

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / محمد المحرصاوي

رئيس التحرير: أ.د / عبد الصبور فاضل

مديرا التحرير: أ.د / أحمد أحمد زارع  
د / عبد العظيم خضر

سكرتير التحرير: د / محمد عبد الحميد

المراسلات  
توجه المراسلات باسم سكرتير التحرير على العنوان الآتي:  
القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦  
أو على الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

السعر للنسخة الواحدة  
داخل جمهورية مصر العربية ٧٥ جنيهاً مصرياً  
خارج جمهورية مصر العربية ٤٠ دولاراً أمريكياً

تنفيذ وإخراج: محمد كامل - المدرس المساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر

العدد الثامن والأربعون / الجزء الثاني / المحرم ١٤٣٩ هـ - أكتوبر ٢٠١٧ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

## الهيئة العلمية

- أ.د. / علي عجوة
- أ.د. / محمود يوسف
- أ.د. / نجوى كامل
- أ.د. / محمد معوض
- أ.د. / جمال النجار
- أ.د. / حسن على
- أ.د. / سامي الشريف
- أ.د. / عبد الصبور فاضل
- أ.د. / فوزي عبد الغني
- أ.د. / شريف اللبان
- أ.د. / خالد صلاح الدين
- أ.د. / عرفة عامر
- أ.د. / حنان جنيد
- أ.د. / إيناس أبو يوسف
- أ.د. / سلوى العوادلي.
- أ.د. / عبد الرحيم درويش
- أ.د. / رزق سعد
- أ.د. / محمود عبد العاطي

## قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .... ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

# التفاعلية بين كُتاب المقالات الصحفية وقرائهم

دراسة تحليلية لعينة من المقالات المنشورة على المواقع الإلكترونية  
للصحافة المصرية

د / عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى

الأستاذ المساعد بقسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب  
والعلوم الإنسانية جامعة طيبة بالمدينة المنورة

moc.liamg@dzifahledba

## ملخص

تحددت أهمية الدراسة من خلال الأهمية التي تمثلها مواد الرأي في أي صحيفة أو موقع إلكتروني وخاصة المقال الصحفي في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه، والأهمية التي تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للصحف من حيث قوة الانتشار والتأثير وسهولة الوصول للقراء، والأهمية التي يمثلها عنصر رجع الصدى في العملية الاتصالية من خلال تعليقات القراء على المقالات والإسهامات التي يسهمون بها في إثراء موضوع المقال.

### أهم تساؤلات الدراسة

١. ما المقالات الأكثر تعليقاً عليها من القراء؟ ومن هم كتابها؟ وما اتجاههم الفكري؟ وما الموضوعات التي تتناولها تلك المقالات؟
٢. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتفاعل القراء عليها مع كتاب مقالاتهم الصحفية؟
٣. ما مسارات البرهنة التي اعتمد عليها كل من كتاب المقالات الصحفية في مقالاتهم والقراء في تعليقاتهم وردودهم عليها؟
٤. ما اللغات أو اللهجات التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم وردودهم على المقالات الصحفية؟

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، اعتمد الباحث على المنهج المسحي المنهج المقارن المنهج الإحصائي، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، والفترة الزمنية للدراسة من أول أكتوبر ٢٠١٤ حتى نهاية ديسمبر ٢٠١٤، واختار الباحث المقال الصحفي كعينة الدراسة وقام بانتقاء المقالات التي احتوت على أكثر تعليقات وردود من القراء وهي مقالات الكاتب فهمي هويدي وعمرو حمزاوي ومجدي الجلال وحلمي رزق.

### ومن نتائج الدراسة

- أن مقالات فهمي هويدي في صحيفة الشروق استحوذت على أكثر تعليقات القراء على المقالات وردودهم على بعضهم البعض، ومقالات عمرو حمزاوي في صحيفة الشروق في الترتيب الثاني ومقالات مجدي الجلال في الترتيب الثالث وحلمي رزق في الترتيب الأخير .
- أن مشاركة القراء للمقالات الصحفية للصحف الإلكترونية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك جاءت في الترتيب الأول على جميع مواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء الاستماع إلى المقالات المقروءة من خلال خدمة (اقرأ لي) التي تتيحها صحيفة الشروق فقط في الترتيب الثاني لاستخدام صحف الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في الترتيب الثالث، وجاء استخدام القراء لموقع التواصل الاجتماعي جوجل بلس في الترتيب الأخير .

