

تفاعل القراء مع الأخبار في الإعلام الجديد:
بين سلطتي القراء والصحافة

د. أيمن يوسف عليان

أستاذ اللغة العربية المساعد بكلية المجتمع في قطر

د. مُحَمَّد الأمين موسى

أستاذ الصحافة الإلكترونية المشارك بجامعة قطر

ملخص

هدفت الدراسة التّعرف إلى أنماط التفاعلية التي يديها مستقبلو المادة الإخبارية عبر مواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية، ولتحقيق ذلك الهدف بنت الدراسة أداة لقياس هذه الأنماط والمتضمنة 15 مجالاً للتفاعلية، واختيرت عينة الدراسة من قناتي الجزيرة والعربية، وصحيفة القدس العربي، والمنهج المتبع لتحديد مظاهر التفاعلية هو المنهج الكمي المستند إلى أداة تحليل المحتوى، وذلك بتتبع تعليقات المتابعين لهذه المواقع على الموضوعات الآتية: حصار قطر، والإرهاب، وإعلان ترامب القدس عاصمة لدولة الاحتلال في فلسطين، وشخصية الرئيس الأمريكي ترامب.

وتم تطبيق الدراسة في الشهر الأول من عام 2018م، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في مظاهر التفاعلية الأكثر شيوعاً لدى القراء من خلال المؤسسات الإعلامية بناء على استخدام مقياس تحقيق التفاعلية المعدّ لأغراض هذه الدراسة، وعدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى للمؤسسات الإعلامية بعد تطبيق أداة تحقيق التفاعلية.

توصي الدراسة بتشجيع المؤسسات الإعلامية على إثراء مواقع التفاعلية والحرص على استمراريتها، والتركيز على المؤسسات الإعلامية تزويد مواقع التفاعلية بالوسائط المتعددة. وبناء أدوات لقياس التفاعلية عبر المواقع الإعلامية للتعرف على توجهات المتفاعلين. وإعداد ميثاق شرف يلتزم به المتفاعلون عند التعليق على المواد الإخبارية.

الكلمات المفتاحية: التفاعلية، الصحافة الإلكترونية، الإعلام الجديد

Abstract

The study aimed to identify the main patterns of interactivity shown by users of websites belong to online journalism and TV channels. To achieve that objective, the study built a tool to measure these patterns, including 15 areas of interaction. The sample of the study was selected from Aljazeera.net, alarabiya.net and Alquds.co.uk.

The methodology used to determine the characteristics of interactivity is the quantitative approach based on the content analysis tool, by following the comments of users on the following topics: the blockade of Qatar, terrorism, the declaration of Trump Jerusalem as the capital of the occupation state in Palestine and the personality of US President Trump.

The study was conducted in January 2018. It found that there are no statistically significant differences in the most common aspects of interactivity among users of the three websites based on the use of interactive investigation scale prepared for the purposes of this study.

The study recommends encouraging media organizations to enrich and maintain interactivity through their websites, enable users of multimedia tools that make them interact effectively, build

tools to measure interactivity and. develop a code of ethics to be followed by users.

المقدمة

تُعَدُّ التفاعلية أحد مكونات التواصل الإنساني التي تضيف عليه قيمة اجتماعية، بأن يتواصل الإنسان مع غيره من الأفراد والجماعات والجمهور، فيتبادلوا الأدوار والمعلومات بقصد الإفهام ونقل المعرفة، وهي التي تضيف الحيوية على العمليات التواصلية وتجعلها مثمرة، ولم يعد مقبولاً في عصرنا الحالي وفي كل العصور أن يلقي المتواصل برسائله التواصلية للآخرين غير أنه يتفاعلهم معه وغير متلق لتغذيتهم الراجعة سواء كانت إيجابية أو سلبية، لأن ذلك يجعل العملية التواصلية تبدو غير فعّالة، وهدراً للطاقة والوقت.

انطلاقاً من أهمية التفاعلية في التواصل الإنساني بصفة عامة، والتواصل الإعلامي عبر شبكة الويب بصفة خاصة، يأتي هذا البحث للنظر في مدى إتاحة بعض وسائل الإعلام العربية عبر الويب الأدوات التي تساعد المتواصلين معها على التفاعل مع المحتوى، الأمر الذي يعزز حضورهم ومشاركتهم في إنتاج المحتوى الذي يلامس حاجياتهم المعرفية والتعبيرية في قضاياهم الراهنة.

إن الإمكانيات الهائلة التي وفرتها شبكة الويب للمتواصلين في مجال التفاعل خلال العقدين الماضيين، تتوجت بثورة تواصلية تفاعلية دشنها شبكات التواصل الاجتماعي، انطلاقاً من ظهور شبكة فيسبوك عام 2004، والتي تجاوزت إمكانيات التواصل الاجتماعي إلى إمكانيات التواصل الإعلامي، والذي غير مفاهيم الجمهور ووسائل الإعلام والإعلاميين والناشرين، وحرية

التعبير والسبق الصحافي والتغذية الراجعة وغيرها من المفاهيم، والتي سادت لقرون مضت قبل ظهور شبكة الإنترنت.

هكذا، يجدر بنا التساؤل حول وعي الإعلام العربي بأهمية التفاعل، وتحويل هذا الوعي إلى ممارسة من خلال تمكين المتواصلين من التفاعل مع المحتوى، بدلا من الاستمرار في التلقي السلبي الذي يصعب معه قياس تأثير الإعلام في الجمهور.

إشكالية البحث

يطرح هذا البحث إشكالية مواكبة بعض وسائل الإعلام العربية لثورة تكنولوجيا المعلومات، التي أفرزت شبكة الويب بكل خصائصها التواصلية القادرة على تثوير العمل الإعلام من حيث علاقته بالزمان والمكان ، والوسائط المستخدمة في توصيل المحتوى وجعله أكثر فعالية، وفي المقابل، عدم الاهتمام بالتفاعلية التي تُعدّ من أهم إنجازات هذه الثورة، وكان لها تبعات على مستوى حرية التعبير والمسؤولية القانونية والأخلاقية.

فكافة المبررات التي يمكن تقديمها من أجل تقليص هامش التفاعلية لا تصمد أمام أهمية التناغم مع البيئة التواصلية الجديدة القائمة على ديمقراطية التواصل الإنساني وتوافر البدائل والمصادر، والأهم من ذلك توافر إمكانيات إنتاج المحتوى الإعلامي غير الاحترافي، ولكنه يفي بحاجيات الناس المعرفية.

