

## الاعلام التفاعلي

دراسة في السمات التفاعلية - والأدوار - النظريات

## Interactive media

Study of interactive features - roles - theories

بشري مداسي\*

جامعة الجزائر 3، [bouchrahouda@live.fr](mailto:bouchrahouda@live.fr) (الجزائر).

تاريخ النشر: 2022/12/28

تاريخ القبول: 2022/12/21

تاريخ الاستلام: 2020/03/21

## ملخص:

لقد تم الاهتمام من طرف الباحثين في مجال الاعلام والاتصال بالبعد التفاعلي في العملية الاتصالية و لم يبدأ بشكل حقيقي إلا بعد ظهور الانترنت كوسيلة اتصال تمثل "التفاعلية" الخاصة الرئيسية فيها ، و ظهرت العديد من الدراسات التي سعت إلى دراسة هذا المفهوم وتطبيقاته في وسائل الإعلام الجديد ، و تم ظهور مقاربات نظرية تناول فيها المتخصصون تأثيرات وادوار الاعلام التفاعلي ، و قدرتها على التأثير في الديمقراطية و المشاركة وحرية التعبير ، و التأثير المحتمل على التغيير الاجتماعي. هذه الآراء تفاوتت تصنيف سمات وادوار الاعلام التفاعلي ، فالاهتمام واضح بالإعلام التفاعلي على كافة المستويات الأكاديمية والإعلامية والحكومية والتجارية. فمن خلال هذه الدراسة اردنا الامام بجوانب الاهتمامات الجديدة والمستجدة في ميدان علوم الاعلام والاتصال والإعلام التفاعلي وتحديد تصنيفات المداخل النظرية له .

الكلمات مفتاحية : الاعلام التفاعلي ، ادوار الاعلام التفاعلي ، المداخل النظرية ، نظريات وسائل الاعلام ، النظرية التكنولوجية .

**Abstract:**

Researchers in media and information field have been showing interest for the interactive dimension of communication operation, and this it did not start in a clear manner until the appearance of the internet as communication means that represents principal

interactivity that, however, it appeared many studies which led to the study of this concept and its applications in the new mass media.

This led to converge theories that researcher specialists have been earching the influence and the role of the interactive media and its capacity influencing democracy, participation and freedom of expression. Probably its influence on the social change within these opinions that has passed to assort the characteristic and the role of the interactive media. The interest is clear for interactive media at the academic, media, government, and commercial levels.

From this study [one] wants to wrap up the new interest and the latest developments in the information and communication science, interactive media, and determine its theoretical introduction categories.

**Key words:** Interactive media, Interactive media role, Theory introduction, Mass media theories, and Technology theory.

#### مقدمة :

تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بمدى ملائمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الإعلامية المبنية على وسائل الإعلام التقليدية ، حيث قامت بعض الدراسات باستخدام بعض هذه النماذج والنظريات لتفسير السلوك الاتصالي في بيئة الإعلام الجديد ، إلا أن واقع الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة يجب اعادة النظر فيها وف نموذج الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي والتخلي عن النموذج الخطي القديم للإعلام.

وضمن هذا الإطار يأتي هذا البحث الذي يسعى إلى دراسة العلاقة بين ادوار وسمات الاعلام التفاعلي والمداخل النظرية له في العملية الاتصالية و في تطبيقات الاعلام الجديد المتمثلة في المنتديات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي التي تعد ساحة للرأي العام ، مما يجعلها تمثل نموذجا للاتصال التفاعلي الذي يتسم بالعمق والثراء الموضوعي.

ويجعلنا نطرح الاشكالية التالية : هل هناك مداخل نظرية ونظريات للإعلام الجديد وما هي هذه النظريات كدراسات حديثة ؟ .

- تساؤلات الدراسة:

- ما مفهوم الإعلام التفاعلي ؟

- وما هي سماته التفاعلية و ادواره ؟

- ما هي المداخل والنظريات المفسرة للإعلام التفاعلي؟

- أهمية الدراسة : تكمن فيما تضيفه الدراسة من معلومات جديدة في مجال الاعلام التفاعلي وسماته ونظرياته في عصر يتسم بالتفاعلية والتبادل المعلوماتي ، كما يمكن ان تؤسس الدراسة لبحوث اخرى من قبل باحثين اخرين للتعمق والتطرق للموضوع من زوايا اخرى في ظل التطور الذي تشهده وسائط الاعلام الجديد ، والبحث في نظرياته وتأثيراته.

- اهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على خصائص الاعلام التفاعلي وأدواره.

- الكشف عن على نظريات وسائط الاعلام التفاعلي ومداخله.

- توضيح مفهوم كل نظرية وتطبيقاتها في الاعلام التفاعلي .

- نوع الدراسة ومنهجها : ان الدراسة تعد من البحوث الوصفية المسحية ، والمنهج المستخدم يسمح بالتأكد من درجة موضوعية البحث ، ذلك أن الموضوعية تشكل الدور الأول بل المهمة الأولى للمنهجية العلمية ( لارامي، فالي برنار.2004. 29). في دراستنا استدعت طبيعة المشكلة المطروحة استخدام المنهج المسحي ، بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف أساسا للتعرف على ظاهرة معينة تفصيلية ودقيقة، ويعرفها "موتني" بأنها تلك الأبحاث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع ( محمد منير حجاب. 2002. 86).