## مقدمة:

التفاعل بين كتاب المقالات الصحفية وقرائهم من أهم الأهداف التي تسعى أية صحيفة أو وسيلة إعلامية للوصول إليها لرصد حجم تأثيرها على القراء، ويعد عنصر رجوع الصدى من أهم عناصر العملية الاتصالية الذي لم يخضع لمزيد من الدراسة والتحليل مثلما خضعت له باقي عناصر الاتصال من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة، وذلك لصعوبة رصده وتتبعه في الماضي بالرغم من أهمية الوقوف عليه وأهمية مدى تأثيره على العملية الاتصالية.

فمنذ أن اقتحمت ثورة النشر الإلكتروني جميع المجالات في عالم اليوم كما اقتحمته من قبل مطبعة جوتنبرج تحقق لعالم النشر قفزة نوعية هائلة استفاد منها المجتمع الإنساني طوال القرون السابقة، فكما جعلت آلة الطباعة الناس مدركين لعوالم أبعد من قراهم ومزارعهم فان ثورة المعلومات تبني وتصهر ثقافة كونية واحدة من آلاف الثقافات الصغرى.

ومنذ ظهور الصحافة الإلكترونية لأول مرة في منتصف التسعينات الميلادية شكلت ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصر ثورة تكنولوجياية الاتصال والمعلومات ليصبح المشهد الإعلامي والاتصال الدولي أكثر انفتاحا وسعة حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات الصحافة الورقية وموافقة الناشر في حدود معينة، وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبق بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها في تخطي الحدود الجغرافية ببسر وسهولة.

لقد شهدت السنوات القليلة الأخيرة ابتكارات عديدة في صناعة الاتصال نتيجة طلب السوق الاستهلاكية ودفع التكنولوجيا، وقد تمثل في رغبة المستهلكين في الحصول على المعلومات بشكل فوري ودقيق، كما أمكن الاتصال بأماكن بعيدة جغرافياً والحصول على خدمات سريعة، وقد تميزت التكنولوجيا الجديدة بمجموعة من السمات، أهمها سمة التفاعلية Interactivity، إذ يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، ويطلق على القائمين بالاتصال في هذه الحالة لفظ مشاركين بدلاً من مصادر ويكون الاتصال مع المتلقي ثنائي الاتجاه وتبادلي (١).

لقد أدت وسائل الاتصال الاجتماعي إلى التحول من مجتمع القبيلة إلى الفيس بوك from tribe to Facebook، فإذا كانت القبيلة الواحدة تتكون من بطون وأفخاذ متفرقة وعصبيات وتنتصر لبعضها وتصير كأنها عصبية واحدة كبرى وإلا وقع الافتراق المفضي إلى الاختلاف

والتنازع، فإن هذا الأمر ينطبق بصورة رئيسية على منظومة وسائل التواصل الاجتماعي، فلكل مجموعة تتصل على إي وسيلة تواصل اجتماعي توجهات ورؤى واحدة كأنها عصبية قائمة بذاتها، كما أن المستخدم لا يتخلص من عصبية الأصلية، كذلك يمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي هي «عصبية افتراضية» وهي سمة البنية الاجتماعية الجديدة في المجتمع الكوني الكبير، فإذا أخذنا القبيلة وفق مفهومها المتعارف عليه بأنها «كيان اجتماعي اقتصادي سياسي يضم عائلات يجمع بينها القرى وتنتسب إلى أب واحد أو جد واحد» فإن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك قد أسهمت بشكل كبير في تشكيل قبائل من نوع جديد تضم كيانات وعائلات يربطها العالم الافتراضي، ومن ثم انتقل الفرد من روابط القبيلة إلى روابط الفيس بوك وجرى تغيير ثنائية «العصبية والقبيلة» إلى ثلاثية «العصبية الافتراضية المشتركة، وقوة رابطة وسيلة التواصل الاجتماعي، والشعور بوحدة الهدف والمصالح» (٢)

وتتميز الصحافة الاليكترونية في عالمنا اليوم بكونها صحافة تفاعلية، فبإمكان القارئ التعليق على الخبر أو المقال فور قراءته والتواصل مع جمهور القراء ومناقشة الآراء والأفكار، كما يكون في إمكانه أيضا إرسال مشاركاته من الأخبار والمقالات ونشرها باسمه المستعار أو الصريح أو عن طريق صندوق تخصصه الصحف الاليكترونية على موقعها يتمكن من خلاله القارئ من إضافة تعليقاته ومشاركاته مهما كانت هذه المشاركات والآراء سلبية أو ايجابية.

