

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي التبسي - تبسة -



UNIVERSITE LARBI TEBESSI - TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

LARBI TEBESSI - TEBESSA UNIVERSITY

كلية العلوم والإنسانية الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: إعلام واتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

## الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال

### الأزمة الاجتماعية

دراسة ميدانية على متابعي إذاعة تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د"

دفعة 2020

إشراف الأستاذ:

- بدر الدين مسعودي

إعداد الطالبتين:

1- إلهام سماعيل

2- رونق مشير

#### لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة تبسة	أستاذ محاضر - أ -	عبد الغني بوزيان
مشرفا ومقررا	جامعة تبسة	أستاذ محاضر - ب -	بدر الدين مسعودي
عضوا مناقشا	جامعة تبسة	أستاذ مساعد - أ -	نسرين سيبي

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ اَعْمَلُوا فِى سَبِيْرِ اللّٰهِ عَمَلَكُمْ وِرْسُوْلُهُ وَالْمُؤْمِنُوْنَ  
وَسُرَّدُوْنَ اِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ  
تَعْمَلُوْنَ ﴾

سورة التوبة الآية:

# شكر وعرفان

صلى الله قال رسول الله عليه و سلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

صدق رسول الله صلى الله عليه و سلم

الحمد لله على إحسانه و الشكر على توفيقه و نشهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له  
و نشهد أن سيدنا محمد عبده و رسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه و على اله و  
أصحابه و إتباعه و سلم.

نشكر الله عز و جل على توفيقه و عونه لنا لإتمام هذا العمل

لا بد لنا و نحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة تعود بنا إلى أعوام  
قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا العديد باذلين بذلك  
جهودا لبناء جيل الغد.

و قبل أن نمضي نتقدم بأسمى عبارات الشكر و الامتنان و التقدير و المحبة إلى الذين  
حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة إلى كل أساتذتنا

**الأفاضل أساتذة كلية و العلوم الإنسانية العلوم الاجتماعية**

و نخص بالتقدير و الشكر الجزيل من شرفنا بإشرافه على مذكره بحثنا الأستاذ **بدر**

**الدين مسعودي**

كذلك نشكر كل من ساعد على إتمام هذا البحث و قدم لنا يد العون و المساعدة من قريب

أو بعيد لهم منا جزيل الشكر و التقدير

و نخص بالشكر و التقدير **أصحاب مكتبة النور** على كل المساعدات التي قدموها لنا.

# إهداء

أحمد الله عز و جل على منه وعونه لإتمام هذا البحث

إلى من أحمل اسمه بكل فخر، إلى من حصد الأشواق عن دربي ليمهد لي طريق العلم أرجو من الله أن يمد في عمري ليرى ثمارا قد حان قطفها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي

بها اليوم و في الغد و إلى الأبد إلى القلب الكبير والدي العزيز "عمار".

إلى ملائكي في الحياة إلى معنى الحب و العنان إلى بسمة الحياة و سر الوجود. إلى من كان دعائها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي إلى ينبوع الصبر و التفاؤل و الأمل إلى كل ما في

الوجود بعد الله و رسوله أمي الغالية "مشير سعدية".

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البرينة رياحين حياتي إلى سندي و قوتي "إخوتي".

إلى عائلتي الحبيبة صغيرا و كبيرا عائلة "مشير".

إلى كل أساتذتي منار العلم إلى كل من أثار دربي بنور العلم أساتذة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.

إلى رفيقة دربي في الحياة الجامعية إلى من عملت معي بجد بغبة إتمام هذا العمل إلى صديقتي

"الهام سماح".

إلى من يجري حبها في عروقي إلى من أدين لها بالكثير صديقتي "سارة خنوش".

إلى كل ذكريات الإخوة البعيدة

إلى كل من أحببتهم و أحبوني في الله

و سعدت بصدقاتهم "صديقاتي وأصدقائي".

إلى من ساندني في هذا العمل

و قدم لي يد المساعدة و العون

و لم يبخل عليا بمعلوماته صديقتي

وزميلي "صدام عيوددي".

"إلى كل زملائي

و زميلاتي في الدراسة دفعة 2015".

# روني

# إهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب لي اللحظات إلا  
بذكرك .. ولا تطيب لي الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب لي الجنة إلا برويتك  
إلي من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلي نبي الرحمة ونور العالمين ..

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلي ملاكي في الحياة .. إلي معنى العجب وإلي معنى العنان والتفاني .. إلي بسمه

الحياة وسر الوجود

إلي من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلي من غسلت عني الأذى بيمينها

وحاورتني وأنا صغير: "أمي الحبيبة" مشير جميلة

إلي من كلفه الله بالهبة والوفار .. إلي من علمني العطاء دون انتظار .. إلي من أحمل اسمه

بكل افتخار وستبقي كلماتك نجوم أهدني بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد. سماعل السبتي

"والدي العزيز".

إلي من بهم أكبر وعليم أعتمد .. إلي شموع متقدة تنير ظلمة حياتي .. إلي من بوجودهم

أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها .. إلي من عرفت معهم معنى

الحياة إخوتي وأخواتي وإلى أبنائهم

إلي كتكوتة بيتنا صغيرتي رحمة

إلي زميلتي ورفيقة مشوار دراستي

أختي وحببتي رونق مشير

إلي من عرفت كيف أجدهم وعلموني

أن لا أضيعهم إلي صديقاتي الأجزاء وخاصة:

هاجر شيما إلي كل زملاء و زميلات الدراسة

الذين رافقوني خلال مشوار دراسي

أخصهم بالتقدير والاحترام

وإلي كل من يذكرهم القلب ونسه ان يخط اسمهم القلم.

إهداء

الفهرس العام

الفهرس العام

الصفحة	البيان
-	شكر و عرفان
I	الفهرس العام
V	فهرس الجداول
VIII	فهرس المخططات
أ-ب	مقدمة
<b>الفصل المنهجي</b>	
04	تمهيد
05	I- إشكالية الدراسة
06	II- التساؤلات الفرعية
06	III- أسباب و أهمية وأهداف الدراسة
06	1- أهمية الدراسة
06	2- أسباب الدراسة
07	3- أهداف الدراسة
07	IV- منهج الدراسة
08	V- مجالات الدراسة
09	VI- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
14	VII- أدوات جمع البيانات وعينة الدراسة
15	VIII- ضبط المصطلحات
20	IX- الدراسات السابقة
28	خلاصة

<b>الفصل الأول: الأسس النظرية لموضوع البحث</b>	
30	<b>تمهيد</b>
31	<b>I- ماهية الاتصال التفاعلي</b>
31	1- نشأة الاتصال التفاعلي
32	2- تعريف وأهمية وأهداف الاتصال التفاعلي
34	3- أنواع الاتصال التفاعلي
34	4- خصائص ومميزات الاتصال التفاعلي
36	5- مقومات وعناصر الاتصال التفاعلي
42	<b>II- استخدامات وتطبيقات الاتصال التفاعلي</b>
42	1- تعريف التفاعل الالكتروني
42	2- أنماط التفاعل الالكتروني
43	3- أدوات الاتصال التفاعلي على شبكة الانترنت وخصائصها
45	4- المقاييس المختلفة لتفاعلية وسائل الاتصال
47	5- انعكاسات الاتصال الالكتروني التفاعلي على الإعلام التقليدي
48	<b>III- تطبيقات التواصل الشبكي</b>
48	1- الشبكات التواصل الشبكي
54	2- مواقع التواصل الاجتماعي
61	3- وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للاتصال التفاعلي
63	<b>خلاصة</b>
<b>الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
65	<b>تمهيد</b>

66	I - تقديم عام للمؤسسة الإذاعة الجهوية
66	1- نشأة إذاعة تبسة الجهوية
66	2- بطاقة فنية لإذاعة تبسة الجهوية
67	3- أقسام إذاعة تبسة
68	4- أهداف إذاعة تبسة الجهوية
69	II - تفريغ بيانات الاستبيان الموجهة إلي عينة من متابعي إذاعة تبسة
69	1- تفريغ بيانات الاستبيان
72	2- المحور الأول: استخدامات الاتصال التفاعلي في الشبكات الاجتماعية
80	3- المحور الثاني: الدور التفاعلي لإذاعة تبسة الجهوية في ظل أزمة كورونا
100	III - نتائج الدراسة التطبيقية
101	الخلاصة
103	خاتمة
105	قائمة المراجع
111	الملاحق

فهرس الجلاول

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	69
02	يبين سن أفراد العينة	70
03	يبين الحالة العائلية	71
04	يبين المستوى التعليمي	71
05	يبين الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة	72
06	يبين أهم أسباب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي	73
07	يبين ابرز استخدامات المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي	74
08	يبين كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا	75
09	يبين كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي	76
10	يبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا على المستخدمين	78
11	يبين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الأزمات الاجتماعية	79
12	يبين مدى استماع أفراد العينة لإذاعة تبسة	80
13	يبين الأجهزة والتقنيات التي يلتقط بها البث	81
14	يبين مكان استماع إذاعة تبسة	82
15	يبين الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة	83
16	يبين المدة المقضية لإذاعة تبسة	84
17	يبين الخدمة التفاعلية المفضلة التي تستخدمها إذاعة تبسة	84
18	يبين كيفية تفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي	85
19	يبين مدى تناول إذاعة تبسة قضايا أزمات مجتمعك	86
20	يبين أهم البرامج المستمع إليها في إذاعة تبسة	87
21	يبين تقسيم البرامج الإذاعية التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة	88
22	يبين مدى مواكبة إذاعة تبسة مختلف الأزمات الصحية المستجدة	89
23	يبين مدى تفاعل إذاعة تبسة مع أزمة كورونا بشكل فعال	90
24	يبين مدى الاهتمام بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا	91
25	يبين كيفية التفاعل مع هذه البرامج	92
26	يبين مدى تأدية هذه البرامج دورها التوعوي	93
27	يبين الاستفادة من النصائح الصحية التي تقدمها هذه البرامج حول فيروس كورونا	94

فهرس الجداول

95	يبين كيف أثرت عليك البرامج الصحية الخاصة بفيروس كورونا	28
96	يبين مدى قيام إذاعة تبسة بتكليف محتوى شبكاتها البرامجية لتحسيس حول فيروس كورونا المستجد	29
96	الجدول رقم 30: يبين مدى ترك الإذاعة مجال لحرية إبداء الآراء	30
97	يبين تجاوب المواطنين معا ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة الإعلامية	31
98	يبين مدى ارتكاز محتويات الإذاعة على التوجيه فقط	32
99	يبين مدى قيام إذاعة تبسة بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحاتها الرسمية عبر الفايسبوك	33

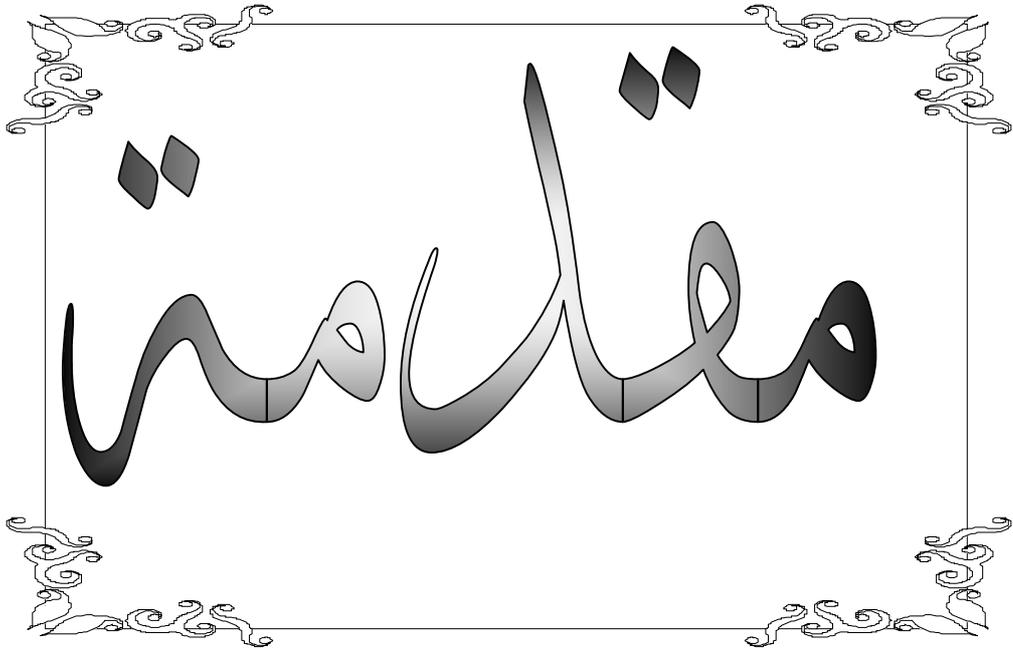
فهرس الاسكال

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الأشكال
12	النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	01
38	عناصر الاتصال التفاعلي	02
42	أنماط المختلفة للتفاعل	03
69	دائرة نسبية توضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	04
70	دائرة نسبية توضح سن أفراد العينة	05
71	دائرة نسبية توضح الحالة العائلية	06
72	دائرة نسبية توضح المستوى التعليمي	07
73	دائرة نسبية توضح الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة	08
74	دائرة نسبية توضح أهم أسباب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي	09
75	دائرة نسبية توضح ابرز استخدامات المعرفة لوسائل التواصل الاجتماعي	10
76	دائرة نسبية توضح كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا	11
77	دائرة نسبية توضح كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي	12
78	دائرة نسبية توضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا على المستخدمين	13
79	دائرة نسبية توضح مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الأزمات الاجتماعية	14
80	دائرة نسبية توضح مدى استماع أفراد العينة لإذاعة تبسة	15
81	دائرة نسبية توضح الأجهزة والتقنيات التي يلتقط بها البث	16
82	دائرة نسبية توضح مكان استماع إذاعة تبسة	17
83	دائرة نسبية توضح الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة	18
84	دائرة نسبية توضح المدة المقضية لإذاعة تبسة	19
85	دائرة نسبية توضح الخدمة التفاعلية المفضلة التي تستخدمها إذاعة تبسة	20
85	دائرة نسبية توضح كيفية تفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي	21
86	دائرة نسبية توضح مدى تناول إذاعة تبسة قضايا أزمات مجتمعك	22
87	دائرة نسبية توضح أهم البرامج المستمع إليها في إذاعة تبسة	23
88	دائرة نسبية توضح تقسيم البرامج الإذاعية التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة	24

فهرس الأشكال

89	دائرة نسبية توضح مدى مواكبة إذاعة تبسة مختلف الأزمات الصحية المستجدة	25
90	دائرة نسبية توضح مدى تفاعل إذاعة تبسة مع أزمة كورونا بشكل فعال	26
91	دائرة نسبية توضح مدى الاهتمام بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا	27
92	دائرة نسبية توضح كيفية التفاعل مع هذه البرامج	28
93	دائرة نسبية توضح مدى تأدية هذه البرامج دورها التوعوي	29
94	دائرة نسبية توضح الاستفادة من النصائح الصحية التي تقدمها هذه البرامج حول فيروس كورونا	30
95	دائرة نسبية توضح كيف أثرت عليك البرامج الصحية الخاصة بفيروس كورونا	31
95	دائرة نسبية توضح مدى قيام إذاعة تبسة بتكييف محتوى شبكاتنا البرمجية لتحسيس حول فيروس كورونا المستجد	32
97	دائرة نسبية توضح مدى ترك الإذاعة مجالاً لحرية إبداء الآراء	33
97	دائرة نسبية توضح تجاوب المواطنين مع ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة الإعلامية	34
98	دائرة نسبية توضح مدى ارتكاز محتويات الإذاعة على التوجيه فقط	35
99	دائرة نسبية توضح مدى قيام إذاعة تبسة بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها الرسمية عبر الفيسبوك	36



منذ تكونت المجتمعات البشرية وَجَدَ الإنسان أن عليه أن يعيش مع آخرين ويتعامل معهم، والحاجة إلى الاتصال والتفاعل مع الآخرين هي التي دفعته منذ فجر الخليقة إلى استخدام الإشارات الصوتية والحركية، ولكن تطور اللغة هو الذي جعله فعالاً في المجتمع على نحو خاص وهذه الخاصية هي التي ميزت البشر عن غيرهم من المخلوقات الحية، فالاتصال الإنساني اتصال لغوي، واللغة هي أداة الاتصال لأنها نظام من الرموز له معان أعطها إياها الإنسان.

وتعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائط الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي وذلك لما يتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي، كما أن ضعف الوسائل الإعلامية الأخرى في جانب الاتصال التفاعلي سبباً للاهتمام بدراسة دور التفاعلية في الاتصال الجماهيري منذ بدايات القرن العشرين، فبدأ الاهتمام بشكل كبير بالدراسة والبحث بكل ما يختص بموضوع قصور الاتصال التقليدي ذي الاتجاه الواحد في وسائل الإعلام التقليدية.

ولم يكن المواطن بطبيعة الحال بمعزل عن هذا النشاط أو الاتصال التفاعلي على شبكة الإنترنت في ظل الأزمات الاجتماعية، خاصة وأن هذه الوسيلة قد أتاحت للمواطن، وبشكل لم تتحه غالبية الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى معظم أساليب الاتصال من خلال وسائلها التفاعلية المتعددة، والتي باتت تشكل ظاهرة حديثة في مجتمعنا من خلال تنامي الأزمات الاجتماعية التي تلاحق المواطن.

ويتضح لنا ذلك من خلال ملاحظة التواجد الكبير والتفاعل الملحوظ في مرافقة المواطن خلال الأزمات الاجتماعية المختلفة بواسطة الاتصال التفاعلي، والذي يختلف تماماً عنه في وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، حيث واكب الاتصال التفاعلي هذه التطورات التكنولوجية، بما أوتي من معدات وإمكانيات، وهذا من أجل مساندة ركب التطور ومرافقة المواطن في ظل الأزمات الاجتماعية الواردة الحدوث.

وفي بحثنا هذا سوف نتطرق إلى الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال أزمة اجتماعية، وقد اشتمل البحث على مقدمة وفصل منهجي وفصلين:

**الفصل المنهجي:** الإطار المنهجي للبحث ويحتوي على إشكالية البحث التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع ( ذاتية. موضوعية) أهمية وأهداف الدراسة والمنهج المعتمد بالإضافة إلى أهم الأدوات المستخدمة في جميع البيانات ومجتمع البحث والمصطلحات وذكر الدراسات السابقة.

## مقدمة

**الفصل الأول:** الأسس النظرية لموضوع البحث ويحتوي على ماهية الاتصال التفاعلي، وكذا مفهوم التفاعل الالكتروني، وأخيرا تطبيقات التواصل الشبكي، وذلك من خلال ذكر أهم التعاريف ومميزات خصائص كل متغير لهذه الدراسة، وبعض تطبيقات التواصل الشبكي

**الفصل الثاني:** كان بمثابة تمهيد للدراسة الميدانية حيث قمنا بالتعريف بمؤسسة الإذاعة وأقسامها وأهدافها. وقد عالجتنا تحليل بيانات الاستمارة وفي النهاية خلصنا فيها بالإلمام بجميع النتائج التي تحصلنا عليها .

- الخاتمة.

# الفصل النهجي

**تمهيد**

سنبدأ هذا الفصل بإشكالية الدراسة انطلاقاً من تحديد المشكلة ووضع التساؤلات الخاصة بالدراسة مروراً بتوضيح أهداف الدراسة وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع ثم عرض الدراسات السابقة وصولاً إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة ثم نحاول الإمام بمجالات الدراسة ومنهجها وأخيراً أدوات جمع البيانات.

I - إشكالية الدراسة

لقد أصبحت وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية حيث فتحت المجال الواسع لتدفق المعلومات وأدت دورا بارزا في تطور الاتصال، و من بين أهم هذه الوسائل الإذاعة لما تؤديه من دور مهم في تطوير المجتمعات البشرية وتغيير سلوك الإنسان فقد ربطت بين الناس بصفة متكررة و مستمرة، حيث أنها تتبع أحوالهم باستمرار .

كان الراديو من بين الوسائل الإعلامية غايتها الحصول على الأخبار وتمضية الوقت، وبظهور الانترنت و الميديا الجديدة و كل التطور التكنولوجي الحاصل في الوقت الراهن، انعكست هذه التطورات على الإذاعة المسموعة باعتبارها احد الوسائل التقليدية الراسخة إلى ميلاد وسيلة اتصالية جديدة مغايرة تماما لما كانت عليه في الماضي ،و التي تقدم أخبارها وفق أساليب متنوعة، وبرزت أهم تلك التطورات في الاستخدامات الجديدة المتمثلة في :

الإذاعة الرقمية ، السات، الكابل، إذاعة الانترنت حيث أصبح هناك اتصال تفاعلي بين الإذاعة وجمهورها الخارجي الذي هو في جوهره عملية تفاعلية في المجتمعات بالمشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات بينهم ،باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قصة أو أزمة مهما كان نوعها فهو يقوم بالأساس على التأثير والاستجابة في العملية الاتصالية أما التفاعلية فتعتبر شكلا من أشكال التفاعلية الاعلامية لان مختلف البرامج الإذاعية تستخدم التفاعلية خصوصا أن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية لأنها تحاول تلبية رغبات المستمع وطرح قضاياها بشكل مباشر وضمن نوع من المشاركة في اختيار ما تبثه المحطة الإذاعية إضافة إلى شعور المستمع بفورية الإذاعة و تفاعليتها.

فالإذاعة تسعى بشكل مستمر إلى مرافقة المواطن خلال مختلف القضايا التي تهتمه ومن بينها الأزمات الاجتماعية و ذلك للوقوف على كامل تفاصيلها وإيصالها للمواطن بطريقة تمكنه من التعامل معها ببساطة دون تضخيم الأمور والتي قد تنجم عنها إضرار سلبية تمس بالمواطن ومحاولة إعطائه الحلول المناسبة للخروج منها بأقل الأضرار مستخدمة بذلك عدة طرق لإيصال المعلومة من أبرزها صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج المباشرة المفتوحة .

ونظرا للدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسيلة الجماهيرية في تقديم خدمات متعددة للمواطن قمنا باختيار إذاعة تبسة الجهوية كمحل للدراسة الواقع مقرها إذاعة تبسة الجهوية الكائن مقرها بطريق عنابة بالقرب من المطار داخل حديقة التسلية سابقا، والتي من المفترض أن تستقطب جمهورا عريضا

من كل الفئات وتستخدم الاتصال التفاعلي مع جمهورها الخارجي أثناء مختلف أزماته الاجتماعية و عليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

فيما يتمثل دور الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن خلال الأزمات الاجتماعية ؟

## II- التساؤلات الفرعية

1. ما أهمية الاتصال التفاعلي لدى إذاعة تبسة؟- هل هو مجرد حلقة برنامجية ؟ أم عبارة عن أهداف مسطرة ؟
2. ما دور الصفحة الفيسبوكية والبرامج المفتوحة بهذا الصدد في مرافقة المواطن ؟
3. كيف تبرز علاقة المواطن بالإذاعة من خلال استخدام الهاتف و الفيس بوك؟
4. ما مدى وظيفية الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن ؟
5. أين تكمن استفادة المواطن من خلال الاتصال التفاعلي ؟

## III- أسباب و أهمية وأهداف الدراسة

### 1- أهمية الدراسة

أما أهمية دراستنا تكمن في التركيز على تعاضم دور مواقع التواصل الاجتماعي مما يتحه من فورية و تفاعلية و انتشارا حول أهم الأزمات و ملاحظة أن وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة فتحت صفحة فيس بوك للتفاعل مع جمهور المتلقين و رصد التطورات كذلك تزايد الاهتمام بهذا النوع من الاتصال و طريقة تفعيله أثناء التعامل مع الجمهور خلال مختلف الأزمات.

### 2-أسباب الدراسة

تتمثل أسباب الدراسة فيما يلي:

- ✓ دور الاتصال التفاعلي كأداة مرافقة للمواطن خلال الأزمات الاجتماعية؛
- ✓ الحاجة المتزايدة لمكتبة كلية العلوم الإنسانية إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة التي تصبب في هذا المجال؛
- ✓ قوة انعكاس الأزمة الاجتماعية على حياة المجتمع؛
- ✓ اكتشاف مدى أهمية الاتصال التفاعلي في تحقيق التوازن والتفاعل بين المواطن والإذاعة؛
- ✓ مدى تأثير مختلف الأزمات على حياة المواطن خاصة الأزمات الاجتماعية؛
- ✓ الاهتمام بالإذاعة و علاقتها بجمهورها الخارجي وكيفية التواصل معه.

### 3- أهداف الدراسة

- في كل بحث أو دراسة هناك عدة أهداف تتضح وتحدد بدقة بغية الوصول إليه في النهاية و  
خلال تناولنا للموضوع رسمت أهداف محددة كالآتي:
- ✓ التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي؛
  - ✓ إبراز أهمية الاتصال التفاعلي لدى إذاعة تبسة؛
  - ✓ معرفة علاقة المواطن بالإذاعة من خلال استخدام الهاتف والفايس بوك؛
  - ✓ إبراز مدى وظيفية الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن؛
  - ✓ معرفة مدى استفادة المواطن من خلال الاتصال التفاعلي؛
  - ✓ رصد الإجراءات التي تقوم بها الإذاعة خلال حدوث الأزمات الاجتماعية؛
  - ✓ الكشف عن الاستراتيجيات الأساليب الاتصالية التي تستخدمها الإذاعة في إدارة؛
  - ✓ الأزمات من خلال موقعها الإلكتروني و الوسائل التفاعلية الأخرى.

### IV- منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية يتوجب على الباحث اختيار منهج مناسب لموضوع دراسته حتى يتمكن من الإحاطة بكل جوانبه والتوصل إلى النتائج المرغوبة فالمنهج هو الطريقة التي تتبع للكشف عن الحقائق بواسطة استخدام مجموعة من القواعد العام ترتبط بتجميع البيانات وتحليلها حتى تصل إلى نتائج ملموسة.<sup>1</sup>

ودراستنا تتطلب الاعتماد على المنهج الوصفي والتي نستهدف من خلالها وصف خصائص الظاهرة المدروسة وهي دور الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن من خلال الازمة الاجتماعية بإذاعة تبسة الجهوية علما أن المنهج الوصفي من أكثر المناهج استخداما والأكثر تماشيا مع الواقع الاجتماعي المعيشي.

فالمنهج الوصفي يقوم بالبحث عن أوصاف دقيقة للظاهرة المراد دراستها عن طريق مجموعة من الأسئلة هي:<sup>2</sup>

- ما الوضع الحالي لهذه الظاهرة؟

<sup>1</sup> - عصام حسن احمد الدليمي، على عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع ، ط1، عمان، 2014، ص147.

<sup>2</sup> - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي مكتبة الإشعاع، ط1، 2002، ص 120.

- من أين نبدأ الدراسة؟

- ما العلاقات بين الظاهرة المحددة والظواهر أخرى؟

- ما النتائج المتوقعة لدراسة هذه الظاهرة؟

والإجابة عن هذه الأسئلة تتم من خلال جمع الحقائق والبيانات الكمية والكيفية عن الظاهرة المحددة مع محاولة تفسير هذه الحقائق أدائياً.

وبشكل عام يمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على جمع معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات العلمية للظاهرة.<sup>1</sup>

فدراستنا لا تتوقف عند الوصف وجمع المعلومات فحسب بل تتعدى إلى التفسير وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال أدوات جمع البيانات فقد اعتمدنا على تطبيق أسلوب التحليلي لتحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج الدراسة.

## V- مجالات الدراسة

### 1- المجال الجغرافي:

" ويقصد به النطاق المكاني لإجراء الدراسة، وهو إذاعة تبسة الجهوية.

ولقد اخترنا في دراستنا ولاية تبسة لعدة أسباب:

### 2- المجال الزمني:

انطلاق المجال الزمني لهذه الدراسة في أواخر جانفي 2020 وتوقف البحث نظراً لظروف دامت مدتها شهر تما استئناف البحث في أوائل شهر جوان 2020 ليكتمل البحث في صورته النهائية في أواخر شهر ابريل وقد مر البحث بعدة مراحل وهي:

أ- مرحلة اختيار الموضوع: تم اقتراح موضوعنا على الأستاذ المشرف .

ب- مرحلة جمع المعلومات: وفي هذه المرحلة قمنا بداية بجمع دراسات سابقة ومثابهاة لإثراء موضوع و الاطلاع على أساسيات موضوعنا.

<sup>1</sup> - عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، عمان، 1999، ص46.

ج- مرحلة ضبط الإطار المنهجي: قمنا بصياغة إشكالية بحثنا وتتبع خطوات المنهج العلمي وذلك من خلال توجيهنا من قبل الأستاذ المشرف، تليه مرحلة ضبط الجانب التطبيقي. حيث قسمنا الدراسة لفصل منهجي وفصل نظري وفصل تطبيقي.

### 3- مرحلة ضبط الإطار الميداني: الجانب الميداني وهي المرحلة الأخيرة.

وهي مرحلة تنفيذ الاستمارة وتعتبر مرحلة الأخيرة من الدراسة وقد دامت ثلاثة أيام على التوالي وهي من 05 إلى 08 ماي 2020، حيث قمنا بصياغة استمارة مبدئية واقتراحها على الأستاذ المشرف فقام بتقديم بعض النصائح وتعديل بعض الأسئلة، ومن ثم إعادة صياغتها في شكلها النهائي، وتم توزيعها على عينة الدراسة وتم استرجاع جميع الاستمارات والقيام بعملية التفرغ والتبويب وأخيرا عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة نتائجها.

## VI- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

### - الفكرة أساسية للنظرية

يمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي:

- أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير بالإضافة إلى ذلك ففان فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين ووسائل الاتصال والجمهور والمجتمع .

ويمكن النظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:

- نظرية ذات منشأ سوسيولوجي وظيفي؛

- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا ففهي تبحث فففي كيفية ارتباط اجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة و كبيرة ببعضها ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فما يتعلق بتلك العلاقات؛

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ من حيث كون أي تأثير محتمل من أجزاء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل مما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.<sup>1</sup>

### 2- فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم هذه النظرية على عدد من الاقتراحات هي:

<sup>1</sup> - حضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015، عمان، ص144.