فهل فطنت بعض وسائل الإعلام العربية لأهمية التفاعلية عبر مواقعها الإلكترونية، ووفرت ما يتيح للمتلقى-المستخدم ما يكفي من الأدوات للتفاعل

مع ما تنشر سواء من خلال الوسائط المنفردة (نص - صورة - صوت) أو الوسائط المتعددة؟

المصطلحات:

التفاعلية: تفيد مادة "تفاعل" في اللغة أن كلا منهما أثر في الآخر، والفاعلية وصف في كل ما هو فاعل "المعجم الوسيط".

مصطلح التفاعلية أكثر شمولاً من التغذية الراجعة، لأن هذه الأخيرة هي إحدى تجليات التفاعلية. فقد يتم التفاعل بين المتواصلين خارج حدود العملية التواصلية الضيقة التي ابتدورها الملقى. فهناك العديد من الرسائل التواصلية التي صدرت منذ بدأ الخليقة، ولازال المتلقون يتفاعلون معها. وتزداد رقعة التفاعلية وتعدد أشكالها ونتائجها ومنتجاتها بتعدد الوسائط المتاحة للتفاعل. وينظر إلى التفاعلية، على مستوى الإعلام الجديد، باعتبارها من المبادئ المؤسسة لمفهوم الإعلام الجديد والعنصر الأبرز في تعريفه. (موسى، 2012، 16)

وتفيد كلمة Interactive الممارسة في مقابل النظرية، بمعنى ممارسة بين اثنين، أي تبادل وتفاعل بين شخصين عن طريق الاتصال بينهما، فهي عملية اتصال قديم، ويرتكز مفهوم التفاعلية في الاستعمال الحديث إلى ضرورة وجود الوسائط المتعددة (رضا، 2017، 11).

وعرّف شاهين (2014) التفاعلية بأنها " قدرة وسيلة الاتصال على نقل استجابات المرسل إلى المستقبل، وتحقيق سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية من خلال أدوات تكنولوجية مثل البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، والمنتديات الإلكترونية، والمجموعات الإخبارية" (شاهين، 2014، 40).

وعرّف ماجد وحبیب (2014) التفاعلية بأنها " عملية اتصال مزدوج تمتاز بالاستمرارية، وتستخدم تكنولوجيا الاتصال، متميزة بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل سواء بشكل متزامن أم غير متزامن، وتتيح للمشاركين قدرة على التواصل، والتحكم في المحتوى المقدم لهم، ومناقشة ذلك مع منتجي هذا المحتوى، وتختلف مستويات قوتها حسب الاستجابة وردة الفعل وقد تكون تفاعلا حسب الاستجابة وردة الفعل، وقد تكون تفاعلا إنسانيا أو تفاعل الإنسان مع الآلة (ماجد وحبیب، 2014، 53).

وقد عرّف الباحثان التفاعلية بأنها عملية تشاركية بين المرسل للمادة الإعلامية والمستقبل لها، إذ يتيح المرسل للمستقبل بأن يبدي رأيه بالمادة المبتوثة بغية إثرائها أو رفضها، مع إتاحة الفرصة له باستخدام الوسائط المتعددة، وضرورة التزام التفاعلية بالأبعاد اللغوية والأخلاقية؛ رغبةً في إثراء هذه المادة أو رفضها أو نقدها، ومدى تمتعها بالعقلانية، ومدى إفصاح المستقبل عن آيدلوجيته ورؤاه السياسية.

الصحافة الإلكترونية: يشير مفهوم الصحافة الإلكترونية - في سياق هذا البحث - إلى وسائل الإعلام العربية التي تتخذ من شبكة الويب فضاء للنشر الرقمي، على الرغم من تواجدها في فضاءات النشر التناظري، سواء عبر الورق المطبوع أو البث عبر الأقمار الاصطناعية. وهي تشكل جزءا من منظمة الإعلام الجديد الذي يقوم على شبكتي الإنترنت والويب.

الإعلام الجديد: يقصد بالإعلام الجديد كافة أشكال التواصل الإعلامي التي تتخذ من شبكتي الإنترنت (في حالة بعض شبكات التواصل الاجتماعي كالواتساب) والويب فضاء رحبا لإعداد الرسائل التواصلية الإعلامية، وإنتاجها

ونشرها وتمكين المتواصلين-المستخدمين من التفاعل معها، وسواء أكان ذلك عبر مواقع إعلامية محترفة ومختصة، أو مواقع ويب مؤسسية أو عامة أو مواقع شبكات تواصل اجتماعي، وذلك باستخدام كافة الوسائط التواصلية الرقمية (النص والصورة والصوت والفيديو واللون والجدول والرسم البيانية أو مزيج من بعضها).

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

هدفت دراسة رضا (2017) التعرف إلى تفاعلية الصحافة الإلكترونية المتخصصة لدى طلبة جامعة الدكتور مولاي طاهر، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف إلى مزايا الصحافة الإلكترونية، وتطرقت الدراسة إلى الصحافة الإلكترونية مفهومها ومحدداتها، والخلفية التاريخية لتطور الصحف الإلكترونية في العالم ككل، والجزائر خاصة، وبينت الدراسة أيضاً عن ماهية التفاعلية وخدماتها وأشكالها ومظاهرها ، وتكونت عينة الدراسة من 30 طالبا مع عدم مراعاة المساواة في العدد بين الذكور والإناث، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وذلك بهدف جمع المعلومات والبيانات اللازمة وتحليلها، واستخلاص النتائج العامة ومن أهمها أن 67% من العينة وجدت أن وجود إمكانية التفاعل مع الخبر له تأثير إيجابي في تصفح الجريدة عينة الدراسة وهي جريدة الهذاف الحكومية، وأن 33% من العينة لا تجد تأثيراً لخدمات التفاعلية في تصفح هذه الجريدة.

وهدفت دراسة سهيلي لامية (2015) إلى وصف إمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية، ومدى حرص مسؤولي هذه المواقع على توظيف

أدوات التفاعلية للمستخدم، واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون لعينة عشوائية من المواقع الإخبارية الجزائرية (الشروق أون لاين، النهار أون لاين) ، قيست بموجها التفاعلية عن طريق مقياس " كاري هيتز " للتفاعلية، والذي يتضمن ستة أبعاد قياسية، عن طريق مدى إتاحة المواقع لتعدد الخيارات أمام المستخدم، والاتصال الشخصي، وإمكانية حصول المتلقي على المعلومات، ومدى استجابة المواقع للمستخدم، وإمكانية إضافة معلومات ومدى السرعة في الاستجابة لها. وأجرت الدراسة بعض التعديلات والإضافات على مستوى هذه الأبعاد. وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية استخدمت بشكل كبير تحديث المواقع لأخبارها، وخاصة تعدد الخيارات أمام المستخدم، من خلال توفيرها لنظام الوسائط المتعددة، بكافة أشكاله (نص، صورة، فيديو) في نشر الأخبار على مواقعها، وأشارت النتائج أيضا إلى ارتفاع خاصية إبداء الرأي من قبل زوّار الموقع نتيجة تفاعلهم مع الأخبار المبتوثة. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتوظيف أدوات التفاعلية وتقديم خدماتها وتطويرها، ومتابعة آراء الجمهور حول كل ما هو جديد من تقنيات، وإجراء الدراسات بشكل دوري لمعرفة ما الذي يجذب الجمهور لتطويره والاهتمام به