## 1- مفهوم الإعلام التفاعلي:

يعتبر الاعلام التفاعلي اندماج لشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. و هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت عن التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام. و يستخدم لوصف أشكال من الاتصال الالكتروني أصبح ممكنا باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو. (عباس مصطفى صادق ، 2007، 179، 178).

و هو مجموعة من الأساليب الرقمية الجديدة، تمكن من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه ، من مختلف الأجهزة الإلكترونية و الوسائط المتصلة ، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل (الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد. (http://www.alukah.net/Publications\_Competitions3/08/2013) :

ويمكن القول ان الإعلام التفاعلي يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها بشكل بسيط.

## 2- السمات التفاعلية - والادوار:

نجد انه حدث تغير في ادوار المرسل والمستقبل ، و أصبح الجمهور يستقبل الرسائل و المضامين الإعلامية ويقوم بصناعتها ، فلم يعد فقط يستعمل وسائل الإعلام لاستهلاك مضامينها و رسائلها ، بل

تعدى الأمر إلى المشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون و بكل حرية ، و لذلك فان ما يميز هذا الجمهور أنه يستعمل وسائل الإعلام و يتعرض لها في نفس الوقت الذي يساهم في محتواها ، كما أنه يملك هامش من الحرية أكبر بكثير من الصحفيين التقليديين ، وتمكن الافراد من نشر مقالات و مذكرات و كتب و أفلام ، روبرتاجات و صور على شبكة الانترنت كانت ممنوعة من النشر في الوسائل الأخرى .

و عليه فقد "انتهى دور الكاتب مرسلا ، كما انتهى دور الإخبار ، و تحول المتلقي إلى قارئ منتج للنص في الوقت نفسه " (نسيم الخوري . 2005 . 128)، و لم يعد الجمهور يستقبل الرسائل و المضامين الإعلامية بشكل سلبي.

ومن خلال خاصية التفاعل للإعلام التفاعلي التي يكون للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وبإستطاعتهم تبادلها ، وأصبح يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر. وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية ، والتبادل ، والتحكم ، والمشاركين(علم الدين محمود. 1994، 115-118).

و يعتبر تبادل السلطات بين المرسل والمستقبل في الصحافة الإلكترونية ، فيكون المتلقي "ساكنا " يتعامل مع الطبعة الإعلامية و كأنها وسيلته الإعلامية الخاصة تمنحه سلطات جديدة يستطيع أن يمارسها بالتحرير أو بالانتقاد ، أو بإضافة الأفكار. (علم الدين محمود. 1994 ، 435).

**3-مداخل الإعلام التفاعلي :** تطرقنا سابقا الى ان الإعلام التفاعلي وتطبيقاته يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي، ينشر أوديث من خلال الوسائل الإعلامية التي تدرج ضمن تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة. ونجد اختلافات تسميات نظريات الإعلام الجديد ، فيوجد ما يعرف بمداخل الإعلام الجديد أو نماذج لعملية الاتصال بالوسائل الجديدة غير التقليدية للإعلام ، كما أن الباحثين في الإعلام والاتصال يستخدمون في أبحاث ودراسات الإعلام التفاعلي نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري المتعارف عليها ، وتوظيف هذه النظريات بما يخدم وسائل الإعلام الجديدة ، ومن المداخل والنماذج المستخدمة .

-مدخل نيغروبونتي: أن المؤات الموجودة في الإعلام الجديد مقارنة مع التقليدي ، في استبداله البتات بالذرات أو الوحدات المادية بالرقمية ، كأدوات رئيسة في حمل المعلومات التي يتم توصيلها بشكل إلكتروني ، وليس فيزيائي ، والمحتويات و الخدمات التي توزع بناء على الطريقة الإلكترونية الجديدة ، بدلا من توزيعها على الورق أو في صناديق مغلقة . و ميزة الإعلام التفاعلي قدرته على مخاطبة الرقمية المزدوجة للربغبات والاهتمامات . و هناك عدة مداخل لفهم الإعلام البديل منها:

-الإعلام البديل كخدمة للمجتمع المحلي : بإتاحة الفرصة لجمهور المجتمع المحلي لمشاركة ، ومناقشة القضايا التي لا يتيحها الإعلام التقليدي.

-الإعلام البديل في مقابل الإعلام التقليدي : الذي لا يتيح للمهمشين إيصال صوتهم للعالم.

-الإعلام البديل كجزء من المجتمع المدني : وهي مؤسسات المجتمع والتي تملأ الفراغات المدنية ، والإعلام البديل جزء من المجتمع المدني.

