنا مجموعة من الأهداف نصبو لتحقيقها في نهاية دراستنا، وأهمها التعرف على العلاقة الجديدة بين الجمهور والقنوات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى تبيان خصائص صفحات هذه القنوات على موقع الفايسبوك تحديدا من حيث الخدمات المقدمة للجمهور والإضافة التي حملتها للبرامج الحوارية داخل القنوات التلفزيونية الإخبارية

## 4 منهج الدراسة وأدواتها:

**منهج البحث:** "لما كانت الدراسات الإعلامية الوصفية لا تقف في بعض مجالاتها عند حد الوصف الكمي أو الكيفي للجوانب الخارجية السطحية في الظاهرة فإن ذلك يدفع عدد الباحثين إلى القيام بدراسات وصفية أكثر تعمقا وهي ما يمكن ان نطلق عليه الدراسات التشخيصية normative أو دراسة العلاقات المتبادلة وهي التي يسعى فيها الباحثون إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول إلى استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي وذلك

كلّه على أساس بصيرة أعمق بالظاهرة موضع البحث نتيجة إجراء هذا النوع من دراسة العلاقات المتبادلة (حسنين، 1995، ص160)

وسنعمد في هذه الدراسة على منهج دراسة العلاقات المتبادلة والتي تندرج ضمنها دراسة الحالة. ويعرف الباحث سمير محمد حسنين دراسة الحالة بأنها اختبار عدد محدود من الحالات أو المفردات الممثلة ودراستها دراسة شاملة متعمقة مستوعبة بهدف الوصف والفهم الكاملين للحالة على حدا ولجميع العوامل المتشابهة والقوى الداخلة في كل منها والعلاقات بينها ومدى الترابط بين هذه العوامل وذلك بهدف التعرف على كل الخصائص العامة لجميع الحالات أو المفردات تحت البحث واكتشاف نوع الخصائص المشتركة بين هذه الحالات والخصائص التي تفرد أو تتميز بها مفردة أو حالة واحدة أو عدد من الحالات والمفردات (حسنين، 1995، ص162)

ويبنى أسلوب دراسة الحالة على أساس الدراسة التحليلية الشاملة والمقارنة بين الحالات المختلفة للوصول إلى استنتاجات وخلاصات معنية منها، ثم محاولة اختبار صحة هذه الاستنتاجات فيما يتعلق بعدد أكبر من الحالات بحيث يتمكن الباحث من أن ينشئ صورة شاملة متكاملة للحالة كما تعمل في الإطار الإعلامي ويجب أن يتنبه الباحث في استخدامه لطريقة الحالات إلى مراعاة الدقة والحذر إلى حد كبير في اختيار مفردات عينة الحالات بحيث تؤدي في النهاية إلى تمثيل المجتمع تمثيلا صحيحا وإلا أصبحت النتائج المستخلصة متحيزة كما يجب أن يتنبه الباحث إلى أنه في نفس الوقت الذي تنفذ فيه دراسته للحالة إلى أعماقها فإن من الضروري أن يدرس أيضا المتغيرات الكلية المحيطة بهذه الحالة نظرا لأنها تعمل داخل نطاق ديناميكي يشمل الجماهير والجماعات والوسائل والمواقف المختلفة والدوافع والاتجاهات والآراء وهي مجموعة المتغيرات التي تتفاعل مع بعضها باستمرار في إطار بيئي شامل وبالتالي فإن دراستها دراسة متعمقة يعتبر من الضرورات في فحص الحالة وتحليلها والوصول إلى نتائج وخلاصات ذات دلالة أكيدة منها (حسنين، 1995، ص161)

حيث نسعى في بحثنا إلى وصف خصائص صفحات البرامج التي اخترناها في بحثنا من ناحية عدد مشتركها وعدد المشاركات اليومية من قبل أعضاء الصفحة للتفاعل مع المواضيع المقترحة بالإضافة إلى وصف الدقيق للتطبيقات التي تعرضها هذه الصفحات لجمهورها، وأيضا نستهدف إلى التعرف على نوع معين من الجمهور له آراء معينة واتجاهات مختلفة يتفاعل انطلاقات منها مع المضامين التي تطرحها البرامج الحوارية الإخبارية على صفحاتها.