- تختلف المجتمعات وفقا لدرجة استقرارها لدرجة استقرارها وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام؛
- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادرا على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام؛
- تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

### 3- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتشرط النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما:<sup>1</sup>

- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناطة بها وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

- ارتفاع حدة الصراع في الحروب مثلا أو التغيير السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع بمعنى أن الظرف الذي توجده الحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

### 4- تأثير وسائل الإعلام في الجمهور نتيجة الاعتماد عليها

يشير صاحب النظرية إلي اثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الاعلام من خلال 3 فئات أساسية هي الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية.<sup>3</sup>

- اثار معرفية: تشمل الآثار المعرفية وفق هذه النظرية على اربعة امور هي:
- كشف الغموض: فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة

<sup>1</sup> - مها عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تقارير 21-نوفمبر، 2013.

<sup>2</sup> - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 147.

<sup>3</sup> - حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، (ح.ط)، مدينة السادس من أكتوبر، 2012، ص ص.181.182.

- تكوين الاتجاه تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه

- ترتيب الأولويات ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى - اتساع الاهتمامات وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل مما يشكل لهم أهمية وذلك مثل الحرية في التعبير وأمر المساواة.

#### ثانيا: الآثار الوجدانية:

فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد غالى الشعور بالفتور العاطفي وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبادل الخوف والقلق

#### ثالثا: الآثار السلوكية:

يحصر دي فلور وساندرا يول روكيش الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في أمرين:

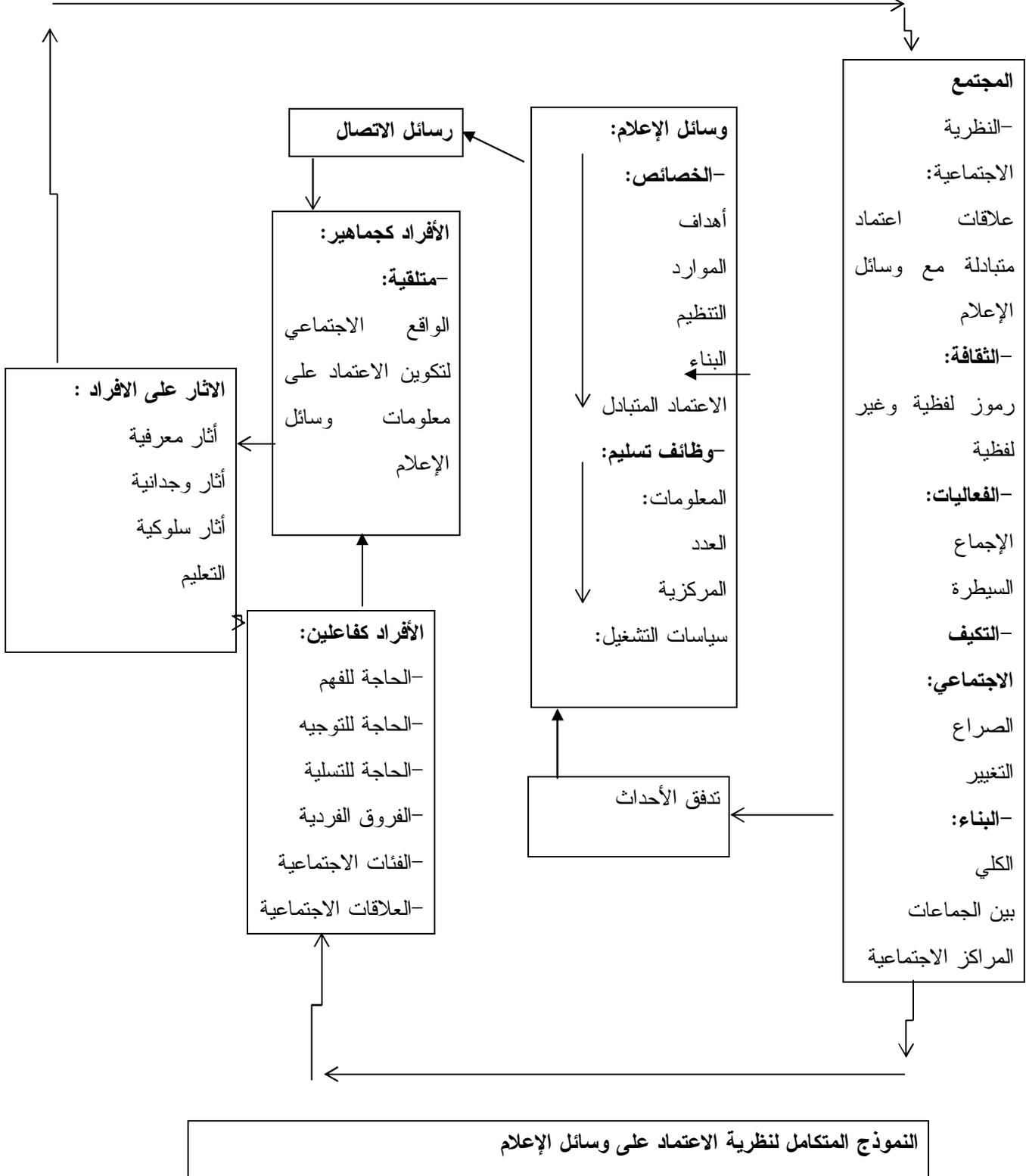
- **التنشيط:** يعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل العلاج وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية

- **الخمول:** ويعني هذا العزوف عن العمل ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حسين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص. 181.182.

5/النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

الشكل رقم 01: النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام



## 6- تطبيق وتوظيف النظرية في بيئة الانترنت:

يمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقها من خلال محاولة توظيف فروض النظرية حتى يمكن فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور وتتركز في هذا إجابة السؤال:<sup>1</sup> لماذا يتابع الجمهور الانترنت باعتباره وسيلة إعلام؟ ولماذا يتابع شبكات التواصل الاجتماعي؟ فالجمهور هو عنصر فاعل وحيوي ففي الاتصال في فرضيات هذه النظرية فيمكن من خلال ذلك فهم العلاقة بين طلبة الجامعات مثلا وشبكة الانترنت بأنها اعتماد احد الطرفين (طلبة الجامعات على مصادر الطرف الأخر). (شبكة انترنت) لتحقيق أهدافه.

و تشير النظرية إلي أن زيادة الصراعات في المجتمع يزيد من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ويمكن توظيف المهمة في هذا الوقت بالذات الذي تزايدت فيه الصراعات والحروب والثورات في من الدولة العربية

فهذه الأحداث (بناء على فكرة النظرية) تزيد من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وبالذات (الانترنت) لسرعتها في تغطية الحدث وإمكان نشر معلومات لا تنتشر في وسائل الإعلام التقليدية ويشكل طلبة الجامعات جزءا من هذا الجمهور وذلك من خلال فيسبوك وتويتر والهاتف المحمول

## 7- علاقة النظرية بالموضوع:

تعتمد فكرة النظرية على أن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظر وسائل الإعلام جميعها أو مع احد أجزائها كما أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من اجل فهم نظام فرعي آخر وهو المحيط الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر استيقاء الإخبار والمعلومات والتي تعتبر فيه وسائل الإعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية يعتمد عليها الفرد في الحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث والأزمات والقضايا والصراعات وحالات اللااستقرار داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي

ومن خلال تساؤلنا الرئيسي ما هو دور الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن خلال أزمة الاجتماعية؟ بإذاعة تبسة الجمهورية يمكننا الإشارة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي كضرورة ملحة

<sup>1</sup> - حسين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص183.184.

أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال على واقعا إعلامي حيث أصبحت سيرورة المعلومات سريعة وإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية تثبت هذه التكنولوجيا وأصبحت تملك صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وظيفتها تزويد الناس بأهم الإخبار والمعلومات حول الأحداث والقضايا وهذا ما تسعى الدراسات النظرية اليوم إلى إثباتها ودراستها وفق المنحى الاجتماعي العام ومن هذه النظريات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

## VII- أدوات جمع البيانات وعينة الدراسة

### 1- أدوات جمع البيانات

أن طبيعة البحث هي التي تحدد أدوات التي يتجمع البيانات بواسطته الذي كان من الأنسب أن نعتد على استمارة استبيان كأداة رئيسية للحصول على إجابات عن طريق الأسئلة التي سيتم صياغتها ولهذا اعتمدنا على المقابلة كأداة استثنائية مستخدمة في توظيف بعض البيانات فالمقابلة هي محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلي حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.<sup>1</sup> و قد أجرينا مقابلة مع موظفي إذاعة تبسة الجمهورية واعتمدنا على المقابلة المقننة والتي تم تحديد أسئلتها مسبقا.

أما استمارة الاستبيان فهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو آراء الأفراد.<sup>2</sup>

وقد استخدمنا الاستمارة في هذه الدراسة بوضع مجموعة الأسئلة للإجابة عنها والتحقق من النتائج المطلوبة.

### 2- عينة الدراسة

تعتبر العينة من الركائز الأساسية للبحث العلمي نظرا لان الباحث يعتمد في إجراء الدراسة إلى اختيار عينة تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا على أساس أن من الصعب أن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله فضلا على اختيار العلمي الدقيق للعينة

<sup>1</sup> - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسية النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر المعاصر، ط1، بيروت، 2000، ص ص 124.125.

<sup>2</sup> - عبيدات محمد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 63

تؤدي إلى وصول نتائج متماثلة مع النتائج دراسته كل مفردات المجتمع الأصلي عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا من ما يؤدي إلى توفير الجهد والاقتصاد في الثقافات والسرعة في التوصل إلى نتائج بحثه المطلوبة<sup>1</sup>.

بما أن الجمهور المراد دراسته هو الجمهور المتابع لإضاعة تبسه، فإن مجتمع البحث غير متجانس يصعب الوصول إليه<sup>2</sup> ولذا قمنا باختيار عينة البحث ممثلة لهذا المجتمع وقد كانت العينة العشوائية وهي الأنسب في دراستنا.

وهي التي لا تتم عن طريق العمد أو عدم التحكم أي الاختيار العشوائي من جانب الباحث بعدد وحدات المعاينة يراعى الباحث إنها تمثل مجتمع البحث تمثيلا عشوائيا<sup>3</sup>. ومن هنا قمنا باختيار متتبعي إذاعة تبسة وذلك لسهولة إيصال المعلومة وملئ الاستمارة تقليل الصعوبات البحثية في هكذا بحوث.

وقد اخترنا متتبعي إذاعة تبسة مختلفي الجنس والأعمار والمستوى التعليمي أكثر أما بالنسبة إلى حجم العينة فقد قمنا بحصرهن في عدد ليتجاوز 60 متتبع لإذاعة تبسة-.

## VIII- ضبط المصطلحات

### 1- الاتصال:

#### لغة:

تعود لفظة الاتصال إلى الجذر وصل ويأتي بمعنى وصل الشيء بالشيء يصله وصلا، أي أبلغه إياه ووصل الشيء بالشيء تعني ربطه، وعليه فهناك ربط وضم وجمع.

#### إصطلاحا:

تشير لفظة الاتصال في معناها الاصطلاحي العام إلى انتقال وتبادل المعلومات التي تتم بين الأفراد من خلال تعاملاتهم وتفاعلاتهم المشتركة بما يؤثر على مدركاتهم واستجاباتهم السلوكية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - سمير محمد حسن، بحوث الإعلام ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة، 2006 ص 291.

<sup>2</sup> - محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي (دراسة في طرائق البحث وأساليبه)، دار المعرفة، مصر، ص 192.

<sup>3</sup> - سمير محمد حسن، نفس المرجع السابق ذكره، ص 292.

<sup>4</sup> - رضوان بلخيري، سارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، ط01، 2013، ص: 07.

كما يعرف الاتصال بأنه: عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبت للمعنى وتوجيهه وتسيير له، ثم الاستقبال بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.<sup>1</sup>

ويعرف أيضا الاتصال على أنه عملية تفاعل بين طرفين خلال رسالة أو فكرة أو خبرة عبر قنوات اتصالية تتناسب مع مضمون الرسالة.<sup>2</sup>

## 2- الفرق بين الاتصال والتواصل

فرّق بعض الباحثين بين مفهومي الاتصال والتواصل، وقد تمّ التفريق بين هذين المصطلحين على النحو الآتي:<sup>3</sup>

- يقتصر مفهوم الاتصال على وجود طرف واحد فعال في عملية الاتصال مثل مشاهدة التلفاز والبرامج المختلفة وهي عملية ليست تشاركية، أما التواصل فهو عملية اتصال مشتركة ذهابا وإيابا؛  
- اعتبر بعض الباحثين أن مفهومي الاتصال والتواصل مرادفان لبعضهما، فعرفوا عملية الاتصال والتواصل بأنها عملية اجتماعية متبادلة بين أطراف العملية التفاعلية، وهما المرسل، والمستقبل، ويتمّ من خلال هذه العملية التعبير عن الذات، والمشاعر، والأفكار، ونقل الانطباعات، والمعلومات، والخبرات، والتي تؤدي إلى إشاعة الفهم والتعاطف بين الأفراد، وتساعد على تحقيق الأهداف، وتطوير العلاقات.

## 3- التفاعل

### لغة:

معنى التفاعل في معجم المعاني الجامع، معجم عربي-عربي:<sup>4</sup>

- تفاعل يتفاعل، فهو متفاعل؛
- تفاعل الشيئان: اثر كل من منهما على الآخر؛
- تفاعل مع الحدث: تأثر به، أثاره الحدث، فدفعه إلى تصرف ما؛
- فعل بفعل (فعل): فعلا وفعالا وفاعلية، فهو فاعل والمفعول مفعول.

<sup>1</sup> - مي عبد الله، علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكالية المنهجية، دار النهضة العربية، ط1، 01، 2011، ص: 64.

<sup>2</sup> - خضرا عمر المفلح، الاتصال بالمهارات والنظريات وأسس عامة، دار حامد للنشر والتوزيع، د.ط، د.س.ن، ص: 17.

<sup>3</sup> - هايل الجازي، مفهوم الاتصال والتواصل والفرق بينهما، من الرابط: <https://mawdoo3.com>، التاريخ: 26-02-2020، التوقيت: 11:45.

<sup>4</sup> - المعاني الجامع، معجم عربي عربي، من الرابط: [www.almaany.co](http://www.almaany.co)، بتاريخ: 22-02-2020، التوقيت: 21:00.

## إصطلاحاً

التفاعل هو تأثير فرد على فرد آخر، ولما كانت هذه التأثيرات ترتبط بميولاتهم واتجاهاتهم فإن الأفراد عادةً يؤثرون في بعضهم نتيجة تفكيرهم أي تأثير عقل في عقل آخر.<sup>1</sup>

### 4- الاتصال التفاعلي

يعني حالة مساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي أنه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للأراء دون تدخل أو تأثير من مصادر أو قوى خارجية أخرى.<sup>2</sup>

الاتصال التفاعلي هو عبارة عن مركب أو وسيلة ترحل من خلالها وبواسطتها عمليات التفاعل في المجتمع.<sup>3</sup>

### 5- الأزمة

**تعرف الأزمة على أنها:** تهديد خطير متوقعا أو غير متوقعا لأهداف وقيم ومعتقدات وممتلكات سواء تابعة للأفراد أو المنظمات أو الحكومات أو البلدان التي تحد من القدرة على اتخاذ قرارات فعالة أو سريعة.<sup>4</sup>

### 6- مفاهيم ذات صلة بالأزمة

يمكن التمييز بين المفاهيم ذات الصلة بالأزمة كماي لي:<sup>5</sup>

**6-1- الحادث:** فعل مادي له تأثير سلبي على الفرد أو المنظمة فعلى سبيل المثال إذا اشتعلت النيران في احد المصانع وتم حصارها وإخمادها بسرعة وتسبب ذلك في بعض الخسائر المادية والبشرية ومع ذلك لم يعرف الجمهور الخارجي شيئاً مما حدث ولم تتسرب أخباره إلى وسائل الإعلام فان توصيف ما وقع يسمى حادثاً.

ومن جهة أخرى فان حادثاً بسيطاً لعميل غاضب يشتكى من منتج مثل وجود حشرة داخل مشروب غازي و يحمل هاذ العميل شكواه إلى إحدى وسائل الإعلام يمكن لهذا الحادث إن يتحول إلى

<sup>1</sup> - الجمالي خليل خيري، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997، ص: 14.

<sup>2</sup> - مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار الحامد لنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2016، ص: 35.

<sup>3</sup> - عبد الأمير موييت الفيصل، الاتصال التفاعلي في البيئة الحديثة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 44-45، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2019، ص: 15.

<sup>4</sup> - بشير العلق، العلاقات العامة في الأزمات، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ص: 57.

<sup>5</sup> - حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، ط01، القاهرة، 2005، ص: 52.

أزمة كبرى لهذه الشركة إذن فالعنصر الذي يحيل الحادث إلى أزمة هو النشر السلبي من جانب وسائل الإعلام الذي يلحق الضرر بسمعة المنظمة .

**6-2- المشكلة:** المشكلة تعني عوائق وصعوبات تحول دون الوصول للهدف المأمول ويؤدي تراكم المشكلات إلى ظهور الأزمات إذا تكررت حدوثها أو إذا استمرت لفترة طويلة دون حل.

**6-3- الطارئ:** عبارة عن حدث مفاجئ يتطلب اهتماما فوريا وفي حالة تكرار حدوثه قد يتسبب في تهديد سمعة المنظمة إذا تداولته جماهير وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

**6-4- القضية:** عبارة عن موضوع جدلي يتسع للاختلاف من وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة، وتظهر القضية نتيجة تطور خلافات حول مسألة ما وتتطوي على آراء معرضة، وتتشابه القضية مع الأزمة في أن كلاهما ينطوي على تهديد للمنظمة بشكل ما، غير أن الاختلاف بينهما يكون في المدى الزمني، حيث تأتي الأزمة عادة على غير توقع وتدفع المنظمة للاستعجال في اتخاذ الإجراءات، أما في حالة القضية يوجد الكثير من الوقت لتحليل المعلومات ووضع البرامج المناسبة للعلاج، لذلك يمكن اعتبار الأزمة قضية عاجلة.<sup>2</sup>

**6-5- الكارثة:** عبارة عن حدث يسبب تدميرا شاسعا وأضرارا كبيرة وسوء حظ عظيم والمعنى الحرفي للكلمة هو النجمة السيئة، ويعرف العلماء الكارثة تعريفات تبرز خصائصها وتميزها عن الأزمة، فهي حادثة مفاجئة مأساوية تربك الحياة اليومية بشكل بالغ وتوقع الكثير من الخسائر المادية، وتتسم الكارثة ب ثلاث سمات أساسية: الشدة والقساوة، اتساع النطاق، الشيع والعلانية.

## 6-6- الأزمة الاجتماعية

الأزمة الاجتماعية هي: عدم الحفاظ على الوحدة الأساسية للمجتمع عبر توفير أساسيات العيش الكريم؛ إذ تقر الدول الأطراف في العهد الدولي على "وجوب منح الأسرة أكبر قدر ممكن من المساعدة في تكوينها ونهوضها عبر حماية الأمهات والأطفال والمراهقين من الاستغلال الاقتصادي والاجتماعي واستخدامهم في أي عمل من شأنه إفساد أخلاقهم أو الإضرار بصحتهم أو تهديد حياتهم. بالخطر أو إلحاق الأذى بنموهم، ومن أمثلتها:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص: 53.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص: 54.

<sup>3</sup> - حامد عبد الماجد قويس، دور الأزمات الاجتماعية والاقتصادية في موجة التغيير القادمة بالمنطقة العربية، تقارير مركز الجزيرة للدراسات، 2018، ص: 03.

- أزمة البطالة: تتبع من عدم احترام تطبيق حق العمل مواد 6، 7، 8، وما يتفرع عنه من أزمات الحصول على الأجر العادل وتكوين التنظيمات النقابية والعمالية، وحق الإضراب وممارسته...إلخ.
- أزمة الضمان الاجتماعي: إذ يجب أن توفر الدولة لمواطنيها الحدود الدنيا للعيش الكريم التي تحفظ عليهم حياتهم. وتقر الدول الأطراف في المادة 9 بحق كل شخص في الضمان والتأمينات الاجتماعية
- 6-7- الفرق بين الكارثة والأزمة

- اهتمام وسائل الإعلام بالكارثة يكون ايجابيا على عكس الأزمة التي يكون اهتمام وسائل الإعلام بها سلبيا الأمر الذي يجعل المنظمة مسؤولة عن الأزمة موضع المسائلة المستمرة والانتقادات الشديدة؛
- تنطوي الكارثة على دمار واسع وضحايا أبرياء لا يشترط وجودها في الأزمة؛
- تقع الكارثة بشكل مفاجئ ويستحيل التنبؤ بها لاتخاذ التدابير لتجنبها، بينما تأتي الأزمة نتيجة تراكمات عن الأخطاء والمشكلات حتى تصل إلى درجة الانفجار.<sup>1</sup>

## 6-8- الإذاعة

### لغة

من مفهوم الإذاعة اسم مشتق من الفعل "أذاع"، "يذيع"، "إذاعا" وتعني: "الإشاعة"، بمعنى النشر العام، وذيوع ما يقال حتى أن العرب قديما يصفون الرجل الذي لا يكتف السر انه رجل "مذيع"، فيقال: "فلان للأسرار مذيع ولأسباب مضيع".

### إصطلاحا

الإذاعة هي: عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف و أدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي و الإعلامي.

الإذاعة: أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص: 55.

<sup>2</sup>- مفهوم الإذاعة، من الرابط: <https://altifaz.com>، بتاريخ: 23-02-2020، التوقيت، 13:25.

## IX - الدراسات السابقة

### 1- الدراسات العربية

#### الدراسة الأولى:

نجلاء حمد العطاء ناصر نمر، الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي فيس بوك وأتساب من 2015 م إلى 2018 م، بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2018.

#### 1- إشكالية الدراسة:

تحددت إشكالية الدراسة كما يلي:

ما التأثير الذي يحدثه الاتصال التفاعلي لبرنامج فيس بوك والواتساب عبر الانترنت في سلوك ومواقف الطالب الجامعي اجتماعيا وسياسيا وثقافيا ودينيا ونفسيا؟

#### 2- أهمية الدراسة :

- تأتي أهمية هذا البحث من الاستخدام المتعاظم لتكنولوجيا الاتصال وما أفرزته من وسائل حديثة حيث نجد أنها قد أثرت على شكل ومضمون الرسالة الإعلامية، وتمثلت آثار هذه الثورة في أنها مكنت الأشخاص من إرسال المعلومات من أي مكان وفي أي وقت بصورة جاذبة؛
- تسليط الضوء على استخدام موقعي الواتساب والفيس بوك والمتغيرات التي يعيشها المجتمعات في ظل تنامي المواقع الإلكترونية وما أنجبته من تحديات حقيقية؛
- التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى ككل نظام أو دولة من خلال وسائل إعلام متاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضا لكل نظام وكل دولة؛
- إنتاج ثقافة محلية تتناسب مع أعراف وتقاليد المجتمع السوداني وتحافظ على التراث الإسلامي وإيجاد ثقافة محلية لمواجهة الاختراق الثقافي والحملات الإعلامية السالبة وتكثيف شبكات التواصل الاجتماعي لاستخدامها في التعليم والتدريب ونشر الدعوة الإسلامية.

#### 3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي؛

- الوقوف على المواقع والتطبيقات والبرامج التي تكون الاتصال التفاعلي والوقوف على الاشباع التي تحققه؛

- التعرف على مميزات وأنواع الشبكات الاجتماعية وايجابياتها وسلبياتها؛
- توضيح مدى استخدام هذه المواقع والتطبيقات وسط الطلاب وتحديد المحتوى الأكثر انتشارا؛
- قياس تأثير هذه المواقع على سلوكيات الطلاب؛
- توظيف المواقع الاجتماعية بحيث تسهم إسهاما ايجابيا في المجتمع.

**المنهج:** المنهج الوصفي التحليلي .

العينة: العينة العمدية القصدية.

أدوات جمع البيانات: استعمل الباحث أداة الملاحظة و المقابلة و الاستبانة لجمع المعلومات.

#### 4- نتائج الدراسة:

تمثلت نتائج الدراسة في نتائج نظرية وتطبيقية كما يلي:

#### النتائج النظرية:

- مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الروابط الأسرية وانتشار العقول الافتراضية؛
- أجمع الكثير من الكتب للانضمام للجماعات المتشددة دينيا تم وسيلة التواصل الاجتماعي وذلك لما لها من قدرة على الإقناع؛
- الانترنت عالم يتوفر فيه خاصية التزامنية واللاتزامنية نجده أكثر تفاعلية من قبل المستخدمين.

#### النتائج التطبيقية

- الفيس بوك أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما وتأثيرا في مجتمع الطلاب؛
- الدافع الأساسي لاستخدام المواقع الاجتماعية تكوين الصداقات والتعارف؛
- اتصال الطلاب بالانترنت خلال اليوم يصل إلى أربع ساعات فأكثر.

#### حدود الاستفادة من الدراسة

تتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغير الاتصال التفاعلي و قد استفدنا من هذه الدراسة في التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي و الاتصال و مفهوم المواقع الاجتماعية و كذا احتوائها على عدة عناصر تخدم موضوع دراستنا و تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في استخدامها لنفس المنهج (الوصفي التحليلي) وكذلك أدوات جمع البيانات (الملاحظة و المقابلة و الاستبيان) وقد اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغير الأزمة وكذلك العينة.

الدراسة الثانية:

عبد الأمير موبيت الفيصل، الاتصال التفاعلي في البيئة الحديثة، مقال بمجلة الباحث الإعلامي، العدد 44-45، كلية الاعلام - جامعة بغداد، 2019.

1- الإشكالية

مما هو انعكاس الاتصال التفاعلي على رأس المال الاجتماعي من خلال مستخدمو شبكة الانترنت عبر قياس المؤشرات الخاصة بتكوين رأس المال الاجتماعي والتي تتمثل في الشبكة الاجتماعية التي يكونها الفرد وتبادل المعرفة والثقة والتي تدل على تحقيق مواقع الانترنت لمكاسب رأس المال الاجتماعي؟

2- أهمية الدراسة

وتتمثل أهمية رأس المال الاجتماعي من خال الاتصال التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية، في تزويده البناء التحتي بمفاهيم التواصل الجماعي، والعمل على تطوير الهويات الجماعية سواء أكانت هوية افتراضية مكتسبة عبر المواقع التواصل أو هوية حقيقية ومنحها للجماعات المهشمة، ودمج التشكيلات الاجتماعية المتفرقة، وتزويد الجماعات بمفاهيم تروج للاستقرار السياسي والمجتمع، أي إن علاقة رأس المال الاجتماعي بالاتصال التفاعلي ترتبط- في معظم الأحيان -بالعمل السياسي و الاجتماعي.

3- أهداف الدراسة

- التأصيل النظري لمصطلحي "رأس المال الاجتماعي" والاتصال التفاعلي والتعرف على المفهومين لدى طلبة الجامعة.
  - التعرف على الفروق الإحصائية في رأس المال الاجتماعي من خال الاتصال التفاعلي تبعاً لمتغير الجنس (ذكور -إناث). التعرف على دلالة الفرق الإحصائي في رأس المال الاجتماعي من خال الاتصال التفاعلي تبعاً لمتغير التخصص (علمي - إنساني).
  - التعرف على الفروق في الاتصال التفاعلي لدى طلبة الجامعة على وفق مستويات رأس المال الاجتماعي.
  - التعرف على العلاقة الارتباطية بين رأس المال الاجتماعي والاتصال التفاعلي لدى طلبة الجامعات.
- منهج الدراسة :** اعتمدت الدراسة على منهج المسح بهدف وصف ظاهرة استخدام الانترنت و دراستها و تأثيرها على انشاء راس المال الاجتماعي.

**عينة البحث:** تضمنت عينة البحث طلبة البكالوريوس في الجامعة المستنصرية الدراسات الصباحية في كليات الآداب والتربية والصيدلة والهندسة والإدارة والاقتصاد من كلا الجنسين.  
**أدوات جمع البيانات :** استخدمت الوسائل الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات و معالجتها.

#### 4- نتائج الدراسة

- أكثر الأنشطة التي يمارسها أفراد العينة على الإنترنت كانت تصفح مواقع الانترنت عامة بنسبة 96.4% يليه إرسال الرسائل بنسبة 82.6% ثم الاشتراك في الصفحات والمجموعات بنسبة 81.2 % ثم تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 74 % بينما تصفح المواقع الإخبارية بنسبة 71.2 % ثم إرسال التهاني للآخرين بنسبة 67.2% يليها مشاهدة البومات الصور والفيديو بنسبة 64.2 % ثم استخدام الدردشة بنسبة 61.4% يليها الكتابة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 56% ثم الكتابة في المواقع الأخرى بنسبة 52.2% بينما إنشاء الصفحات والمجموعات بنسبة 47.4% ويليه استخدام الألعاب بنسبة 34.2% ثم أخرى تذكر بنسبة 1.2% .

- أن نسبة الأشخاص الذين تعرفهم عينة البحث في الواقع جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 51.8% ثم أصدقاء الدراسة بنسبة 6,51% بينما جاءت نسبة أصدقاء العمل في المرتبة الثالثة بنسبة 4,47% وجاءت في المرتبة الرابعة أصدقاء الحي أو المدينة بنسبة 44.4% ثم في المرتبة الخامسة أصدقاء لم اعرفهم مسبقاً بنسبة 42.2%

- أن نسبة الموافقين على تكوين علاقات جديدة تقدر ب 77% في حين من يرفضون تكوين علاقات جديدة من أفراد العينة بلغت نسبتهم 23% وتتسق نتائج الجدول مع الجدول السابق في الرغبة في إنشاء علاقات جديدة وتوسيع نطاق الشبكة الاجتماعية للفرد و هذا يتفق مع الدراسات التي أوضحت أن تكوين الصداقات الجديدة من أهم دوافع استخدام مواقع الانترنت حيث إشباع الحاجة إلى التواصل الاجتماعي مع أفراد مختلفين في الاهتمامات والأفكار والميول والآراء.

- أن عينة البحث (طلبة الجامعة) لديها رأس مال اجتماعي مرتفع ويعود ذلك إلى أنهم يرون الاتصال من خلال الانترنت وسيلة قوية لتحقيق متطلباتهم في بناء مجتمع متقدم ينعم بالرفاهية والأمان ويوفر لهم فرص لإقامة علاقات اجتماعية وتكوين صداقات و تواصل اجتماعي لزيادة الأواصر الاجتماعية.

- أن عينة البحث توجد بينها فروق ذات دلالة إحصائية في رأس المال الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الذكور كون أن الذكور يتمتعون بعلاقات وصداقات اجتماعية أكثر من الإناث يمكن أن يكون لها تأثير في تغيير وضعهم الذي يطمحون إليه نحو الأفضل، فضلاً عن إن الذكور أكثر انخراطاً في إقامة

علاقات مع الغرباء وتكوين علاقات الاجتماعية جديدة من خال مختلف الأنشطة من الإناث وأن طبيعة المجتمع العراقي المحافظة تفرض قيودا على الإناث أكثر من الذكور في ممارسة العلاقات والتواصل الاجتماعي بنفس المستوى الذي يمارسه فيه الذكور.