هدفت دراسة عيسى وحبیب (2014) التعرف إلى تحقق التفاعلية في مواقع الصحف الفلسطينية على شبكة الإنترنت، ومدى استفادة هذه المواقع من الخيارات الحديثة والوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت؛ من أجل زيادة التفاعلية، واتبعت المنهج الوصفي المسحي عن طريق تحليل المضمون على عينة عشوائية منتظمة لمواقع الصحف اليومية الفلسطينية الأربع: القدس، الأيام، الحياة الجديدة، فلسطين، ولمدة ثلاثة شهور، وذلك في النصف الثاني

من عام 2013. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كعدم وجود حرص لدى هذه الصحف على استغلال كامل الإمكانيات المتاحة على شبكة الإنترنت، وعدم وجود سياسة واضحة نحو التفاعلية، وأظهرت الدراسة أيضا حرص هذه المواقع على الارتباط بمواقع التواصل الاجتماعي، ولم تتح هذه المواقع الفرصة للمستخدم المشاركة في المحتوى المنشور، وأظهرت الدراسة استخدام هذه المواقع لبعض أدوات التفاعلية بصورة غير مدروسة.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

سعت دراسة العتيبي (Alotaibi, 2014) إلى التحقق من التفاعل بين القراء والصحافة الإلكترونية السعودية ، والتي تصدر بطبعتين ورقية وأخرى إلكترونية وهما صحيفة الرياض وصحيفة عكاظ ، وأخرى تصدر إلكترونيا صرفا وهما جريدتا سبق والوثام، واستخدم الباحث تحليل المحتوى عن طريق استبانة أعدت لأغراض هذه الدراسة من خلال تحديد بندين للتفاعل وهما مصدر المعلومات ونوع محتوى المجالات تحت مادة الأخبار والتعليقات ، وذلك للتعرف إلى التفاعل في الصحافة اليومية في المملكة العربية السعودية عن طريق التحقق من محتوى المجالات وردود القراء، وأظهرت نتائج الدراسة بأن المجالات الإلكترونية الصرفة هي الأوفر حظًا في تفاعل القراء مع الأخبار من المجالات ثنائية الصدور.

وعمد (Rafeeq, 2014) إلى تحليل المحتوى لثلاثة مواقع إلكترونية إخبارية رئيسة في جمهورية المالديف، وذلك عن طريق تطوير مؤشر تفاعلي وتفحص الميزات التفاعلية للمواقع الإخبارية، وأجرى كيفية تقديم الأخبار، وإلى أي مدى تختلف الصحافة الإلكترونية المختلفة في استخدامها لوسائط التفاعلية،

وخرجت الدراسة بأن هذه المواقع لم تعزز الخصائص التفاعلية في هذه الصحف.

وهدف دراسة (Chung, 2008) إلى تحديد الأنماط والتنبؤ المستخدم لدى القراء المتفاعلين عن طريق تحديد فئات التفاعل، والتي يروج لها عن طريق أنواع مختلفة من الميزات التفاعلية، وأنماط قراءة الصحف عبر الإنترنت، ومدى استخدام ميزات التفاعلية، والعوامل - إن وجدت - التي تتنبأ باستخدام أنواع مختلفة من ميزات التفاعلية استناداً إلى استطلاع عبر الإنترنت شمل 542 مستجيباً موزعين إلى أربع فئات، وحددت الدراسة ميزات التفاعلية. وأظهرت النتائج أن الميزات التفاعلية بصورة عامة تستخدم بطريقة غير منظمة، وخاصة الميزات التي تسمح للجماهير بالتعبير عن وجهات نظرهم، وأظهر تحليل معامل الانحدار أن خصائص المستخدم والخلفيات المختلفة للقراء تتنبأ باستخدام أنواع محددة من ميزات التفاعلية. توضح هذه الدراسة أن المؤسسات الإخبارية علمياً لا تقلق عند تطبيق الميزات التفاعلية مجتمعة، لإشراك القراء في استخدام هذه الميزات، وعلى هذه المؤسسات بناء المصداقية، والتعرف إلى قراء الأخبار على الإنترنت، ومعرفة مدى تفاعلهم مع هذه الميزات بناء على ذلك.

وأجرى (Rahman, 2008) دراسة هدفت إلى دراسة خيارات التفاعل في الصحف الإلكترونية في بنغلاديش، وذلك بتحديد أبعاد التفاعلية، والتي طبقت على 28 صحيفة، وأظهرت النتائج أن الصحف تقدم خيارات تفاعلية رمزية، وأن المحتويات المتوافرة والإجابات عن المحتوى هي أكثر الخيارات

انتشارا في هذه المواقع، وأن خيار الدردشة والمناقشات هي الخيارات الحقيقية للتواصل بين الأشخاص.

وأثبتت دراسة (Acosta, 2004) أن الصحف الإلكترونية لا تستفيد من التكنولوجيا وإمكانيات الإنترنت، ولا سيما الوسائط المتعددة من أجل تحقيق التفاعلية لدى القراء.

وحلل (Massey,1999) محتوى الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية على الإنترنت في آسيا، باستخدام تصور ثلاثي الأبعاد للتفاعلية، وقدمت هذه الدراسة كلا من الإطار النظري الموسع لدراسة الصحف على شبكة الإنترنت، واختبار هذا الإطار في السياق متعدد الثقافات للصحافة الآسيوية، وعلى الرغم من أن الصحف مجتمعة والتي فحصت على الإنترنت وفرت للمستخدمين اختيارًا معقدًا نسبيًا للمحتوى الإخباري، إلا أن معظم المتفاعلين لم يقيموا الأبعاد التفاعلية بدرجة كبيرة.

وتفترق هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأن جمعت بين نوعين من الوسائل الإعلامية وهي القنوات الفضائية، والصحف الورقية ذات الموقع الإلكتروني، والتي تتيح للمتلقي التفاعل مع موادها الإعلامية. وبناء أداة لقياس أنماط التفاعلية لدى المستقبلين تتكون من 15 بعدا.

منهج الدراسة وإجراءاتها

اعتمد الباحثان المنهج التحليلي الكمي القائم على التعيين وتحليل المحتوى، متبعين الإجراءات الآتية:

أولاً: مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من القنوات الفضائية العربية التي لها مواقع عبر شبكة الويب، وكذلك الصحف العربية الورقية، والتي لها مواقع عبر الويب أيضاً، وذلك خلال الفترة الزمنية 2018-1-1 وحتى 2018-1-31.