كما أننا نستهدف التعرف على العلاقة بين أعضاء صفحات الفيسبوك للبرامج الحوارية والقائمين عليها من خلال المضمون المعروض على الصفحة هذا وستكون دراستنا حول صفحات الفيسبوك لبرامج حوارية إخبارية وهي: برنامج حوار الليلة على قناة سكاي نيوز عربية، برنامج نقطة

حوار على قناة بي بي سي العربية، وبرنامج نقاش فرانس 24، وسنقوم بوصف معمق لهذه الصفحات وما تقدمه لأعضاء الصفحة من جمهور البرامج لمعرفة كيفية التفاعل بينهما.

**الملاحظة:** إن الملاحظة كلمة مشتقة من الفعل " لحظ " و هي تعني في اللغة العربية النظر إلى الشيء" أما الملاحظة في البحث العلمي فهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية... ليس بالمعنى التسجيلي السلبي لهذه الجوانب -عبر استخدام الحواس- بل يتعدى إلى تدخل العقل في إجراء المقارنات واستخلاص النتائج (بن مرسل، 2003، ص203، 204)

كما عرفها سمير محمد حسنين أنها: " المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر او لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها ... والملاحظة بهذا المفهوم تمثل جزء جوهريا من المنهج العلمي الإمبريقي يجمع بين استخدام العقل والحواس لأنها لا تقتصر على مجرد تسجيل السلبي للوقائع أو المتغيرات وإنما تتعداها إلى خطوة التدخل الإيجابي من جانب العقل الذي بدور رئيسي في إدراك علاقات المختلفة بين الظواهر التي تتم ملاحظتها" (حسين، 1995، ص182).

كما عرفها "موريس أنجرس" أنها: " تقنية مباشرة للتقصي تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة وذلك بهدف اخذ معلومات كيفية من اجل فهم المواقف والسلوكات وتكون الملاحظة عندما يتعلق الأمر بالوصف الصادق للسلوكات والتنبؤ بها ويمكن لعملية جمع المعطيات من خلال الملاحظة أن يسيطر عليها الطابع الكمي " (موريس، 2006، ص15)

وبما أن دراستنا تشخيصية فإن الملاحظة هي من أحسن وانسب الأدوات لجمع البيانات فبواسطتها يمكننا الإجابة عن جزء كبير من تساؤلات الدراسة مما يساعدنا على فهم كيفية تفاعل الجمهور مع البرامج الحوارية الإخبارية عبر موقع الفاييبوك، وقد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة بنوعها: بالمشاركة وبدون مشاركة فاعتمدنا على الملاحظة بدون مشاركة لدى زيارتنا لصفحات لبرامج الحوارية الإخبارية عبر موقع التواصل الاجتماعي فاييبوك. واعتمدنا على تقنية الملاحظة بالمشاركة على مدار عدة أشهر على صفحات البرامج الحوارية المختارة من خلال التعليق والمساهمة في النقاش المطروح فيها.

**تحليل المضمون:** اعتمدنا في بحثنا على تحليل مضمون كوسيلة رئيسية لجمع البيانات حيث أنه احد أساليب الإفادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتلخيص والمقارنة باستخدام التطبيق الموضوعي والمنهجي المنتظم لقواعد التصنيف، وعرفه سمير محمد حسنين بأنه: "أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر

والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع هذه الرسالة الإعلامية أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية" (حسنين، 1995، ص 224).