-مدخل كروسي : ان ملايين الحواسيب التي تمثل شبكة الإنترنت تقوم بجمع المعلومات وفرزها ، ونقلها لعدد غير محدود من البشر ، و يمكنهم إجراء عملية اتصال آني ومباشر بينهم في بيئة تسمح لكل مشارك سواء كان مرسلًا أم مستقبلاً بفرض متساوية من درجات التحكم. و يرى الأشخاص في اي موقع صحفي الأخبار والمواضيع الرئيسة ، و يجدون مواقع لتلبية الاحتياجات الفردية ، و يتاح ذلك لكل الزوار في آن واحد ، وهذا ما لا توفره وسائل الاتصال القديمة ، ويحفز الاعلام التفاعلي وينتج آليات جديدة للإنتاج والتوزيع تعمل على خلق مفاهيم جديدة للأشكال الإعلامية ومحتوياتها.

-مدخل مانوفيتش : من الضروري التطرق لفهم استخدام الحاسوب في توزيع وعرض المعلومات ، و دور الحاسوب في عمليات الانتاج جميعها في وسائل الإعلام ، والذي أحدث تغييرات في الاتصال ، و الرسائل الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة ، فجميع الأشكال و الرسم والأصوات والنصوص أصبحت تتم بواسطة الحاسوب .

-مدخل التصنيفات الثلاثة للإعلام التفاعلي : صنف ريتشارد ديفيز Richard Davis ، وديانا أوين Diana Owen الإعلام التفاعلي الى أنواع هي:

-الإعلام التفاعلي : وهو مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف ، ويشيران إلى راديو وتلفزيون والمجلات الإخبارية ، وبرامج الأخبار الحية والبرامج المسائية ، وبرامج الصباح المعروفة ، مثل صباح الخير أميركا Good Morning America وبرامج التابلويد. ويشمل التجديد .

-إعلام تفاعلي بتكنولوجيا جديدة : تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر ، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات .

-إعلام تفاعلي بتكنولوجيا مختلطة : ولا يتم التمييز فيه بين القديم والجديد ، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificial ، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد.

-مدخل بافلوك: إن تكنولوجيايات الإعلام التفاعلي في تطور مذهل ، و طريقة تواصل الأشخاص ، وهي تغير لبناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها. فيجب ضرورة توفر إطار مفاهيمي لفهم أبعاد وأثار تكنولوجيايات الإعلام التفاعلي، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج، والتوزيع والعرض والتخزين. يبدو هذا المدخل محدودا بسبب حالات التلاقي و التماهي بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيايات الإعلام التفاعلي.(عباس مصطفى صادق.2009-32).

**4- النظريات المفسرة للإعلام التفاعلي : لفهم طبيعة الإعلام التفاعلي صدرت بعض الاطروحات عن خبراء ومهتمين بعلوم اخرى تتقاطع مع الإعلام .و يمكن تقسيم أهم النظريات التي تتقاطع مع الإعلام التفاعلي:**

**1-4- النظرية التكنولوجية :** قدم مارشال ماكلوهان نظريته في الستينات ، مركزا على تاريخ وسائل الاتصال وتأثيرها على مسار التطور الحضاري ، و توصل الى أن التأثير الحقيقي كان للوسيلة وليس للرسالة.

أن التحولات الكبرى تتم عن طريق التكنولوجيا ، و تغير الوعي والإدراك. فالتاريخ البشري هو تغير وسائل الإعلام وكل حقبة من التاريخ تستمد شخصيتها من الوسيلة الإعلامية السائدة ، أن الإنسان لا يستطيع التخلص من تبعات وآثار عصره، و هو ما سماه ب:الحتمية التكنولوجية.

ويرى ماكلوهان أن تاريخ البشرية هو في الحقيقة تاريخ للوسائل الاتصالية ، وهو يمر ب 3 مراحل: المرحلة الشفوية و. مرحلة الطباعة ومرحلة الوسائل الإلكترونية

يرى ماكلوهان أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات ، فالمضمون غير مهم ، والمهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى. فالوسيلة المطبوعة رسالتها التنظيم و الوحدات، و التلفزيون رسالته: الانتقال إلى مرحلة الأشكال .

ان الإعلام التفاعلي يقدم معلومات بديلة عن الإعلام السائد ، سواء تجاوزيا ، مدعوما من الجمهور أو حكوميا. ويختلف الإعلام التفاعلي عن الإعلام السائد من حي المحتوى ، الناحية الجمالية ، أساليب الإنتاج ، والعلاقات مع الجمهور.

ومن خلال هذا التحليل نتطرق الى النظريات التي قدمت حول الاعلام التفاعلي الذي حصرناه في دراستنا في المواقع والمدونات التفاعلية. فيما يتعلق بتطبيق نظريات الاتصال الجماهيري الراهنة على الانترنت فإننا يمكن ان نتبع في بحوث وسائل الاعلام التفاعلية نماذج من هذه التطبيقات تتعلق بنظريات وضع الاجندة والاستخدامات و الاشباعات ، وانتشار المبتكرات وفجوة المعرفة نظرية الفضاء العمومي وذلك على النحو التالي:

## 2-4 - نظرية الاجندة سييتينج Agenda setting :

تعتبر نظرية وضع الاجندة من ابرز النظريات التي تناولت تشكيل وسائل الاعلام المعاني والآثار التي تترتب على ذلك بالنسبة لسلوك الفرد وقد كانت بداية ظهور مصطلح الاجندة Agenda setting مما يبين قوة وسائل الاعلام في تحديد مواضيع الجداول واختيار الاحداث التي تهم الرأي العام ، او اهل القرار استراتيجية غير مباشرة لجلب الانتباه الاعلامي والمعرفي والسياسي عام 1927 في الولايات المتحدة