- لدى عينة البحث (طلبة الجامعة) توجه عالٍ نحو القوة الاجتماعية ويمكن إرجاع ذلك إلى أن مرحلة الشباب تتسم بالحيوية والنشاط فيسعى الشباب إلى امتلاك المصادر التي ترسم له مستقبله ومنها القوة الاجتماعية كونها تمنح من يمتلكها المكانة الاجتماعية والسلطة والقدرة على التأثير في الآخرين وتحقيق الذات والاستقلالية.

#### حدود الاستفادة من الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغير الاتصال التفاعلي و قد استفدنا من هذه الدراسة في التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي و كذلك علاقة شبكة الانترنت عن طريق هذا النوع من الاتصال و قد اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في نوع المنهج المستخدم و العينة و كذلك ادوات جمع البيانات.

#### 2-الدراسات المحلية

الشريف داودي، يسمينة بن عمار، دور الاتصال التفاعلي في تعزيز تلقي الشباب لمضامين المواقع الإخبارية الجزائرية- دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري متابعي الموقع الإخباري "الشروق أونلاين"، مداخلة في الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر، جامعة الشهيد حمّة لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2019.

#### 1- الإشكالية:

كيف يظهر دور الاتصال التفاعلي في تعزيز عملية التلقي لمضامين الموقع الإخباري " الشروق أونلاين من قبل الشباب الجزائري؟

2- أهمية الدراسة:

يشكل التردد عمى المواقع الإلكترونية وبالتحديد الإخبارية منيا مظهرا هاما في ظل انتشار التقنيات التكنولوجية الحديثة، مما ساهم في النشر الفوري للأخبار بتنوع مضامينها كما أن المستخدمين الشباب أصبحوا فاعمين في صنع الأحداث والأخبار بعد أن كانت العملية في إتجاه واحد مما جعل

الكثيرين منيم والمتردددين على هذه المواقع جزءا من الحدث وبالتالي من الأهمية أن نقيس واقع تفاعلهم في ظل البيئة الجديدة.

إلى جانب هذا هناك تنامي ل مواقع الإلكترونية الإخبارية وتحول البيئة الافتراضية إلى مجال جديد لتقصي وجمع الأخبار وحتى المشاركة في تحريرها هذا يقودنا إلى الدور الكبير لهذه المواقع في القيام بالوظيفة الإخبارية ومعرفة مدى تجاوب الجماهير المختلفة.

### 3- أهداف الدراسة

تتحدد أهداف دراستنا في:

- معرفة استخدامات الشباب الجزائري للموقع الإخباري الشروق أونلاين؛
  - مظاهر التفاعلية عبر الموقع الإخباري الشروق أونلاين من قبل الشباب الجزائري؛
  - معرفة تأثير التفاعلية على عملية تلقي مضامين الموقع الإخباري الشروق أونلاين.
- منهج الدراسة:** أعتمد المنهج المسحي الذي يعتبر أكثر ملاءمة للدراسة الوصفية باعتبار هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية.

**أدوات جمع البيانات:** اعتمد الباحث على تصميم استمارة استبيان الذي اعتبرها الوسيلة المناسبة في حصر المعلومات عن موضوع الدراسة حيث تم تصميم استمارة استبيان مكونة من 23 سؤال مجملة في محاور .

**مجتمع الدراسة والعينة:** تحدد مجتمع الدراسة في الشباب الجزائري متابعي الموقع الاخباري الجزائري الشروق أونلاين و تم اختيار العينة الغير احتمالية لاستحالة الحصول على قاعدة مجتمع البحث .

### 4- نتائج الدراسة

تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- تعتبر المحاور ركيزة أساسية في التفاعلية مع الموقع؛
- تظهر التفاعلية مع ما يعرض من أخبار وهو ما يتوافق وما يقدمه الموقع الإخباري - الشروق أونلاين؛
- نوعية الأخبار جاذب ميم في عملية الاتصال التفاعلي عبر الموقع؛
- تتخذ طبيعة التفاعل مع الأخبار إلى جانب مستخدمين آخرين نمطا أساسيا للتفاعلية وهو ما يزيد من حدتها؛

- تعتبر جماعات النقاش وسيمة أساسية في الاتصال التفاعلي عبر الموقع، إلى جانب عملية تبادل الرسائل وهو ما يزيد من التفاعلية أيضا.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغير الاتصال التفاعلي و قد استفدنا من هذه الدراسة التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي و كذا تكنولوجيا الاتصال التفاعلي بمختلف اشكالها ،كما استخدمت نفس أداة جمع البيانات ( الاستبيان )  
و قد اختلفت هذه الدراسة في متغير الأزيمة وكذلك نوع المنهج المستخدم و العينة .

### 3-الدراسات الأجنبية

**Halvor Nordby, The nature and limits of interactive communication: A philosophical analysis, seminarie, Faculty of Health and Social Sciences University College of Lillehammer, 2011.**

#### إشكالية الدراسة

لماذا نحتاج إلى تعريف عام للاتصال التفاعلي؟

#### أهمية الدراسة

تكمن أهمية توضيح مفهوم الاتصال التفاعلي في الخطاب النظري والعملية حول العلاقات الإنسانية ، حيث غالبًا ما يستخدم الناس كلمات مثل "الاتصال" دون شرح ذلك، فإذا كان هناك سبب وجيه للاعتقاد بأننا فهمنا جميعًا مفهوم الاتصال التفاعلي بنفس الطريقة تمامًا ، فلن يكون من الضروري توضيح مفهوم عام يمكن أن يعمل كمنصة مفاهيمية مشتركة .لكن "الاتصال التفاعلي" ليس تعبيراً بحدود حادة وصريحة ، حيث يحدده المتحدثون بنفس الطريقة تمامًا علاوة على ذلك ، فإنه ليس مفهوم "منتج - مستهلك" - إنه ليس تعبيراً ذو معيار احترافي واضح يعني أن الأشخاص العاديين عادة ما يكونون على استعداد لتأجيل

#### الهدف من الدراسة

الهدف من تحليل التواصل التفاعلي هو وضع تعريف يمنحنا فهماً أكثر جوهرية وعامة لما ينطبق عليه المفهوم، يمكن أن يكون هذا الفهم مهماً لأسباب عديدة، ولكن يجب إبراز سببين. أولاً ، يمكن للتحليل تحسين وجهات نظرنا المعرفية والنقدية والتربوية حول ظاهرة التواصل التفاعلي. تهدف العديد من المناقشات حول طبيعة وحدود التبادل الإلكتروني للمعلومات إلى التركيز على التواصل التفاعلي على المستوى التجريدي. وهذا يعني أن المناقشات ليست مجرد شكل معين من أشكال

التواصل التفاعلي ، مثل الاتصال عبر البريد الإلكتروني أو الهواتف المحمولة. بدلاً من ذلك ، يحاولون قول شيء عن التواصل التفاعلي بشكل عام. .

### المنهج

هناك نقطة منهجية تجدر الإشارة إليها وهي أن التعريف الذي يلتقط مجموعة من حالات الاختبار غير صحيح بالضرورة تعد مقارنة تعريف المفهوم للحالات الجديدة عملية ديناميكية وشاملة الفكرة مشابهة للافتراض الأساسي في الأسلوب الاستنتاجي الافتراضي. يتم تعزيز الفرضية عندما يتم دعمها بواسطة عدد محدود من الملاحظات. لكن مجموعة محدودة من الملاحظات لا يمكن أبدا التحقق من فرضية عامة. فكرة الاعتراف بهذه الحقيقة المنطقية هي التمييز بين التبرير والحقيقة. هناك ما يبرر تعريف التواصل التفاعلي عندما لم نتمكن (حتى الآن) من تزويره، تمامًا كما تبرر العديد من ملاحظات البجعات البيضاء الفرضية القائلة بأن جميع البجعات بيضاء. ومع ذلك، لا يمكننا أن نكون على يقين من أننا استبعدنا جميع الأمثلة المضادة الممكنة. ولكن كما أكد بوبر على نحو مشهور، فإن التبرير هو فكرة معرفية قيمة على الرغم من أنها لا تضمن الحقيقة.

### نتائج الدراسة

- ✓ يحدث التواصل التفاعلي في التبادل الفوري للمعلومات ، تنتقل المعلومات مباشرة من مرسل إلى جمهور دون أي تأخير زمني كبير.
- ✓ تعتبر المكالمات الهاتفية وبرامج الدردشة المستندة إلى الإنترنت مثلاً يحتذى به للاتصال الفوري والتفاعلي.
- ✓ التواصل التفاعلي المتأخر يتضمن معلومات مخزنة لفترة زمنية معينة قبل أن تصل إلى وعي الجمهور.
- ✓ شروط الاتصال هي الشروط الأساسية للتواصل الناجح لنفس ظروف الاتصال الأساسية ذات صلة بالتواصل التفاعلي الفوري والمتأخر.
- ✓ يحل الاتصال التفاعلي بطريقة تجعل ظروف الاتصال الأساسية ذات صلة بتحديد ما إذا كان الاتصال ناجحاً.

خلاصة

إن اعتماد بحوث الإعلام والاتصال على العمل الميداني لدراسة مواضيع محلية راهنة يتطلب الخروج من التوقع المنهجي في رحاب الاستحداثات المنهجية والتعدد الأدوات في جمع المعلومات ذو التركيز على الجوانب الكيفية للكشف عن دلالات موضوع البحث في مجتمع محل الدراسة، لذا وجب علينا استخدام منهج وأدوات ملائمة وشرح المفاهيم الأساسية للدراسة بغرض تحقيق الأهداف المرجوة منه.

الفصل الأول:

الأسس النظرية لموضوع البحث

## تمهيد

يعتبر الاتصال التفاعلي مظهرا من مظاهر التكنولوجيا الحديثة في المجال الاتصالي والتي سمحت بتحقيق المشاركة الفاعلة من قبل المتلقي، حيث باتت جزءا مهما في العملية الاتصالية من خلال الرد أو التعديل أو التعليق عن الأحداث، حيث امتدت التفاعلية وبفعل الأنترنت إلى مختلف المواقع الإلكترونية والتي تعرف اهتماما من قبل الفاعلين المتصفحين لصفحاتها ولاسيما المتعلقة بالأخبار. إذن فشبكة الأنترنت استطاعت تقريب المجموعات فهي وسيلة للتواصل لتبادل المعلومات والآراء وإنشاء مجموعات الصفحات المختلفة التي تضم الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة ومشاركة الأفراد في حوار مثمر ينتج عنه تحقيق مجموعة من الأهداف وتعزيز الأفكار حول قضايا وأحداث ذات اهتمام مشترك، وهذا ما حاولنا التطرق إليه في هذا الفصل الذي ينقسم إلى تمهيد وثلاث مباحث يحتوي كل مبحث على خمس مطالب .

## I- ماهية الاتصال التفاعلي

كان الاتصال وما زال عنصرا هاما في الحياة برزت أهميته وفعاليته مع زيادة التقدم التكنولوجي الحاصل مما ساعد على ظهور أنواع جديدة من الاتصالات لعل من أبرزها الاتصال التفاعلي وهذا ما سنتطرق إليه هادفين إلى التعرف على كل من نشأة الاتصال التفاعلي وأهميته وأهدافه وكذا أنواعه بالإضافة إلى مقوماته و عناصره.

### 1- نشأة الاتصال التفاعلي

وقد مر الاتصال بعدة مراحل وذلك بغرض ظهور الاتصال التفاعلي وسيتم ذكر هذه المراحل كما يلي:

#### المرحلة الأولى: عصر الإشارات والعلامات

إذ تفترض معظم التخمينات أن البشر كانوا يعيشون في تجمعات صغيرة مثل الحيوانات منذ ملايين السنين، وبالتأكيد كان في تلك الفترة أيضا اتصال بين المجموعات والبشر بعضهم البعض، وإلا ما انتقلت خبراتهم من جيل إلى جيل، والاحتمال الأرجح أنهم مارسوا الاتصال عن طريق الأصوات (الزمجرة، المهمة، الصراخ....) بالإضافة إلى لغة الجسد وإشارات الأيدي والأرجل.<sup>1</sup>

#### المرحلة الثانية: عصر التخاطب واللغة

حيث يرجح ظهور اللغة خلال 35 - 40 ألف سنة مضت بين مخلوقات تشبه الجنس البشري الحالي يطلق عليها "إنسان الكرومانيون" الذي عثر على بقاياها في كهف كرومانيون بفرنسا، مما سمح بابتكار الكثير من احتياجاته في هذا الوقت، وعاش كمزارع وروض الحيوانات واستأنسها خلال تلك الفترة، وهنا تبدو أهمية اللغة والاتصال في الارتقاء بالإنسان.

#### المرحلة الثالثة: عصر الكتابة

فقد استغرق الإنسان ملايين السنين حتى توصل إلى القدرة على استخدام اللغة، واستغرق الأمر عدة قرون حتى أصبحت الكتابة إحدى حقائق الحياة الإنسانية.

#### وقد مرت الكتابة بالعديد من المراحل:

✓ الكتابة التصويرية؛

✓ الكتابة على أساس النطق؛

<sup>1</sup> - إبراهيم العبيدي، مراحل التطور التاريخي للاتصال، من الرابط:

[https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84\\_%D8%A7%D9%84](https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84_%D8%A7%D9%84)

بتاريخ: 16-02-2020، التوقيت: 11:30.

✓ الكتابة الألفبائية؛

### المرحلة الرابعة: عصر الطباعة

وتعد الطباعة أحد أبرز الابتكارات البشرية في كل العصور، وقد مرت بالعديد من مراحل التطور.

### المرحلة الخامسة: عصر الاتصال الجماهيري

وذلك مع ظهور الصحافة الجماهيرية، بدأت حينئذ سرعة نشاط الاتصال البشرى في الزيادة المطردة، وقد شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصال الجماهيري.

### المرحلة السادسة: عصر الاتصال التفاعلي

حيث شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال تكنولوجيا الاتصال ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الأقمار الصناعية<sup>1</sup>.

### 2- تعريف وأهمية وأهداف الاتصال التفاعلي

#### 2-1- تعريف الاتصال التفاعلي

وردت عدة تعاريف للاتصال التفاعلي سيتم ذكر البعض منها كما يلي:

عرفة Gazeneuve بأنه مجموع أنظمة العلاقات التفاعلية وشبكة المعلومات المنقولة التي تربط بين مختلف الأطراف الاجتماعية لاسيما بين الأفراد المكونين للفضاء التفاعلي من فاعلين ومختصين في الاتصال والجمهور، قصد تبادل المعلومات والآراء، فضلا عن كون مجال الاتصال التفاعلي يطرح موضوعات متعددة للبحث، فإنه محل أساليب عديدة للتحليل والتفسير والمعالجة، وهو أيضا ليس مقصورا على الباحثين والمختصين بل يشكل أيضا من بين المحاور الأساسية المطروحة للنقاشات المثارة<sup>2</sup>.

#### 2-2- أهمية وأهداف الاتصال التفاعلي

تكمن أهمية الاتصال التفاعلي في عنصرين هما:<sup>3</sup>

- وفر الاتصال؛

<sup>1</sup> - هاني عبد المرید، تحديد مفهوم الاتصال، من الرابط:

<http://kenanaonline.com/users/ne3mah/posts/84526>، بتاريخ 17-02-2020، التوقيت، 12.00.

<sup>2</sup> - عبد الأمير موييت الفيصل، الاتصال التفاعلي في البيئة الحديثة، مقال بمجلة الباحث الإعلامي، العدد 44-45، كلية الإعلام - جامعة بغداد، 2019، ص: 16.

<sup>3</sup> - مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 163.

- التفاعل في آن واحد.

### 2-3- أهداف الاتصال التفاعلي

تسعى عملية الاتصال التفاعلي لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل بغية تحقيق المشاركة في الخبرة مع المرسل، ويركز هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته ومهاراته، وتصنف أهداف الاتصال التفاعلي إلى:<sup>1</sup>

#### - الهدف التوجيهي

هذا النوع من الأهداف يمكن أن يحدث حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل أو تثبيت اتجاهات قديمة موجودة عنده ومرغوب فيها ولقد اتضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت في هذا المجال أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف.

#### - الهدف التثقيفي

يتحقق هذا الهدف أو النوع من الأهداف حينما يتجه الاتصال نحو توعية المستقبلين بأمور تهمهم، ويقصد منها مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم بما يدور حوله من أهداف.

#### - الهدف التعليمي

حينما يتجه الاتصال التفاعلي نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

#### - الهدف الترفيهي أو الترويحي

يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال التفاعلي نحو إدخال البهجة والشور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

#### - الهدف الإداري

ويتحقق هذا الهدف عندما يتجه الاتصال التفاعلي نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاهم بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

#### - الهدف الاجتماعي

حيث يتيح الاتصال التفاعلي الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير ببعضهم البعض وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد وفي الواقع الاتصال التفاعلي قد يجمع بين أكثر من هدف في وقت واحد.

<sup>1</sup> - فهمي محمد سيد، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط01، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، القاهرة، ص ص: 32-34.

### 3- أنواع الاتصال التفاعلي

وهنا يكون الاتصال ضمن زاويتين، الأولى من حيث طبيعة التفاعل بين المرسل والمستقبل، والثانية من حيث تفاعل المستقبل مع موضوع الاتصال، وسيتم ذكرها كما يلي:<sup>1</sup>

#### 3-1- التفاعل بين المرسل والمستقبل

قد يكون التفاعل بينهما مباشر (وجها لوجه) وهذا ما نجده في الإتصال الشخصي الذي تحدث فيه عملية الأخذ والرد بصورة مباشرة، حيث يتواجد كل منهما في مكان واحد وقد يكون هذا التفاعل غير مباشر إذ يحدث التفاعل بينهما رغم أن كل منهما غير موجود مع الآخر، مثلما يحدث عند مشاهدة التلفزيون.

#### 3-2- التفاعل في موضوع الاتصال

وينقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع :

- **تفاعل واقعي مباشر** : ويقصد به أن المستقبل يكون محتكا مباشرة بموضوع الإتصال أي يتعامل مع ما يرغب في معرفته أو دراسته أو فهمه بطريقة إيجابية ومن هنا يكون مصدر الخبرة المكتسبة من مواقف الحياة ذاتها أو الأشياء والحقائق الواقعية بصورة مباشرة، ومن هذه الأمثلة: إجتماع طلاب التدريب مع جماعة ليتعرف على نوع العلاقات القائمة بين الأعضاء.

- **التفاعل مع ما يشبه الواقع أو يمثله**: في هذا النوع لا يتفاعل الفرد أو الجماعة مع الواقع ذاته وإنما مع ما يشبه الواقع أو يمثله.

- **التفاعل مع الرموز**: أي أن الفرد أو الجماعة لا يتعامل مثلما يحدث في النوع الأول أو الثاني ولكن يتعامل مع رموز تنوب عنه، فمثلا بعد قرأته لكتاب عن التشريح لا يحتك سوى بكلمات تكون مجردة.

#### 4- خصائص ومميزات الاتصال التفاعلي

##### 4-1- خصائص الاتصال التفاعلي

تتمثل خصائص الاتصال التفاعلي كما يلي:<sup>2</sup>

- يأخذ الاتصال عدة أشكال مختلفة وتختلف هذه الأشكال فيما بينها من حيث طبيعتها ومتطلباتها؛

<sup>1</sup> - محمد صبري فؤاد النمر، أساليب الاتصال الاجتماعي، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، 2010، ص: 89 .

<sup>2</sup> - نجلاء حمد العطاء ناصر نمر، الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي فيس بوك واتساب من 2015 م إلى 2018 م، بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2018، ص: 57.

- تتكون شبكة الاتصال في أبسط صورها من ثلاث عناصر، هي: المرسل والرسالة والمستقبل وقد يكون المرسل أو المستقبل فردا أو جماعة، كما قد يكون المستقبل مجموعة من الجماهير، وفي حالة الاتصال الجماهيري يضاف عنصر رابع هو الوسيلة أو مجموعة الوسائل الاتصالية التي تنقل الرسالة إلى الجماهير المستقبلين؛

- يتخذ الاتصال اتجاهات يتأثر بشكل اتصال، وهو إما اتجاه واحد كما في معظم حالات الاتصال الجماهيري أو اتجاهين كما هو في معظم حالات الاتصال الشخصي والجمعي، وللو أن الاتصال ذو اتجاهين هو النمط الأمثل في عمليات الاتصال بأشكالها المختلفة.

#### 4-2- مميزات الاتصال التفاعلي

تتمثل مميزات الاتصال التفاعلي في ما يلي:<sup>1</sup>

- **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والتلقي والأدوار ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادله.

- **التفتيت:** وتعني تعدد الرسائل واستقبال في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الالكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة في وقت معين.

- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الالكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة في وقت معين.

- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل الحاسب الشخصي والتلفون المحمول وكاميرات الفيديو المحمولة.

- **قابلية التحويل:** حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة ومصورة والعكس، فهناك برامج لتحويل الكلام المنطوق إلى نص مكتوب، كما تستطيع قراءة النص المكتوب بنص مسموع.

- **قابلية التوصل:** وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن النظام والشركة الصانعة.

<sup>1</sup> - نجلاء حمد العطاء ناصر نمر، مرجع سبق ذكره، ص: 57.

- الانتشار: ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار الهاتف المحمول على نطاق واسع.
- الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية يجري فيها الاتصال بكل أشكاله الشخصية والجماعية بسهولة من أقصى الأرض إلى أقصاها.

#### 5- مقومات وعناصر الاتصال التفاعلي

##### 5-1- مقومات الاتصال التفاعلي

- أساس وسائل الاتصال الحديثة هو الاتصال التبادلي أو التفاعلي فهو يبرز وعلى نفس المستوى، أهمية كل من المرسل والمستقبل. ويعد التبادل الاتصالي منطقة أساسية بالنسبة لوسائل الاتصال الحديثة، فالالاتصال يتميز قبل كل شيء بسعيه إلى تحقيق المساواة بين الأطراف إلي تتواصل فيما بينها، ولكي تصل ظاهرة علاقات اتصالية تبادلية إلى مستوى اتصال حقيقي يجب أن تلب عدة خصائص:<sup>1</sup>
- أن تمتلك شكلا مفتوحا للتبادل ثنائي الاتجاه، أو تعددي الاتجاه؛
- أن تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي؛
- أن يثمن النشاط التشاركي للمتلقي حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط؛
- الانتباه إلى تأثيرات العمل الاتصالي؛
- الميل إلى الاستعداد لاعتبار العلاقة الاتصالية كنشاط تبادلي ندي ومتساو وبالتالي كشكل من المحادثة التي يمكن أن تتحقق.

وتقود هذه الخصائص إلى مشكلة النشاط التبادلي لوسائل الاتصال الحديثة، ففي هذه الحالة يمكن للنشاط التبادلي أن يفهم كقدرة النظام الجديد على أن يستقبل طلبات المشترك وأن يلبها وهو جانب يتعارض كلياً مع طرائق عمل وسائل الإعلام التقليدية.

ولا يتولد هذا النشاط التبادلي للمحادثة من خلال جملة عناصر ذات نوعية معرفية فحسب، بل أيضاً من خلال نشاط حقيقي وفعلي، فالمشترك يتبادل الفعل ورد الفعل مع النظام حسب إمكانيات مرتبة ومحددة مسبقاً، ورغم ذلك فإن نتيجة النشاط التبادلي ليست متوقعة مسبقاً بكل جوانبها، لأن خيارات

<sup>1</sup> مريم صالح البلوي، اتجاهات المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي عبر المنتديات الالكترونية على شبكة الانترنت "دراسة وصفية على عينة من النساء السعوديات بمدينة الرياض"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، المملكة العربية السعودية، 2009، ص ص: 74-75.

المشترك تولد منتجا جديدا، أي تخرج إلى حيز الوجود حالة ليست مكودة تماما صورة مسبقة. وهكذا، فإن التقنيات الجديدة تلعب على الجدلية بين الإمكانيات التي يتيحها لنظام وبين التكامل الإبداعي للمشارك.

## 5-2- عناصر الاتصال التفاعلي

تتمثل عناصر الاتصال التفاعلي في:

- المصدر؛
- الريالة؛
- الوسيلة؛
- المستقبل أو المتلقي؛
- التأثير؛
- ردة الفعل (رجع صدى).

عناصر العملية الاتصالية عند محمود حسن إسماعيل:<sup>1</sup>

للاتصال خمسة عناصر متداخلة ومتكاملة ولا يتم الاتصال إلا بوجود هذه العناصر الخمسة ويشترط أن يكون بينهم تفاعل هو:

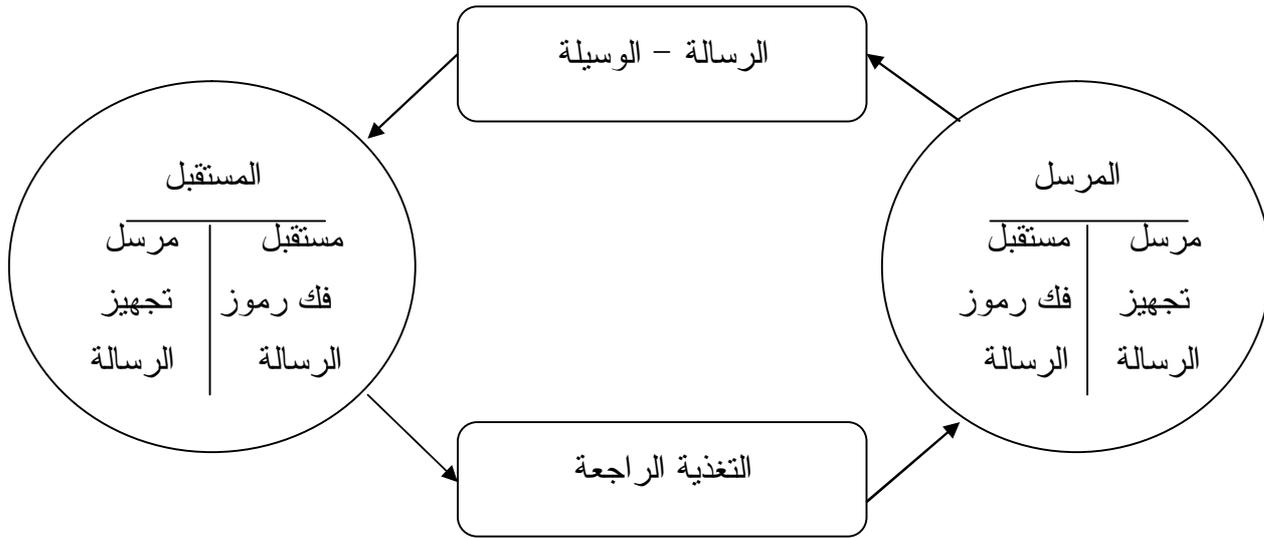
- أن يقوم المرسل بوضع فكرته المراد نقلها في صورة رموز (كود) فتصبح لديه رسالة؛
- أن تأخذ الرسالة طريقها عبر وسيلة؛
- إلى المستقبل؛
- الذي لا يقوم بدوره بفك رموز الرسالة ويتفاعل معها وينتج هذا التفاعل رجع صدى؛
- يصل إلى المرسل الذي يحدد موقفه ومدى نجاحه في التعبير عن فكرته.

وهذه العناصر (المرسل، الرسالة، المستقبل، الوسيلة، رجع الصدى) يمكن توضيحها في الشكل

الموالي:

<sup>1</sup> - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط01، القاهرة، 2003، ص: 94.

الشكل رقم 02: عناصر الاتصال التفاعلي



ومن جانب آخر وصف كل من كولمان ومارش عملية الاتصال من خلال تحليلهم لمفهوم الاتصال بأنها عملية أساسية تتضمن خمس عناصر رئيسية وهذه العناصر يمكن ان تحدد بشكل مباشر وهي:<sup>1</sup>

- الشخص أو الجماعة التي تبادر بإرسال الرسالة ويطلق عليها مثل هذا الشخص أو الجماعة المتصل؛
- محتوى الرسالة أو مضمونها؛
- الوسيلة المستخدمة في عملية الإرسال أو النقل؛
- المستقبل أو المتصل به؛
- الاستجابة التي يعكسها هذا المستقبل.

أما شرام فقد طور إطار نظري لعملية الاتصال من خلال المعنى المتضمن لكلمة الاتصال في الأصل اللاتيني، فهي تعطي اشتراكا في موضوع معين وهو يستهدف من ذلك تحليل فكرته حول عملية الاتصال، كما أنه أشار قائلا أن عملية الاتصال تتضمن ثلاث عناصر رئيسية وهي:

- المصدر؛
- الرسالة؛
- الوجهة.

<sup>1</sup> - إبراهيم الدسوقي عبدة، وستائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدينا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص: 23.

ويذكر شرام في هذا الصدد بعض المتطلبات العامة التي لا بد من إنجازها حتى تؤدي عملية اتصالية دورها بقدرة وفعالية منها:<sup>1</sup>

- أن يكون المرسل متأكد من كتابة معلوماته ووضوحها؛
- أن تكون الرسالة على درجة عالية من الدقة من حيث استخدام الرموز والإشارات ومدى قابليتها للانتقال بسرعة وبكفاءة عالية؛
- أن تكون الرسالة مفسرة لموضوعها أو الغرض منها؛
- أن تعالج هذه الرسالة مصدرها، أي تحدث الاستجابة المطلوبة منها وفي عدم توافر هذه المتطلبات أو عددا منها فغن هذا يقلل من كفاءة عملية الاتصال، وعلى المسؤولين معالجة هذا بدقة.
- وقد ركز شرام على بعض الآراء لتحديد الشروط الدنيا لأي عملية اتصالية تفاعلية كما يلي:
- وجود علاقة بين طرفين على الأقل؛
- القدرة على الإرسال؛
- القدرة على الاستقبال؛
- وفرة وامتلاك رصيد من العلاقات والرموز؛
- وسيلة الاتصال.
- المرسل

المرسل هو مصدر الرسالة أو النقطة التي عندما تبدأ عندها عملية الاتصال عادة وقد يكون هذا المصدر هو الإنسان أو الآلة أو المطبوعات أو غير ذلك ويحول هذا المصدر الرسالة التي يرد أن يبعثها إلى رموز تأخذ طريقها من خلال قنوات الاتصال.