واختار الباحثان عينة الدراسة من قناتين فضائيتين إخباريتين لهما موقعان عبر الويب وهما العربية (العربية نت) والجزيرة (الجزيرة نت)، ثم اختيار صحيفة القدس العربي (القدس دوت كوم).

ثانياً: إجراءات الدراسة

- اجتمع الباحثان لتحديد المقصود بالفاعلية من خلال تعليق القراء على الأخبار.

- تحديد عينة الدراسة وهي قنوات فضائية وصحف ورقية لها مواقع على شبكة الإنترنت ومتاح بهما التعليق للقراء.

- اعتماد قناتي العربية والجزيرة وصحيفة القدس العربي واليوم السابع، ولكن بعد البحث لم يجد الباحثان اهتماماً من قبل صحيفة اليوم السابع بموضوعات هذه الدراسة.

- تحديد الموضوعات التي سيتم التعامل معها في هذه الدراسة.

- تحديد الفترة الزمنية اللازمة لتطبيق الدراسة.

- تحديد القضايا التي ستدرج في أداة مقياس التفاعلية المعد لأغراض هذه الدراسة.

- بناء الأداة للتعرف إلى القضايا التي تظهر تفاعلية القراء على الأخبار والمتضمنة لجانبى الشكل والمضمون.

- إرسال الأداة للمحكمين، وتلقي ملاحظاتهم والأخذ بمعظمها.

- اعتماد الأداة وتطبيق الدراسة، والحصول على النتائج وتحليلها إحصائياً.

صدق الأداة وثباتها

وللتعرف على صدق الأداة وهو مقياس التفاعلية لدى القراء أثناء قراءة الأخبار وبعدها، عرض على مجموعة من المحكمين من المختصين في الإعلام واللغة العربية والقياس والتقويم وبناء المقاييس في التربية، واعتمدت بعد الأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم حتى أصبح المقياس في شكله النهائي المعتمد لغايات هذه الدراسة.

وللتأكد من ثبات الأداة طبق المقياس لمدة عشرة أيام كاملة، خلال النصف الخير من شهر ديسمبر من عام 2017م، وحلل أحد الباحثين النتائج وفق المقياس المعد لأغراض هذه الدراسة، ثم حلل متعاون آخر النتائج وحده، بعد تدريبه على ذلك، ثم أجريت مقارنة بين التحليلين، فوجد الباحثان أن درجة التوافق بين التحليلين بحدود 90%، وهذه القيمة عالية، وتعطي دلالة على ثبات المقياس، وصلاحيته لأغراض هذه الدراسة.

الإطار النظري

تعد عملية الاتصال نشاطاً اجتماعياً إنسانياً، يتبادل بها الأفراد الأفكار والمعارف والخبرات والقيم والاتجاهات، وتتمثل عناصرها بالمرسل لهذه

العملية، والرسالة التي تسعى هذه العملية لإيصالها إلى المتلقي، وتحتاج هذه الرسالة إلى وسيلة توصلها للمتلقي، ولا تحدث هذه العملية إلا ضمن بيئة اتصالية، تهيئ المجال لهذا النشاط كي يحقق أهدافه، ودون نسيان التغذية الراجعة المساندة للمرسل حتى يتعرف على رد فعل المتلقي. وهذا يحتاج إلى أن تتأزر العناصر السابقة، من أجل تحقيق التأثير بين كل العناصر السابقة (موسى، 2012، 12).

وسيدة العملية التواصلية هي الوسيلة نظرا لدورها في أداء الرسالة، فأصبحت تتحكم في الخطاب المنتج من هذه العملية، وأكثرها رجحانا بين عناصر الاتصال متصلة. وساعدت التكنولوجيات التواصلية - وفي مقدمتها شبكة الإنترنت - بما أوجدته من وسائط متعددة، وما أفرزته من تفاعل القراء، وسرعة الانتشار في الوصول إلى المتلقي أيًا كان موقعه، وفي أي وقت. ومما جعل هذه الوسيلة تتحكم بالخطاب المنتج، وانعكس ذلك على الملقى الذي أصبح منصاعا لاشتراطات هذه الوسيلة عند بنائه للخبر، أي أن الوسيلة أصبحت متحكمة بالمضمون وبطريقة إخراجه وعرضه (عبود والعاني، 2015، 219).

وما ينتج من هذه العملية أثناء سعيها لإطلاع المتلقي على أمر ما كإذاعة خبر أو نشر وقائع، فهو مرتبط أيضا بهدف المرسل، ومحتوى هذه الرسالة، وطبيعة المتلقي. ولا ينحصر عمل وسائل الاتصال في الإعلام فحسب، بل قد تؤدي أدوارا كالتعليم والتثقيف وتوفير المعرفة والقضاء على الخوف، وإثراء الروابط الاجتماعية وتحقيق التكافل بين أفراد المجتمع، وخلق روح الإلهام والابتكار وإيجاد أدوات للتفاهم والتقارب بين المجتمعات (فدا، ب. ت، 9).

فوسائل التواصل الاجتماعي قد حققت الكثير من رغبات المتفاعلين وذلك من الناحية الفردية، عن طريق تبادل الأخبار والأفكار وتأثير القيم المتبادلة بين بعضهم البعض، مما عمق خصوصيتهم جزاء الانفتاح على الإعلام الرقمي، ويعزى الأمر من ناحية اجتماعية نتيجة إيجاد بيئة اتصالية تتمتع بسقف مرتفع من الحرية والانفتاح، كل ذلك كان مدعاة لوجود نقاط تقاطع للتشارك في الخصوصيتين الفردية والاجتماعية (عبود والعاني، 2014، 244-246).

ومع تطور الوسيلة بطريقة فائقة فقد ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد وهو المغاير في طبيعته للإعلام التقليدي، فمما يميز الإعلام الجديد عدم تحكم أي سلطة به، بل أصبح متاحا للجميع التعاطي معه، واستغلال أدواته، وما يميزه بساطة متطلباته وسهولتها، فكل هذه المتطلبات تنحصر بوجود جهاز حاسوب وربطه بشبكة الإنترنت، أو هاتف ذكي أو جهاز لوحي، والاشتراك عبر إحدى مواقع الاتصال الاجتماعي كالفيسبوك أو اليوتيوب وغيرها...

وللإعلام الجديد خصائص عديدة منها التفاعلية وتتمثل بتبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي، وما ينشأ عنها من حوار بين المتفاعلين، ويرتبط هذا التفاعل بزمن متاح لكليهما، وحفظ هذه الرسائل من قبل المتلقي واسترجاعها متى شاء، وإمكانية الوسائط المتعددة من صوت وصورة، سواء كانت هذه الصورة ثابتة أم متحركة، واستخدام الرسوم التوضيحية. وبذلك أصبحت خاصية التفاعلية توفر وثائق صوتية وصورية من موقع الحدث مباشرة، أي مصدرا للمعلومات التي يتم تداولها على أوسع نطاق (شاهين، 2014م، 145).