الامريكية مع صدور دراسة (mc combs et shaw 2005. 4 .-1) Huyghe Francois Bernard )

the agenda setting function of mass media (1972)، وان كانت الفكرة العامة التي تقوم عليها قد سبق ان طرحها الصحفي ولتر ليبمان عام 1922 في كتابه الرأي العام ،والذي تحدث فيه عن الدور العام الذي تلعبه وسائل الاعلام في صياغة وتشكيل الحقيقة الذهنية للواقع السياسي والاجتماعي the world outside the pictures in our head ، فهي بذلك وسائل الاعلام تبني تفكيرنا و معارفنا و اعادة بناء الحقيقة . و تطورت الفكرة السابقة خلال الدراسات الاجتماعية النفسية ونظريات التأثير من خلال

دراسات الاتصال السياسي ، ودور الصحافة في الاقناع والتعبئة السياسية ويمثل كتاب تيودور هويت "صناعة الرئيس" الذي صدر في 1972 وما جاء فيه (مختار التهامي. 2000.254) "ان قوة الصحافة الامريكية قوة اساسية ، فهي تضع برنامج المناقشة العامة ، وهذه القوة السياسية الكاسحة لا يقيدتها القانون وهي تحدد ما سيتحدث عنه الناس وما سيفكرون فيه انها سلطة يحتفظ بها في الامم الاخرى للطفة والكهنة والأحزاب وكبار الموظفين ." ( درويس ايد جري . ، 1999.108).

تم تطبيق نظرية وضع الاجندة الى عام 1998 عندما اجري يون\* اختبارا لوضع الاجندة على شبكة الويب العالمية . حول استخدام الطلاب الكوريين بجامعة تكساس مواقع الصحف الكورية وتأثيره على ترتيب القضايا الاقتصادية الكورية لديهم . وسئل الطلاب في استقصاء هاتفي عن القضايا الاقتصادية الالهة التي تواجه بلدهم . وحلل يون كذلك محتوى الاقسام الاقتصادية والتجارية في ثلاثة من اكبر مواقع الصحف الكورية على الويب . ما انتهت اليه الدراسة في المقارنة بين اجندة الجمهور وبين اجندة مواقع الصحف و ثبت ان القضايا التي استحوذت على تصنيف عال على اجدى الاجندات تميل الى الحصول على تصنيف مرتفعه على الاجندة الاخرى ، وهي نتيجة تدعم حدوث اثر وضع الاجندة بفعل المواقع الاخبارية على الانترنت . ومن اشكاليات فرضية وضع الاجندة ان الافراد الذين يتعرضون بشكل اكبر لوسيلة اعلامية معينة ، ينبغي ان يعكسوا اجندة هذه الوسيلة اكثر من الافراد ذوي التعرض الاقل لهذه الوسيلة لكن هذه النتيجة المترتبة على وضع الاجندة لم تختبر بشكل كاف ، وهذا ما دفع يون الى اختبار هذه الفرضية لتقرير ما اذا كان التلاميذ الذين يتعرضون بشكل اكبر لصحف الانترنت اقرب الى تبني اجندة هذه الصحف من نظرائهم الاقل تعرضا لهذه الصحف . وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين مستوى التعرض لمواقع الصحف على الانترنت وبين درجة الاتفاق مع اجندة هذه المواقع ، حيث اتضح ان هناك تشابه اكبر بين الاجندة الشخصية وبين اجندة الصحف لدى التلاميذ الذين يتعرضون بشكل اكبر لصحف الويب.

ووسع بارلي\* تطبيق نظرية بناء الاجندة في وسائل الاعلام الجديدة من خلال التركيز على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على بناء اجندة الصحفيين ، وبالتالي اجندة الجمهور في القضايا السياسية . وحلل الباحث التغريدات السياسية التي نشرها سياسيون على موقع التدوين المختصر تويتر خلال الحملة الانتخابية الرئاسية لعام 2012 وخلص الدراسة الى التغريدات السياسية للزعماء السياسيين يتم استخدامها من جانب الصحفيين بطرق متعددة تندرج جميعها تحت المستويين الاول والثاني من مستويات بناء الاجندة ، ومن خلال المقابلات المتعمقة مع عينة من الصحفيين خلص الباحث الى ان التغريدات السياسية ساهمت في تشكيل تغطياتهم للأحداث وتحديد المصادر التي يعتمدون عليها والاقتباسات التي يستخدمونها وكذلك المعلومات الخلفية التي يركزون عليها في التغطية الصحفية ( John H Parmelee 2013 434-450).

### 3-4- نظرية الاستخدامات والإشباعات :

ان الاشباع هو ارضاء او بلوغ هدف ما او خفض دافع ما ، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه او التخلص من التوتر ، ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فان الافراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة ويطلق عليها الاشباعات (السعيد بومعيزة. 2006-2005. 61).