ومع ظهور مفهوم «الجمهور الفاعل» الذي يعكس ظهوره مقدرة المتلقي على أن يكون منتجاً وشريكاً أصيلاً ضمن عملية اتصالية تفاعلية بدلا من أن يكون متلقيا سلبيًا للمحتوى أو الرسالة، فقد نجحت وسائل التواصل الاجتماعي في الربط بسرعة هائلة وبطريقة غير مسبوقة بين أناس في مختلف أرجاء العالم تجمع بينهم خصائص ثقافية أو دينية أو سياسية أو عاطفية أو مالية أو اقتصادية، فعندما يستطيع هذا العدد الهائل من البشر التلاقي عبر هذه الوسائل تصبح المجتمعات التي كانت متخيلة أكثر واقعية، وقد تمكنت هذه العوالم الافتراضية من التوسع وإشعار «مواطنيها» بالحاجة إلى تأكيد مصالحهم المشتركة، مما يجعل من الضروري دراسة الأثر المترتب على ذلك في مختلف المجالات (٣).

### أهمية الدراسة

تتحدد أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية :

أولا : الأهمية التي تمثلها مواد الرأي في أي صحيفة أو موقع اليكتروني وخاصة المقال الصحفي في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه.

ثانياً: مكانه مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الاليكترونية للصحف من حيث قوة الانتشار

والتأثير وسهولة الوصول للقراء وقلة التكلفة.

ثالثاً: الأهمية التي يمثلها عنصر رجع الصدى في العملية الاتصالية من خلال تعليقات القراء على المقالات والإسهامات التي يسهمون بها في إثراء موضوع المقال وسرعة وصوله إلى المرسل وصدقه وعدم تعرضه للبتير أو الحجب أو التلويين.

### مشكلة الدراسة:

وبآتي الاهتمام الأول للباحث بموضوع التفاعلية في الصحف والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي انطلاقاً من قدرة التفاعلية على المشاركة بشكل فعال للنهوض بأي مجتمع وتنميته من خلال ما يقدمه الجمهور المتفاعل مع الأحداث الجارية من وثائق ومعلومات وأراء قد لا تحصل عليها المؤسسات الإعلامية أو السلطات المختصة بسهولة، كما أن التفاعلية تدعم مسيرة العدالة والتنمية والديمقراطية والحريات في البلاد، ويمكن اعتبار التفاعلية مقياساً لانتشار وشهرة أية وسيلة إعلامية، «فمن خلال ردود الجماهير وتعليقاتهم على الكتاب وعلى بعضهم البعض ومشاركاتهم يتضح لنا مدى انتشار الرسالة الإعلامية والوسيلة هذه بين الأوساط الجماهيرية. (٤).

وبالرغم من وجود وفرة في الدراسات والأبحاث التي تناولت جميع فنون الكتابة الصحفية إلا أن المقال الصحفي بصفة عامة وتفاعل القراء وآرائهم مع تلك المقالات من خلال تعليقاتهم بصفة خاصة لم يحظ باهتمام مماثل وخاصة بعد إمكانية وسهولة قياس ذلك في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية للصحف والمؤسسات الإعلامية، بل وفي المواقع الالكترونية الخاصة بالكتاب أنفسهم، حيث اكتفت الدراسات السابقة بدراسة التفاعل بين كتاب المقالات الصحفية وقرائهم من خلال دراسة وتحليل بريد القراء الذي يرد إلى الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية وهو ما كان يستغرق وقتاً كبيراً فضلاً عن تدخل القائم بالاتصال بالحذف أو الإضافة أو الحجب لتلك الرسائل لهدف ما، كما انه من المتوقع أن تتغير نتائج هذه الدراسات بعد دخول مواقع التواصل الاجتماعي حلبة الصراع على القراء من جانب، واختلاف الخريطة الصحفية المصرية من جانب آخر.