#### - الرسالة

هي عبارة عن الأفكار والمبادئ والمفاهيم والإحساسات أو المهارات أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها للمستقبل بوسيلة معينة أو بأكثر من وسيلة ويراعي في ذلك ما لي:

- أن تكون الرسالة واضحة حتى يسهل فهمها؛
- أن تحسن اختيار الزمان والمكان لاستقبال الرسالة؛
- ينبغي أن تثير الرسالة في النفوس شعور بالحاجة إليها؛
- أن يكون محتوى الرسالة في النفوس شعور بالحاجة إليها.

<sup>1</sup>- إبراهيم الدسوقي عبدة، مرجع سبق ذكره، ص: 24.

### - الوسيلة

يحتاج أي اتصال إلى وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وقد تكون الوسيلة طبيعية كما في الاستعمال الشخصي والجمعي وقد تكون صناعته كما في الاتصال الجماهيري الذي يعتمد على وسائل تكنولوجية، ولكي تستحوذ أي وسيلة إعلامية على الجمهور تشد انتباهه.

تمر دورة وسائل الاتصال بستة مراحل:

- التهيئة: بمعنى تحضير الجمهور ذهنياً وعاطفياً؛

- الانتباه: بمعنى اخذ الجمهور للفعل والمشاركة ولا يقصد بالانتباه مجرد الإشارة والانبهار؛

- العاطفة: بمعنى إثارة العواطف بالترك على الأسلوب الدرامي، الذي ساعد على القميص الوجداني للفرد؛

- المعلومات: بمعنى تجميع المعلومات عن الموضوع أو الحدث، يراعي أن تشبع بقدر الإمكان حاجات الجماهير.

- الاستنباط: فلا تتوقف الإنسان عند مجرد الحصول على المعلومات بل يذهب إلى أبعد من ذلك حيث يستنبط ويحلل وينتج ويكون الآراء؛

- العقل: بمعنى استعداد الجمهور لأداء الفعل حيث تتطلب الدوافع التي توقظها فينا وسائل الاتصال التفاعلي للتعبير عنها مثل برامج العنف وتأثيرها على الأطفال.

### - المستقبل

هو إما أن يكون فرداً أو جماعة (جمهور) ويتوقف تفسير الرسالة على مدى وعيه وإدراكه والخبرات السابقة له ومدى إحساسه بالرسالة وحاجته إليها أو شعوره بأهميتها وان تتم على مراحل حتى يتم فهمها وهذا يعتمد على حاجة المستقبل لها ظروفه النفسية والاجتماعية والصحية ومستوى النشاط الإدراكي للمجال الذي تدور حوله؛

- رجوع الصدى: هي الإجابة أو الرسالة المعادة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له ويظهر الرجوع في انساق حركية ولفظية كان يقول المستقبل نعم هذا صحيح أو يهز رأسه علامة على الموافقة وتعد البحوث الحديثة إن لكل وسيلة من وسائل الإعلام خصائصها في الاتصال التفاعلي و مزايها الفريدة و تقوم بعض هذه الخصائص على مجرد التأمل النظري بينما يقوم البعض الآخر على أساس تجريبي و تستخدم في عجلة سريعة و من أهم هذه الخصائص هي:

يصل الراديو إلى الجمهور بطريقة مختلفة غالباً عن الطرق التي تصله بها الوسائل الأخرى، يتميز الراديو بقدرات عالية في الإقناع و التأثير لأنه عادة ما يكون الوسيلة الأولى في تقديم المواد للجمهور إلا انه ليس هناك ممن البحوث ما يدعم هذا الحديث عن الراديو أو يرفضه.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - عليان ربحي مصطفى، غنيم، محمد عثمان، أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيقية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط02، 2008، ص ص: 32-33.

## II- استخدامات وتطبيقات الاتصال التفاعلي

تناولنا في هذا المبحث تعريف التفاعل الإلكتروني ثم أنماط التفاعل الإلكتروني ثم أدوات الاتصال التفاعلي عبر شبكة الانترنت وخصائصها ثم مقاييس وأساليب الاتصال التفاعلي ثم انعكاسات الاتصال التفاعلي الإلكتروني على الإعلام التقليدي.

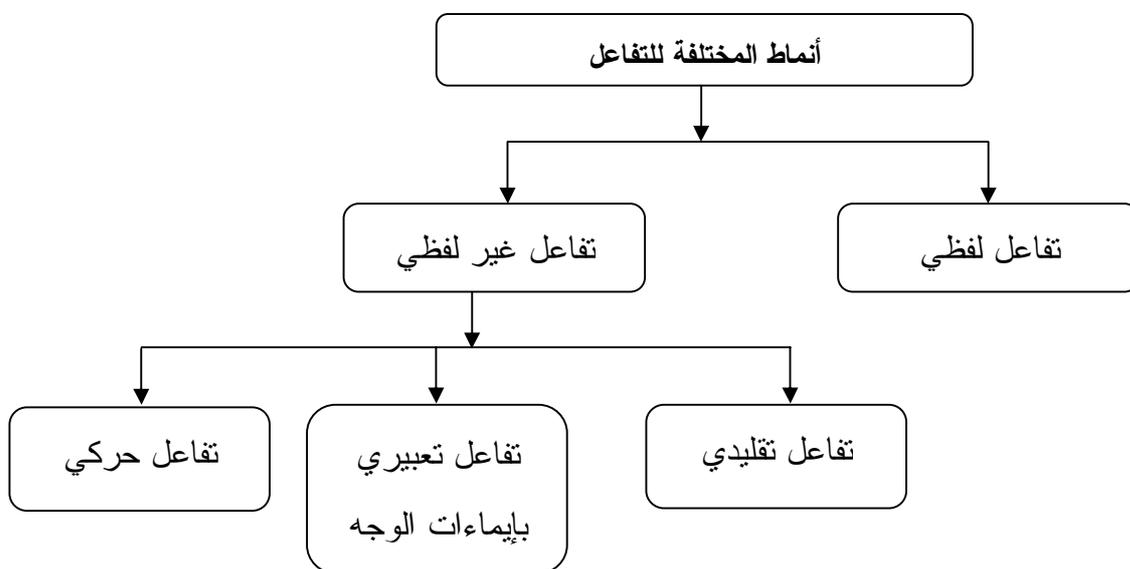
### 1- تعريف التفاعل الإلكتروني

وهو نوع من أنواع التفاعل خلال العملية الاتصالية في الإعلان، ويعني كيفية خلق التفاعل في الإعلان وحدوث الاتصال ذو الاتجاهين بدون استخدام الأساليب التكنولوجية المعقدة وهذا التفاعل هو الأساس قبل ظهور تلك الوسائل حيث كان المصمم دائما ما كان يبحث وراء التجديد والتعبير في عرض الرسالة، حيث تتم حال المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية من خلال التبادل الحر دون تدخل أي تأثير من مصادر القوى الخارجية.<sup>1</sup>

### 2- أنماط التفاعل الإلكتروني

تتعدد أنماط التفاعل الإلكتروني في الاتصال، والمخطط التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 03: أنماط المختلفة للتفاعل



### 1- التفاعل اللفظي

وهو التفاعل الذي يعبر عن تبادل اللغة المنطوقة بين أطراف الاتصال للوصول إلى أكبر قدر من الفهم المشترك للمعنى الذي تثيره الألفاظ لدى أطراف الاتصال، وغالبا ما يظهر التفاعل اللفظي

<sup>1</sup> - محمد محمود أحمد شحاتة، إناس محمود محمد، إلهام رشدي شطا، الأساليب التفاعلية الإلكترونية ودورها في تصميم الإعلان التفاعلي، مجلة العمارة والفنون، العدد 11، الجزء 2، ص: 617.

في التفاعل المباشر بين المرسل والمتلقي من طلب التزويد بالمعلومات والمناقشة والحوار وبين مجموعة من المتلقي من إثارة الجدل والحوار حول الموضوع المطروح.

## 2- تفاعل غير لفظي

ينقسم التفاعل الغير اللفظي إلى ثلاثة أتماط:

**2-1- التفاعل التقليدي:** ويقصد به التفاعل الذي يحدث للمتلقي عند رؤيته للمضمون، فالتفاعل هو أمر مقترن بالعملية لاتصالية، بل هو جوهرها وعلى هذا يمكن القول بأن التفاعل هو أساس كل عملية اتصالية.

**2-2- تفاعل تعبيرى بإيماءات الوجه:** ويقصد به ذلك التفاعل الذي تظهر فيه التصرفات والإشارات عن طريق تعبيرات الوجه كرد فعل اتجاه الرسالة الموجهة، حيث يتم قياس رجوع الصدى للرسالة عن طريق تعبير الوجه المختلفة، والتي تظهر نتيجة الانفعالات الداخلية للمتلقي والتي تعبر عن رد فعله الداخلي ومدى انفعاله وتفاعله مع الرسالة في العملية الاتصالية، كالاتسام والضحك، إيماءات الدهشة، إيماءات الخوف، إيماءات الاشمئزاز... إلخ.

**2-3- التفاعل الحركي:** هو رد الفعل الذي يتم بواسطة حركة الإنسان وتعبيراته الحركية المتلفة وقد يكون:

- تفاعل بدوي (اللمس، الالتقاط، الخدش، الضغط، السحب الألعاب اليدوية)؛

- أو تفاعل حركي بواسطة حركة الجسم كله (الرقص، الركض، القفز، التقليد).

## 3- أدوات الاتصال التفاعلي على شبكة الانترنت وخصائصها

### 3-1- أدوات الاتصال التفاعلي على شبكة الانترنت

تتضح التفاعلية أكثر ما تتضح عبر شبكة الانترنت عبر تطبيقاتها وأدواتها المختلفة ولكن أيضا بمعدلات مختلفة، حيث توجد أشكال اتصالية عدة عبر الانترنت، فهناك أدوات أو أشكال تفاعلية وأشكال شبة تفاعلية وأشكال تفاعلية تماما، ولقد قسم علماء الاتصال أدوات الاتصال من حيث التفاعلية إلى تقسيمات متعددة " كتقسيم المواقع الساكنة، وهي تلك المواقع التي تحتوي على محتوى لا يتغير كثيرا لا يدويا ولا آليا، والنوع الآخر المواقع المتحركة، وهي التي تغير مادتها ومحتواها على الدوام، والمهياة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة ومن أهم أشكال أو تطبيقات الانترنت التفاعلية ما يلي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - مريم صالح البلوي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 81-82.

### 3-1-1- نظم التراسل عبر الإنترنت:

ومن أهمها:

- البريد الإلكتروني E-Mail : في أكتوبر 1972 كان أول ظهور للبريد الإلكتروني، والذي يعد وسيلة فائقة السرعة يتم من خلالها نقل الملفات والرسائل بكافة أنواعها سواء مكتوبة أو صوتية مصورة، وهو أحد أهم وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد أو المنظمات، وهو من أولى الخدمات التي تم تطويرها على الإنترنت.

- القوائم البريدية: وهي من أشهر خدمات الإنترنت التي تعتمد على البريد الإلكتروني، والتي يتم من خلالها التراسل وتبادل الاهتمامات المشتركة بين المشتركين ومناقشة الموضوعات التي تهتم باستخدام هذه القوائم.

### 3-1-2- نظم الحوار على شبكة الإنترنت:

وتتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

- نظم الحوار على شبكة الإنترنت:

وتتمثل فيما يلي:

- المجموعات الإخبارية: وتعرف بأنها مجموعة نقاش تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونياً عبر الإنترنت آلاف الموضوعات المختلفة ولا بد أن يكون مستخدمو هذه المجموعات على وعي تام ببعض الأمور الاجتماعية المرتبطة بالمشاركة في نشاط هذه المجموعات بالإضافة إلى معرفتهم بالنواحي الفنية الخاصة بكيفية المشاركة في نشاط هذه المجموعات وإرسال وتلقي الأفكار

والرسائل عبرها. وتمثل مجموعات الأخبار نوعاً من لوحات الإعلان الإلكترونية، وتتألف المجموعات الإخبارية التي تعرف أحياناً بـ "Usenet" من جميع أجهزة الكمبيوتر التي تتلقى المعلومات والرسائل التي تبث عبر شبكة المجموعات الإخبارية، وهي تعد بمثابة مجموعات أو منتديات نقاش إلكترونية.

- المنتديات وساحات الحوار الإلكترونية "نوادي الشبكات": تختص نوادي الشبكات بموضوعات معينة مثل الفنون والسياحة والتعليم والأخبار..، ويستطيع المستخدم بالانضمام إلى هذه النوادي أن يعثر على مناطق اهتمام دقيقة جداً.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص: 83-84.

- **مواقع الدردشة:** تعتبر مواقع الدردشة بمثابة حلقة الوصل التي تجمع بين أكثر المشاركين على الشبكة، حيث يمكن الالتقاء مع زائري الشبكة حول العالم والتحاور معهم، وقد تغطي مثل هذه المحادثات نطاقا واسعا من الموضوعات وقد تعنى بمجال محدد.
- وقد جاءت هذه الخدمة بعد ما تزايد في شبكة الانترنت على مدى العامين الماضيين تيار جديد، وجد شعبية جامحة وتزايد عدد مرديه يوما بعد يوم وهو إتاحة مساحة واسعة أمام مستخدمي الشبكة الدولية، لنشر أفكارهم والتعبير عن آرائهم وأنفسهم بالطريقة التي يرونها مناسبة لهم بدون أي تحفظات.
- **المؤتمرات التفاعلية:** عقد المؤتمرات عن طريق الفيديو: حيث أصبح بالإمكان عقد المقابلات والاجتماعات الصغيرة أو الكبيرة عبر شبكة الانترنت من خلال الاشتراك في المواقع المزودة لهذه الخدمة.
- **المؤتمر الإلكتروني:** وتسمى أيضا " حوارا تفاعليا " باستخدام الهاتف فيمكن لأي مستخدم التحدث مع الآخرين باستخدام الشاشة ولوحة المفاتيح.
- **الحوارات الصوتية التفاعلية:** كنقل الصوت عبر الانترنت Live voice : وذلك عن طريق عدة خدمات تتيح لمستخدمي الإنترنت إجراء محادثات حية مباشرة عبر الشبكة مثل إجراء المحادثات التليفونية.
- **قوائم الخدمة (الإفادة والمساعدة):** وتقوم على تقديم الخدمة أو المساعدة للمتلقى، بتقديم الخدمة إما بشكل أحادي الاتجاه، بمعنى الاستقبال فقط، أو عن طريق قوائم الحوار غير المتزامن.
- **صفحات الشبكة العنكبوتية:** والتي تحوي صفحات الويب الساكنة، التي تخلو من التفاعل مع المحتوى، وصفحات الويب التفاعلية.
- **صناديق الاقتراع أو الاستفتاء:** وهي من الأدوات التي تتيحها الكثير من المواقع على الشبكة، مثل مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تطلب من المتلقي التعليق وإبداء الرأي حول موضوع أو فكرة أو شخصية معينة.
- **لوحات النشرات ولوحات النقاش:** وهي من أدوات الاتصال التفاعلي غير المتزامن، وتسمح للمتلقين في التبادل فيما بينهم لكل ما يهمهم، وهي أقرب في وظيفتها للبريد الإلكتروني.

### 3-2- خصائص أدوات الاتصال التفاعلي على شبكة الانترنت

- أهم ما يميز هذه الأدوات أنها خدمات خاصة تقدمها شبكة الانترنت ويخضع العمل بها واستخدامها لقواعد وبروتوكولات الشبكة، ويتوفر في هذه الأدوات الخصائص التالية:<sup>1</sup>
- الوظيفة الأساسية لهذه الأدوات هي تحقيق التفاعل الإنساني لتعويض غياب الاتصال المواجهي الذي يعمق من مفهوم الفردية والتفصيل في تقديم المحتوى للمتلقى في الوسائل الجديدة؛
  - يتم تصميم هذه الأدوات بحيث توفر المرونة في الاتصال والتفاعل؛
  - مهما تعددت هذه الأدوات، فإنها في معظم الحالات تعتبر بديلاً عن بعضها في تحقيق أهداف الاتصال والتفاعل، بقدر الحاجة إليها ومستوى بناء المواقع واستخدامها على الشبكات؛
  - يمكن أن تعمل مع بعضها في إطار متكامل بتأثير الحاجات المتعددة والمتباينة للمتلقين وخصائص الاستخدام على الشبكات؛
  - يتوقف الاعتماد على بعضها من جانب الوسائل الإعلامية الجديدة على حدود أهداف توظيفها؛
  - يتوقف استخدام هذه الأدوات بواسطة المتلقي على حاجاته من هذا الاستخدام، مثل الحاجة إلى الاتصال طلباً للشرح والتفسير، أو التعليق، أو التصويت على موضوعات أو شخصيات أو أفكار معينة، أو التدخل بالتعديل أو التغيير في المحتوى المنشور، وغيرها من الأهداف والحاجات الاتصالية للمتلقي.

### 4- المقاييس المختلفة لتفاعلية وسائل الاتصال

حدد هيتز ستة معالم رئيسية للتفاعلية يمكن قياسها وهي:<sup>2</sup>

- 4-1- **تعدد الخيارات المتاحة:** ذلك أن الوصلات الفائقة توفر خيارات أكثر للتفاعلية، وكلما زادت الخيارات كلما زاد دافعية المستخدم للاستخدام والتفاعل.
- 4-2- **قدر الجهد المبذول في الوصول إلى المعلومات والتعرض إليها بالقراءة أو المشاهدة أو الاستماع.**
- 4-3- **مدى الاستجابة إلى المتلقي:** سواء كانت صادرة عن نشاط الموقع أو البرنامج، أو نشاط أحد الأفراد أو المحررين الذين يستجيبون لآراء المتلقي وأفكاره وتساؤلاته.
- 4-4- **تسهيل الاتصال الإنساني:** وهو الاتصال الذي يتم بين المتلقي والعاملين من خلال الأدوات المختلفة، أو بين المتلقي وأقرانه على الموقع.

<sup>1</sup> العتري صالح بن زيد، إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير، 2006-2007، ص: 56.

<sup>2</sup> الحضيف محمد عبد الرحمن، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط 2، الرياض، مكتبة العبيكان 2004، ص: 79.

4-5- سهولة التدخل بالإضافة إلى محتوى الاتصال الذي يمكن أن يلاحظه الآخرون، ويشجع المتلقي على الإبداع والاكتشاف وبالتالي المشاركة.

4-6- استخدام نظام المراقبة: وذلك من منظور الصحف أو البرامج أو المواقع بصفة عامة، حيث تحدد وسائل واضحة لتسجيل زيارات الموقع أو أي جزء فيه، بما يفيد في تطوير المواقع ومحتواها لتناسب اهتمامات المستخدمين، والمحافظة على استمرار جذب انتباههم.

كما أن المكونات أو المعالم الخاصة بالتفاعلية تشير في بنائها وعلاقتها إلى إمكانية تقدير مستوى التفاعلية وقياسها، وهي جهود لا تزيد كثيرا عما اقترحه هيتير، مثل:<sup>1</sup>

- عدد العمليات المتاحة) تجول، اختيار، ضبط، مشاركة،
- عدد الخيارات المتاحة) وصلات النص، وصلات الوسائل؛
- تعدد الأدوات المتاحة) أدوات تزامنية، أدوات غير تزامنية؛
- سهولة الاتصال والتفاعل وسرعته) جهد المستخدمين؛
- سهولة استخدام واجهات التفاعل للبرامج والصفحات والمحتوى؛
- سهولة الاستجابة إلى مشاركات المتلقي؛
- نظام الضبط والمراقبة) تقدير عدد الزوار والمشاركين والمشاركات وأنواعها.

#### 5- انعكاسات الاتصال الإلكتروني التفاعلي على الإعلام التقليدي

تتمثل هذه الانعكاسات الاتصال الإلكتروني التفاعلي على الإعلام التقليدي في:<sup>2</sup>

- إعلام متعدد الاتجاهات ذو طبيعة تفاعلية؛
- ظهور مفهوم المواطن الصحفي؛
- ظهور ما يسمى بإعلام نمط الحياة؛
- تراجع إمكانية التعليم؛
- جعل مستقبل الإعلام التقليدي يم المنافسة والمصدقية؛
- الحد من العمل الصحفي التقليدي؛
- وفرة المحتوى من خلال الاتصال الإلكتروني التفاعلي؛
- تطور الأدوار الاجتماعية للوسائل الإعلامية.

<sup>1</sup> - البشر، محمد بن سعود، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، غيناء للنشر، 2003، ص: 37.

<sup>2</sup> - مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص: 163.

### III- تطبيقات التواصل الشبكي

إن العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شيء مهم وقد جاءت شبكة الانترنت لتحقيق التواصل الاجتماعي ومع التطورات المتزايدة في تكنولوجيا المعلومات والانترنت ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك التي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الأفراد وتفاعلهم لذا تطرقنا في هذا المبحث إلى ماهية شبكات التواصل الشبكي وماهية مواقع التواصل الاجتماعي ثم وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للاتصال التفاعلي.

#### 1- الشبكات التواصل الشبكي

##### 1-1- نشأة التواصل الشبكي

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web 1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للأنترنت web 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.<sup>1</sup>

##### المرحلة الأولى

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع - سيكس دقريز - Sixdegrees الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد أخفق هذا الموثق عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة. شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء.

<sup>1</sup> - مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر- باتنة-، الجزائر، 2011-2012، ص ص: 47-50.

## المرحلة الثانية

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب) مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها من المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبير من التفاعل والاندماج والتعاون. 2. ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع - ماي سبايس - وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الأنترنت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة اجتماعية عبر الأنترنت؛ حيث يرى البعض بأن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع **SixDegrees.com** الذي ظهر عام 1997، والذي سمح للمستخدمين بوضع المعلومات الشخصية profile ووضع قائمة أصدقائهم وبدأ منذ عام 1998 بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء، هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع ixDegrees.com فالمعلومات الشخصية Profiles " وجدت في مواقع التعارف "Dating sites" وحتى في المواقع الاجتماعية "Community sites" رغم أن قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة للمستخدمين. ولقد أتاح موقع Classmates.com للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانك خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة. ولهذا يعتبر موقع SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل لآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت في العالم.

ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر AsianAvenue وBlackPlanet وMiGente التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية

الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال LiveJournal استطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير النحيط الخاص، وبعد ذلك العالم الافتراضي الكوري Cyworld عام 1999 وجس د ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر MySpace، Twitter، Facebook وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع التطور.<sup>1</sup>

### 1-2- تعريف الشبكات الاجتماعية

تعرف شبكات الاجتماعي على أنها: "مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، ..) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها على العرض.<sup>2</sup>

وتعرف أيضا بأنها عبارة عن مواقع إلكترونية يتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة بمجموعة من المستخدمين الذين يشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر.<sup>3</sup>

تعرف الشبكات الإلكترونية الاجتماعية بأنها " منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> -Richard Harrison and Michael Thomas.(2009): **Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning** , International Journal of Emerging Technologies & Society,vo7(2),p112

<sup>2</sup> -مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص: 109.

<sup>3</sup> -مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، 2011-2012، ص: 45.

<sup>4</sup> -ابتسام دراحي، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، ع 47، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوينيدر، قسنطينة 03، 2017، ص: 264.

### 1-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد مكن الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ، و رغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها كالتالي<sup>1</sup>:

- **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.
- **طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هاتمه الم واقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم "Tags" والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها وغيرها من الخدمات.
- **سهولة الاستخدام :** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجده عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها و استضافة الموقع غالبا ما يتحمل التكاليف في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.
- **التفاعلية:** لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

<sup>1</sup> - طارق السادة ، موقع وراقاتي ، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في بناء العلاقات العامة، 2014، من الرابط: www.waraqati.com  
2014 ، بتاريخ: 17-02-2020، 14:00.

#### 1-4 - أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

تتعد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة أو للهدف من إنشاءها إلى الأنواع التالية:<sup>1</sup>

- تقسيم الشبكات حسب الاستخدام و الاهتمام

تقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

- شبكات شخصية: لشخصيات محددة و أفراد و مجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف و إنشاء صدقات بينهم مثل Face book

- شبكات ثقافية : تختص بفهم معين و تجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل (Library)

- شبكات مهنية: تهتم و تجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية و تدريبية فاعلة مثل linked in

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات و طريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضا

- شبكات تتيح التواصل الكتابي ؛

- شبكات تتيح التواصل الصوتي ؛

- شبكات تتيح التواصل المرئي ؛

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

- شبكات داخلية خاصة: وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما، أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس يرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل الآراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في المناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة.

- شبكات خارجية عامة: هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة، ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطة بمجرد ان يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع.

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، 2012، ص: 10.

## 1-5- استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:<sup>1</sup>

- **الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:** ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

- **الممارسات السياسية:** حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه و توجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

- **تكوين العديد من الأصدقاء:** لقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكتسب من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.

- **التسلية وممارسة الهوايات:** فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين و مباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته و اهتماماته.

- **التسويق والإعلان:** حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذلك من أجل الترويج و الدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية

- **الخدمات الطبية:** حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية، الطب عن بعد الطب البديل وتعدد استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعة المستخدم الاشباع التي يسعى إلى تحقيقها سواء كانت معرفية نفسية اجتماعية أو ثقافية وغيرها.

<sup>1</sup> - مريم نريمان نومار، مرجع سبق ذكره، ص ص: 68-69.

## 2- مواقع التواصل الاجتماعي

### 2-1- نشأة وتعريف مواقع التواصل الاجتماعي

#### 2-1-2 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز John A. Barnes في عام 1945 ، فالشبكات الاجتماعية في شكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول، باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتنا التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات، Applications التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة.<sup>1</sup>

وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي، Profile وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح بتبادل للمستخدم الأفكار والقيم والنشاطات والأحداث، والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates.Com؛ وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد، ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة.

وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر؛ وهو موقع SixDegrees.com ، وكان ذلك في خريف عام (1997)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل

<sup>1</sup> - عبد الكريم علي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40 ، عدد 01 2013، ص: 68.

الاجتماعي خلال الفترة (1997 - 1999)؛ وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com ، وموقع البشر ذوى البشرة السمراء Blackplanet.com ، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999 - 2001)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى؛ والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الالكترونية، وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت على الساحة، كما لم يكن يسمع عن التفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والآراء وكل ما تتيحه تقنية الويب .

ومع بداية عام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster.com ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرةً كبيرةً في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب . وفي بداية عام (2003) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com والتي انطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (2003)؛ والذي وصل عدد مستخدميه إلى (250) مليون مشتركاً بنهاية شهر ديسمبر (2012)، ثم كانت النقطة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك Facebook.com؛ حيث انطلق رسمياً في الرابع من فبراير عام (2004)؛ وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام (2006)، وكذلك قيام الفيسبوك في عام (2007) بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين؛ وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير، حتى تربع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم .

وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twiter؛ حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقت الشركة رسمياً للمستخدمين

بشكل عام في أكتوبر(2006)، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة في عام (2007) لتقديم التدوينات المصغرة، وقامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر 2009.

والمنتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلحظ أنها تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات؛ فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بفئات وتخصصات محددة، ومناقشة موضوعات دون غيرها، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من مواقع التواصل المتخصصة في مجال محدد.

وفي هذه الإطار ظهرت مواقع تواصل اجتماعي مرتبطة بمهن محددة ومنها موقع financial.com للمستثمرين، موقع Dailysturnt.com لرجال الطب، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي موجهة لأصحاب لغات معينة ومنها موقع Doltoday.com للبلدان الناطقة باللغة الألمانية، وموقع Kaixin001.com لمتحدثي اللغة الصينية، وموقع aywaa.com للناطقين بالعربية، كما ظهرت مواقع خاصة بهواية أو اهتمام مشترك ومنها موقع Amystreet.com لمحبي الموسيقى، وموقع Wakoopa.com لهوايات ألعاب الكمبيوتر، كما ظهرت موقع تواصل اجتماعي حول محتوى معين ومنها موقع youtube.com لملفات الفيديو، وموقع Emiem.com للتواصل حول الموسيقى والصور، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي متخصصة في الموضوعات الدينية ومنها موقع و Mychurch.com وهو خاص بالكنائس المسيحية.

ومع أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التربية والتعليم اهتمت المؤسسات الكبرى بجذب جمهور المتعلمين عبر شبكات تواصل اجتماعي كبرى مجهزة خصيصاً لخدمة المعلم والمتعلم ولتحقيق التواصل الاجتماعي التعليمي، ومن أهم تلك الشبكات موقع التواصل الاجتماعي الشهير Edmodo وهو من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الموجه للمعلم والطالب، والذي يسمح بتواصل وتفاعل اجتماعي مخصص للتعليم من خلال الربط بين المعلم والمتعلمين من خلال الويب عبر موقعه الرسمي: (<http://www.edmodo.com>)، كما ظهر أيضاً موقع التواصل الاجتماعي للمدارس twiducate.com والذي يعتني بتقديم التعليم من المرحلة الابتدائية حتى نهاية المرحلة الثانوية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بالجمع بين كل معلم وتلاميذه عبر الشبكة، مع إتاحة الفرصة

للتلاقي بين المتعلمين والمعلمين عبر من مختلف أنحاء العالم عبر موقعه الرسمي :  
(http://www.twiducate.com).

وقد اهتمت شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات باعتبارها من أهم عناصر منظومة التربية من خلال إنشاء عدداً من مواقع التواصل الاجتماعي من أهمها موقع LibraryThing.com ؛ وهى شبكة تواصل اجتماعي تهتم بمحبي الكتب والمكتبات من خلال الربط بين المتعلمين والمعلمين والمهتمين بالكتب والمكتبات عبر شبكة كبيرة للتواصل الاجتماعي عبر موقعها الرسمي :  
1.(http://www.librarything.com).

## 2-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمّ ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية<sup>2</sup>.  
كما يعرف بأنه المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين: أحدهما مستقبل، والآخر مرسل، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية)، مع حرية الإرسال للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل<sup>3</sup>.

## 2-3- أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

### 2-3-1- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

سيتم ذكر أهم أنواع التواصل الاجتماعي كما يلي:

#### - الفاييبوك (face book):

من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها التي ظهرت في هذا العقد الواحد والعشرين موقع التواصل الاجتماعي الفاييبوك (face book) ، والذي يتم من خلاله وضع صفحة شخصية تحدد هوية

<sup>1</sup>- محمد جابر خلف، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، من الرابط:

http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512888 بتاريخ: 20-02-2020، التوقيت: 15:30.

<sup>2</sup>- بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير..مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي عدد 18، 012، ص: 18.

<sup>3</sup>- مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط01، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2017، ص: 16.

الشخص، ويتم التواصل والتعارف مع جميع المشتركين في الموقع للتبادل المعارف والأخبار، وتكوين صداقات والرؤى والتوجهات دون قيود أو حدود.