تعدّ التفاعلية من أهم سمات الويب التي تضفي عليها قدرا كبيرا من الفعالية، لذا لا بد من توظيفها باعتبارها عنصرا أساسيا تقوم عليه العملية التواصلية.

ذلك أن الويب تتيح للمتلقين القيام بتغذية راجعة فورية؛ ويمكنهم أن يلقوا برسائل أهم وأقوى من الرسالة التي ألقاها الملقى. (موسى، 2012، 257).

وينبغي على القائمين على أمر التواصل الإعلامي الجديد أن يزودوا مواقعهم بكافة الخدمات والوسائل التي تشجع على التفاعلية، من خلال المراسلة عبر البريد الإلكتروني، وتسجيل الملاحظات الفورية التي يمكن للمتصفحين الاطلاع عليها ومن ثم تشجعهم على المشاركة أو التعليق على ملاحظات بعضهم البعض. (موسى، 2012، 257)

هكذا تبدو الصحيفة الإلكترونية أو أي موقع إعلامي آخر عبر الويب، أقرب إلى الإعلام التقليدي الذي تنحسر فيه فرص التفاعلية، إذا لم تتم الاستفادة من خصائص الويب، وفي مقدمتها خاصية التفاعلية. ذلك أن استمرار العقلية الإعلامية القديمة التي تقسم الأدوار بين الإعلاميين (الملقين) والجمهور (المتلقين)، والتي تنظر إلى الجمهور نظرة سلبية مفادها أنه غير قادر على إنتاج الرسائل التواصلية الإعلامية وليست هذه وظيفته، فاستمرار هذه العقلية يحرم هذه المواقع الإعلامية من الاندماج في مجتمع الإعلام الجديد الذي غير نموذج العملية التواصلية الإعلامية، فأصبح الكل ناشراً وملتقياً والكل جمهوراً وملتقياً.

إن لجوء وسائل الإعلام الجديد إلى حرمان جمهورها من أدوات التفاعل المباشر مع الرسائل التواصلية التي يتم نشرها، يندرج ضمن أساليب الرقابة على المحتوى التي تقوم بها جهات يفترض فيها أن تكون أول المدافعين عن حرية التعبير. فمهما تعللت هذه الوسائل بالمسؤولية القانونية والأخلاقية الملقاة على عاتقها من جراء كل ما ينشر، فذلك لا يبرر استمرارها في طريقة النشر التقليدي واستبدال الورق بالشاشات.

ونقلت خاصية التفاعلية الجمهور من السلبية إلى الإيجابية الفاعلة، ومنحته فسحة من الحرية ليعبر عن رأيه في الخبر والعمل على إنتاجه من وجهة نظره، وتصديره مباشرة إلى غيره من المتفاعلين أو القراء على حدّ سواء. وبذلك عملت خاصية التفاعلية على دعم وسائل الإعلام الجديد، عن طريق مدّها بتغذية راجعة عما تنشره من أخبار وتلقمها تفاعلات القراء مما صبغ عملها بالحركة والنشاط، وتآزر الوسائط المتعددة في أداء مهمتها في تفعيل هذا النشاط، وكأن وسائل الاتصال ظهرت مثل الأداة المستطرقة التي تفتتح فيها أوعية المعلومات على بعضها البعض، مما يثري الموقف الصحفي.

وعلى رأس الإعلام الجديد تبرز الصحافة الإلكترونية ببعض السمات التي تميزها عن رديفتها الصحافة المطبوعة كالتمتع بالحرية الكاملة والمرونة. وأهمها التفاعل بين القارئ وال كاتب من التعليق على المواد الصحفية المنشورة من أخبار وغيرها. وعن طريق استخدامها لوسائل متعددة في مخاطبة أكثر من حاسة (المشاهدة والقراءة والاستماع) ، وسرعة التفاعل مع الأحداث في لحظة وقوعها زمانا ومكانا، و من أبرز الأمور التي ساعدت الصحافة الإلكترونية على النجاح والتفوق على الصحافة المطبوعة التقليدية، هو ارتفاع سقف الحرية لدى صحافيها، مما منح متابعيها ثقة بهؤلاء الصحفيين وصحفيهم، وزادها ألقا وسعة انتشار ومتابعة من قرائها الذين أصبحوا محررين وصحفيين من خلال تعليقاتهم على الأخبار، ومدّ هذه الصحف بالأخبار العاجلة والتي لم يصل إليها صحافيوها (عبود والعاني، 2014، 92-94).

وبالرغم من أن الإعلام الجديد ممثلا بالصحافة الإلكترونية أتاح المجال أمام القراء لإظهار تفاعلهم، إلا أن هناك عزوفا واضحا من القراء عن التفاعل

لوجود عدة أسباب، من أهمها الرقابة ودورها في تغييب الحقائق والآراء والأفكار عنهم، وكون أن الرقابة أعاقت العلاقة بين الجسم الصحفي والمتلقين وهم القراء عن طريق عدم تداول الآراء والأفكار والتفاعل معها عن طريق تعليقاتهم. والذي سرّع عملية التفاعل بين المرسل والمتلقي أن الإنترنت دعم الوسائط المتعددة عن طريق الصوت والصورتين الثابتة والمتحركة، مما جعل عملية التفاعل في الرسائل أكثر تشويقاً وتأثيراً وإقناعاً، كون هذه الوسائط شجعت المتلقي واستحثته على المشاركة والتفاعل مع الخبر سواء أكان في الإذاعة والتلفاز والصحيفة، إذ أدّت دورها في الوسائل الإعلامية السابقة بصورة غير مسبوقة.

وهناك معوّقات لعملية التفاعل، رغم كثرة المعلومات وزخمها وعملية استرجاعها، تبرز الصعوبة في مقارنتها وتحليلها واختيارها، وهي عمليات عقلية مرتفعة في عالم التفكير، والبعد عن الحياة الثقافية الحقيقية، واللغة الهابطة من خلال التراكيب الضعيفة، وشخّ المفردات، والارتباط بالعوالم الافتراضية والبعد عن الواقع الحقيقيّ، مما يشكل جيلاً يتسم بضعف الذاكرة، وضعف استخدام الكتابة اليدوية، وقلة استخدام العمليات الحسابية والاعتماد على المعلومات الجاهزة والمتوفرة في المواقع الإلكترونية، وعدم ربطها بما يحيط لديه من بنى معرفية، مما أحدث كسلاً في الخلايا الدماغية، زيادة على السطحية وعدم العمق (Carr,2010).