ولذا نتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على مدى تحقق التفاعلية بين كتاب المقالات الصحفية -في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية للصحف المصرية- وقرائهم، ومدى استفادة هذه المواقع من الوسائل الجديدة التي يتيحها الإنترنت من أجل زيادة التفاعلية، وأهم الفروق بين مواقع كتاب المقالات على شبكة الإنترنت من حيث استخدامها لأدوات التفاعلية.

### أهداف الدراسة:

يسعى الهدف العام لهذه الدراسة إلى إمداد القائمين بالاتصال في مجال الإعلام الجديد

وخاصة الصحافة الإلكترونية من كتاب وصحفيين ومسؤولين عن المؤسسات الإعلامية بمعلومات دقيقة وصادقة حول ما ينشر في مؤسساتهم الصحفية والإعلامية من مواد رأي ومدى تفاعل القراء معهم والافتتاح بأرائهم، بهدف ترشيد الأداء الصحفي في هذا المجال.

ولذا يسعى الباحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١- معرفة مستويات الأدوات التفاعلية التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال للمواقع الإلكترونية للتفاعل مع الجمهور .

٢- معرفة مدى توظيف المواقع الإلكترونية لكتاب المقالات الصحفية -في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للصحف المصرية- للأدوات التفاعلية المتاحة على شبكة الإنترنت وأي الأنواع الأكثر استخداما .

٣- معرفة مدى الاستخدام الأمثل للأدوات التفاعلية في المواقع الإلكترونية لكتاب المقالات الصحفية -في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للصحف المصرية- ومدى التفاعل مع جمهور المواقع الإلكترونية الذي يمتاز بالتنوع .

#### تساؤلات الدراسة:

طرح الباحث خلال هذه الدراسة عدداً من التساؤلات التي سوف تجيب الدراسة التحليلية عنها ويمكن إيجاز أهمها فيما يأتي :

١. ما المقالات الأكثر تعليقاً عليها من القراء؟ ومن هم كتابها؟ وما اتجاههم الفكر؟ وما الموضوعات التي تتناولها تلك المقالات؟

٢. أي الموضوعات التي تناولتها المقالات أكثر تعليقاً من القراء في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للصحف المصرية؟.

٣. ما مسارات البرهنة التي اعتمد عليها كل من كتاب المقالات الصحفية في مقالاتهم والقراء في تعليقاتهم وردودهم عليها ؟

٤. إلى أي مدى تتجه تعليقات القراء لكتاب المقالات -في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للصحف المصرية - بالتأييد أو المعارضة لكتاب المقال؟ وما مدى التزام تعليقات القراء بموضوع المقال؟

٥. ما اللغات أو اللهجات التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم وردودهم على المقالات الصحفية ؟

#### الدراسات السابقة:

. دراسة سعد سلمان عبدالله (٢٠١٠م) بعنوان « معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية على شبكة الانترنت»(٥)، استهدفت الدراسة عينة عمدية من طلبة قسم

الإعلام بكلية الآداب جامعة تكريت عام ٢٠١٠ لاستطلاع آرائهم عن معوقات التفاعلية على مواقع الصحف الاليكترونية العراقية على شبكة الانترنت.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الاليكترونية العراقية ترجع إلى نقص التدريب والتأهيل للقائمين بالاتصال للتعامل مع شبكة الانترنت، وعدم توفر الإمكانيات الاقتصادية اللازمة ونقص الأجهزة الاليكترونية التي تمكنهم من التفاعل مع الصحف الاليكترونية العراقية.

وأكدت دراسة ريم قدوري (٢٠١٠م) أن عمل الصحفي الإلكتروني في موقع الشروق غلب عليه طابع العمل الإداري لمراجعة التعليقات ونشرها، ومتابعة نشر الأخبار والموضوعات والإشراف على الموقع في الصفحات الاجتماعية مثل Facebook و YouTube، وأن العملية الاتصالية في موقع الشروق أون لاين تسير وفق اتصال متعدد الاتجاهات، فيما تحرص الصحيفة على مواكبة التكنولوجيا وخاصة في مجال الوسائط المتعددة، وتعرض مواضيعها بصورة تمتاز بالتفاعلية<sup>(٦)</sup>.