إذ يعد الفاييسبوك من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أشهر الم واقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وله تأثير واستخدام على المستوى العالم.

وتم تأسيس موقع الفاييسبوك في فبراير عام 2004 في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب "مارك زوكربيرج" صاحب 23 عاما كان جالسا أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت، وكان هدفه واضحا، وهو تصميم موقع يجمع كل زملاءه في الجامعة، ومن خلاله يمكنهم تبادل المعلومات والأخبار وصورهم وآراءهم وأفكارهم.

وقد أطلق "زوكربيرج" في البداية على هذا الموقع اسم "the facebook.com" كمشروع لتحقيق التواصل الاجتماعي بين زملاء الكلية الواحدة بعيدا عن مناهج الدراسة، ولقد جذب هذا المشروع فضول الطلاب الجامعات الآخرين لتحقيق التواصل فيما بينهم، وبعد سنوات قليلة جدا قام "زوكربيرج" بتوسيع الموقع ليضم كليات أخرى ثم المدارس الثانوية، ويشمل فيما بعد الأشخاص العاديين، وأصبح الفاييس بوك موزعا للتنافس من قبل الشركات التكنولوجية الكبرى مثل: مايكروسوفت وجوجل، بحيث تمكنت مايكروسوفت من شراء نسبة 1.4% من الفاييس بوك بمبلغ يقدر ب 241 دولار عام 2007، أما استخدام الفاييس بوك فقد بلغ عدد مستخدميه 800 مستخدما في كل أنحاء العالم.<sup>1</sup>

#### - تويتر: (twitter)

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولقد لعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في الأحداث السياسية في العدد من البلدان، واخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) والذي يعني (التغريد) واتخذت من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل قصيرة SMS لا تتعدى 140 حرفا للرسالة واحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة.

وتعود البدايات الأولى لهذه الخدمة المصغرة (تويتر) إلى بدايات عام (2006) عندما أقدمت

شركة (obvions) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، بحيث أتاحت هذه

<sup>1</sup> ناصر محمد الأنصاري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي، رسالة ماجستير في- الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، 2013، ص ص: 23-24.

الشركة واسع باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، ثم قامت هذه الشركة بفضل هذه الخدمة عن الشركة الأم، واستخدمت له اسم خاص وهو (تويتر) وذلك في ابريل 2007.

ويعمل موقع تويتر على انه يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، ويكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، وتظهر هذه التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة، واستقبال الردود بحيث وصل عدد المغردون اللذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من 200 مليون مغرد في نهاية عام 2010.<sup>1</sup>

#### - الانستغرام instagram

الانستغرام هو تطبيق مجاني يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور، بحيث يتيح لمستخدميه التعليق عليها أو التسجيل الإعجاب بها، وهو يعتبر من المواقع التي اكتسبت شعبية على مستوى الفردي والمؤسسي، وتعود بداية الانستغرام إلى عام 2010 بينما توصل إلى تطبيق يعمل على النقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ثم عرضها ونشرها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.<sup>2</sup>

#### - الواتساب (wats App)

هو أحد أنواع التواصل الاجتماعي، يتميز هذا الموقع بخدمة مراسلات فورية، والتي من خلالها يتم إرسال الرسائل الأساسية للمستخدمين، وتتمثل في إرسال الصور، الرسائل الصوتية والمكتوبة والفيديو.

ولقد تأسس موقع الواتساب (wats App) في عام 2119 من قبل الأمريكي بريان اكترون والأوكراني جان كوم، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، بحيث يتنافس الواتساب مع عدد من خدمات الرسائل مثل (wechat. Kakaotalk. LINE)؛ وقد تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية على (wats App) في 2012 وفي 13 يونيو 2013، أعلنت (wats App) على تويتر، على أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية الجديدة إلى 27 مليار رسالة، واستحوذت شركة الفاييس بوك على الواتس أب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ يقدر 19 مليار دولار أمريكي، و الواتس أب ليمتيز بأنه

<sup>1</sup> - علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2115، ص : 171.

<sup>2</sup> - دعاء عمر محمد كنانة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، دراسة فقهية، رسالة ماجستير، تخصص الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2015، ص: 36.

متاح لكل من أجهزة المحمول الشخصية، ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف، ويسترجع الوات ساب حسب الإحصائيات على قائمة التطبيقات الذكية من حيث الاستخدام والتنزيل على الأجهزة.<sup>1</sup>

### - اليوتيوب YouTube

اليوتيوب هو موقع اجتماعي على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين بمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

وقد تأسس اليوتيوب في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين اللذين يعملون في شركة باي بال (pay pal) وهم تشاد هيرلي (أمريكي) وستيف (تاواني) وجادو كريم (بنغالي)، بحيث ترك جادو كريم رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "اليوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمشاورة في تكوين احد اكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أن مولد YouTube قد شاهده مدينة Menlo park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم إطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام.

ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (اوبي فلاش) ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة ومتعددة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، كما قامت (غوغل) 2006 بشراء الموقع مقابل 1,65 مليار دولار أمريكي.<sup>2</sup>

### - جوجل: plus

هي شبكة اجتماعية تم إنشاءها بواسطة شركة جوجل، بحيث يحاول جوجل بلس والذي تم انطلاقه عام 2011 كأحد مواقع التواصل الاجتماعية التي تضم خصائص متنوعة وجديدة وقد لوحظ وجود زيادة متسارعة في عدد مستخدميه، والذي وصل عددهم عالميا إلى 111,7 مليون في يونيو 2012 ، بنسبة زادت % 66 عن نوفمبر من عام 2011.<sup>3</sup>

### 2-3-2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتمثل خصائص مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- سلطان خلف المطيري، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي، رسالة ماجستير في العلوم الإستراتيجية، قسم

الدراسات الإقليمية والدولية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2015، ص: 60.

<sup>2</sup>- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، 2013، ص 74.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص: 75.

<sup>4</sup>- عبد الستار شاكر سلمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشارك المعلومات في التعليم، مجلة المنصور، العدد 53، 2015، ص: 58.

- تسهيل تبادل المعلومات بين المعلمين والطلبة، وبين الطلبة أنفسهم من خلال إيجاد مجموعات نقاش تهدف إلى التشارك بالمعلومات؛
- إتقان استخدام تقنيات المعلومات وتعزيز المهارات التعليمية؛
- إنها تمثل طريقة للتواصل الاجتماعي والتعليمي ولا تحتاج إلى عناء ومتاحة طوال الوقت؛
- تمكن الطلبة من اكتساب صفة الإبداع من خلال استخدامهم لهذه المواقع؛
- ضمان تحقيق التعليم القائم على تقنيات المعلومات وتحسين مهارات الاتصال؛
- التفاعل ما بين الطلبة أنفسهم أو مع معلمهم خارج قاعات الدرس يعطي رغبة لتلقي المعلومات ويضيف متعة للتعلم وإيجاد وسيلة من التشاركية وهي مثل أعلى لتشجيع أنواع متعددة من التعليم؛
- المرونة التي تقدمها هذه المواقع بالتواصل من حيث الوقت؛
- إعطاء فرصة للكثير من الطلبة للكشف عن طبيعة استخدام المواقع في التعليم وبيان الإيجابيات والسلبيات من خلال النقاش مع معلمهم؛
- استخدام المواقع في تبادل المعلومات والتعليم يعتبر شبكة تعليمية غير رسمية تمكن من يريد التعلم من متابعتها من خلال مجموعات النقاش العلمي.

### 3- وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للاتصال التفاعلي

إن جوهر عملية الاتصال بين المجتمعات البشرية هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات بين هذه المجتمعات، باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات وباستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل الأطراف، وهذا ما حققته التكنولوجيا الحديثة اليوم بوسائلها المتعددة وتقنياتها العصرية.<sup>1</sup>

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد، التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال التفاعلي. ومنه هنا يبرز توظيف الاتصال التفاعلي لمختلف الأدوات والوسائل بهدف الوصول لتحقيق لتفاعلية أكثر، والاتصال التفاعلي يعني ذلك الاتصال السريع عبر تدفق المعلومات

<sup>1</sup> - علاء حيدر المرعي، الإعلام التفاعلي...بين المفهوم والأهداف، من الرابط: <http://alssafat.net/?p=1143>، بتاريخ: 25-02-2020، التوقيت: 11:00.

عبر شبكة الانترنت وغيرها من الوسائل الأخرى بشكل سريع جدا وهذا ما يزيد من تفاعلية هذه الوسائل، فكلما ازدادت درجة السرعة في نقل المعلومات من وإلى المصدر كلما أدى ذلك إلى زيادة درجة التفاعل في العملية الاتصالية.<sup>1</sup>

والمقصود بوسائل الاتصال التفاعلي تلك الوسائل التي تقوم في فكرتها على مبدأ التفاعل بين طرفي الرسالة - المرسل والمستقبل - آنياً وفورياً، مثل: منتديات الإنترنت - غرف المحادثة الآنية - التليفون المحمول - مؤتمرات الفيديو - الاجتماعات الإلكترونية - مواقع التواصل الاجتماعي، فلقد أحدث هذا النوع من وسائل الاتصال ثورة حقيقية في التواصل البشري،<sup>2</sup>

ويشكل دور وسائل التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص الاتصال التفاعلي من خلال تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر هذه الوسائل، وذلك من خلال إمكانية التواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تُتيح ذلك كالفيسبوك أو تويتر وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مُستخدم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتُعد سهولة الاتصال ميزة مُضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، قسم الإعلام - كلية الآداب، جامعة سوهاج، دار العلوم ، مصر ، ص 149.

<sup>2</sup> - <https://www.alukah.net/sharia/0/100493/#ixzz6Exiz3KAR>

<sup>3</sup> - <https://mawdoos.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9>.

## خلاصة

خلص هذا الفصل إلى تعريف المتلقي بماهية الاتصال التفاعلي والذي يعد من أهم المراحل الجديدة من التطور الذي امتزجت في نتائج وخصائص ثورات عديدة بالإضافة إلى كونه يحقق مجمل أهداف تثقيفية وتعليمية وترويجية وإدارية واجتماعية بالإضافة إلى تعدد أنواعه وخصائصه فهو بذلك يحقق التفاعلية واللاتزامنية والحركة والمرونة بالإضافة إلى قابلية التحويل والتوصيل وبالتالي فهو أصبح أساس وسائل الاتصال الحديثة كما أن فعالية هذا النوع من الاتصال اتضحت عبر شبكة الانترنت من خلال مختلف التطبيقات والأدوات وتدعمه خصائصه بميزة الحداثة والتطور.

# الفصل الثاني:

## الإطار النظري للدراسة

### تمهيد

انطلاقاً من الجزء النظري الذي اعتمدنا عليه في انجاز هذا البحث سوف نتناول في هذا الفصل التحقيق الميداني، فالبحث لا يتمثل في جمع المعلومات النظرية والاطلاع على البحوث والدراسات السابقة التي تناولت المشكلة فقط، وإنما يعتمد كذلك على العمل الميداني الذي يمكن الباحث من جمع المعلومات من المجتمع محاولاً إثبات الدراسة النظرية بالدراسة العلمية الميدانية. و هذا من أهم مساعي البحث العلمي .

## I- تقديم عام للمؤسسة الإذاعة الجهوية

### 1- نشأة إذاعة تبسة الجهوية:

تأسست إذاعة تبسة بتاريخ 04 افريل 1995، حيث انطلق البث بها بحجم اربع ساعات يوميا من الساعة 09:00 صباحا إلى 13:00 زوالا، والانتقال إلى ثماني ساعات يوم 05 جويلية 1997 من الساعة 09:00 صباحا الى الساعة 17:00 مساءا بتاريخ 15 جوان 2006، ثم الانتقال الى ثمانية عشرة ساعة من الساعة 06:00 صباحا الى 00:00 ليلا ، و بتاريخ 10 فيفري 2008 عاد البث يتوحد على الشريطين الحدوديين الشرقي والغربي بمعدل أكثر من اثنا عشر ساعة من 06:40 دقيقة إلى 19:30 ويقع مقر الإذاعة بالجهة الشمالية للمدينة تبسة طريق عنابة داخل حديقة التسلية سابقا، حيث تقدر المساحة الإجمالية للمقر ب 4836 متر مربع.

- المساحة المبنية 785.32 الف متر مربع.

- المساحة داخل البناية 2669.8 متر مربع.

- مساحة فناء المؤسسة 2780.88 متر مربع.

### 2- بطاقة فنية لإذاعة تبسة الجهوية

- المدينة: تبسة.

- تاريخ التأسيس: 24 افريل 1995.

- منطقة البث: الشمال الشرقي الجزائري.

- صنف الاذاعة : اذاعة منوعات.

- ترددات البث : 1060MHZ/926MHZ8769

- الموقع : TEBESSA.DZWWW.RADIO

- المناطق التي يصلها البث : - خنشلة

- ام البواقي

- سوق اهراس

- عبر القمر الصناعي : AB.3

- تاريخ ادراج وسائل النظام الرقمي : 2009

- ارقام الهاتف الخاصة بالإذاعة : رقم الفاكس : 037.48.12.44

037.48.43.43

- البريد الإلكتروني: Radiotebessahotmail.com

- الموقع الإلكتروني: www.radio-tebeessa.dz

3- أقسام إذاعة تبسة

3-1- قسم الإشهار

تساعد السكرتيرة في مهام الإشهار إذ تعمل المكلفة بالإشهار على ضبط أوقات الإشارات كلها حسب نوعها لتسهيل على السكرتيرة انجاز ورقة الإشهار المرسله فيها ثم إلي استديو البث ليتابع من خلالها المخرج المواقيت المبرمجة لكل واحد .

3-2- قسم أعوان الأمن

لمساعدة إدارة الإذاعة على اتخاذ القرارات الملائمة حيث يقوم المشرفون على هذا القسم

بالأعمال الآتية:

- أعداد رزنامة عمل دورية الأفراد أعوان الأمن؛

- تنفيذ القواعد والإجراءات الأمنية داخل المحطة ؛

- تحرير التقارير الخاصة بحوادث العمل ؛

- اختيار وسائل الحماية الجماعية والفردية للوقاية من الحوادث؛

- ضمان الاتصال المحلي الدرك والشرطة ؛

- حماية التجهيزات والمعدات داخل الإذاعة ؛

- السهر على نظافة المؤسسة يوميا ؛

- المصلحة التقنية؛

- يتم في هذه المصلحة الإشراف على الأمور التقنية لضمان بث جيد ذو مستوى راقى في هذه

المصلحة التقنيون المشرفون على هذا العمل؛

- المهندسون في التقاط الصوت؛

- مهندسوا الصوت والتقنيون الساميون في الصوت الواصل للمستمعين.

3-3- قسم الإنتاج

ترأسه منسقة الإنتاج ومن بين مهام المصلحة تقديم حصص توجيهية تهم المواطن في حياته

اليومية بالإضافة إلي نظام وخدمات حيث تضم عدد من المنتجين القائمين على العمل وعمال بالقطعة

وعاملات في إطار الإدماج المهني .

### 3-4- قسم الإخراج

- يرأسه المخرج الرئيسي للإذاعة حيث تكمن مهمته في تحضير البرامج والإشراف عليها ؛
- تسجيل الحصص وإعدادها ضمن البرنامج اليومي؛
- تضم هذه المصلحة مساعد المخرج هو كئائب عنه في الحالات القصوى؛
- يهتم المخرج المكلف بالتأسيس العام للبحث الإذاعي أي جلب الموسيقى والأغاني التي ترافق المادة الكلامية خلال الفترات المباشرة والمسجلة للبرامج .

### 3-5- قسم الإخبار

- تضم هذه المصلحة صحفيين ومراسلين يرأسهم رئيس التحرير ومن بين مهامهم العمل على نقل الإخبار التي تهتم المواطن في حينها على مدار ساعات البث ؛
- ضرورة التقديم الجيد .

### 4- أهداف إذاعة تبسة الجهوية

تعتبر الإذاعة جامعة شعبية تنتج المعارف والعلوم والثقافات لمختلف الفئات والطبقات من أديانها إلى أعلاها وتعمل الإذاعة عملا جواريا من شأنه أن يعكس انشغالات واهتمامات وتطلعات أبناء المنطقة على اعتبارات الجزائر بلدا كبيرا يشبه قارة وثقافات وتراثه ثري زاخرا تلزمه منظومة أو شبكة إعلامية متكاملة لنقل هذا الزخم وحرصه وعكسه أمام العالم لفصل العولمة المفروضة اليوم تستغل هذه الإذاعة في عملها كل الإمكانيات المتاحة لكل إقليم وتشرح الموضوعات الاجتماعية التي تخطط لها الدولة من اجل تطوير المجتمع وهي من اقدر الوسائل المعالجة لمشاكل الناس.

وعمله تفهم طرق التفكير والسلوك التي تسود المجتمع الذي نشط فيه فهي تلعب دورا لصيق بالتهيئة حيث تقوم على خدمة المجتمع والدفاع عن مصالحه كما يمكن من خلال الإذاعة التعرف على احتياجات المجتمع والعمل على تعريف الناس بها والمحافظة على الثقافة وتطويرها.

كما أنها تتناول القضايا التي تشغل المجتمع وتوعيهم بالأحداث التي تحيط بهم ذلك من اجل تقديم الحلول .

II- تفرغ بيانات الاستبيان الموجهة الي عينة من متابعي اذاعة تبسة .

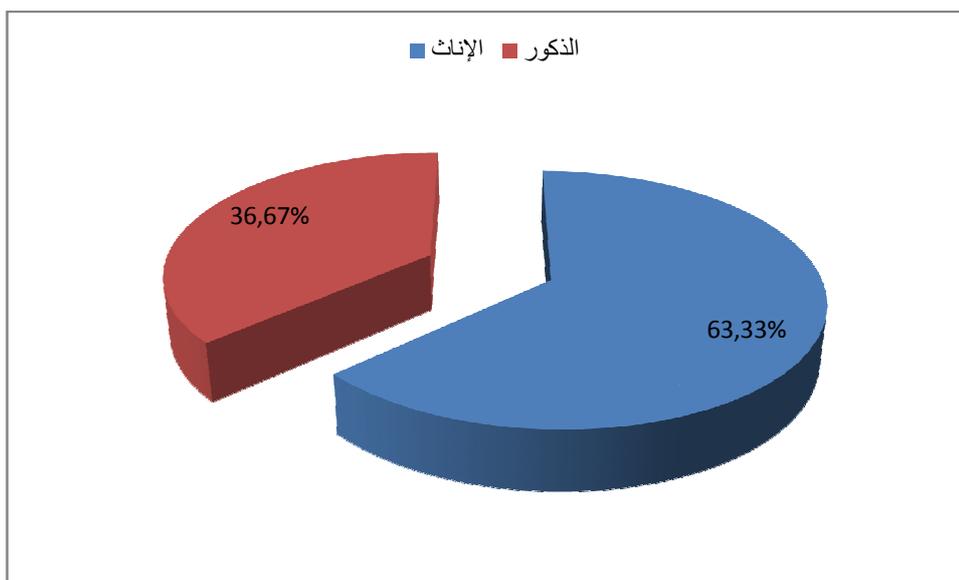
1- تفرغ بيانات الاستبيان

- دراسة وتحليل النتائج:

- البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
63.33	38	الإناث
36.67	22	الذكور
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

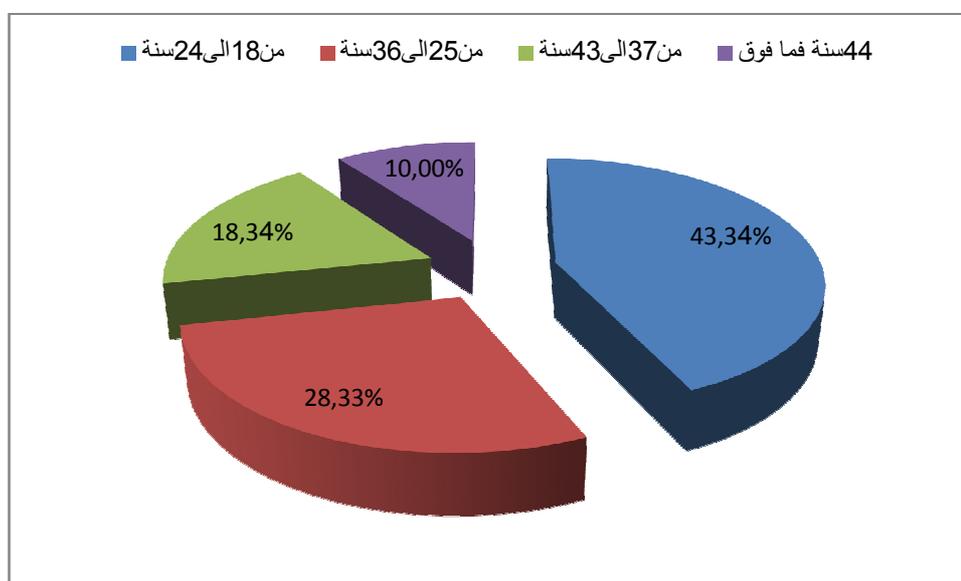


الشكل رقم 04: دائرة نسبية توضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين لنا أن نسبة 63.64% ما يقابلها 38 من أفراد العينة من جنس الإناث في حين نسبة 36.66 ما يقابلها 22 فرد من أفراد العينة من جنس الذكور.

جدول رقم 02: يبين سن أفراد العينة

النسبة %	التكرار	الفئات العمرية
43.33	26	من 18 إلى 24 سنة
28.33	17	من 25 إلى 36 سنة
18.34	11	من 37 إلى 43 سنة
10	6	44 سنة فما فوق
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

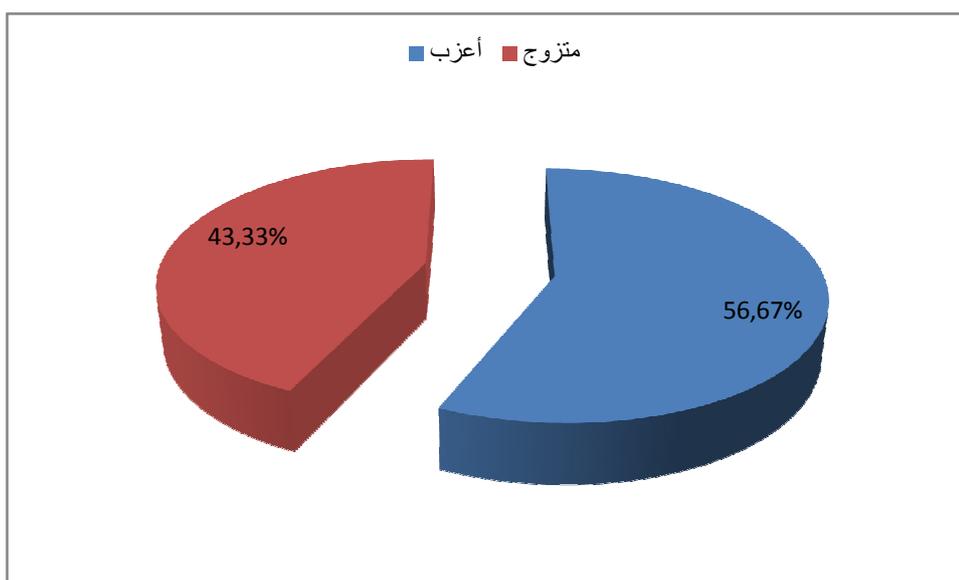


الشكل رقم 05: دائرة نسبية توضح سن أفراد العينة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن أكبر نسبة كانت 43.33% من أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة، تليها نسبة 28.33% ينتمون إلى الفئة العمرية من 25 إلى 36 سنة، أما نسبة 18.34% ينتمون إلى الفئة العمرية من 37 إلى 43 سنة، أما أقل نسبة تمثلت في 10% ينتمون إلى الفئة العمرية 44 فما فوق.

جدول رقم 03: يبين الحالة العائلية

النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
56.67	34	أعزب
43.33	26	متزوج
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

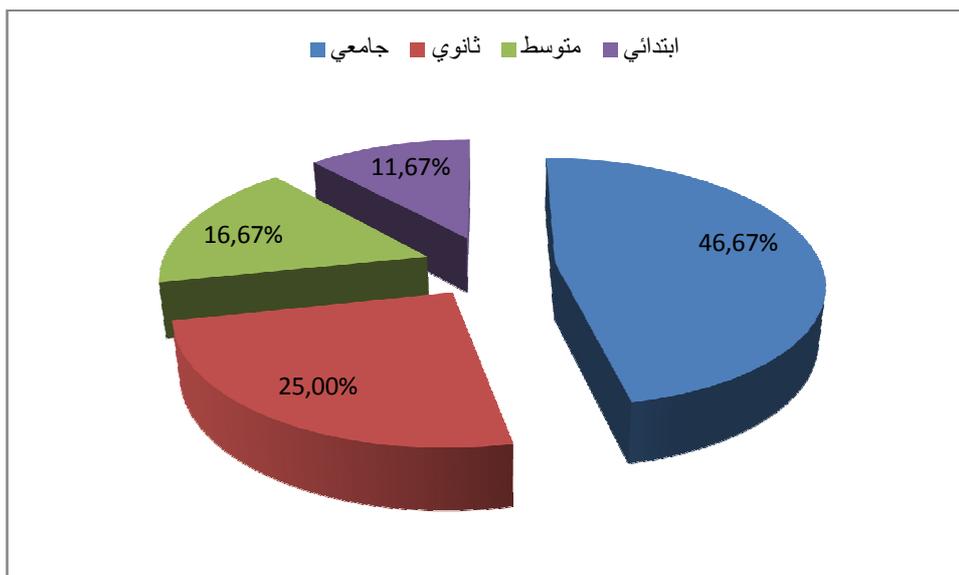


الشكل رقم 06: دائرة نسبية توضح الحالة العائلية

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 56.66% ما يقابله 34 فرد من أفراد العينة حالتهم العائلية أعزب أما نسبة 43.34% حالتهم العائلية متزوج.

جدول رقم 04: يبين المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى
46.67	28	جامعي
25	15	ثانوي
16.67	10	متوسط
11.67	7	ابتدائي
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



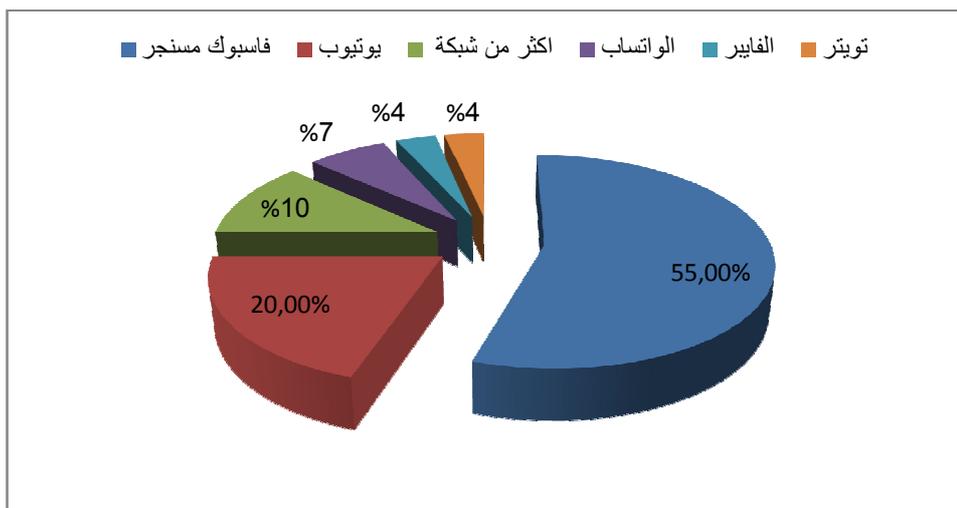
الشكل رقم 07: دائرة نسبية توضح المستوى التعليمي

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 46.68% ما يقابلها 28 فرد من أفراد العينة مستواهم الدراسي جامعي تليها نسبة 25% ما يقابلها 15 فرد من أفراد العينة مستواهم التعليمي ثانوي و أقل نسبة كانت 11.66% ما يقابلها 7 من أفراد العينة مستواهم التعليمي ابتدائي.

## 2- المحور الأول: استخدامات الاتصال التفاعلي في الشبكات الاجتماعية

الجدول رقم 05: يبين الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة

النسبة %	التكرار	الشبكات الاجتماعية
55	33	فاسبوك مسنجر
20	12	يوتيوب
10	7	اكثر من شبكة
7	4	الواتساب
4	2	الفايبر
4	2	تويتر
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

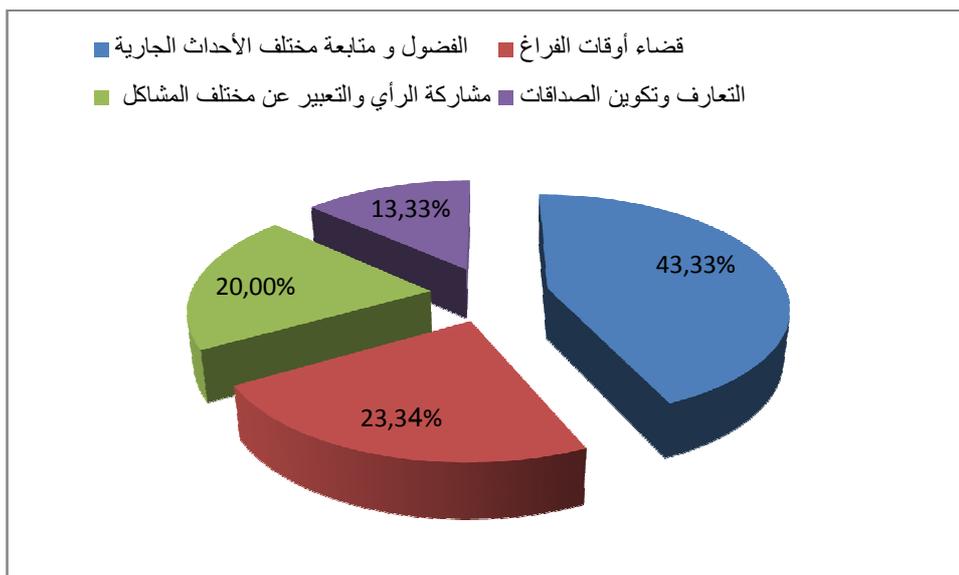


الشكل رقم 08: دائرة نسبية توضح الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن 33 من أفراد العينة وما يقابلها نسبة 55 يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فاسبوك مسنجر تليها نسبة 20 و ما يقابلها 12 فرد من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب ثم 7 من أفراد العينة ما يقابلها نسبة 12 يستخدمون مواقع مختلفة ونجد أن الموقع الأقل استخداما الواتساب والفايبر، ومنه نستنتج أن الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى أفراد العينة هو فيسبوك مسنجر وذلك نظرا لسهولة استخدامها.