و لابد لنا من التطرق لتطبيق هذه النظرية ضمن الانترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، فمع التطورات التي تشهدها الانترنت ، لم تستطع العديد من نظريات التأثير مواكبة هذه التغيرات ، وهذا ما جعل النظرية تتصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام الانترنت بمختلف خدماتها ، و في مقدمتها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، باعتبار ان الدخول لشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي هو احد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها تلبية حاجاته، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والاشباعات في هذه البحوث والدراسات . حسب رايس RICE ووليمز WILLIAMS فالإعلام التفاعلي يعتبر ساحة خصبة لاختبار نظرية الاستخدامات والاشباعات ، بالإضافة الى مقالات العديد من الباحثين في هذا المجال من امثال ستورفر Storver وقرانت Graint بين 1994-1996 اشارت الى مدى ملاءمة نظرية الاستخدامات والاشباعات لبحوث وسائل الاعلام التفاعلي ويقترح رفايلي Rafaeli ، ونيوهاجن Newhagen ان النظرية ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل تحولية الانترنت (نوال بركات ، 2015-2016 ، 40) . وتنوع الاشباعات التي يمكن ان يحصل عليها الجمهور من وراء تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات لذا يرتبط تحقق الاشباع منها بتوقعات الجمهور من هذه الوسائل فالتوقع هو عبارة عن الجزاء والاحتمال والخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة ، لذا هناك من يربط الاشباع بالتوقع الايجابي من مواقع التواصل الاجتماعي(البشباشة .وسام طليل ، 2012-2013، ص،18).

و يمكن توظيف هذه النظرية وفقا للدراسة الحالية من خلال محاولة معرفة العوامل التي دفعت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والاشباعات المحققة ، واعتبار ان الاشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال استخدامها ، هو تكوين شبكة من العلاقات الاجتماعية ، وبذلك اتخاذ النظرية كإطار نظري لهذه الدراسة يمكن تفسير السلوك الاجتماعي الذي قد ينتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو التفاعل الاجتماعي ، وبالتالي الخوض في معرفة انعكاسات ذلك الاستخدام على نمط العلاقات الاجتماعية لدى المستخدمين من حيث الانعكاسات النفسية والفكرية والاجتماعية ، وخاصة مع وجود ما يعرف بالواقع الافتراضي والعلاقات الافتراضي (نوال بركات ، 2015-2016 ، 43).

### 4-4- التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism:

ان العلاقات الاجتماعية هي التفاعلات التي تقع بين شخصين او اكثر لتحقيق اغراض الاشخاص الذين يدخلون في مجالها ، ومن اهم شروط تكوين العلاقة التفاعلية كما يحددها كينزبيرك عي وجود شخصين فأكثر يكونوا العلاقة الانسانية .وتنطوي على مجموعة رموز سلوكية وكلامية ولغوية يفهمها اقطابها وكذلك تنطوي هذه العلاقة على فعل ورد فعل بين الاشخاص الذين يكونوا موضوعها ، اما اسباب العلاقات الاجتماعية كما يراها كينزبيرك ( ginsberg ) فهي الدوافع التي تدفع الفرد الى الدخول في علاقات مع الغير ، وهذا الاسباب قد تكون اقتصادية ، او تربوية ، و سياسية او عسكرية او دينية ، وهناك نتائج للعلاقات الاجتماعية التي تحدث عنها كينزبيرك ( ginsberg ) ، ايجابية او سلبية اعتمادا على طبيعة العلاقة الانسانية القائمة بين الافراد في المؤسسة او المنظمة الاجتماعية ، فلو كانت العلاقة بين العمال والإدارة في المصنع ايجابية اي قائمة على الحب والاحترام فان الاثار تكون ايجابية والعكس صحيح.

وتنطلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية ، وهي ما اعتاد المعدل العام من الناس على ممارسته من سلوك فالقواعد الاجتماعية تعتبر احد منظمات السلوك الانساني وهي احد الظواهر الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الاخرين ومع الجماعات الاجتماعية الاخرى ، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن التوقيت الزمني ومن خلاله يقاس مدى الفائدة او الربح او التوفير والتبذير للأشياء المادية والمعنوية للأفراد المتفاعلين وأيضا من اهم المرتكزات لتحليل التفاعل الاجتماعي الحيز المجالي اي ان التفاعل يحدث في منطقة جغرافية معلومة الابعاد ، يخضع لها الافراد في عملية تفاعلهم كما يحدد الحيز المجالي طريقة جلوس الافراد وتفاعلهم مع بعضهم البعض والقيم الاجتماعية التي تعتبر احد عناصر الحضارة الانسانية وتظهر من خلال التفاعل في المواقف وتتسم القيم بالاستمرار والتغير فيها يأخذ فترة زمنية طويلة وهو ذو تأثير كبير ، وتؤثر القيم على درجة التفاعل الاجتماعي وتوجهه الوجهة التي تريدها . انطلاقا مما سبق يمكن اسقاط هذه النظرية على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كونها تفسر لنا طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد عن طريق شبكات التواصل الالكترونية وموقعه والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي وباستخدام الفرد لهذه الشبكات الالكترونية فإنها تملئ عليه قيم ورموز ومعاني جديدة. (حنان بنت شعشوع الشهري ، 2011-2012 ، 9-10).