كما يعرفه "موريس أنجرس" بأنه: "تقنية تتطلب من جهة مرونة في التطبيق للأخذ بعين الاعتبار فحوى أو مضمون ما وجد في البحث والذي لا يتطابق بالضرورة مع ما كان متوقعا ومن جهة أخرى قد يكون ضروريا اختيار في بعض الحالات مصادر المعلومات" (موريس، 2006، ص 356)

ويما أن دراستنا تشخيصية فإن أحسن وانسب أداة لجمع البيانات هي تحليل المضمون فيواسطتها يمكننا الإجابة عن جزء كبير من الدراسة كونها تركز أساسا على التحليل الكمي لعدد المشاركات والتعليقات بالإضافة إلى أنها تتيح لنا الحصول على عدد من المعطيات بخصوص المؤشرات التي حددناها في إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية وهي التي تتعلق بتفاعل الجمهور مع البرامج الحوارية عبر صفحات الفيسبوك.

**التوثيق:** اعتمدنا في دراستنا على التوثيق كوسيلة من وسائل جمع البيانات ونعني به استخدام مختلف المصادر الموثوقة لجمع البيانات اللازمة لانجاز الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها حيث اعتمدنا على المقالات المنشورة عبر مواقع الانترنت ذات المصداقية العالية وكذا على بعض الدراسات الأكاديمية والكتب والتقارير المعدة من قبل مؤسسات وهيئات حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والتي ساعدتنا في دراستنا .

**5 التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية:** لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أن أكد wiener أهمية رجع الصدى عام 1948 ورغم شهرة هذا المصطلح إبان الخمسينات والستينات من القرن الماضي إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة بسبب بنية وسائل الاتصال الجماهيري " فطبيعة الإعلام الأحادية الاتجاه الذي فرضته كل من الجرائد والإذاعة والتلفزيون يستثني إمكانية عودة المعلومات بين منتجي الرسائل ومتلقيها، إذ تنعدم فرصة تبادل الأدوار بين المرسلين والمتلقين" (درويش، 2002، ص65)

كما أن مفهوم التفاعلية تطور وتماشى مع الوتيرة المتسارعة لانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والدافع وراء هذا النوع من الدراسات يكمن في الممارسة وسلوكيات المستخدمين لهذه

التكنولوجيا الحديثة والتي بفضلها أصبحنا نتحدث عن سيولة اتصالية حققت ما يسمى " الإعلام التفاعلي ذو الاتجاهين والذي يحدث بين المستقبل والمرسل " ( تائر محمد تلاحمة رسالة ماجستير بعنوان: حراسة البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت. إشراف. كامل خورشيد مراد. جامعة الشرق الأوسط. 2012. ص.12. تم استرجاعها بتاريخ 15 ديسمبر 2012 . الساعة: 20:00 من الموقع

(<http://www.meu.edu.jo/ar/images/document/artscience/arab/media/%D8%>)

وتركز معظم أدبيات التفاعلية على قضايا لها علاقة بمستويات محددة من الظاهرة التكنولوجية الاتصالية الجديدة: كيف يتفاعل الناس عن طريق الوسائط المتعددة؟ طبيعة المحتوى التفاعلي في وسائل الاتصال الجديدة؟ وكيف يتفاعل الفرد مع الحاسوب؟ وأدوات الاتصال التي تمكن من الاتصال التفاعلي؟

ويمكننا أن نشير إلى أن التأسيس النظري للتفاعلية فهو مؤسس على أرضية مختلف تقاليد الأبحاث في الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري والبعد النفسي في العلاقة بين الإنسان والآلة وهذا يفسر أن أدبيات التفاعلية تركز أساساً على التفاعل والاستعمالات وعلى الخصائص التقنية للوسيط بدرجة أقل، وتتميز أدبيات التفاعلية بمقترنين أساسيين في دراسة استعمالات الأفراد لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يهتم المقرب الأول بالحركية الاجتماعية والثاني بعلاج تأثير التقنية (زعموم، 2000، ص23)