الجدول رقم 06: يبين أهم أسباب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي

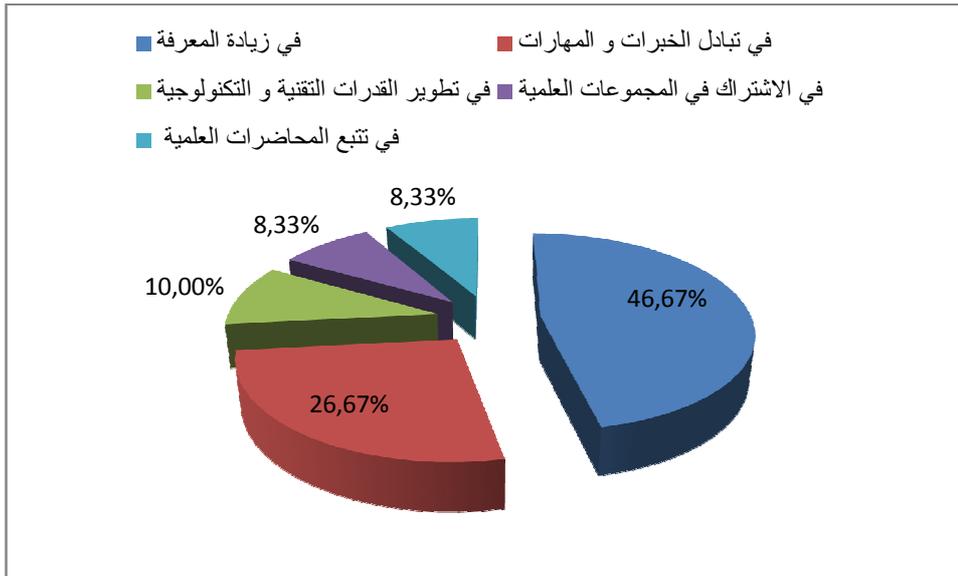
النسبة %	التكرار	السبب
43.33	26	الفضول و متابعة مختلف الأحداث الجارية
23.34	14	قضاء أوقات الفراغ
20	12	مشاركة الرأي والتعبير عن مختلف المشاكل
13.33	8	التعارف وتكوين الصداقات
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



الشكل رقم 09: دائرة نسبية توضح أهم أسباب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن 26 من أفراد العينة ما يقابلها نسبة 43.33% كان سبب استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي الفضول ومتابعة مختلف الأحداث الجارية وتليها نسبة 23.34% ما يقابلها 14 فرد من أفراد العينة كان سببهم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي قضاء أوقات الفراغ ثم اقل نسبة 13.33% ما يقابلها 8 أفراد من العينة كان سببهم التعارف وتكوين الصداقات، ومنه نستنتج أن من أهم أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو الفضول لمعرفة كل ما هو جديد في العالم ومتابعة مختلف الأحداث والأزمات الراهنة والمختلفة .

الجدول رقم 07: يبين ابرز استخدامات المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الاستخدامات المعرفية
46.67	28	في زيادة المعرفة
26.67	16	في تبادل الخبرات والمهارات
10	6	في تطوير القدرات التقنية والتكنولوجية
8.33	5	في الاشتراك في المجموعات العلمية
8.33	5	في تتبع المحاضرات العلمية
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

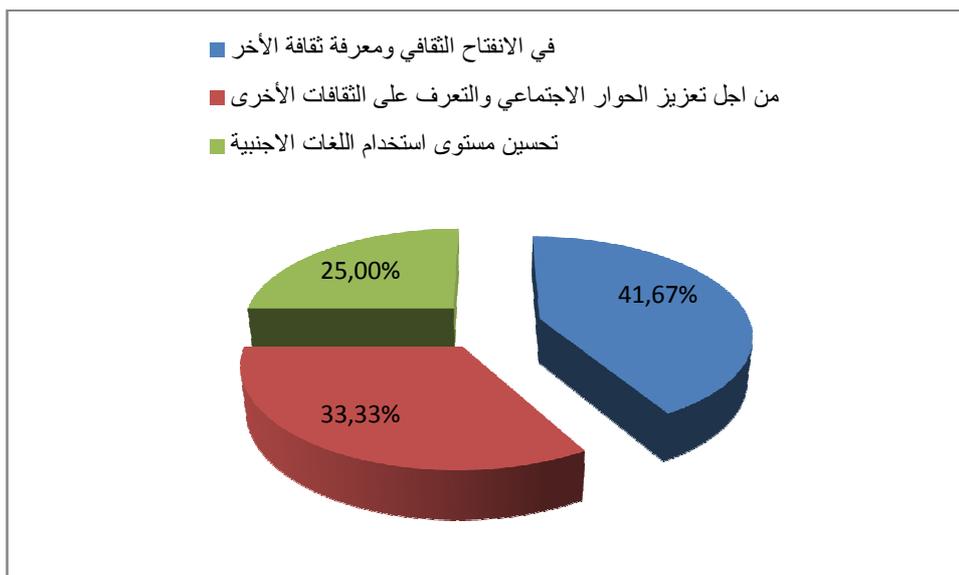


الشكل رقم 10: دائرة نسبية توضح ابرز استخدامات المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن 28 فرد من أفراد العينة ما يقابلها نسبة 46.66 % يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي معرفيا في الزيادة المعرفية وتليها نسبة 26.66 % أي 16 من أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي معرفيا في تبادل الخبرات والمهارات ثم اقل نسبة كانت 8.34% وما يقابلها 5 أفراد من العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي معرفيا من اجل الاشتراك في المجموعات العلمية وتتبع المحاضرات العلمية، ومنه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي حسب إجابات أفراد العينة تستخدم في زيادة المعرفة العلمية.

الجدول رقم 08: يبين كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا

النسبة %	التكرار	الاستخدامات الثقافية
41.67	25	في الانفتاح الثقافي ومعرفة ثقافة الأخر
33.33	20	من اجل تعزيز الحوار الاجتماعي والتعرف على الثقافات الأخرى
25	15	تحسين مستوى استخدام اللغات الاجنبية
100	60	الجموع

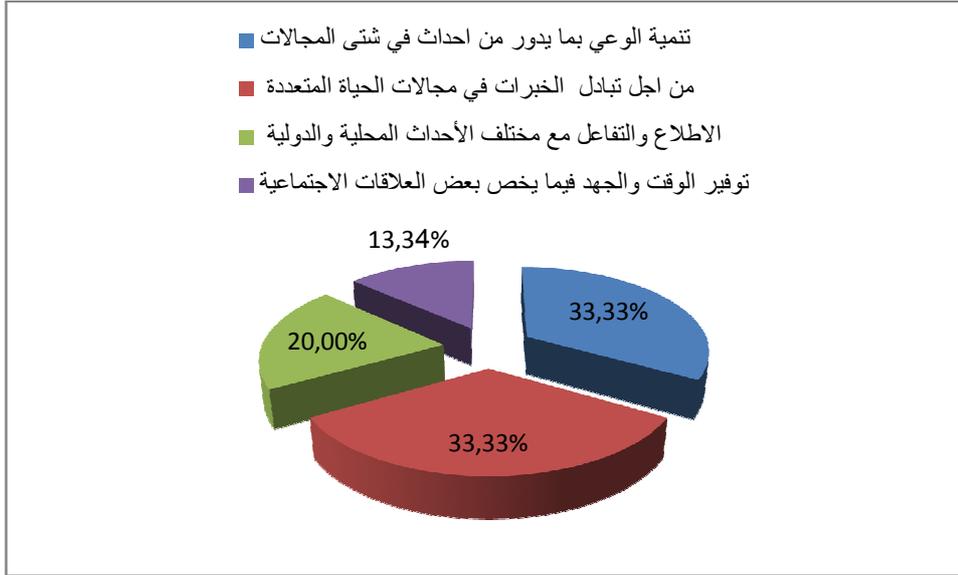


الشكل رقم 11: دائرة نسبية توضح كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح إن 25 فرد من أفراد العينة ما يقابلها نسبة 41.66% يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا من اجل الانفتاح الثقافي ومعرفة الآخر، أما نسبة 33.34% وما يقابلها 20 فرد من أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ثقافيا من اجل تعزيز الحوار الاجتماعي والتعرف على الثقافات الأخرى، أما اقل نسبة القدرة ب 25% ما يقابلها 15 فرد من أفراد العينة يستخدمونها لتحسين مستوى اللغات الأجنبية، ومنه نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في التعريف بالثقافات الأخرى بين الأفراد والانفتاح عليها وتعزيز الرصيد الثقافي لدى الأفراد.

الجدول رقم 09: يبين كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
33.33	20	تنمية الوعي بما يدور من احداث في شتى المجالات
33.33	20	من اجل تبادل الخبرات في مجالات الحياة المتعددة
20	12	الاطلاع والتفاعل مع مختلف الأحداث المحلية والدولية
13.34	8	توفير الوقت والجهد فيما يخص بعض العلاقات الاجتماعية
100	60	المجموع



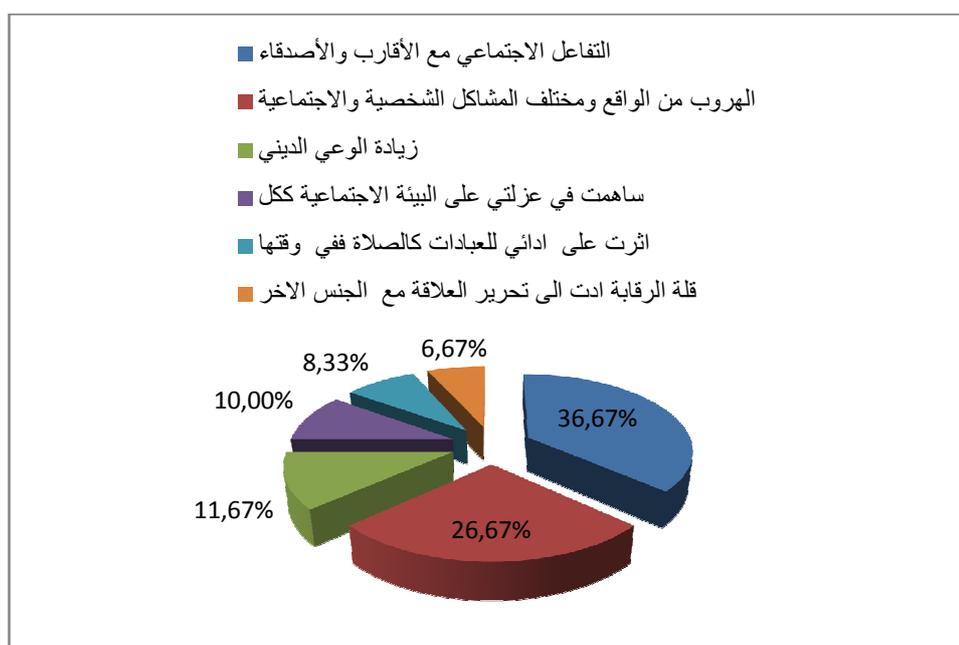
الشكل رقم 12: دائرة نسبية توضح كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن 20 فرد من أفراد العينة ما يقابلها نسبة 33.33% تكمن استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بما يدور من أحداث في شتى المجالات و تليها بنفس النسبة من أجل تبادل الخبرات في مجالات الحياة المتعددة أما أقل نسبة كانت 13.34% تكمن كيفية استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي في توفير الوقت والجهد فيما يخص بعض العلاقات الاجتماعية .

ومنه نستنتج أن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي حسب ردود افراد العينة تكمن في تنمية الوعي الذاتي والجماعي في ما يدور في العالم من أحداث وكذلك اكتساب الخبرات في مجالات الحياة المتعددة .

جدول رقم 10: يبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا على المستخدمين

النسبة %	التكرار	
36.67	22	التفاعل الاجتماعي مع الأقارب والأصدقاء
26.67	16	الهروب من الواقع ومختلف المشاكل الشخصية والاجتماعية
11.66	7	زيادة الوعي الديني
10	6	ساهمت في عزلتي على البيئة الاجتماعية ككل
8.33	5	اثرت على ادائي للعبادات كالصلاة ففي وقتها
6.67	4	قلة الرقابة ادت الى تحرير العلاقة مع الجنس الاخر
100	60	المجموع



الشكل رقم 13: دائرة نسبية توضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا على المستخدمين

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن 22 فرد من أفراد العينة وما يقابلها نسبة 36.67% من أفراد العينة تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي بالتفاعل الاجتماعي مع الأقارب والأصدقاء وتليها نسبة 26.66% وما يقابلها 16 فرد من العينة تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا بالهروب من الواقع ومختلف المشاكل الشخصية والاجتماعية وكانت اقل نسبة مقدرة ب 6.67% ما يقابلها 4 من أفراد العينة أثرت عليهم مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا بقلة الرقابة وأدت إلى تحرير العلاقات مع الجنس الآخر، ومنه نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلوكي ايجابي حسب

نسبة كبيرة من أفراد العينة وذلك عن طريق التفاعل الاجتماعي (توليد وإنشاء علاقات) والمحافظة على العلاقات الاجتماعية.

الجدول رقم 11: يبين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الازمات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	
45	27	من اجل زيادة الوعي
18.33	11	متابعة الأحداث العاجلة والأزمات الحالية
15	9	ابداء رأيي في مختلف الظواهر و الأزمات الاجتماعية الحاصلة
11.67	7	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا بديلا في ظل تعنت وغياب التواصل مع الهيئات الرسمية
10	6	خلال استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي عززت رصيدي فيما يخص التفاعلات والظواهر الاجتماعية
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



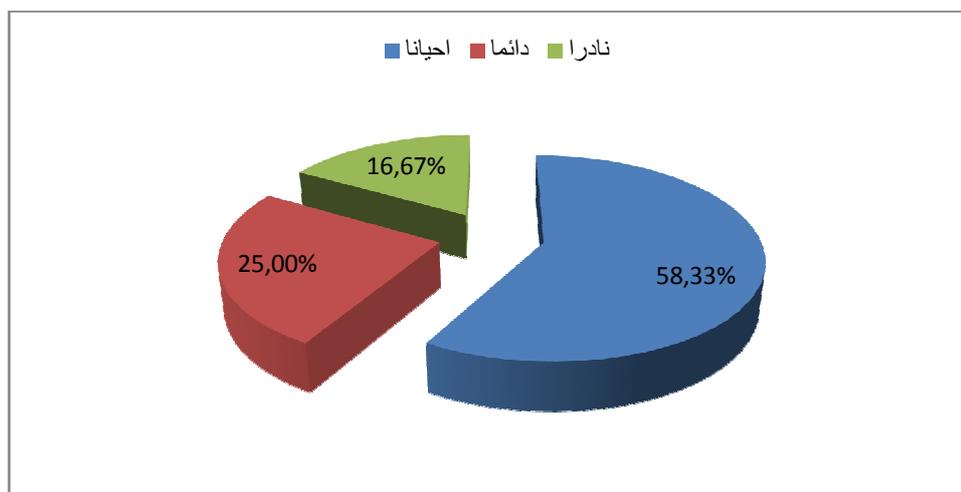
الشكل رقم 14: دائرة نسبية توضح مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الأزمات الاجتماعية

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 45% من أفراد العينة وما يقابلها 27 فرد من أفراد العينة اجمعوا على أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في ظل الأزمات الاجتماعية من أجل زيادة الوعي وتليها نسبة 18.34% وما يقابلها 11 فرد من أفراد العينة كانت إجاباتهم في متابعة الأحداث العاجلة والأزمات الحالية ، أما اقل نسبة كانت 10% والتي كانت إجاباتهم استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي عززت رصيدي فيما يخص التفاعل والظواهر الاجتماعية ومنه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة ونشر الوعي لدى الأفراد خلال مختلف الأزمات الاجتماعية من خلال الحسيس بالأزمات والتعريف بها ومحاولة إيجاد حلول مختلفة لها.

### 3- المحور الثاني: الدور التفاعلي لإذاعة تبسة الجهوية في ظل ازمة كورونا

الجدول رقم 12: يبين مدى استماع افراد العينة لإذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
58.33	35	احيانا
25	15	دائما
16.67	10	نادرا
100	60	المجموع



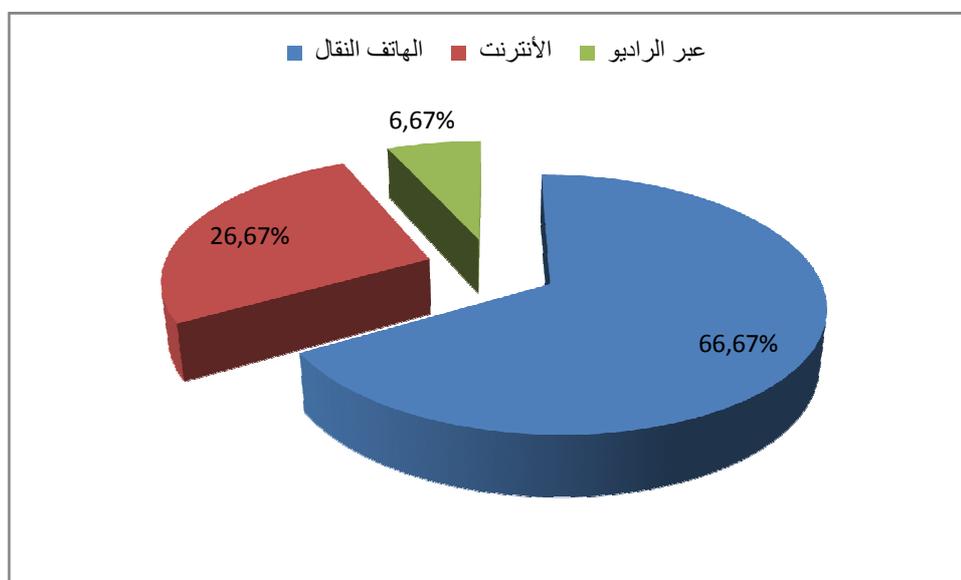
### الشكل رقم 15: دائرة نسبية توضح مدى استماع أفراد العينة لإذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 58.34% ما يقابلها 35 فرد من أفراد العينة يستمعون لإذاعة تبسة أحيانا تليها نسبة 25% ما يقابلها 15 فرد من أفراد العينة يستمعون

لإذاعة تبسة دائما و اقل نسبة كانت 16.66% ما يقابلها 10 من أفراد العينة نادرا ما يستمعون لإذاعة تبسة ومنه نستنتج أن لإذاعة تبسة نسبة معتبرة من المتابعين .

الجدول رقم 13: يبين الأجهزة والتقنيات التي يلتقط بها البث

النسبة %	التكرار	
66.67	40	الهاتف النقال
26.67	16	الأنترنت
6.67	4	عبر الراديو
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



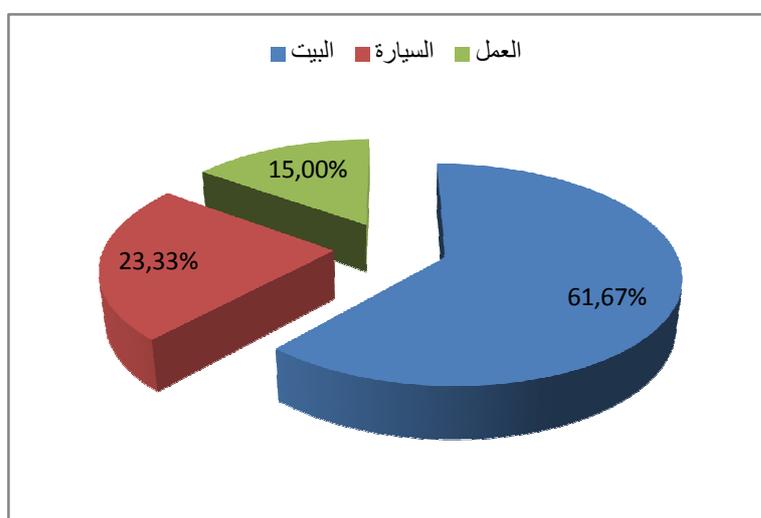
الشكل رقم 16: دائرة نسبية توضح الأجهزة والتقنيات التي يلتقط بها البث

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 66.68% ما يقابلها 40 فرد من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال لالتقاط بث الإذاعة وتليها نسبة 26.66% بمعدل 16 فرد من أفراد العينة يستخدمون الانترنت أما اقل نسبة مقدرة ب 6.66% ما يقابلها 4 أفراد من اللعينة يستخدمون الراديو لالتقاط البث ومنه نستنتج أن مع التطور التكنولوجي الحاصل في الوقت الراهن تم التخلي عن الوسائل التقليدية.

الجدول رقم 14: يبين مكان استماع إذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
61.67	37	البيت
23.33	14	السيارة
15	9	العمل
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

الجدول رقم 14: دائرة نسبية توضح مكان استماع إذاعة تبسة

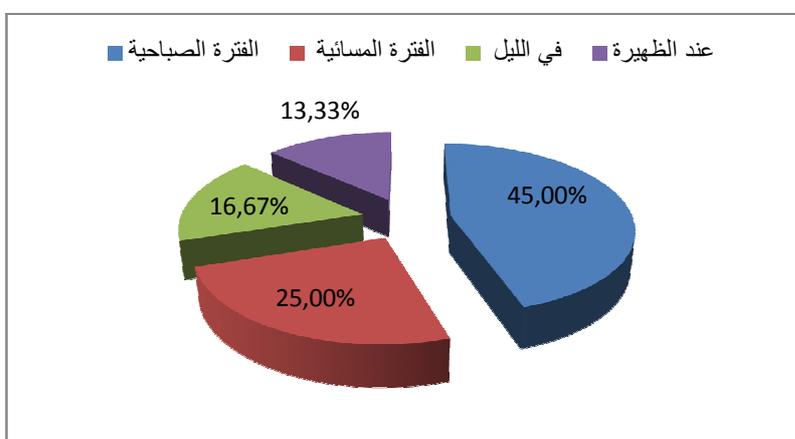


الشكل رقم 17: دائرة نسبية توضح مكان استماع إذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 61.66% يستمعون لإذاعة من البيت أما نسبة 23.34% ما يقابلها 14 من أفراد العينة يستمعون لإذاعة تبسة من السيارة و أقل نسبة 15% ما يقابلها 9 أفراد العينة يستمعون للإذاعة في العمل ومنه نستنتج أن أكثر مكان مفضل لاستماع الإذاعة هو البيت وذلك نظرا لان اكبر نسبة من المبحوثين متمثلة في جنس الإناث.

الجدول رقم 15: يبين الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
45	27	الفترة الصباحية
25	15	الفترة المسائية
16.67	10	في الليل
13.33	8	عند الظهيرة
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

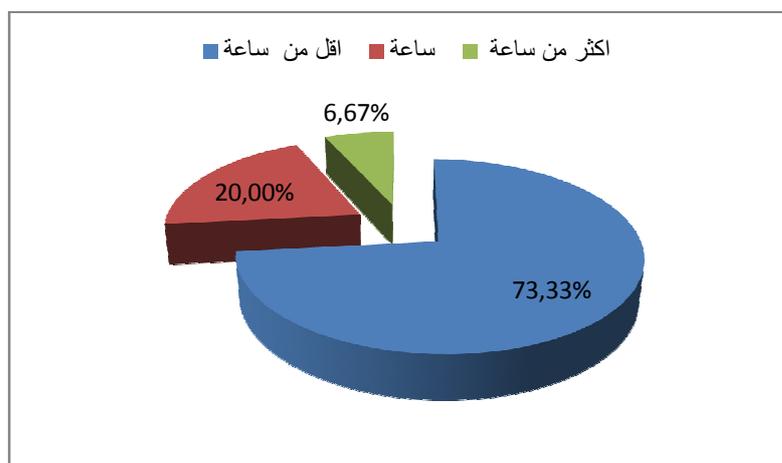


الشكل رقم 18: دائرة نسبية توضح الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 45% ما يقابلها 27 فرد من أفراد العينة يفضلون الاستماع للإذاعة في الفترة الصباحية وتليها نسبة 25% ما يقابلها 15 فرد من أفراد العينة يفضلون الاستماع للإذاعة في الفترة المسائية و أقل نسبة تمثلت 13.34% يفضلون الاستماع للإذاعة عند الظهيرة ومنه نستنتج أن الفترة المفضلة لاستماع إذاعة تبسة الجهوية هي الفترة الصباحية لأنها تكون غنية بالبرامج المختلفة.

الجدول رقم 16: يبين المدة المقضية لإذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
73.33	44	اقل من ساعة
20	12	ساعة
6.67	4	اكثر من ساعة
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

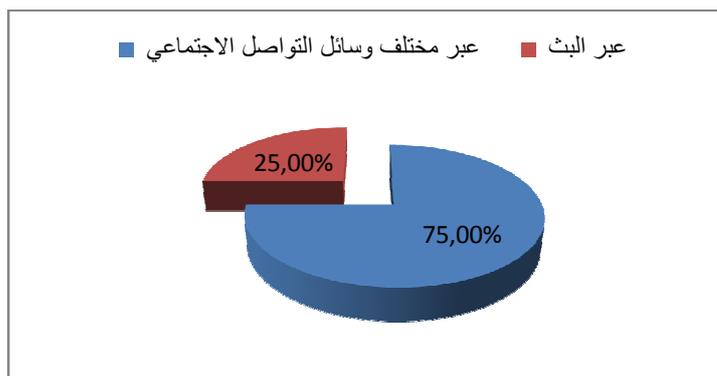


الشكل رقم 19: دائرة نسبية توضح المدة المقضية لإذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 73.34% ما يقابلها 44 فرد من أفراد العينة يستمعون للإذاعة في مدة زمنية اقل من ساعة وتليها نسبة 20% ما يقابلها 12 فرد من أفراد العينة يستمعون للإذاعة مدة ساعة أما اقل نسبة المقدرة ب 6.66% ما يقابلها 4 أفراد من العينة يستمعون للإذاعة أكثر من ساعة ومنه نستنتج أن قلة المدة الزمنية للاستماع إلى الإذاعة راجع إلى ضيق الوقت لدى أفراد المجتمع وذلك لعدة ظروف كالدراسة أو العمل أو قضاء حاجات مختلفة.

الجدول رقم 17: يبين الخدمة التفاعلية المفضلة التي تستخدمها إذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
75	45	عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي
25	15	عبر البث
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

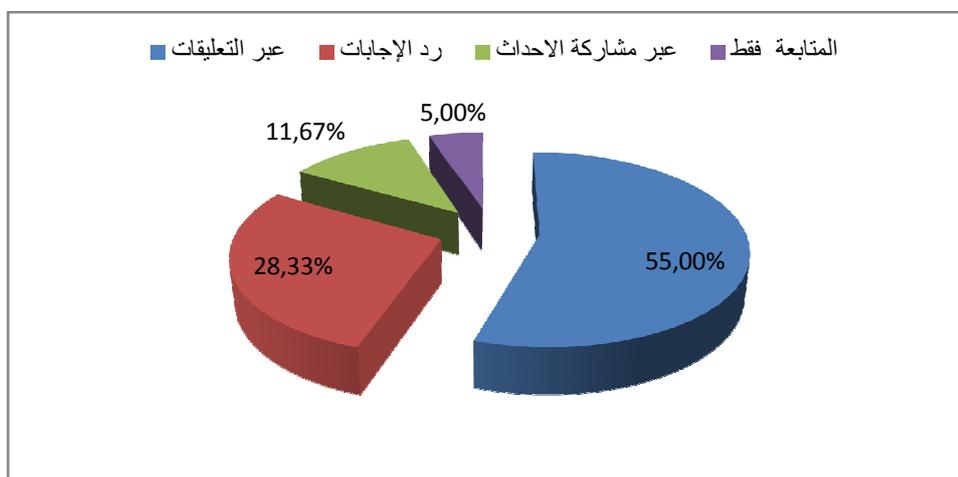


الشكل رقم 20: دائرة نسبية توضح الخدمة التفاعلية المفضلة التي تستخدمها إذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 75% ما يقابلها 45 فرد من أفراد العينة يفضلون الخدمة التفاعلية للإذاعة عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي ونسبة 25% ما يقابلها 15 فرد من أفراد العينة يفضلون الخدمة التفاعلية تكون عبر البث ومنه نستنتج أن التطورات التكنولوجية الحاصلة في الوقت الراهن أتاحت للمستخدمين طرق أسهل ومنها وسائل التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 18: يبين كيفية تفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
55	33	عبر التعليقات
28.33	17	رد الإجابات
11.67	7	عبر مشاركة الاحداث
5	3	المتابعة فقط
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

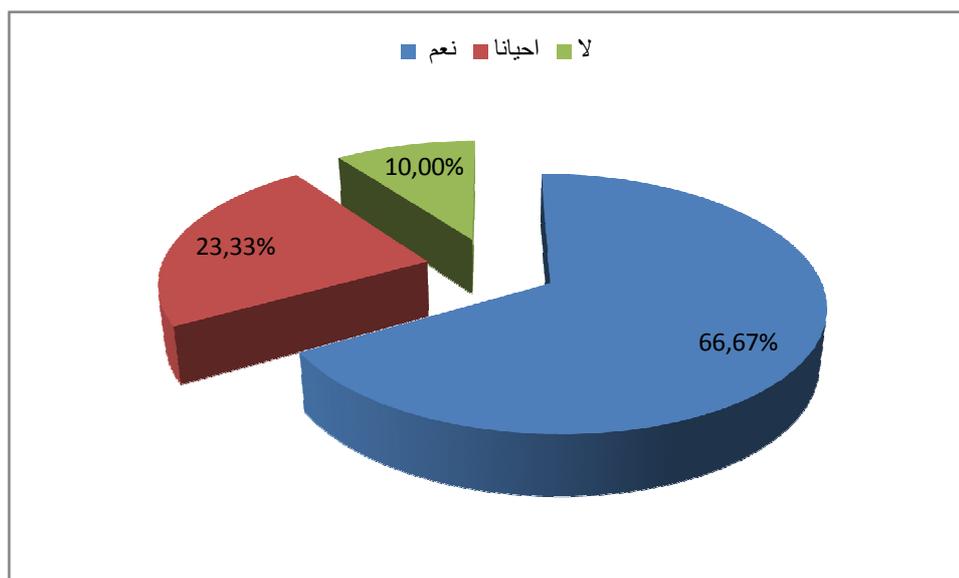


الشكل رقم 21: دائرة نسبية توضح كيفية تفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 55% ما يقابلها 33 فرد من أفراد العينة يتفاعلون عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر التعليقات أما نسبة 28.34% ما يقابلها 17 فرد من أفراد العينة يتفاعلون عبر رد الإجابات أما اقل نسبة تمثلت في 5% ما يقابلها 3 أفراد من العينة يقومون بالمتابعة فقط ونستنتج أن التعليقات الفرصة للمستعملين بإبداء رأيهم بكل أريحية .