#### 5-4- نموذج الافكار المستحدثة:

نتج الافكار المستحدثة انطلاقا من فكرة جديدة لم يكن يدركها الفرد من قبل وتمثل موضوعا جديدا بالنسبة اليه ، ويرى روجرز Rogerz ان نشر وتطور الأفكار المستحدثة يمثل اساس التغير الاجتماعي(جمدي حسن ، 1991، ص،85). بينما تتحدد عملية المستحدثات بوجه عام ، بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد منذ عمله بالابتكار وحتى تبنيه له ، وتتم هذه العملية بخمس مراحل رئيسية هي:

-مرحلة الوعي بالفكرة Awareness

-مرحلة الاهتمام Interest

-مرحلة التقييم Evaluation

-مرحلة التجريب Trial

-مرحلة التبني). Adoption. رضا عبد الواحد امين، 2007، ص. 49.

وقد اشار روجرز الى ان المتبنين للمستحدث ينقسمون الى خمس فئات هم:

-المبتكرون **Innovators**: وتمثل هذه الفئة اولئك الذين يتوقون الى تجربة الافكار الجديدة ، وتميزون بالدخل المرتفع والتعليم العالي ، والانفتاح على الثقافات العالمية ، و افرادها قليلو التمسك بعرف الجماعة ويحصلون على معلوماتهم من المصادر العلمية والخبراء.

-المتبنون الاوائل **Early Adopters**: ويتميزون بأنهم اكثر تمسكا بأعراف الجماعة وبعضهم من يحتل مرتبة قادة الرأي نظرا لاندماجهم القوي مع الجماعات.

-الغالبية المبكرة **Majority Early**: وهم اولئك الذين يفكرون مليا قبل تبني اية فكرة حديثة ويعتمدون على الجماعة في امدادهم بالمعلومات ، ويمثلون حلقة وصل لنشر الفكرة المستحدثة لتوسيط موقعهم بين المتبنين الاوائل والأواخر.

-الاجلبية المتأخرة **Late Majority**: ووصفهم روجرز بالمتشككين ، اذ يتبنون الفكرة اعتمادا على عرف الجماعة ، او انقيادا للضغط عليهم ، وأعضاءها غالبا ما يكونوا اكبر سنا او اقل دخلا وتعلما ، ويعتمدون في حصولهم على المعلومات على الاتصال المواجهي اكثر من وسائل الاعلام

-المتمسكون **Laggards**: وهم الذين يرتبطون بالتقاليد ويتمسكون بالأفكار القديمة ، ولا يتبنون الفكرة المستحدثة إلا اذا صارت قديمة.

ويرتبط بنظرية انتشار المستحدثات دراسة عدة عوامل تساعد في الاجابة على تساؤلات بحثية هامة مثل هل تتغير انماط استخدام تكنولوجيا الاتصال عبر فترات زمنية مختلفة وما هي سمات وخصائص الافراد والمستخدمين لهذه التكنولوجيا ؟ وهل هناك تفاوت في درجات الاستخدام وهذه العوامل هي المكانة الاجتماعية ، خصائص وسمات الافراد الخلفية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين وتؤثر هذه العوامل على تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والأبعاد الاجتماعية المقترنة بذلك الاستخدام.

اشارت دراسات بحوث انتشار المستحدثات الى اهمية مفهوم الشبكات الاجتماعية في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي وفي ضوء ذلك قام روجرز بدراسة قنوات الاتصال لأنها التي تعمل على خلق وعي وإقناع للفرد باستخدام ادوات تكنولوجيا الاتصال ، اضافة الى ذلك اشارت هذه الدراسات الى اهمية تناول عملية الانتشار من خلال بعد تنظيمي وذلك لتأثير البيئة الاجتماعية على عملية تبني استخدام التكنولوجيا (نوال بركات ، 2015-2016 ، ص - ص ، 12- 13).

**4-6- الفضاء العمومي:**

إذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه "هابرماس" يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التحوار و المناقشة و تبادل الآراء ، حول قضايا الشأن العام ، و مسائل المواطنين السياسية و الاجتماعية ، و الفضاء الذي يتيح للمواطن و السياسي إمكانية التواصل و التفاعل ، لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة ، فإن فضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه "هابرماس" ، و بالخصوص فضاء التدوين (la blogosphere) ، الذي ينتعش بالحوارات و النقاشات العديدة ، بين عدة أطراف و شرائح من المجتمع ، بدءا من المواطن العادي ، و الصحفي و وصولا إلى السياسي ، و هو ما يجعله وفقا لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي ، خاصة مع الازدياد المفرط و المذهل لأعدادها مؤخرا ، فتشير بعض المصادر مثل موقع "Technorati" المتخصص في هذا الشأن ، أن عدد المدونات كان 112 مليون مدونة في 2008م ، و يزداد عددها بمعدل 175000 مدونة يوميا (Cheong Yip (Seng , 2008, p28) و بالتالي يحصل إثراء كبير لمحتوى الانترنت بفعل نشاط المواطنين (active citizenship) عبر وسائل الإعلام الجديدة ، و بفعل تنشيطهم للفضاء العمومي (effective public sphere) (Meryl Aldridge , 2007, p137) ، عبر كتاباتهم و نقاشاتهم و تفاعلاتهم مع بعضهم البعض ، و حتى مع السياسيين.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي جزء مما نسيه بالإعلام الاجتماعي ، حيث يجمع هذا الأخير كل الأدوات او التطبيقات التي تسمح بالفاعلية بين مستعملي الانترنت . ان الاعلام الاجتماعي يتضمن العديد من الأدوات الاخرى مثل:

-ادوات نشر النصوص مثل المدونات bog والويكس.wikis.