أما دراسة سهير إبراهيم (٢٠١٠م) فتوصلت إلى أن أهم أدوات التفاعلية التي يستخدمها الشباب المصري كانت البريد الإلكتروني، والمحادثات الشخصية والفيس بوك، ثم المجموعات الإخبارية والقوائم البريدية والمدونات، وسجلت تأثيرات تفاعلية المواقع الإلكترونية على الشباب ثلاثة تأثيرات: معرفية بنسبة ٥٥٪، وسلوكية بنسبة ٤٤٪، ووجدانية بنسبة ٥٠٪<sup>(٧)</sup>.

وأشارت دراسة نائر تلاحمة (٢٠١١م) إلى أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم الوسائط المتعددة (صورة، نصوص، فيديو) في النشر بنسبة ١٠٠٪، وأنها وفرت البريد الإلكتروني وإمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار بنسب متفاوتة، فيما لا تتيح هذه المواقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المرشدين من خلال ساحات الموقع، ولكن تتيح فقط إمكانية إبداء الرأي (التعليقات) بنسبة ٧٧,٤٪<sup>(٨)</sup>.

وأظهرت دراسة Aleksii Aiku (٢٠١١م) أن هناك جزءًا غير قليل من جمهور مستخدمي مواقع الصحف لا يرغبون بالتفاعل، ولا يحبونه، بل يفضلون التلقي فقط، وأن التفاعل وجهًا لوجه من خلال مواقع الدردشة والحوارات الآتية، كانت أكثر الأدوات التفاعلية استخدامًا وتفضيلًا، وعللت بعض المؤسسات الإعلامية عدم استخدام بعض أدوات التفاعلية، بقلة القدرة التقنية، وتبين أن بعض المؤسسات الإعلامية لديها إمكانية استخدام تقنية تفاعلية معينة، ولكنها انتهجت آلية عدم استخدامها لعدم إيمانها بجودتها<sup>(٩)</sup>.

فيما توصلت دراسة منار محمد (٢٠١١م) إلى تنوع صحف الدراسة في استخدامها لأنواع وأنظمة وأشكال التجول في الموقع، وفي استخدامها لنماذج الإخراج التي تتبعها في تصميم

مواقعها، كما تبين أن اعتماد مواقع الدراسة على عناصر يسر الاستخدام تساعد في تكرار زيارة المستخدم للموقع، واتفقت صحف الدراسة على تنظيم المعلومات بالموقع، باستخدام أسلوب الشجرة أو التسلسل الهرمي، والذي بمقتضاه يحتوي الموقع على صفحة رئيسية، يتفرع منها العديد من الصفحات<sup>(١١)</sup>.

**دراسة محمد المنصور (٢٠١٢م)** بعنوان «تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية «العربية أنموذجاً (١١) استهدفت الدراسة الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية «الفيس بوك أنموذجاً» الخاص بقناة العربية، والمقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية.نت) لقناة العربية، ومعرفة مضمون المواقع الإلكترونية «العربية.نت» والموقع الاجتماعي (الفيس بوك) لقناة العربية.

وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هي أهمية مكانة الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية، كما خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وأنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة ومحادثه (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه .

**دراسة حمادة الهندي (٢٠١٤م)** بعنوان نحو رؤية سوسيو/اعلامية لسياسة مجتمعية لمواجهة العنف والارهاب (١٢)

تناول الباحث فيها مفهومي العنف والإرهاب من خلال عدة محاور، تناول المحور الاول ظاهرة العنف وواقع جرائم الارهاب في المجتمع المصري في محاولة للتعرف على مقولاته الاساسية، وملامحه والمتغيرات المسؤولة عن تصاعده وطرح ملامح اطار نظري كمحاولة لفهم الارهاب، بينما تناول المحور الثاني ملامح الرؤية المصرية لمكافحة الارهاب، أما المحور الثالث فقدم الباحث فيه اقتراح لسياسة اجتماعية لمكافحة الارهاب على مختلف الاصعدة البحثية والثقافية والقانونية والسياسية والاعلامية، وأهم ما تضمنته الدراسة من اقتراحات هي انشاء لجنة قومية للتوعية الاعلامية، وانشاء مركز قومي لمكافحة جرائم العنف والارهاب يكون بمثابة الهيئة القومية الرئيسية في مصر للتعاطي والدراسة والتحليل العلمي لجميع المعلومات والبيانات والوثائق والدراسات المتوافرة والتي يمكن الحصول عليها فيما يتعلق بالإرهاب على