من مميزات التفاعل مع الخبر، فرز المعلومات وتصنيفها من الشوائب، ثم تضمينها في المادة المعلق عليها، بمعنى القدرة على تقييم الخبر، وتصنيفته من الحشو والتزييف، ثم معالجة المعلومات الواردة في الخبر، وتقديم تغذية راجعة

لها، أي إثراء الخبر بمعرفة إضافية، وتطويره ومدّه بأفكار جديدة ، والمرونة في التعاطي مع الخبر وحسن التعامل معه، والمهارة بالإتيان بأشياء جديدة وغير تقليدية، والقدرة على كشف الاقتباسات و سرقات الأخبار وانتحالها. والقدرة على تقييم القيمة المضافة للمعرفة الواردة في الخبر، وتوثيق مصادر الخبر، والاحتفاظ بقدر مرتفع من المصادر الرئيسة الداعمة للخبر.

ويعود عدم تفعيل خاصية التعليق على الخبر والتفاعل معه لأسباب عديدة منها: عدم وجود رؤية واضحة لدى المؤسسات الصحفية والإعلامية لمفهوم الإعلام الجديد، وعدم استثمار الوسائط المتعددة التي وقّرتها ثورة الإنترنت، والاستخفاف بعقلية القارئ وعدم احترامها، والنزعة السلطوية من محرر الخبر وعدم اكتراثه بالمتلقين، وكأنه يشعر بأن هؤلاء المتلقين لا يقرأون ما يكتب، مع لجوء المؤسسات الصحفية إلى الراحة وعدم الدخول في معارك مع القارئ أولاً، وبين القراء أنفسهم ثانياً، والحس الأمني العالي لدى المحررين كونهم على ارتباط مع الدوائر الأمنية، وعدم ثقة المحرر بنفسه.

وعملية التفاعل مع الخبر تحتاج من المعلق أن يلتزم ببعض الأخلاقيات منها: الالتزام بتعليمات المؤسسة الصحفية السامحة بالتعليق، والتصريح بالاسم الثلاثي والبريد الإلكتروني، والالتزام بلباقات التفاعل مع المواد المنشورة ومواضيعها المطروحة، وعدم تناول الشخصيات والمقامات الدينية بكلام جارح وناب ومشين، وعدم المساس بالشعوب والأعراق والإثنيات والأوطان بسوء، والاختصار في التعليق، والإتيان بالجديد، والابتعاد عن الكذب والتدليس.

نتائج الدراسة:

السؤال الأول:

نص سؤال الدراسة الأول على: "ما مظاهر تفاعلية القراء الأكثر شيوعاً من خلال المؤسسات الإعلامية بناء على استخدام مقياس تحقيق التفاعلية المعد لأغراض هذه الدراسة؟"

وللإجابة عن هذا السؤال حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتفاعلات القراء على الأخبار، وهذا ما يوضحه الجدول (1)

الجدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتفاعلات القراء على الأخبار

أعلى قيمة	أدنى قيمة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المؤسسة	القضية
0	0	1.949	2.40	5	العربية	التواؤم
1	1	1.342	2.60	5	الجزيرة	
0	0	.447	.80	5	القدس	
0	0	1.534	1.93	15	Total	
5	0	2.074	2.40	5	العربية	العقلانية
5	0	1.924	2.80	5	الجزيرة	
4	0	1.673	2.40	5	القدس	
5	0	1.767	2.53	15	Total	
4	1	1.517	2.40	5	العربية	الدقة اللغوية
7	0	2.683	2.80	5	الجزيرة	
6	0	3.130	2.60	5	القدس	
7	0	2.354	2.60	15	Total	
5	0	2.074	2.60	5	العربية	الدقة الإملائية

7	0	2.646	3.00	5	الجزيرة	
9	0	3.834	2.80	5	القدس	
9	0	2.731	2.80	15	Total	
5	0	2.074	2.60	5	العربية	التزام اللغة الفصحى
7	0	2.881	2.60	5	الجزيرة	
7	0	2.881	2.60	5	القدس	
7	0	2.444	2.60	15	Total	
5	1	1.517	2.60	5	العربية	التدقيق اللغوي
6	1	2.280	3.20	5	الجزيرة	
4	0	1.789	1.80	5	القدس	
6	0	1.846	2.53	15	Total	
7	0	2.950	2.80	5	العربية	وقت ظهور التفاعلية - مرة واحدة - "تنزيل التعليقات دفعة واحدة ثم إهمال باقي التعليقات"
7	1	2.387	2.80	5	الجزيرة	
7	1	2.510	2.60	5	القدس	
7	0	2.434	2.73	15	Total	
5	1	1.673	2.40	5	العربية	تباعد وقت الظهور "تنزيل التعليقات على فترات متباعدة"
6	1	1.924	2.80	5	الجزيرة	
6	1	2.049	2.80	5	القدس	
6	1	1.759	2.67	15	Total	
7	0	2.966	2.60	5	العربية	حجم التعليق
7	0	3.209	2.60	5	الجزيرة	
8	0	3.271	2.80	5	القدس	
8	0	2.920	2.67	15	Total	
4	1	1.342	2.60	5	العربية	الاتجاه الأخلاقي
4	0	1.517	2.60	5	الجزيرة	
9	0	3.647	2.60	5	القدس	
9	0	2.230	2.60	15	Total	

5	0	1.924	1.80	5	العربية	إثراء الخبر
5	1	1.581	3.00	5	الجزيرة	
4	2	.837	3.20	5	القدس	
5	0	1.543	2.67	15	Total	
8	0	3.209	5.40	5	العربية	رفض الخبر
5	0	1.924	2.20	5	الجزيرة	
6	0	2.280	3.20	5	القدس	
8	0	2.720	3.60	15	Total	
8	0	3.286	2.60	5	العربية	نقد الخبر
6	0	2.387	2.80	5	الجزيرة	
6	0	2.408	2.60	5	القدس	
8	0	2.526	2.67	15	Total	
7	0	2.702	4.60	5	العربية	الاعتماد على الخطاب الديني
5	1	1.643	3.20	5	الجزيرة	
6	2	1.643	4.80	5	القدس	
7	0	2.042	4.20	15	Total	
9	0	3.782	2.40	5	العربية	التوافق مع سياسات النشر
12	0	5.273	2.60	5	الجزيرة	
12	0	5.273	2.60	5	القدس	
12	0	4.470	2.53	15	Total	
45	37	3.271	42.20	5	العربية	المجموع
52	25	11.845	41.60	5	الجزيرة	
57	28	10.872	40.20	5	القدس	
57	25	8.813	41.33	15	Total	

السؤال الثاني:

نص سؤال الدراسة الثاني على: "هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha = 0.05$) تعزى للمؤسسات الإعلامية بعد تطبيق أداة تحقيق التفاعلية؟" وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام تحليل التباين المصاحب، كما هو مبين في الجدول (2).