-التبادل والمشاركة مثل اليوتيوب.

-ادوات المحادثة مثل skype وما يعرف بالميكروبلوغ. twitter

ولنضع مقارنة بسيطة بين شبكة التواصل الاجتماعي والمدونة والويكي.

-المدونة هي فضاء للنشر من قبل ناشر واحد او ناشرين متعددين على منصة متخصصة ولا تتطلب معرفة كبيرة بالمعلوماتية وتسمح فضاءات المدونات للقراء بكتابة التعليقات.

-الويكي هو فضاء نشر مشاركاتي ، حيث يمكن للزوار المسموح لهم بالدخول بتعديل صفحات الويب بحرية .

-اما مع شبكات التواصل الاجتماعي فالأمر يختلف اذ لا يتوقف الامر على النشر وحسب بل الهدف الاسمى هو بناء علاقات بين الافراد والأعضاء فما يمكن ملاحظته بقوة في الانتقال من الويب 1,0 الى الويب 2,0 هو اهمية الفضاءات المشاركة حيث المستعمل ليس قارنا سلبيا وحسب بل هو مؤلف نشط .

(jamespot et interligere, 2009. P 6)

**7-4- نظرية الحتمية القيمة:**

وهي النظرية للباحث الأستاذ الدكتور عزي عبد الرحمن وتتضمن أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين ، في إحداث التأثير وهو التأثير الذي يكون ايجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم ، و يكون سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة وحديثا، فإن استيراد التكنولوجيا الجاهزة كان على حساب زمن اكتساب هذه التكنولوجيا أو تعلمها. وقد تحولت عملية شراء زمن التكنولوجيا ، بعملية تكديس منتجات الحضارة .و ترتب على ذلك أن أصبحت هذه الصناعة المستوردة تشكو نقصا في الفئات المتخصصة و الموارد المرتبطة باستمرارها ، و متطلبات المتابعة والصيانة. كما ان باحثين اشاروا إلى أن عنصر " الزمن " ظل عامل ثانويا في مختلف مخططات الدولة الحديثة. إن تبني مبدأ التنمية بشراء الزمن فقط ( استيراد التكنولوجيا المتاحة بشكل " سريع ) "ولد تناقضات وأمراضا اجتماعية على عدة مستويات :البيروقراطية، سوء العلاقة مع الجمهور، الوساطة، التبذير، الاختلاس، الخ

إن التصنيع في الغرب أنتج زمنا خاصا مرتبطا بتطور الثقافة التي بدورها ولدت "تقدير" الزمن الخاص بهذا النمط من الحضارة، فتنظيم العملية الصناعية تطلب عقلنة النظام الاجتماعي، بما في ذلك تثمين الزمن. وكلما تم تثمين الزمن ماديا تم التعبير عنه كذلك، فيصبح الزمن مللا ، في النظام الصناعي الرأسمالي. والحاصل أن استيراد زمن التصنيع في المنطقة العربية و الإسلامية لم يواكبه تطور ثقافي يعيد تشكيل النظرة إلى الزمن .

في هذا السياق أنه " يتم استهلاك التكنولوجيا للاستهلاك و ليس للإنتاج." و يعتبر الزمن الإعلامي( الزمن المرتبط بوتيرة و مضمون محتويات وسائل الإعلام ) طرفا أساسيا في تطور أو تشكل الزمن الاجتماعي على الرغم من أن الزمن الإعلامي بدوره يتعد في عامته عن الزمن القيمي ، أن السائد في عالمنا المعاصر مزيج من الزمنيين الإعلامي والاجتماعي ، وكلاهما محدود الصلة بالزمن القيمي .و أن أصبحت معظم مجتمعاتنا العربية و الإسلامية كيانات لازمانية، تعيش على هامش الزمن و التاريخ( المباركي .ابسام. 2018، 105).

#### 8-4- اللولب الصامت والإعلام الجديد :

ان الاعلام الجديد منصة حرة لتبادل الآراء والمعلومات وللانفتاح على الاخر وتكريس حرية التعبير ،ونجد ضمن شبكات التواصل الاجتماعي استخدام الاسماء المستعارة بالرغم من هذه الحرية مما يجعله يظل صامتا في واقعه الحقيقي ،وقدم الاعلام الجديد وتطبيقاته آراء الاقلية الصامتة كفكر مغاير ومختلف وإجبار القراء والمتابعين على الاطلاع عليها، ونستطيع القول بنهاية دوامة الصمت التي تقول ان يخشى معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم الى اتباع الاغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى ولو كان ذلك على حساب اخفاء وجهة نظرهم التي تختلف مع الاغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها ليزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل الاعلام على تدعيم رأبي الاغلبية وبالتالي الاعلام الجديد وضع حدا لهذه العزلة (مرابط فريدة، 2018، 518، 519)