الصعيد الدولي او المحلي او الاقليمي، كما رأى الباحث ضرورة تفعيل سبل مكافحة الارهاب جنباً الى جنب مع اليات المواجهة باعتبارها من أهم متطلبات الحد من تداعيات ظاهرتي العنف والارهاب، مع التأكيد على أن المواجهة الفاعلة والشاملة لهما لا يمكن ان تتحقق بمنأى عن دولة القانون ومراعاة مبادئ حقوق الانسان، وهو ما يتطلب رؤية مجتمعية شاملة وجادة تسعى لحفظ مستقبل الانسانية.

- دراسة اميرة محمد محمد السيد (٢٠١٤م) بعنوان اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري دراسة ميدانية (١٣).

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاه النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن الاجتماعي والقومي في ابعاده السياسية والعسكرية والفكرية والاقتصادية.

استخدمت الباحثة منهج المسح الاعلامي بشقه الميداني، واعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، حيث طبقت الاستمارة على النخبة السياسية والأمنية والاكاديمية، واستخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كاتار نظري لها.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها غلب على متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي نمط المتابعة الدائمة، وان اعلى معدلات التصفح كانت لصالح (معدل تصفح أكثر من ساعة) كما ارتفع عدد المبحوثين الذين يتقون في الاخبار والمعلومات المنشورة على تلك المواقع، فقد تراوحت درجات الثقة بين (بدرجة كبيرة . بدرجة متوسطة . وعدم الثقة)، وجاء أعلى معدل للثقة لصالح معدل الثقة بدرجة متوسطة، في حين جاء اقل معدل للثقة هو المعدل عدم الثقة، كما ارتفعت معدلات مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الثقافة الامنية للأفراد، وارتفعت درجة التقييم المتوازن للمبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأمن القومي.

لا تشكل مواقع التواصل الاجتماعي في حد ذاتها تهديداً للأمن القومي، بل تتمثل المشكلة في فكر مستخدميها والقائمين عليها، كان الفيسبوك اكثر المواقع خطورة على الامن الاجتماعي يليه موقع المشاهدة يوتيوب ثم ملفات الفيديو التي يتم تداولها في حين جاء تويتر في المرتبة الاخيرة.

جاءت اتجاهات المبحوثين نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على كل من الامن الاجتماعي والاقتصادي ما بين الموافق والمحايد، فالاتجاه العام اتجه للموافقة على تأثيرها السلبي على الامن الاجتماعي والاقتصادي، كما غلب الاتجاه المحايد حول تأثير هذه المواقع على كل من الامن العسكري والفكري والسياسي.

. دراسة إبراهيم منصور عبد اللطيف الغيطي(٢٠١٤م) بعنوان «المخاطر الناجمة عن

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن القومي» (١٤)

استهدفت الدراسة تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع من خلال التركيز على أهم الآثار والمخاطر الناجمة عن ظاهرة سوء استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن القومي، والتي باتت تهدد الاستقرار الأمني للمجتمعات الإنسانية بصورة لم تستطع التشريعات الحالية معالجتها وردع مرتكبيها.

واهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هو ضعف الوعي بمفهوم الأمن القومي لدى الباحثين، فضلا عن الخلط الواضح بين هذا المفهوم وغيره من المفاهيم الأمنية الأخرى، كالأمن الاجتماعي، والأمن الاقتصادي، والأمن السياسي، والأمن البيئي، والأمن العسكري، والأمن الثقافي...إلخ. كما تأتي السلبيات الأخلاقية في مقدمة المخاطر الناجمة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تهدد الأمن القومي، يليها السلبيات العقائدية، ثم السلبيات الاجتماعية، وتأتي السلبيات الصحية في مقدمة السلبيات الناجمة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تعرض لها، وذلك مقابل تراجع السلبيات الاجتماعية، تتضح أهم الإجراءات التي تم الاعتماد عليها من قبل الباحثين للتغلب على مخاطر سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي سبق التعرض لها في التنوع في استغلال وقت الفراغ، وعدم الإفصاح عن الهوية، وحجب المواقع الإباحية. يمثل إدمان شبكات التواصل الاجتماعي أبرز مظاهر تهديد الأمن القومي الناجمة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ثم التفكك الاجتماعي والسلوكيات الخاطئة. كما يمثل ضعف الوعي الاجتماعي، والطموحات غير الواعية، وغلبة القيم المادية على القيم الروحية أبرز دوافع انحراف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