**6 مميزات موقع الفيسبوك** ( استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا، الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدونين ونشطاء الانترنت " تشبيك" تم استرجاعه من الموقع ([http://owf-eg.org/UserFiles/tashbek\(1\).pdf](http://owf-eg.org/UserFiles/tashbek(1).pdf))

#### • التلقيحات الإخبارية **New feeds** :

بدأت هذه الخاصية في سبتمبر 2006 فبعد أن كان المستخدم يقوم بفتح حسابه ليجد أمامه صفحته الخاصة أصبح المستخدمون يطالعون أخباراً موجزة حول نشاط أصدقائهم على الفيسبوك وهو ما يؤدي إلى مزيد من التواصل والتشبيك الذي نشأت الشبكة من أجله بالأساس

#### • رسائل الحائط وصندوق البريد **wall and inbox messages** :

و تعتبر هذه الخاصية بمثابة تطوير للبريد الإلكتروني وأصبح يعتمد عليها من قبل عدد هائل من المستخدمين سواء لإرسال رسائل يقرأها جميع الأصدقاء على حائط الكتابة أو تقرأ بشكل خاص على صندوق البريد

- الصور والفيديو **photos and videos** :

و هما أكثر تطبيقات الفايسبوك شعبية، حيث أنه شهريا يتم رفع عدد هائل من الصور والفيديوهات تتزايد من سنة لأخرى كما أنه يمكن إضافة إشارات tags أو ترك تعليقات حول هذه الصور والفيديوهات .

- الملاحظات **notes** :

تم إضافة هذه الخاصية إلى الفايسبوك في أوت 2006 كشكل من أشكال التدوين على الفايسبوك والذي يسمح بإضافة الصور والتعليقات إلى النصوص المكتوبة، ثم أصبح من الممكن بعد ذلك استيراد المدونات من مواقع خدمات التدوين إلى الفايسبوك.

- المحادثة **chat** :

تم إطلاق هذا التطبيق في أبريل 2008 ليسمح بتبادل الرسائل اللحظية بين المستخدمين لتحقيق مزيدا من التفاعل قبل أن يتدعم هذا التطبيق في سنة 2011 بالتواصل عبر الفيديو .

- منصة المطورين **developers platforme** :

في ماي 2007 تم إطلاق منصة المطورين لكي تسمح للمستخدمين بتطوير تطبيقات جديدة وتحسين التطبيقات القديمة لفتح المجال أمام آلاف التطبيقات الجديدة التي يمكن توظيفها لغرض من الأغراض، مثال على ذلك تطبيق تم تطويره أثناء الحرب على غزة يحدد أعداد القتلى والجرحى دوريا خلال وصف حالة المستخدم عند الاشتراك فيه لنشر القضية.

**تطبيقاته:** يتيح موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" مجموعة من التطبيقات للمستخدمين نذكرها فيما يلي:

- المجموعات **Groups** :

يمكن لكل مشترك أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم إيميل مدير admin المجموعة، كما أسلفنا سابقا يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين لو لحملة فكر اجتماعي أو ديني أو سياسي معين.

وللمجموعات نفس خصائص الصفحات الشخصية ذاتها "walk" صفحة يسمح فيها بالكتابة لجميع أعضاء المجموعة بالإضافة إلى اليوم الصور ومساحة للحوار " discussions " وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يتيحها المشرف على الصفحة أي مدير المجموعة (فضل الله، 2004، ص15)

مع العلم أنه يمكن للمجموعة أن تحمل أكثر من مدير في حال ما سمح منشؤها الأصلي بذلك حيث يقوم باختيار أشخاص معينين ليشفروا معه على الصفحة.

كما أن المجموعات يمكن لها أن تكون مفتوحة لجميع من يرغب الانضمام فيها وان تكون مغلقة ويكون الانخراط في المجموعة يمر عبر موافقة المشرف عنها.