**الخاتمة:** يمكن أن نقول أن الاعلام التفاعلي يعد من أبرز تقنيات الاتصال الحديثة ، التي يستعملها الأفراد للتواصل فيما بينهم ، ويتميز بسمات التفاعل بينها وبين جمهورها عبر هذه التطبيقات ، وأصبح له تأثير واضح في المجتمع و في المجال الإعلامي . فهناك العديد من أنماط و أشكال الاعلام التفاعلي الموجودة حاليا ، و التي تتبلور و تتطور ، لمنافسة الاعلام التقليدي ، وحتى الابحاث والدراسات التي تتزايد بشكل مستمر فيما يخص سمات الاعلام التفاعلي وتسمياته ومداخل دراساته والبحاث في نظرياته.

#### قائمة المراجع:

- (1) التهامي . مختار .(2000)، الراي العام ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح :القاهرة.
- (2) المباركي .ابتسام .(2018) ، نظرية الحتمية القيمة، قراءة تبسيطية لاهم افتراضاتها، مجلة الدراسات الإعلامية، أبريل 2018، ع2، الديمقراطي العربي :المانيا، ص،105.
- (3) الخوري نسيم.( 2005 ) : الاعلام العربي و انهيار السلطات اللغوية ، سلسلة أطروحات الدكتوراه، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت .
- (4) الشهري-حنان بنت شعشوع.(2012-2013 ) ، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفي سيوك و تويتز نموذجا ،دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع ، جامعة الملك عبد العزيز ، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.
- (5) البشايشة .وسام طایل .(2012-2013)، دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها فيس بوك وتويتز ، دراسة على طلبة الجامعة الاردنية وجامعة البترا انموذجا ،رسالة ماجستير ،كلية الصحافة والإعلام ، جامعة البترا.
- (6) بومعيزة .السعيد .(2005-2006) ، اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ،كلية العلوم السياسية والإعلام قسم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر .
- (7) بركات . نوال .( 2015-2016)، انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية ،دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين ،اطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم ، تخصص علم الاجتماع والعلاقات العامة ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة محمد خيضر بسكرة :الجزائر.
- (8) جمدي .حسن .(1991)،وظائف الاتصال الجماهيري ،الوظائف الاخبارية لوسائل الاعلام ،دار الفكر العربي :القاهرة .
- (9) درويس .ايد جرير ، تر : اسعد. ابو لبدة .(1999)، سلطة وسائط الاعلام السياسية ، ط1 ، دار البشير:الاردن.
- (10) حجاب .محمد منير ،(2002)، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، دار الفجر :القاهرة .
- (11) لازامي، فالي برنار(2004) ، البحث في عناصر منهجية، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، الزهراء :الخروب.
- (12) مرابط فريدة ،(2018)،نظريات التأثير القوي في ظل الاعلام الجديد ، مجلة الدراسات الاعلامية، المركز الديمقراطي العربي : المانيا ، اوت 2018.

- 13) نصر الله.حسني محمد. (2015). اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة ،دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة ،بحث مقدم الى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي :التطبيقات والإشكالات المنهجية ،جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية: الرياض 10 - 11 مارس.
- 14) علم الدين . محمود. ( 1994 ) : تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة علم الفكر،(عدد خاص عن الإعلام المعاصر)، مج 23: الكويت.
- 15) صادق.عباس مصطفى. (2007). الإعلام الجديد (دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة)، مقال نشر في مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة:الدنمارك ، العدد الثاني .
- 16) صادق .عباس مصطفى. (2009) ،مصادر التنظير وبناء مفاهيم حول الاعلام الجديد من فانفر الى نيكولاس نيغروبونتي،أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد ، جامعة البحرين 7- 9 ابريل.
- 17) عبد الواحد. امين رضا. (2007) ، الصحافة الالكترونية ، ط 1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع :القاهرة.

#### المراجع الاجنبية:

- 1) Aldridge Meryl ;(2007) ;Understanding the Local Media, England :Open University Press,
- 2) jamespot et interligere2009, L'impact des réseaux sociaux, livre blanc, , montreuil, février
- 3) Cheong Yip Seng(2008)engaging new media, challenging old assumptions, Singapore ,The Advisory Council on the Impact of New Media on Society, December .
- 4) Huyghe Francois Bernard(2005) , comprendre le poivoir stratégique des médias , eyralles édition ,paris .

#### 5) المواقع الالكترونية :

- 6) الطريق الرقعي إلى الإعلام الجديد:  
http://www.alukah.net/Publications\_Competitions/0/55105/#ixzz2bmzyi94B (0 3/08/2013.)
- 7) حسني محمد نصر الله ، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة عن المصدر : \*
- 8) Yoon, M. (1998). Testing the agenda-setting function of World Wide Web newspapers. Unpublished master's thesis, The University of Texas, Austin.
- 9) \* John H Parmelee, The agenda-building function of political tweets ,First Published May 22, 2013
- 10) Volume: 16 issue: 3, page(s): 434-450 Article first published online: May 22, 2013; Issue published: May 1, 2014 <https://doi.org/10.1177/1461444813487955>