### نوع البحث ومناهجه :

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والمعلومات والبيانات عن ظاهرة ما أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيرًا كافيًا وتتمثل هذه الظاهرة في ارتفاع نسبة التفاعل بين الكتاب والقراء من خلال كثرة التعليقات التي يكتبها القراء على المقالات المنشورة في المواقع الإلكترونية للصحف وكذا مواقع التواصل الاجتماعي وردود القراء بعضهم على بعض مما يعطي زخمًا إعلاميًا ومنبرًا خصبًا لتبادل الآراء حول قضية ما يراها الكاتب ذات أهمية، بل واستحداث قضايا نقاشية جديدة.

### منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على **منهج المسح**: ويقصد به المحاولة المنظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن، واستعان الباحث في هذا البحث بمنهج المسح بالعينة وذلك من خلال اختيار المقالات الصحفية المنشورة على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي التي حازت على أكبر نسبة من تعليقات وردود من القراء عليها.

## أسلوب المقارنة :

استخدم الباحث هذا الأسلوب لتحديد نقاط التشابه والاتفاق أو الاختلاف بين المقالات الصحفية المنشورة بالمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تعليقاً عليها من القراء من خلال عرض نتائج الدراسة التحليلية لتلك المقالات ومقارنتها بنتائج المقالات الأخرى.

## أدوات جمع البيانات :

في إطار منهج المسح الإعلامي تم استخدام أسلوب تحليل المضمون باعتباره «مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى» (١٥) وقد اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، وتحليل المضمون بهذا المعنى ليس منهجاً قائماً بذاته وإنما هو أداة للتحليل ضمن إطار منهج متكامل هو منهج المسح، كما أن اعتماد تحليل المضمون على الأساليب الكمية في عمليات التحليل إنما يهدف فيما بعد إلى القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية، وتأتي هذه الخاصية ضمن أدبيات القائمين على تبني أسلوب تحليل المضمون في معالجة الشكل الذي تقدم به المادة المراد تحليلها ويكون مقبولاً إلى حد بعيد عند مستوى التعامل مع النص المطبوع أو المسموع (١٦).

## اختبار الصدق

قام الباحث بعد إعداد استمارة « تحليل المضمون » باختبار الصدق حيث حدد الباحث فئات التحليل وقام بوضع دليل للتعريفات الدقيقة لكل فئة، ثم قام بعرض مقياس التحليل على مجموعة من المحكمين ١٧ (\*)، ووفقاً لأرائهم واقتراحاتهم قام الباحث بعمل التعديلات الضرورية على الاستمارة لتصبح في صورتها الحالية.

## مجتمع الدراسة:

### أولاً : العينة الزمنية للدراسة

تم تحديد الفترة الزمنية للدراسة في الفترة من أول أكتوبر ٢٠١٤ حتى نهاية ديسمبر ٢٠١٤، ويرجع السبب في اختيار هذه الفترة إلى سببين الأول طبيعة موضوع الدراسة من حيث تناولها فترة سياسية هامة من تاريخ مصر الحديث التي بدأت بثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ م ولم تنته أحداثها بعد، والثاني هو معاصرة هذه الفترة لما عرف بالتسريبات المسجلة لأركان النظام الحاكم في مصر بعد أحداث ٣٠ يونيو ٢٠١٣ وما ترتب عليها من مشاركات وتفاعلات كبيرة قادتها وسائل التواصل الاجتماعي.