#### • الصفحات Pages:

الصفحات على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك لها نفس ميزات واستخدامات المجموعة، إلا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية Home لكل المستخدمين والمنخرطين فيها وعادة ما يكون هذا التطبيق للمشاهير والشخصيات المعروفة عبر العالم أين يسعى من خلاله القارئون عليه لكسب أكبر عدد من المتابعين لجديد الشخصية التي المنشآت لأجلها الصفحة كما أنها تستخدم في الحملات الدعائية المختلفة والتي يتم خلالها حشد أكبر عدد من المستخدمين للتفاعل والتواصل بخصوص مختلف المواضيع المقترحة. ويكفي لصاحب حساب على الفايسبوك أن يبدي إعجابه بالصفحة ليصبح عضوا في الصفحة.

#### • الصفحة الرئيسية Home :

تظهر هذه الصفحة كل جديد يتعلق بالصور والتعليقات والروابط المختلفة التي يعرضها الأصدقاء على صفحاتهم بالإضافة إلى التعليقات والمشاركات المختلفة التي يتقاسمها من في قائمة أصدقاؤك مع من يتواجدون معهم على قوائمهم الخاصة. إذا ما أتاح المستخدم لك ذلك حيث يمكن له أن يمنع مشاهدتك لمشاركاته ومساهماته عبر مختلف الصفحات الأخرى من خلال تعديل البيانات المشتركة بينكما.

#### • الألعاب Games :

يتيح الفايسبوك مجموعة من الألعاب التشاركية بين منخرطي الموقع مغامرات، كرة قدم، وغيرها ومن أهمها "المرزعة السعيدة"، ويمكن للمستخدم أن يجتاز مراحلها المرحلة تلو الأخرى كما أنها تتيح له ميزة دعوة أصدقائه لمشاركة هذه الألعاب.

#### • المناسبات Event :

- يمكنك موقع الفايسبوك من إقامة موعد ودعوة الأصدقاء وأعضاء مجموعة معينة له أو لحدث مهم أو عمل جماعي مقرر أو الاجتماع على ارض الواقع، حيث يكفيك أن تضع عنوان الحدث - وتوقيت بدايته وتوقيت نهايته بالإضافة لتحديد الأعضاء المدعويين له كما تجب الإشارة إلا أن المناسبات يمكن لها أن تكون مفتوحة لكافة أعضاء الفايسبوك (فضل الله، 2004، ص15).

#### النتائج

#### • الإجابة عن التساؤلات الفرعية للبحث:

1- معدل المشاركات اليومية المسجلة على صفحات الفايسبوك للبرامج الحوارية:

- برنامج نقطة حوار على قناة بي بي سي عربية: 220 مشاركة يومية

- برنامج حوار الليلة على قناة سكاى نيوز عربية: 43 مشاركة يومية
- برنامج نقاش فرانس 24 على قناة فرانس 24 عربية: 31 مشاركة يومية
- 2- مؤشرات تفاعل الجمهور مع البرامج الحوارية عبر موقع الفايسبوك تتمثل في:
  - التعليقات
  - الإعجاب
  - المقاسمات
  - معدل الزيادة اليومية لأعضاء الصفحة
  - إضافة الروابط من قبل إدارة الصفحة ومن قبل الأعضاء
- 3- وجدنا من خلال دراستنا بأن كلا من برنامجي حوار الليلة ونقاش فرانس 24 يكتفيان بعرض نفس الموضوع الذي سيبحث على القناة بغرض تفاعل أعضاء الصفحة معه قصد إثراء النقاش داخل البرنامج حول الموضوع، بينما وجدنا أن برنامج نقطة حوار يقوم بعرض مجموعة من المواضيع في مختلف المجالات بعض منها يناقش في الحلقة والبعض الآخر لا يتم لتطرق له فيها بل يقتصر التفاعل معه على صفحة الفايسبوك فقط .
- 4- من أهم الميزات التي تتيحها صفحات البرامج الحوارية الإخبارية على موقع الفايسبوك للأعضاء تتمثل في :
  - إمكانية عرض الروابط المختلفة سواء على جدار الصفحة إذا كانت إدارتها تتيح ذلك مثلما وجدنا في صفحة برنامج حوار الليلة على قناة سكاى نيوز عربية، أو في المساحة المخصصة للتعليقات التي عادة ما يستغلها الأعضاء لعرض روابط مختلفة بغرض الإعلان عن صفحات جديدة أو التعبئة بعرض فيديوهات متنوعة أو كسب التأييد حول القضايا المختلفة وذلك في صفحتي برنامجي نقطة حوار على بي بي سي ونقاش فرانس 24 اللتان لا تتيحان إمكانية النشر على الجدار
  - إمكانية طرح الآراء والأفكار المختلفة باتجاه ما يبيث على البرنامج والقناة على حد سواء حيث أن العديد من الأعضاء يستغلون الصفحات لمراسلة القناة عبر إدارة الصفحة وإبداء انطباعاتهم المختلفة بشأن توجهات القناة وما يعرض عليها من برامج بما فيها التي لا تتطرق إليها الصفحة المحددة بالبرامج الحوارية
  - تقريب الأعضاء من الضيوف المتواجدين للمشاركة في الحلقة من خلال فتح فسحة زمنية لعرض مشاركات الفايسبوك التي عادة ما تضم أسئلة مباشرة لضيوف الحلقة .
  - 5- يتفاعل الجمهور مع حلقة البرنامج على موقع الفايسبوك وفق ما يلي:

- قبل الحلقة: تكون المشاركات مكثفة وتشمل آراء الأعضاء وتوجهاتهم تجاه المواضيع المطروحة وتكون غالبيتها في سياق الموضوع المقترح للتفاعل والهدف الرئيسي هو مشاهدة هذه المشاركات أثناء بث الحلقة في الفقرة الخاصة بمشاركات الفايسبوك
- أثناء الحلقة: يقل التفاعل لانصراف أعضاء الصفحة لمتابعة البرنامج على القناة لمتابعة المشاركات التي سيتم عرضها خلال الحلقة
- بعد الحلقة: تسجل صفحات البرامج الحوارية على موقع الفايسبوك تفاعلا عادة ما يرتبط بردة فعل الأعضاء حول ما جرى في الحصة من حوار بين الضيوف والمقدم أو تكون المشاركات عبارة عن آراء خارجة عن سياق الموضوع إما في شكل نشر لروابط مختلفة أو عرض أفكار وآراء شخصية لا علاقة لها بموضوع الحلقة.

#### • الإجابة عن التساؤل الرئيسي:

توصلنا في هذه الدراسة إلى فهم كيفية تفاعل الجمهور مع البرامج الحوارية الإخبارية عبر صفحات الفايسبوك الخاصة بها حيث أن أعضاء الصفحات صاروا يجدون فيها فضاء مفتوحا للتعبير عن آرائهم إما بخصوص المواضيع المقترحة في الحلقات لإثرائها وإثارة النقاش فيها أو لإبداء اقتراحات والتعبير عن وجهات نظرهم تجاه البرامج المختلفة كون الفضاء التواصلي الممثل بالفايسبوك فتح المجال لتكون هناك علاقة جديدة بين الجمهور والبرامج الحوارية الإخبارية من منطلق التشاركية، فمن جهة يستغل القائمون على صفحات البرامج تواجد عدد من المتفاعلين مع مضمونها للإعلان عن كل ما يستجد ويتعلق بالبرنامج ومن جهة أخرى نرى أعضاء الصفحات يستغلون تواجد عدد من الأعضاء النشطين لتقاسم الآراء وفتح باب النقاش بالإضافة إلى استغلال المساحة المخصصة لإبداء المشاركات من اجل وظائف أخرى قد تخص الإعلان عن مواقع أو صفحات فايسبوك أو تعبير عن آراء بخصوص قضايا مختلفة وتشمل أيضا نقد البرامج ذاتها.