الجدول رقم 19: يبين مدى تناول إذاعة تبسة قضايا أزمات مجتمعك

النسبة %	التكرار	
66.67	40	نعم
23.33	14	احيانا
10	6	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

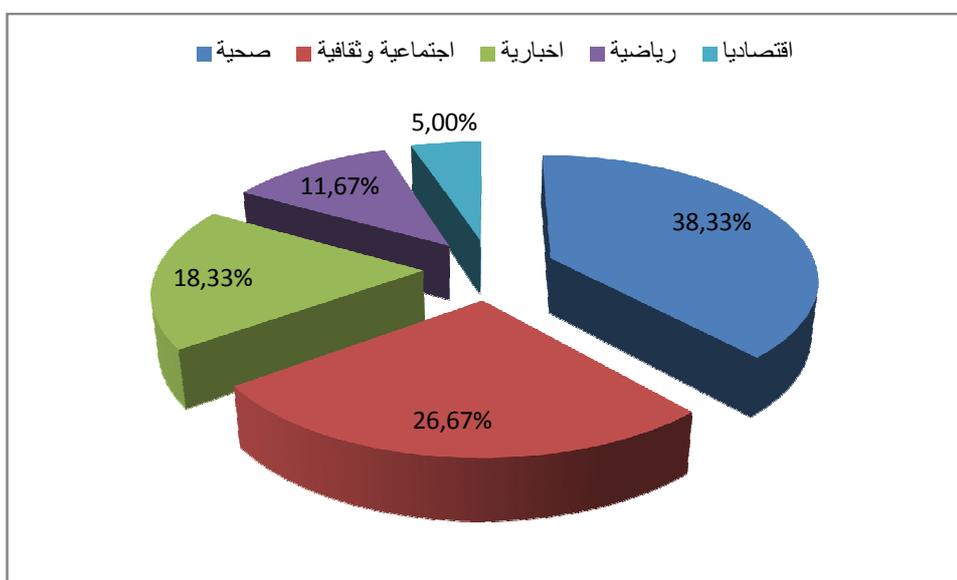


الشكل رقم 22: دائرة نسبية توضح مدى تناول إذاعة تبسة قضايا أزمات مجتمعك

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 66.66% من أفراد العينة اجمعوا على أن إذاعة تبسة تتناول قضايا وأزمات المجتمع بينما نسبة ضئيلة قدرت ب 10% اجمعوا على أن إذاعة تبسة لا تتناول قضايا وأزمات المجتمع ومن خلال اكبر نسبة نستنتج أن إذاعة تبسة تتناول قضايا وأزمات المجتمع.

الجدول رقم 20: يبين أهم البرامج المستمع إليها في إذاعة تبسة

النسبة %	التكرار	
38.33	23	صحية
26.67	16	اجتماعية وثقافية
18.33	11	اخبارية
11.67	7	رياضية
5	3	اقتصاديا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

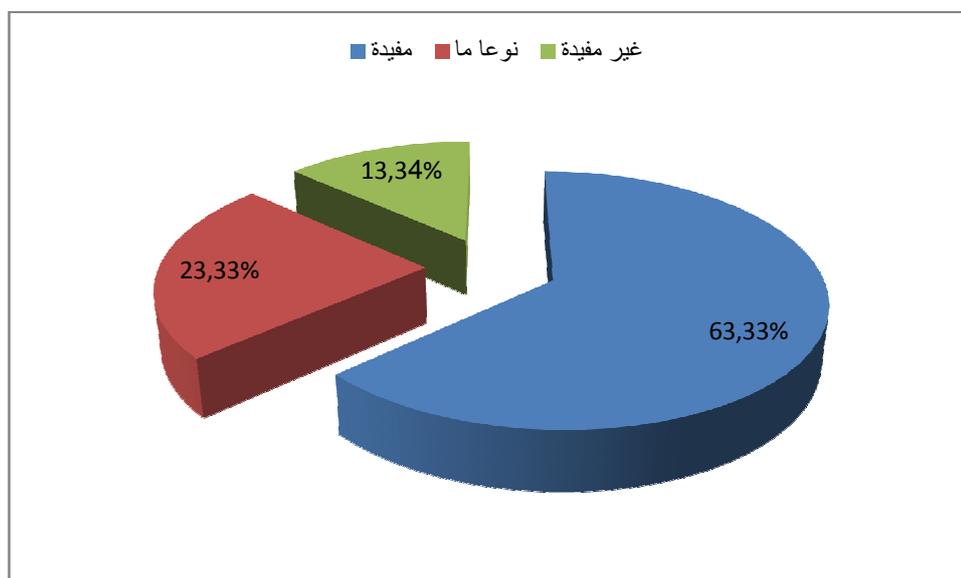


الشكل رقم 23: دائرة نسبية توضح أهم البرامج المستمع إليها في إذاعة تبسة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن أكبر نسبة المقدر بـ 38.33% من العينة اجمعوا على أن أهم البرامج المستمع إليها هي البرامج الصحية تليها البرامج الاجتماعية والثقافية بنسبة 26.68% ثم تليها الإخبارية بنسبة 18.38% وتليها البرامج الرياضية بنسبة 11.66% و أقل نسبة البرامج الاقتصادية بنسبة 5% ونستنتج أن أكبر نسبة من العينة تتابع البرامج الصحية وقد يكون هذا راجع إلى الأزمة العالمية في الوقت الحالي إلا وهي فيروس كورونا أصبحت البرامج الصحية هي الأكثر شيوعا ومتابعة من قبل أفراد المجتمع.

الجدول رقم 21: يبين تقسيم البرامج الإذاعية التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة

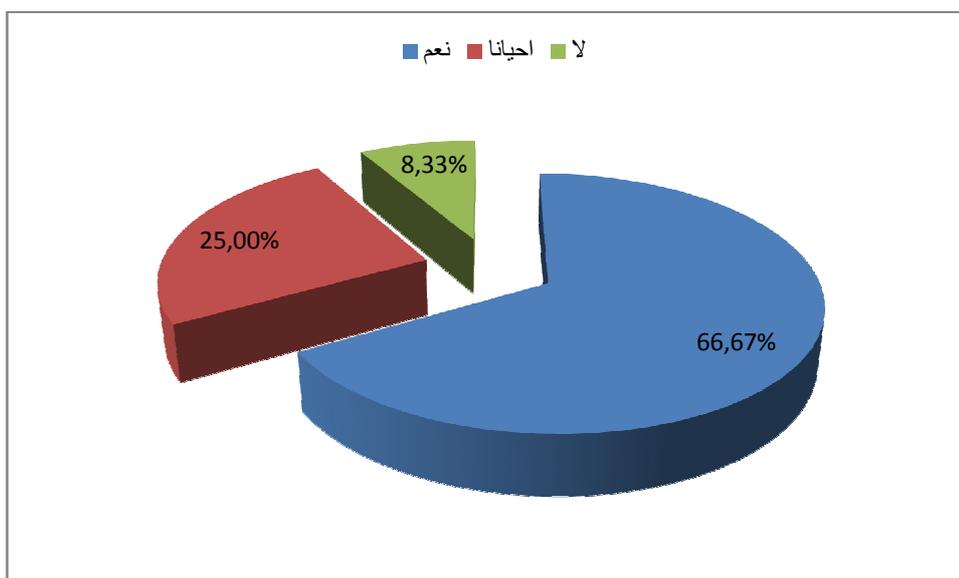
النسبة %	التكرار	
63.33	38	مفيدة
23.33	14	نوعا ما
13.34	8	غير مفيدة
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



الشكل رقم 24: دائرة نسبية توضح تقسيم البرامج الإذاعية التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 63.33% ما يقابلها 38 ففرد من أفراد العينة اجمعوا على أن البرامج التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة مفيدة وتليها نسبة 23.33% اجمعوا على أنها هذه البرامج مفيدة نوعا ما و اقل نسبة 13.34% ما يقابلها 8 من أفراد العينة اجمعوا على أن البرامج الصحية من طرف الإذاعة غير مفيدة ومنه نستنتج أن إذاعة تبسة تقدم برامج صحية مفيدة للجمهور المستمع أو المتابع وذلك باستدعاء متخصصين في المجال.

الجدول رقم 22: يبين مدى مواكبة إذاعة تبسة مختلف الأزمات الصحية المستجدة

النسبة %	التكرار	
66.67	40	نعم
25	15	احيانا
8.34	5	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

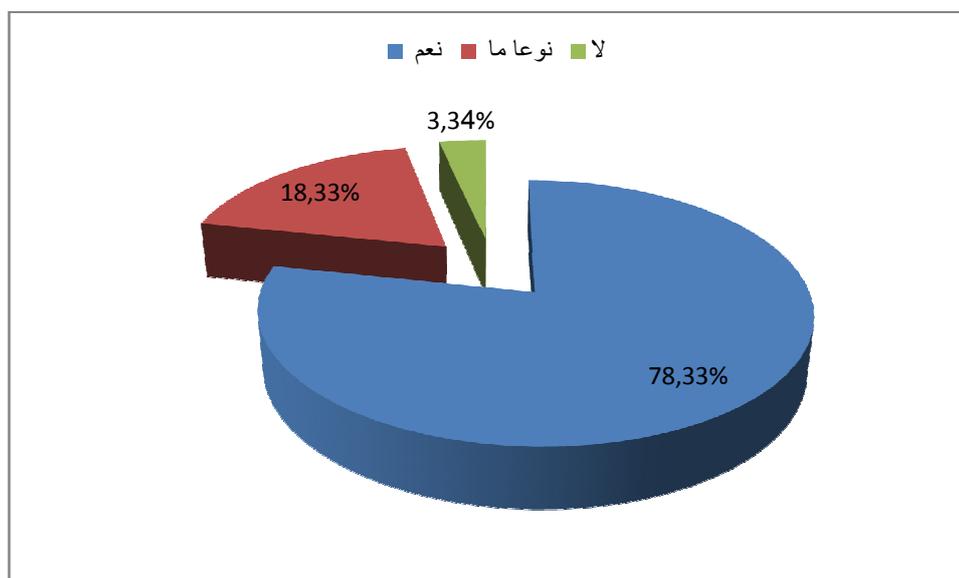


الشكل رقم 25: دائرة نسبية توضح مدى مواكبة إذاعة تبسة مختلف الأزمات الصحية المستجدة

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 66.66% ما يقابلها 40 فرد من أفراد العينة اجمعوا على أن إذاعة تبسة تواكب مختلف الأزمات الصحية المستجدة بينما اقل نسبة وهي 8.34% ما يقابلها 5 أفراد ممن العينة اجمعوا على أن العكس ومن خلال اكبر نسبة نستنتج أن إذاعة تبسة تواكب كل ما هو جديد من الأزمات الصحية المستجدة ومثال ذلك الأزمة العلمية الحالية (كورونا).

الجدول رقم 23: يبين مدى تفاعل إذاعة تبسة مع أزمة كورونا بشكل فعال

النسبة %	التكرار	
78.33	47	نعم
18.33	11	نوعا ما
3.34	2	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



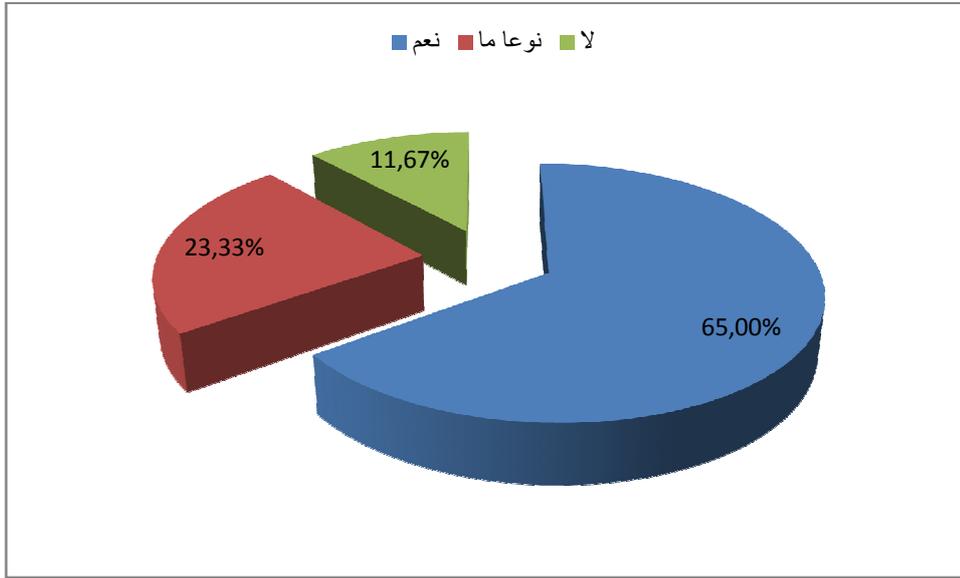
الشكل رقم 26: دائرة نسبية توضح مدى تفاعل إذاعة تبسة مع أزمة كورونا بشكل فعال

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على Excel

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 18.33% من أفراد العينة اجمعوا على أن إذاعة تبسة متفاعلة مع أزمة كورونا بشكل فعال أما نسبة 3.34% ما يقابلها فردين من أفراد العينة اجمعوا على أن إذاعة تبسة غير متفاعلة مع أزمة كورونا ومنه نستنتج من خلال أكبر نسبة أن إذاعة تبسة متفاعلة بشكل فعال مع أزمة كورونا وذلك من خلال برامجها الصحية ومرافقة المواطن وإطلاعه على كل ما هو جديد.

الجدول رقم 24: يبين مدى الاهتمام بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا

النسبة %	التكرار	
65	39	نعم
23.33	14	نوعا ما
11.67	7	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

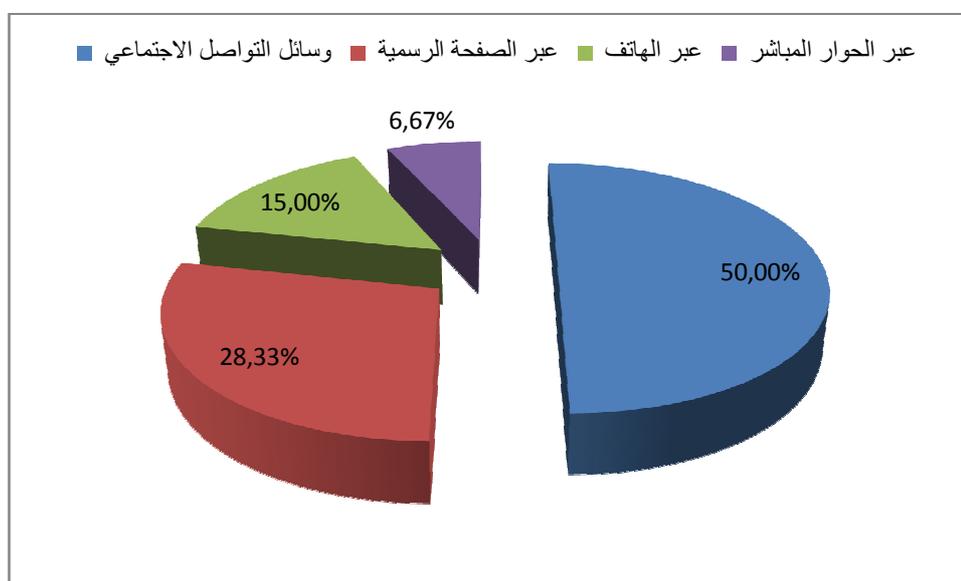


الشكل رقم 27: دائرة نسبية توضح مدى الاهتمام بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 65% ما يقابلها 39 فرد من أفراد العينة مهتمين بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا تليها نسبة 23.34% كانت إجاباتهم نوعا ما أما أقل نسبة وهي 11.66% ما يقابلها 7 أفراد من أفراد العينة اجمعوا على عدم اهتمامهم بالبرامج الصحية للإذاعة تبسة الجمهورية ومنه نستنتج أن البرامج الصحية لإذاعة تبسة مع ظهور فيروس كورونا أصبحت مهمة ولها الكثير من المستمعين والمتابعين نظرا لاهتمام الإذاعة بالجانب الصحي للمجتمع في ظل جائحة كورونا.

الجدول رقم 25: يبين كيفية التفاعل مع هذه البرامج

النسبة %	التكرار	
50	30	وسائل التواصل الاجتماعي
28.33	17	عبر الصفحة الرسمية
15	9	عبر الهاتف
6.67	4	عبر الحوار المباشر
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

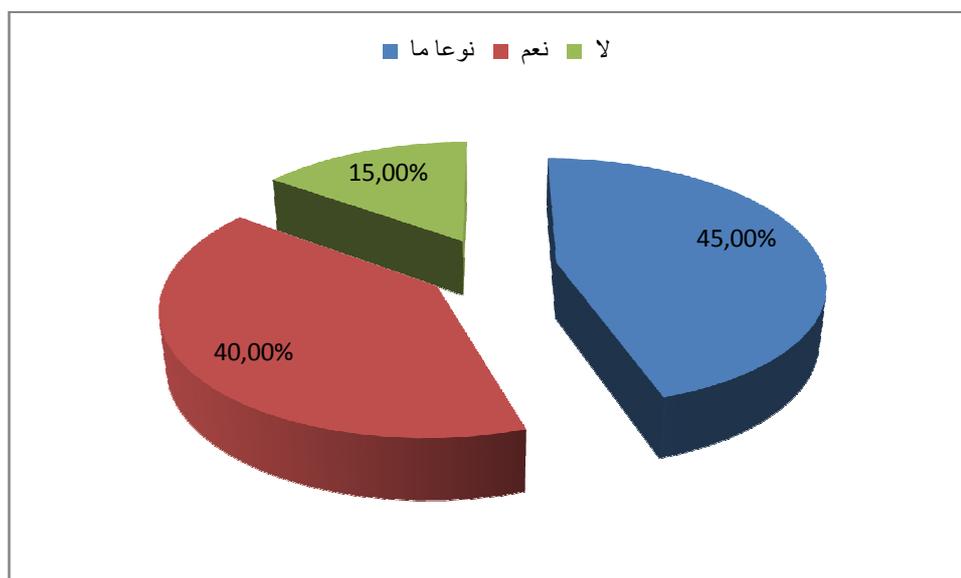


الشكل رقم 28: دائرة نسبية توضح كيفية التفاعل مع هذه البرامج

من خلال الجدول والشكل أعلاه يعين كيفية التعامل مع البرامج الصحية بالنسبة للمبحوثين الذين كانت إجابتهم بنعم في السؤال السابق ومنه يتضح أن نسبة 50% تتفاعل مع البرامج الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أما نسبة 28.34% يتفاعلون عبر الصفحة الرسمية للإذاعة ونسبة 15% يتفاعلون عبر الهاتف أما أقل نسبة كانت 6.66% يتفاعلون عبر الحوار المباشر ومنه نستنتج أن التطورات التكنولوجية سهلت للمبحوثين عملة التفاعل مع البرامج وذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 26: يبين مدى تأدية هذه البرامج دورها التوعوي

النسبة %	التكرار	
45	27	نوعا ما
40	24	نعم
15	9	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

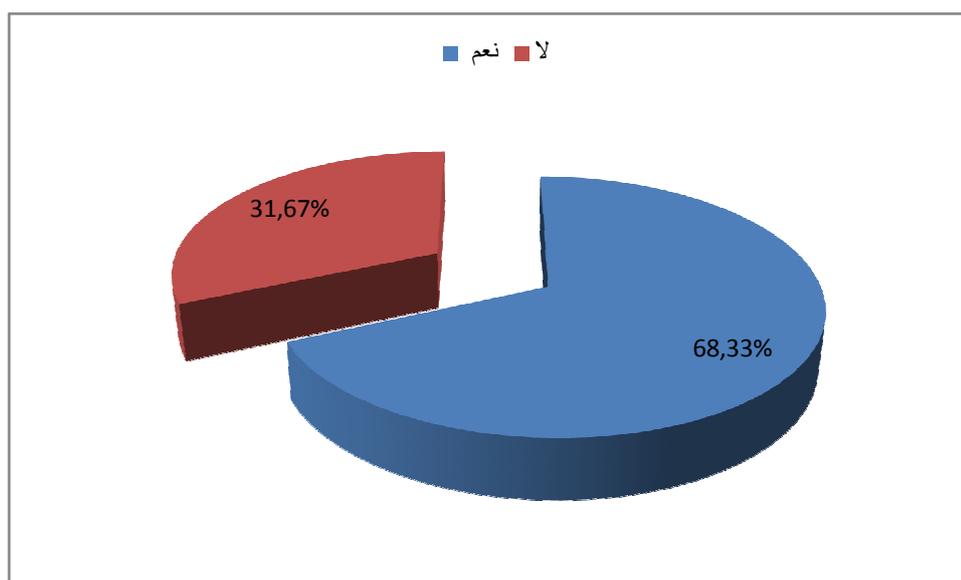


الشكل رقم 29: دائرة نسبية توضح مدى تأدية هذه البرامج دورها التوعوي

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن أكبر نسبيتي المقدرتين ب 45 و 40% اجمعوا على أن هذه البرامج الصحية للإذاعة تؤدي دورها التوعوي وذلك بإجابتهم نعم. نوعا ما أما أقل نسبة كانت 15% من أفراد العينة اجمعوا على عدم تأدية هذه البرامج لدورها التوعوي ومنه نستنتج أن إذاعة تبسة قامت بدور توعوي من خلال برامجها الصحية في ظل أزمة كورونا وذلك من خلال كثرة برامجها الصحية المتنوعة والمتعددة واستضافة الأخصائيين.

الجدول رقم 27: يبين الاستفادة من النصائح الصحية التي تقدمها هذه البرامج حول فيروس كورونا

النسبة %	التكرار	
68.33	41	نعم
31.67	19	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



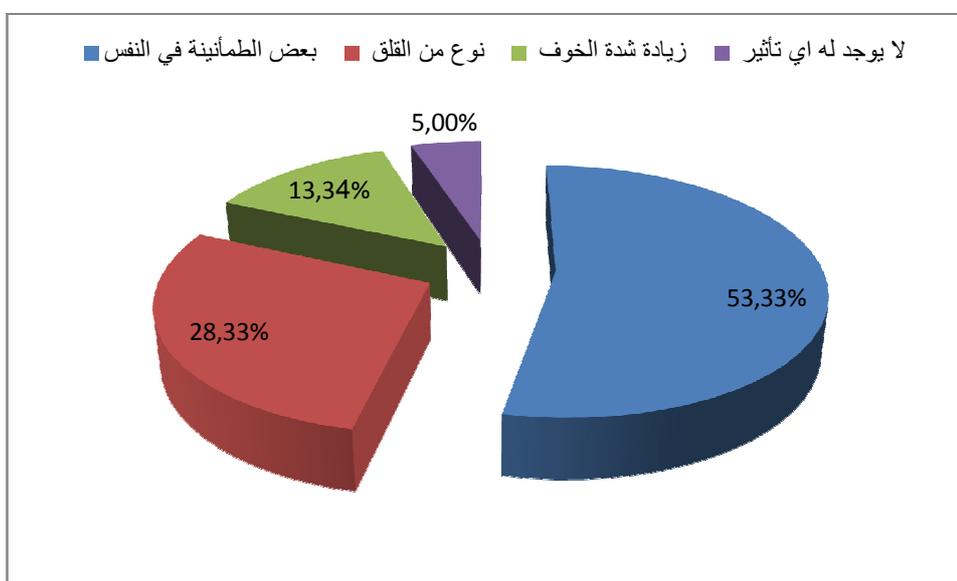
الشكل رقم 30: دائرة نسبية توضح الاستفادة من النصائح الصحية التي تقدمها هذه البرامج حول

#### فيروس كورونا

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 68.34% من أفراد العينة استفادوا من النصائح الصحية التي تقدمها البرامج الصحية للإذاعة حول فيروس كورونا، أما نسبة 31.67% أفراد العينة لم يستفيدوا من النصائح الصحية التي تقدمها البرامج الصحية للإذاعة حول فيروس كورونا ومنه نستنتج أن إذاعة تبسة الجمهورية قامت بدورها الفعال من خلال مرافقة المواطن وإعلامه بكل ما هو جديد وصحي ويحميه من هذا الوباء.

الجدول رقم 28: يبين كيف أثرت عليك البرامج الصحية الخاصة بفيروس كورونا

النسبة %	التكرار	
53.33	32	بعض الطمأنينة في النفس
28.33	17	نوع من القلق
13.34	8	زيادة شدة الخوف
5	3	لا يوجد له اي تأثير
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



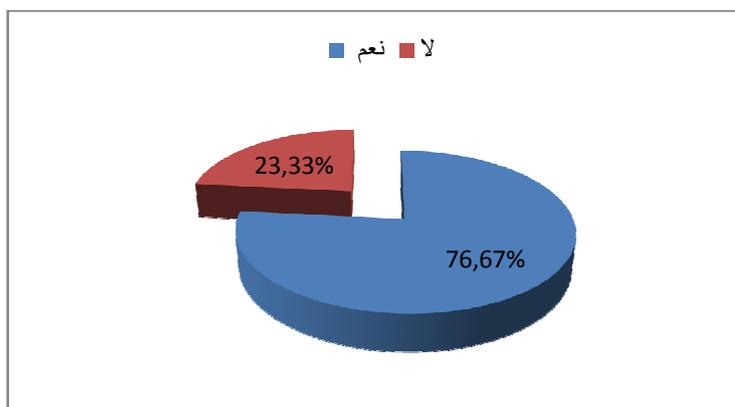
الشكل رقم 31: دائرة نسبية توضح كيف أثرت عليك البرامج الصحية الخاصة بفيروس كورونا

من خلال الجدول والشكل أعلاه اتضح أن نسبة 53.33% من أفراد العينة اجمعوا على أن البرامج الإذاعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا قد أثرت عليهم ببعث الطمأنينة في النفس ثم تليها نسبة 28.33% بعثت فيهم نوع من القلق أما اقل نسبة كانت 5% لا يوجد أي تأثير عليهم ومنه نستنتج أن الإذاعة تحاول جاهدة من خلال برامجها الصحية حول هذا الفيروس المستجد ببعث الطمأنينة والراحة النفسية لدي متابعيها وتوعيتهم جيدا.

الجدول رقم 29: يبين مدى قيام إذاعة تبسة بتكييف محتوى شبكاتهما البرمجية لتحسيس حول

فيروس كورونا المستجد

النسبة %	التكرار	
76.67	46	نعم
23.33	14	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



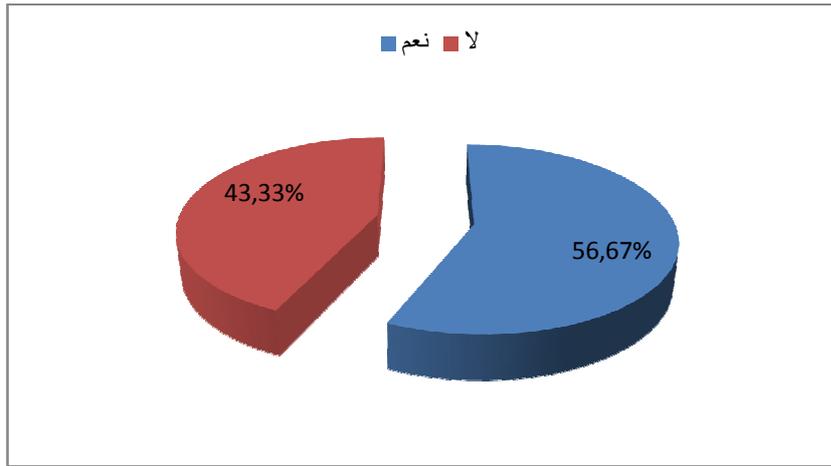
الشكل رقم 32: دائرة نسبية توضح مدى قيام إذاعة تبسة بتكييف محتوى شبكاتهما البرمجية

لتحسيس حول فيروس كورونا المستجد

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن نسبة 76.66% أجمعوا على أن الإذاعة كيفت محتوى برامجها لتحسيس حول فيروس كورونا المستجد أما نسبة 23.34% اجمعوا على عكس ذلك ومنه نستنتج أن إذاعة تبسة اهتمت بشكل كبير بهذه الأزمة العالمية وهي ففيروس كورونا المستجد وذلك بتكثيف برامجها الصحية.

الجدول رقم 30: يبين مدى ترك الإذاعة مجالاً لحرية إبداء الآراء

النسبة %	التكرار	
56.67	34	نعم
43.33	26	لا
<b>%100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

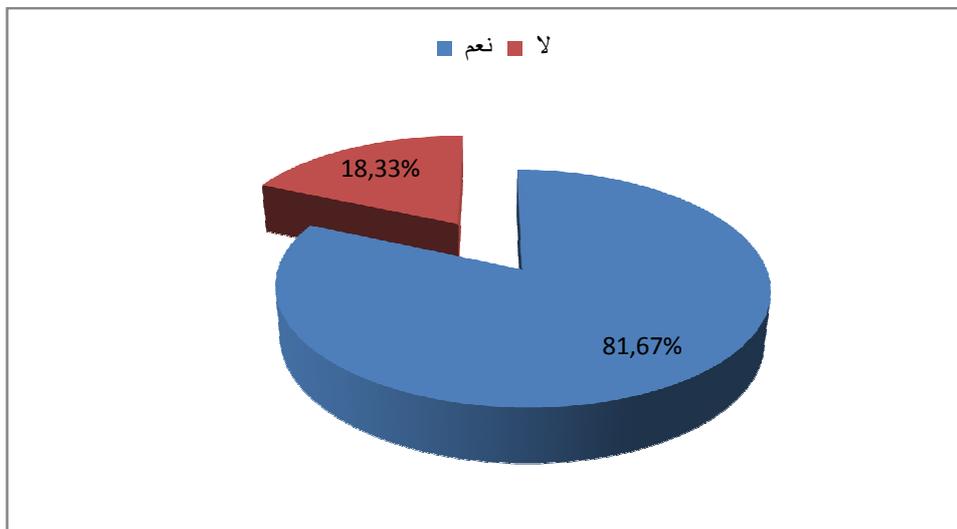


الشكل رقم 33: يبين مدى ترك الإذاعة مجالاً لحرية إبداء الآراء

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن نسبة 65.66% اجمعوا على أن الإذاعة أتاحت حرية إبداء الآراء وان نسبت 43.34% اجمعوا على عكس ذلك ومنه نستنتج أن الإذاعة أتاحت فضاء مباشر للمستمعين من خلال الاتصالات الهاتفية للاستفسار والحصول على إجابات مباشرة من مختصين.