الجدول (2)

القيمة الاحتمالية	قيمة ف النسبية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	القضية
.122	2.517	4.867 1.933	2 12 14	9.733 23.200 32.933	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	التواؤم
.929	074.	267. 3.600	2 12 14	533. 43.200 43.733	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	العقلانية
969.	031.	200. 6.433	2 12 14	400. 77.200 77.600	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	التدقيق اللغوي
977.	.023	200. 8.667	2 12 14	400. 104.000 104.400	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	الدقة الإملائية

1.000	000.	000. 6.967	2 12 14	000. 83.600 83.600	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	التزام اللغة الفصيحة
520.	692.	2.467 3.567	2 12 14	4.933 42.800 47.733	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	التدقيق اللغوي
990.	010.	067. 6.900	2 12 14	133. 82.800 82.933	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	وقت ظهور التفاعلية - مرّة واحدة - " تنزيل التعليقات دفعة واحدة ثم إهمال باقي التعليقات"
.928	075.	267. 3.567	2 12 14	533. 42.800 43.333	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	تباعد وقت الظهور "تنزيل التعليقات على فترات متباعدة"
.928	.075	267. 3.567	2 12	533. 42.800	بين المجموعات داخل	حجم التعليق

			14	43.333	المجموعات المجموع	
1.000	.000	000. 5.800	2 12 14	000. 69.600 69.600	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	الاتجاه الأخلاقي
.322	1.246	2.867 2.300	2 12 14	5.733 27.600 33.333	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	إثراء الخبر
.166	2.094	13.400 6.400	2 12 14	26.800 76.800 103.600	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	رفض الخبر
.991	.009	067. 7.433	2 12 14	133. 89.200 89.333	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	نقد الخبر
.433	898.	3.800 4.233	2 12 14	7.600 50.800 58.400	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	الخطاب الديني
.997	003.	067. 23.300	2 12 14	133. 279.600 279.733	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	التوافق
.943	059.	5.267 89.733	2 12 14	10.533 1076.800 1087.333	بين المجموعات داخل المجموعات	المجموع

					المجموع	
--	--	--	--	--	---------	--

ويتبين من الجدول (2) أن القيمة الاحتمالية كانت لجميع أجزاء المقياس أكبر من $(0.05=\alpha)$ وبذلك الفشل في رفض الفرضية الصفرية التي تقول "لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجات تعزي للمؤسسة وذلك في جميع فروع المقياس وكذلك في المقياس ككل".

مناقشة نتائج السؤالين:

أظهرت نتيجة السؤالين الأول والثاني عدم وجود فروق دالة إحصائية في مظاهر التفاعلية لدى القراء بناء على استخدام مقياس تحقيق التفاعلية المعد لأغراض هذه الدراسة، وعدم وجود فروق دالة إحصائية تعزي للمؤسسات الإعلامية بعد تطبيق أداة تحقيق التفاعلية، أي رفض الفرضية الصفرية للسؤالين الأول والثاني.

ويمكن عزو السبب لأن هناك ثلاثة من الموضوعات التي حددها الباحثان للتفاعل، وهي الإرهاب، وإعلان الرئيس الأمريكي دونالد ترمب القدس عاصمة لدولة الاحتلال الإسرائيلي لفلسطين، وشخصية ترمب في الإعلام، وهذه الموضوعات هناك شبه إجماع من المتفاعلين على رفضها، ويتبقى موضوع حصار قطر، فهو موضوع متوافق على رفضه في قناة الجزيرة والقدس العربي، بينما اتخذت قناة العربية موقفا مغايرا للآخرين.

ويمكن عزو النتيجة لتفاعل القراء نظرا لارتفاع الحس الإعلامي لديهم في التعامل مع الخبر، وقدرتهم على استخدام المساحة المسموحة للتعليق، وجاءت اللغة المعبر بها عن تفاعلهم معقولة ومضبوطة إلى حد ما.

إن المؤسسات التي خضعت لهذه الدراسة أتاحت المجال أمام المتفاعلين لإبراز تفاعلهم، نظراً لأن الموضوعات المطروحة هي القدس والإرهاب وشخصية ترامب على مساس مباشر معهم، ويضاف إلى ذلك موضوع حصار قطر فهو موضوع شائك، وتباينت الآراء حسب مكان إقامة المتفاعل وقناعاته والمؤسسة التي تم إبداء التفاعل من خلالها. وسياساتها التحريرية والمجال المسموح به.

ولربما يمكن عزو هاتين النتيجةين لقلة الصحف والمؤسسات الإعلامية التي تتيح فرصاً للقراء والمشاهدين في التفاعل مع الأخبار، ففي مرحلة تحديد العينة لم يتم العثور إلا على هذه العينة، وصحيفة رأي اليوم استبعدها الباحثان كونها شبيهة بصحيفة القدس العربي. والغريب أن الكثير من الصحف تفتح المجال لعدد قليل فقط لإظهار تفاعلاتهم، وهي بذلك لا تسمح للقراء التفاعل بحرية.

كما يتضح عدم إتاحة هذه المؤسسات للمتفاعلين الاستفادة من خاصية الوسائط المتعددة، وعدم تقبل الكثير من هذه المؤسسات لفكرة التفاعلية كونها تسبب لهم صداماً مزمناً، وهم يرغبون بإراحة أدمغتهم من شرّ هذا الصّداق. وتمتع هذه المؤسسات بحسّ أمنيّ مرتفع، تناغمًا مع الواقع العربي المعاش من قبل الفرد العربي. أي أن هذه الوسائل الإعلامية وعلى الرغم من ولوجها لفضاءات الويب التي أوجدتها فلسفة تسعى لتمكين عامة الناس من أدوات ممارسة حرية التعبير، إلا أنها لم تتردد في حرمان المتفاعلين من هذه الفضاءات من خلال ممارسة نوع من الرقابة القبلية والتي لا تكتفي بتعديل المحتوى، بل تصل إلى حرمان القارئ-المستخدم من حقه في التفاعل مع المحتوى المنشور.

وتتوافق نتيجة هذين السؤالين غالباً مع نتائج دراسات (رضاً، 2017) و (لامية، 2015) و(عيسى وحبيب، 2014) و (Rahman, 2008), (Rafeeq, 2014), (Massey , 1999) , (Acosta , 2004) , (Chung , 2008) .