كما أن الدراسة سمحت لنا بتحديد أهم أسباب التفاعل بين الجمهور على صفحات الفايسبوك الخاصة بالبرامج الحوارية، وتتعلق أساسا بنوعية وكم المواضيع المطروحة للنقاش، حيث أن التفاعلية تزيد بزيادة عدد المواضيع المقترحة يوميا، فنسجل تفاعلا من قبل الأعضاء مع المضامين المطروحة يسبق توقيت عرض الحلقات ويتواصل لما بعدها، في حين يكاد ينعدم في أيام لا تعرض فيها الحلقات وتغيب المواضيع المقترحة للنقاش على صفحة الفايسبوك، في حين نرى أيضا تباينا في طريقة التفاعل باختلاف المواضيع المقترحة

ومن خلال النتائج المحصل عليها يتضح لنا بأن علاقة الأعضاء مع صفحات الفايسبوك الخاصة بالبرامج الحوارية الإخبارية تتجه نحو التوسع والمزيد من التفاعلية نظرا لاتجاه القائمين على هذه البرامج إلى زيادة العناية بجمهورها على موقع التواصل الاجتماعي من خلال توسيع حيز

العلاقة بين الطرفين من خلال زيادة الخدمات المقدمة على الصفحة بعرض المشاركة والمساهمة في صناعة مضامين البرامج نفسها .

• توصيات الدراسة

- على البرامج الحوارية الإخبارية أن تستغل تواجد عدد كبير من الأعضاء المتفاعلين معها لتطوير أدائها
- من الجيد تخصيص حيز لضيوف البرنامج للتفاعل المباشر مع أعضاء صفحات الفيسبوك حتى خارج أوقات البث
- زيادة المدة الزمنية المخصصة لعرض مشاركات الفيسبوك من شأنه أن يزيد من أعضاء الصفحة ونجاح البرنامج
- عدم اكتفاء القائمين على البرنامج الحوارية بالتفاعل مع الجمهور بخصوص مواضيع الحلقات بل يجب استغلال الفضاء التواصلي الفيسبوك لعرض خدمات جديدة حتى في الأيام التي لا يعرض فيها البرنامج بما يخدم التفاعلية بين الطرفين.

قائمة المراجع:

- بن مرسللي أحمد. (2003)، *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية .
- حسنين شفيق. (2008)، *الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات*، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- حسنين سمير محمد. (1995)، *دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام*. ط:2، القاهرة، عالم الكتب .
- موريس أنجريس. (2006)، *منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عامة*، ط2، الجزائر، دار القصبية للنشر .
- حسين عوض. (2012)، *دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب*، جامعة القدس المفتوحة تم استرجاعها بتاريخ: 15 نوفمبر 2012 الساعة 20.00 من الموقع

[http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr\\_housniAwad.pdf](http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf)

- تقرير الإعلام الاجتماعي العربي كلية دبي للإدارة الحكومية. (2011). تم استرجاعه بتاريخ 20 ديسمبر 2012 من الموقع -

<http://www.dsg.ae/ar/home/index.aspx?&PriMenuID=2&mnu=Pri>

-تلاحة تائر محمد.(2012)، حراسة البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت جامعة الشرق الأوسط تم استرجاعها من الموقع بتاريخ.15 ديسمبر 2012.الساعة: 20.00

<http://www.meu.edu.jo/ar/images/document/artscience/arab/media/%D8%>

- عوض نصر.(2012)، استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا، الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدنيين ونشطاء الانترنت " تشبيك دراسة تم استرجاعها من الموقع بتاريخ 12 ديسمبر 2012"

[http://owf-eg.org/UserFiles/tashbek\(1\).pdf](http://owf-eg.org/UserFiles/tashbek(1).pdf)