الجدول رقم 31: يبين تجاوب المواطنين مع ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة الإعلامية

النسبة %	التكرار	
81.67	49	نعم
18.33	11	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

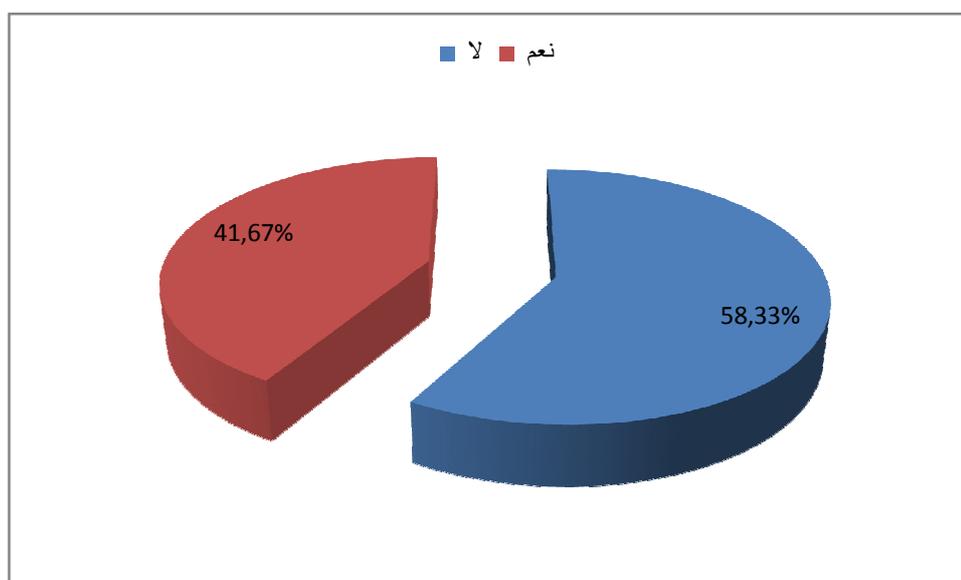


الشكل رقم 34: دائرة نسبية توضح تجاوب المواطنين مع ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة الإعلامية

من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين أن نسبة 81.66% يرون أن هناك تجاوب مع ما يتم بثه أما نسبة 18.34% يرون عكس ذلك ومنه نستنتج أن الإذاعة تقدم برامج توعوية وتحفيزية وتوجيهية صحية حول جائحة فيروس كورونا عبر كل شبكاتنا ممن أتاح لها تجاوب كبير من قبل المواطنين المتابعين لها.

الجدول رقم 32: يبين مدى ارتكاز محتويات الإذاعة على التوجيه فقط

النسبة %	التكرار	
58.33	35	لا
41.67	25	نعم
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



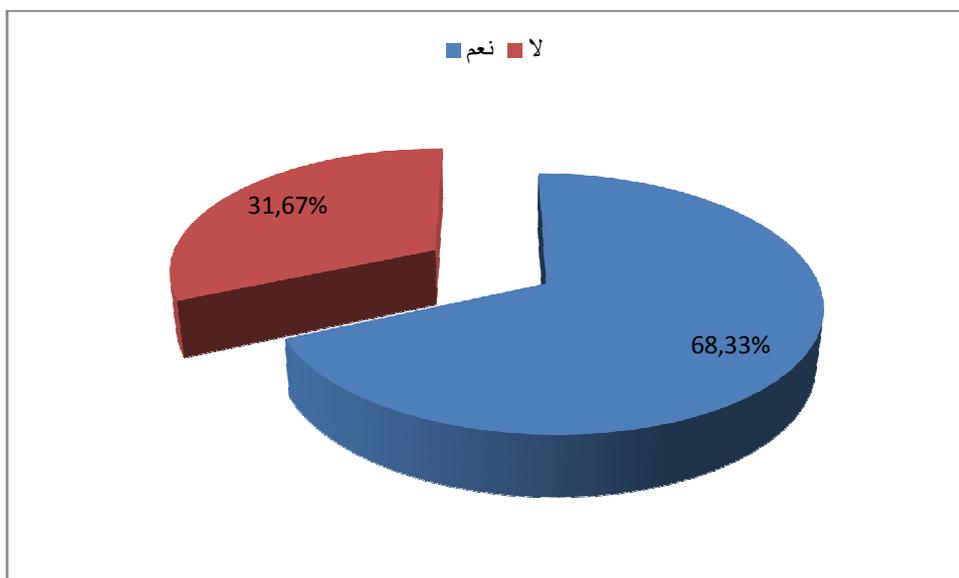
الشكل رقم 35: دائرة نسبية توضح مدى ارتكاز محتويات الإذاعة على التوجيه فقط

من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين أن نسبة 58.34% اجمعوا على أن جل محتويات الإذاعة لا تحتوي على التوجيه فقط أما نسبة 41.66% اجمعوا على أنها تحتوي على التوجيه فقط ومنه نستنتج أن الإذاعة في محتوياتها تركز على التوجيه والتوعية والتحفيز وكذلك مواكبة كل ما هو جديد في ما يخص هاته الجائحة.

الجدول رقم 33: يبين مدى قيام إذاعة تبسة بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها الرسمية

عبر الفايسبوك

النسبة %	التكرار	
68.33	41	نعم
31.67	19	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>



الشكل رقم 36: دائرة نسبية توضح مدى قيام إذاعة تبسة بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها

الرسمية عبر الفايسبوك

من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين أن نسبة 68.34% اجمعوا على أن إذاعة تبسة تقوم بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها الرسمية أما نسبة 31.66% يرون عكس ذلك ومنه نستنتج أن الإذاعة تسعى جاهدة للقيام بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها الرسمية عبر فيسبوك وذلك يوضح كل ما هو جديد بخصوص هاته الجائحة وتقديم الإرشادات والنصائح ومشاركة بثها المباشر مع المختصين واستقبال تعليقات المتابعين والإجابة عليها.

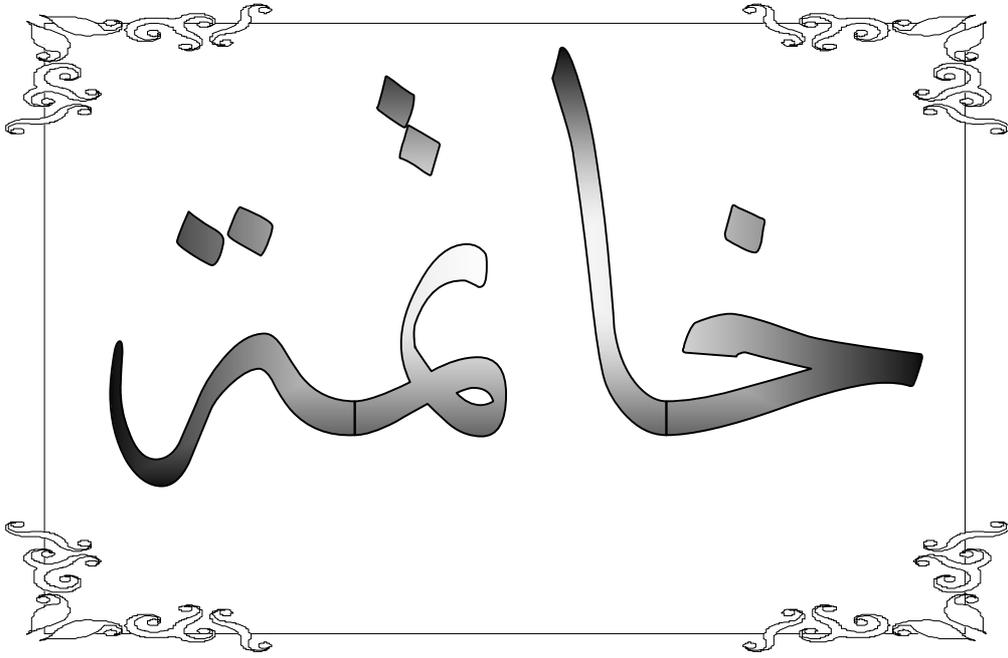
### III- نتائج الدراسة التطبيقية

و يمكن أن نخلص من خلال ما توصلنا إليه في دراستنا هذه إلى النتائج التالية :

- أن للاتصال التفاعلي أهمية كبيرة داخل الإذاعة الجهوية تبسة من خلال وجوده والاعتماد عليه لما له دور في المساعدة على نقل المعلومات والأفكار بكل مرونة لكافة شرائح المجتمع ويحقق بذلك تفاعل بين الإذاعة وجمهورها؛
- أن أهمية الاتصال التفاعلي لدى إذاعة تبسة هو حلقة برامجية متنوعة وكذلك عبارة عن أهداف مسطرة؛
- أن لإذاعة تبسة الجهوية نسبة كبيرة من المتابعين خاصة في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد؛
- أن التطورات التكنولوجية الحاصلة في الوقت الراهن سمحت للمواطن والإذاعة في نفس الوقت بعدة تقنيات وأجهزة للبحث والتقاط البث؛
- أن إذاعة تبسة الجهوية تتناول بأهمية بالغة مختلف قضايا وأزمات المجتمع من خلال برامجها المتعددة وخلال الأزمة العالمية الراهنة فيروس كورونا المستجد ركزت الإذاعة كثيرا على هذه الأزمة من خلا حلقة برامجية هادفة؛
- أن هناك دور كبير وفعال للصفحة الفاسبوكية للإذاعة والبرامج المفتوحة في مرافقة المواطن خلال كل الأزمات والقضايا وأصبحت هناك علاقة تربط بين الإذاعة والمواطن من خلال الفاسبوك والهاتف أي أن الإذاعة تركت مجالا لحرية إبداء الآراء مباشرة من المستمعين من خلال الاتصالات الهاتفية للاستفسار والحصول على إجابات مباشرة من المتخصصين .
- أن إذاعة تبسة كيفت محتوى شبكاتها البرامجية للتحسيس حول فيروس كورونا المستجد هادفة بذلك إلى توجيه وتوعية المواطن بكل الطرق وهناك تفاعل وتجاوب ملحوظ من طرف المواطنين مع ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة.

### الخلاصة

تم التطرق في هذا القسم إلى الجزء الميداني المتعلق بموضوع الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال الأزمة الاجتماعية حيث تم إجراء هذه الدراسة بالمؤسسة الإعلامية -إذاعة تبسة الجهوية- فمن الملاحظ انه لمرحلة العمل الميداني أهمية قصوى وبالغة في مجال البحث العلمي بما يمد مجتمع الدراسة بالبيانات والمعلومات اللازمة .



حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن دور الاتصال التفاعلي من خلال في التوعية لمواجهة مختلف الأزمات الاجتماعية من خلال وجهات نظر متبعية إذاعة تبسة.

إن الاتصال التفاعلي عبر إذاعة تبسة الجهوية يظهر أن هناك تبادل للنقاشات والآراء مما يشجع على المحاوراة الجادة والتي تعتبر قاعدة أساسية في بناء الاتصال التفاعلي عبر برامج الإذاعة المتنوعة كما أن ما يميز الاتصال التفاعلي عبر إذاعة تبسة طريقة التعامل مع المضامين مما يعطينا فكرة عن طبيعة التفاعل التي تمس المحتوى وهذا يعطى أهمية للمحتوى ويوحى أن هناك تنوع في الاستقبال للمضامين بتنوع الحاجات والاهتمامات إلى جانب الثراء المعلوماتي مما يغني المتابعين على تصفح أو متابعة مواقع إخبارية أخرى.

و ذلك من خلال البرامج التي تبثها للمستمعين والتأثير فيهم وتحريك عواطفهم واستمالتهم وتوصلت الدراسة إلى أن الاتصال التفاعلي الذي تمارسه وسائل الإعلام عامة والإذاعة خاصة له دور فعال في مرافقة المواطن خلال مختلف الأزمات الاجتماعية فمن خلال هذا النوع من الاتصال استطاعت الإذاعة تكييف مختلف برامجها مع ما يلبي رغبات وحاجات الجمهور وكذا الاستفادة من الآراء والمقترحات التي يقدمها الجمهور المتابع والاهتمام بالبرامج التوعوية والتنقيفية والتوجيهية ساعية إلى القيام بالدور المنوط بها وهو النهوض بمختلف القضايا من كافة النواحي فكريا ثقافيا توعيا فالإذاعة الجهوية تستفيد منها كافة شرائح المجتمع في حياتها اليومية خاصة في الجانب التوعوي إذ يسعى القائمون بهذه البرامج إلى إدخال وسائل اتصالية جديدة كالاتصال التفاعلي بغية تفادي الأمراض والأوبئة مثلا وكيفية الوقاية منها وتوعية جمهورها بخطورتها ومرافقته خلال مختلف مراحل الأزمة ويبقى الدور الكبير للجمهور في التفاعل واخذ الأمور بجديّة ومسؤولية.

وختاما نأمل أن نكون قد وفقنا ولو بشكل قليل في خدمة هذا الموضوع والإلمام بجميع جوانبه ولقول رسول الله صل الله عليه وسلم: ﴿من اجتهد وأصاب فله أجران ومن اجتهد وأخطأ فله أجر﴾

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- إبراهيم الدسوقي عبدة، وستائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدينا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 2- البشر، محمد بن سعود، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، غيناء للنشر، 2003.
- 3- الحضيف محمد عبد الرحمن، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط 2، الرياض، مكتبة العبيكان 2004.
- 4- العتري صالح بن زيد، إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير، 2006-2007.
- 5- بسام عبد الرحمان المشاقية، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 6- بشير العلاق، العلاقات العامة في الأزمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، ط01، القاهرة، 2005.
- 8- حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، (ح.ط)، مدينة السادس من أكتوبر، 2012 .
- 9- حضرة عمر المفلاح، الاتصال بالمهارات والنظريات وأسس عامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015، عمان.
- 10- خضرا عمر المفلاح، الاتصال بالمهارات والنظريات وأسس عامة، دار حامد للنشر والتوزيع، د.ط، د.س.ن.
- 11- رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسية النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر المعاصر، ط1، بيروت، 2000.
- 12- رضوان بلخيري، سارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، ط01، 2013.
- 13- سمير محمد حسن، بحوث الإعلام ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة، 2006.
- 14- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، قسم الإعلام -كلية الآداب، جامعة سوهاج، دار العلوم ، مصر .

## قائمة المراجع

- 15- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، عمان، 1999.
- 16- عصام حسن احمد الدليمي، على عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع ، ط1، عمان، 2014.
- 17- علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1 ، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2115 .
- 18- عليان ربحي مصطفى، غنيم، محمد عثمان، أساليب البحث العلمي- الأسس النظرية والتطبيقية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط02، 2008.
- 19- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي مكتبة الإشعاع، ط1، 2002.
- 20- فهمي محمد سيد، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط01، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، القاهرة.
- 21- محمد شفيق، مناهج البحث، د. ط، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر، 2010.
- 22- محمد صبري فؤاد النمر، أساليب الاتصال الاجتماعي، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، 2010 .
- 23- محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي (دراسة في طرائق البحث وأساليبه)، ، دار المعرفة، مصر.
- 24- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط01، القاهرة، 2003.
- 25- مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط01، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2017.
- 26- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار الحامد لنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2016.
- 27- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 28- مي عبد الله، علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكالية المنهجية، دار النهضة العربية، ط01، 2011.

## 2- المذكرات والرسائل

- 1- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، 2013 .
- 2- دعاء عمر محمد كتانة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، دراسة فقهية، رسالة ماجستير، تخصص الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2015.
- 3- سلطان خلف المطيري، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي، رسالة ماجستير في العلوم الإستراتيجية، قسم الدراسات الإقليمية والدولية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2015.
- 4- مريم صالح البلوي، اتجاهات المرأة السعودية نحو الاتصال التفاعلي عبر المنتديات الإلكترونية على شبكة الانترنت "دراسة وصفية على عينة من النساء السعوديات بمدينة الرياض"، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، المملكة العربية السعودية، 2009.
- 5- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر- باتنة-، الجزائر، 2011-2012.
- 6- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر- باتنة-، 2011-2012.
- 7- ناصر محمد الأنصاري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي، رسالة ماجستير في- الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، 2013.
- 8- نجلاء حمد العطاء ناصر نمر، الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي فيس بوك وواتساب من 2015 م إلى 2018 م، بحث لنيل

درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2018.

### 3- المجالات والمقالات

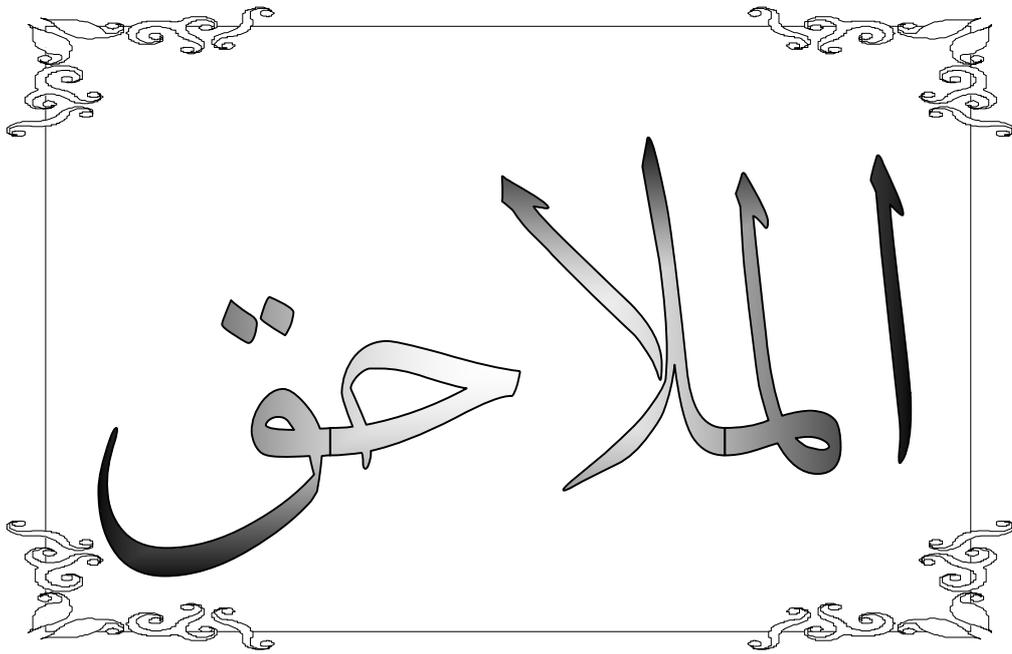
- 1- ابتسام دراحي، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، ع 47، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 03، 2017.
- 2- بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير..مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي عدد 18، 012، ص: 18.
- 3- حامد عبد الماجد قويسى، دور الأزمات الاجتماعية والاقتصادية في موجة التغيير القادمة بالمنطقة العربية، تقارير مركز الجزيرة للدراسات، 2018.
- 4- سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، 2012.
- 5- عبد الأمير مويت الفيصل، الاتصال التفاعلي في البيئة الحديثة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 44-45، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2019.
- 6- عبد الأمير مويت الفيصل، الاتصال التفاعلي في البيئة الحديثة، مقال بمجلة الباحث الإعلامي، العدد 44-45، كلية الإعلام - جامعة بغداد، 2019.
- 7- عبد الستار شاكر سلمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشارك المعلومات في التعليم، مجلة المنصور، العدد 53، 2015.
- 8- عبد الكريم علي، وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، عدد 01 2013.
- 9- محمد محمود أحمد شحاتة، إناس محمود محمد، إلهام رشدي شطا، الأساليب التفاعلية الإلكترونية ودورها في تصميم الإعلان التفاعلي، مجلة العمارة والفنون، العدد 11، الجزء 2.
- 10- مها عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تقارير 21-نوفمبر، 2013.

4- المواقع الالكترونية

- 1- إبراهيم العبيدي، مراحل التطور التاريخي للاتصال، من الرابط:  
[https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84\\_%D8%A7%D9%84](https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84_%D8%A7%D9%84)
- 2- الجميلي خليل خيرى، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997، ص: 14.
- 3- المعاني الجامع، معجم عربي عربي، من الرابط:  
www.almaany.co.
- 4- علاء حيدر المرعبي، الإعلام التفاعلي...بين المفهوم والأهداف، من الرابط:  
<http://alssafat.net/?p=1143>.
- 5- محمد جابر خلف، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، من الرابط:  
<http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512888>
- 6- مفهوم الإذاعة، من الرابط:  
<https://altilfaz.com>.
- 7- طارق السادة ، موقع ورقاتي ، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في بناء العلاقات العامة، 2014، من الرابط: [www.waraqati.com](http://www.waraqati.com) . 2014 .
- 8- هاني عبد المرید، تحديد مفهوم الاتصال، من الرابط:  
<http://kenanaonline.com/users/ne3mah/posts/84526>.
- 9- هايل الجازي، مفهوم الاتصال والتواصل والفرق بينهما، من الرابط:  
<https://mawdoo3.com>.
- 10- <https://www.alukah.net/sharia/0/100493/#ixzz6Exiz3KAR>
- 11- <https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9>.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 1- Richard Harrison and Michael Thomas.(2009): **Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning** , International Journal of Emerging Technologies & Society,vo7(2),p112





الملحق رقم (01): بطاقة فنية للمؤسسة  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشيخ العربي التبسي



كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية  
قسم: علوم الإعلام والاتصال

### استمارة استبيان

## الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال أزمة اجتماعية

دراسة ميدانية لعينة من متابعي إذاعة تبسة الجهوية

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

### تخصص: اتصال تنظيمي

بعد التحية والتقدير،

نجري هذا البحث للتعرف على مدى استخدامات الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال أزمة اجتماعية دراسة ميدانية على عينة من أفراد مجتمع ولاية تبسة (متابعي إذاعة تبسة الجهوية) خلال أزمة فيروس كورونا. يرجى تفضلكم بقراءة الاستبيان والإجابة على فقراته المتعلقة بموضوع الدراسة راجين تعاونكم معنا من أجل مواصلة هذه الدراسة الخاصة بذاكرة التخرج لنيل شهادة الماستر مع وافر الشكر والتقدير.

**ملاحظة:**

- الرجاء وضع علامة (X) في الخانات المتخصصة للإجابة.
- يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة على نفس السؤال إذا تطلب الأمر ذلك.
- الرجاء الإجابة على جميع الأسئلة.
- إجاباتكم ستستعمل لأغراض علمية فقط.

السنة الجامعية 2020/2019

البيانات الشخصية:

1- النوع: ذكر  أنثى

2- العمر:

- من 18 - 24 سنة

- من 25 - 36 سنة

- من 37 - 43 سنة

- 44 فما فوق

3- الحالة العائلية

أعزب  متزوج

المستوى التعليمي

ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي

المحور الأول: استخدامات الاتصال التفاعلي في الشبكات الاجتماعية

1- ما هي الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً لديك؟

- فيسبوك ماسنجر
- فايبر
- تويتر
- اليوتوب
- الوات ساب
- أكثر من شبكة

2- ما هي أهم أسباب استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

- قضاء أوقات الفراغ
- مشاركة الرأي والتعبير عن مختلف المشاكل
- التعارف وتكوين صداقات
- الفضول ومتابعة مختلف الأحداث الجارية

3- ما هي أبرز استخداماتك المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي؟

- في زيادة المعرفة
- في تبادل الخبرات والمهارات
- تطوير القدرات التقنية والتكنولوجية
- الاشتراك في المجموعات العلمية
- تتبع المحاضرات العلمية

4- كيف تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ثقافياً؟

- من أجل تعزيز الحوار الاجتماعي والتعرف على الثقافات الأخرى
- لتحسين مستوى استخدام اللغات الأجنبية
- الانفتاح الثقافي ومعرفة ثقافة الآخر

5- كيف تستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي؟

- من أجل تبادل الخبرات في مجالات الحياة المتعددة
- الاطلاع والتفاعل مع مختلف الأحداث المحلية والدولية
- توفير الوقت والجهد في ما يخص بعض العلاقات الاجتماعية
- تنمية الوعي بما يدور من أحداث وفي شتى المجالات

6- كيف تؤثر عليك مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيا؟

- الهروب من الواقع ومختلف المشاكل الشخصية والاجتماعية
- التفاعل الاجتماعي مع الأقارب والأصدقاء
- ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في عزلتي عن البيئة الاجتماعية ككل
- قلة الرقابة أدت إلى تحرير العلاقة مع الجنس الآخر
- زيادة الوعي الديني
- أثرت على أدائي للعبادات كالصلاة في وقتها
- كثرة انتشار المذاهب والأفكار المشوهة التي تتميز بالطائفية
- أثرت وسائل التواصل على عقيدتي الدينية

7- كيف تستخدم وسائل التواصل في ظل الأزمات الاجتماعية؟

- من أجل زيادة الوعي
- إبداء رأيي في مختلف الظواهر والأزمات الاجتماعية الحاصلة في بلادنا
- خلال استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي عززت رصيدي ما يخص التفاعلات والظواهر الاجتماعية
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا بديلا في ظل تعنت وغياب التواصل مع الهيئات الرسمية
- متابعة الأحداث العاجلة و الأزمات الحالية

المحور الثاني: الدور التفاعلي لإذاعة تبسة الجهوية في ظل أزمة كورونا

1- هل تستمع لإذاعة تبسة؟

دائماً  أحيانا  نادرا

2- ما هي الأجهزة أو التقنيات التي تلتقط بها البث

عبر الراديو  ف النقل  لانتترنت

3- أين تستمع لإذاعة تبسة؟

البيت  العمل  السيارة

4- ما هي الفترة التي تفضلها للاستماع لإذاعة تبسة

- الفترة الصباحية

- عند الظهيرة

- الفترة المسائية

- في الليل

5- ما هي المدة التي تقضيها في الاستماع؟

- أقل من ساعة

- ساعة

- أكثر من ساعة

6- كيف تفضل الخدمة التفاعلية التي تستخدمها إذاعة تبسة؟

عبر البث  عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي

7- إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي كيف تتفاعل أنت معها؟

- عبر الإجابات

- عبر التعليق

- عبر مشاركة الأحداث

8- هل تتناول إذاعة تبسة قضايا وأزمات مجتمعك؟

نعم  لا

9- ما هي أهم البرامج التي تستمع إليها في إذاعة تبسة؟

إخبارية

- اجتماعية وثقافية  
 صحية  
 اقتصادية  
 رياضية

10- ما تقييمك للبرامج الإذاعية التي تقدمها إذاعة تبسة الخاصة بالصحة؟

- مفيدة  ما  غير مفيدة

11- هل توابك إذاعة تبسة مختلف الأزمات الصحية المستجدة؟

- نعم  بئانا  لا

12- هل تفاعلت إذاعة تبسة مع أزمة فيروس كورونا بشكل فعال؟

- نعم  ما  لا

13- مع ظهور فيروس كورونا أصبحت مهتما بالبرامج الصحية لإذاعة تبسة؟

- نعم  ما  لا

14- إذا كانت إجابتك بنعم كيف يتم تفاعلك مع هذه البرامج؟

- عبر الهاتف  
 الحوار المباشر  
 وسائل التواصل الاجتماعي  
 عبر الصفحة الرسمية

15- هل تؤدي هذه البرامج دورها التوعوي اللازم؟

- نعم  نوعا ما  لا

16- كيف أثرت عليك البرامج الصحية الخاصة بفيروس كورونا؟

- زيادة شدة الخوف  
 نوع من القلق  
 بعث الطمأنينة في النفس  
 لا يوجد أي تأثير

الملاحق

17- هل قامت إذاعة تبسة بتكييف محتوى شبكاتنا البرمجية حول فيروس كورونا المستجد؟

نعم  لا

18- هل تترك لكم الإذاعة حرية إبداء الآراء؟

نعم  لا

19- كمواطن هل ترى أن هناك تجاوب مع ما يتم بثه عبر هذه الوسيلة الإعلامية؟

نعم  لا

20- هل ارتكزت جل محتويات الإذاعة على التوجيه فقط؟

نعم  لا

21- هل تقوم إذاعة تبسة بدورها التحفيزي والتوعوي عبر صفحتها الرسمية على

فسيبوك؟

نعم  لا

## المخلص

تناولت هذه الدراسة الاتصال التفاعلي ودوره في مرافقة المواطن خلال الازمة الاجتماعية دراسة ميدانية بإذاعة تبسة الجهوية وذلك من اجل معرفة التغيرات التي احدثتها التكنولوجيا علا الاتصال حتا اصبح تفاعليا باعتباره احد اهم انواع الاتصال فوجب الوقوف على اهميته في حياتنا اليومية حيث كان الهدف من هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه اذاعة تبسة من خلال توظيف هذا النوع الاتصالي في مرافقة المواطن وتوعيته خلال مختلف الأزمات التي تحدث وكذا معرفة الدور الذي يلعبه في الربط بين الإذاعة ومتابعيها ولتحقيق هذه الدراسة طرحنا تساؤل رئيسي متفرع الى مجموعة اسئلة فرعية حاولنا من خلالها تصميم استمارة استبيان والتي وجهناها إلي عينة من متابعي اذاعة تبسة الجهوية كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الملاحظة والمقابلة والاستبيان لجمع البيانات ومن خلال كل هذا تبين الدور الذي يلعبه الاتصال التفاعلي في مرافقة المواطن من خلال مختلف البرامج الإذاعية في التوعية والإرشاد .

وفي الأخير يمكننا القول ان اهمية الاتصال التفاعلي كبيرة داخل الاذاعة لما له دور في المساعدة علا نقل المعلومات والأفكار بكل مرونة ويحقق بذلك تفاعل بين الإذاعة وجمهورها والذي بدوره دعمته التطورات التكنولوجية كالانترنت والتي فتحت مجالا واسعا لممارسة هذا النوع من الاتصال.

## Summary

This study dealt with interactive communication and its role in escorting the citizen during the social crisis. A field study on Radio Tebessa regionalization in order to know the changes brought about by technology over communication, so that it became interactive as one of the most important types of communication. It was necessary to know its importance in our daily life, where the aim of this study was to identify The role that Radio Tebessa plays by employing this type of communication in accompanying and sensitizing the citizen during the various crises that occur, as well as knowing the role he plays in linking between the radio and its followers. To achieve this study, we posed a main branch question to a group of sub-questions through which we tried to design a questionnaire which we addressed to A sample of the followers of Tebessa Radio Regional Authority. The study also used the descriptive analytical method and the two tools of observation, article and questionnaire to collect data. Through all this, the role that interactive communication plays in accompanying the citizen through the various radio programs in awareness and guidance.

Finally, we can say that the importance of interactive communication is great within the radio because it has a role in helping to communicate information and ideas with flexibility and thus achieving interaction between the radio and its audience, which in turn was supported by technological developments such as the Internet, which opened a wide field for practicing this type of communication.