الخاتمة والتوصيات

إن النتائج التي توصلت إليها الدراسة تبين إلى أي مدى، لازالت الممارسات الإعلامية في العالم العربي تعاني من أزماتها المستفحلة التي أقعدتها، وحالت دون أن تجاري مثيلاتها في البلدان الديمقراطية في القيام بدور السلطة الرابعة التي تدافع عن المجتمع وتراقب مؤسساته. فقد عانى الإعلام التقليدي العربي، لعقود طويلة، من سعي الأنظمة الحاكمة للهيمنة عليه، وحرفه من مساره التواصلي-الإعلامي إلى مسار تواصلي-دعائي ينظر إلى جمهوره نظرة سلبية ويمارس عليهم وصاية غير مبررة. وعندما أتت ثورة الويب لتغيّر المفاهيم والعمليات التواصلية التي سادت لقرون، وتمكّن المواطن العادي من الفعل الإعلامي: إعداداً وإنتاجاً ونشراً، لم ترتق هذه الوسائل العربية إلى المستوى المطلوب، وظلت أسيرة للقهر المزمّن الذي وقع عليها من الأنظمة، ولم تستطع الحفاظ على جمهورها الذي وجد في شبكات التواصل الاجتماعي فضاءات رحبة لولوج التواصل الإعلامي من أوسع أبوابه.

على وسائل الإعلام العربية التي جعلت من شبكة الويب فضاء للنشر، سواء كانت مرغمة بسبب صعوبة الحصول على التمويل اللازم للاستمرار في النشر التقليدي، أو باختيارها مواكبة منها لهذه الثورة التواصلية، أن تدرك أن تمكين مستخدمي شبكة الويب (الذين كانوا في الماضي مجرد جمهور من المتلقين) لم يعد ترفاً، بل هو أهم مطلوبات التواصل الإعلامي الرقمي الذي

خرج من دائرة احتكار الإعلام المحترف ، ليصبح في متناول كل مواطن يتعاطى مع الأجهزة الرقمية الشعبية، وفي مقدمتها الهاتف الذكي.

بناء على نتائج الدراسة وتفسيراتها، توصي الدراسة بما يأتي:

- تشجيع المؤسسات الإعلامية على إثراء مواقعها عبر الويب بخاصية التفاعلية والحرص على استمراريتها.

- التركيز على تمكين المتلقين من التفاعل باستخدام الوسائط المتعددة التي يسهل إعدادها وإنتاجها بواسطة الأجهزة الرقمية الذكية المتوفرة لدى عامة الناس.

- بناء أدوات لقياس التفاعلية عبر المواقع الإعلامية للتعرف على توجهات المتفاعلين، والسعي لإدماجهم في إثراء المحتوى.

- الاهتمام بالتفاعلية، كونها من بين المعايير التي تساعد على تطوير اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية، بعدما أصبحت تجتذب قدرا من إعلانات الويب التي تتناسب مداخلها طرديا مع عدد زوار الموقع. نظرا لأنّ كل متفاعل مع محتوى عبر الويب يستطيع أن يجذب إليه مزيدًا من المتفاعلين باعتبارها ضمن شبكة الأصدقاء أو المتابعين.

- ضرورة تخصيص مجموعة من الصحفيين الرقميين للاهتمام بالتفاعلية وإدارتها وتطويرها وإدماجها ضمن السياسة التحريرية للمؤسسة ورؤيتها المستقبلية. ذلك أن التفاعلية لا تشبه رسائل القراء في السابق، بل هي مورد رئيس للمحتوى وللمدخيل.

- إعداد ميثاق شرف يلتزم به المتفاعلون عند التعليق على المواد الإخبارية، وتشجيعهم على ممارسة الرقابة الذاتية في حدها الأدنى التي تقود إلى محتوى ذي جودة معلوماتية وقيمية.

وبناء على ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج وتوصيات يقترح الباحثان إجراء الدراسات الآتية:

- دراسة المعوقات التي تعرقل مسار التفاعلية في المؤسسات الإعلامية.
- دراسة اتجاهات العاملين في المؤسسات الإعلامية نحو تفاعل المتلقين مع المواد المرسلة.
- دراسة مدى التزام المتفاعلين بالشروط المعتمدة من المؤسسات الإعلامية عند تفاعلهم مع المواد المرسلة.

المراجع:

- لامية، سهيلي (2015): التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- موسى، محمد الأمين (2012): التواصل الفعال، الأسس النظرية والمجالات التطبيقية، جامعة الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، ط1.
- عيسى، طلعت عبدالحميد وحبيب، ماجد فضل (2015): التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية، دراسة تحليلية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات Vol.5 Issue1, PP 142-179

- رضا، منقور محمد (2017): تفاعلية الصحافة الإلكترونية المتخصصة، جريدة الهداف نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من جمهور طالبة جامعة سعيدة، رسالة ماجستير، جامعة الدكتور مولاي طاهر، سعيدة.
- مجمع اللغة العربية بالقاهرة (2011): المعجم الوسيط، ط5، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ص 720.
- شاهين، عبدالباسط شاهين (2014): التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة.
- عبود، حارث والعماني، مزهر (2015): الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- فدا، هيفاء عثمان عباس: أثر الإعلام الجديد في النمو الثقافي عند الشباب، وزارة التعليم العالي، جامعة أم القرى،

<http://www.lahaonline.com/templates/multaka/media-effect.pdf>

- Chung, Deborah S (2008): Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(3):658-679. April 2008.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Interactive-Features-of-Online-News-papers%3A-Patterns-Chung/fc2e981ba8b014dcaf4682784a834380213c1e36>

<https://www.semanticscholar.org/paper/Interactive-Features-of-Online-News-papers%3A-Patterns-Chung/fc2e981ba8b014dcaf4682784a834380213c1e36>

<https://www.semanticscholar.org/paper/Interactive-Features-of-Online-News-papers%3A-Patterns-Chung/fc2e981ba8b014dcaf4682784a834380213c1e36>

- N.Carr (2010). **The Shallow: What the Internet Is Doing to Our Brains.** London: WW. Notron and Company.

- Alotaibi, Nasser N. (2014): Interactivity in Saudi online journalism. **Journal of Media and Communication Studies**. Vol.6 (11) .pp.165-173.

- Acosta, Silvina A. (2004) : Latin American Online Journalism: An Exploratory Web-Based Survey for Identifying International Trends in Print-Affiliated Sites, Master Thesis, The University of Texas at Austin.

- Rahman, Mashihur (2008): Interactive Options in online Newspaper of Bangladesh, Pakistan Journal of Social Sciences, 5(6): 620-624.
- Rafeeq, Ali (2014): Journalism: A case study of interactivity of mainstream online news website of the Maldives, The Maldives National journal of Research, Vol 2 No 1, pp, 29-47.
- Massey, Brain (1999): Interactivity, Online Journalism, and English-Language Web Newspapers in Asia, Journal & Mass Communication Quarterly. 76 (1).