### ثانياً : عينة المادة المحللة وكتابتها

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية للوقوف على أهم الفنون الصحفية التي صاحبها تعليقات وردود وتفاعل من القراء، وتم التوصل إلى أن فن المقال الصحفي هو الأكثر تفاعلية

من الفنون الأخرى في هذا المجال، ثم قام الباحث بانتقاء المقالات التي احتوت على أكثر تعليقات وردود من القراء.

كما اتضح من خلال الدراسة الاستطلاعية أن مقالات الكاتب «فهيم هويدي» هي الأكثر تفاعلاً من بين كتاب تيار الإسلام السياسي، وأن مقالات الكاتب عمرو حمزاوي هي الأكثر تفاعلاً من بين كتاب التيار الليبرالي، وأن مقالات مجدي الجلاذ وحلمي رزق هي الأكثر تفاعلاً من بين الكتاب المؤيدين لنظام ما بعد ٣٠ يونيو في مصر، وعلى هذا فتم اختيار مقالات هؤلاء الكتاب لتمثيلهم السياسي لأهم شرائح المجتمع المصري فترة الدراسة.

والجدول الآتي يوضح عدد المقالات التي تم تحليلها لكل كاتب وعدد التعليقات والردود المصاحبة لها

جدول (١) يوضح عينة المقالات التي تم تحليلها ونسبتها إلى العدد الكلي وكتابتها في فترة الدراسة

م	اسم الكاتب نوع البيان	فهيم هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حملي رزق		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	المجموع الكلي لمقالات فترة الدراسة	٧٦	—	٧٨	—	٨٩	—	٦	—	٢٤٩	—
٢	ما تم تحليله	٨	—	١٥	—	١٥	—	٦	—	٤٤	—
٣	نسبة العينة إلى جميع المقالات	١٠,٥	—	١٩,٢	—	١٦,٩	—	١٠٠	—	١٧,٧	—

### الإطار النظري للدراسة:

#### تعريف التفاعلية Interactivity وإشكالية المصطلح

تشير بعض القواميس إلى أن التفاعلية (Interactivity) مصطلح يعني قيام مستخدم ما بإرسال بيانات ثم ينتظر استجابة من الجهة التي راسلها قبل أن يواصل مهامه (١٨)، كما يعرفها آخر بأنها تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع هي الاتصال متعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين (١٩).

ويعرفها الصادق الحمامي رئيس تحرير البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال « بأنها الإمكانيات المتوافرة للجمهور للتواصل مع الصحفي ورد الفعل على ما يقرأه ويشاهده ويسمعه (٢٠) ويرى فايز عبدالله الشهري أن التفاعلية عبر الانترنت تعني تمكن القارئ من استخدام وسائل تسمح له بالتواصل مع الصحيفة وكتابتها عن طريق غرف الحوار الفورية ومنتديات النقاش وخدمة البريد الإلكتروني التي توفرها كل الصحف كجزء من الطبيعة الاتصالية لشبكة الانترنت.

والتفاعلية ليست كما يعتقد البعض بأنها الإمكانيات المتوفرة لانقضاء البرنامج بل تعني الفرص المتاحة للفرد كي يشارك في إنتاج المضامين الإعلامية، إذ يستعمل الصحفيون المواقع الإلكترونية مجالاً لتعزيز العلاقة مع القارئ والمشاهد والمستمع خارج إطار المشاهدة والاستماع والقراءة، كما توفر شبكة الانترنت إمكانية إنشاء المدونات للصحفيين حتى ينشروا أفكاراً وموضوعات خارج إطار إنتاجهم المعتاد (٢١)

وتعتبر التفاعلية من أهم سمات الاتصال عبر الانترنت وتظهر التفاعلية بوضوح في برامج التخاطب النصي والصور عبر الانترنت (Chatting) وخدمات البريد الإلكتروني، إذ تتيح مواقع الانترنت للشخص المتصفح إمكانية الرد على الرسائل المعروضة ومخاطبة المرسل في الحال، ويتم الحكم على نجاح موقع الانترنت بما يقدمه من خدمات تفاعلية بين مستخدمي الموقع (٢٢)

وتتمثل أهم الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية على الشبكة الدولية للمعلومات بالتغطية الصحفية التفاعلية التي أتاحت إمكانيات التفاعل الايجابي بين القراء والصحفيين وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ، الذي أصبح بدوره مشاركاً نشطاً وفعالاً في خلق محتوى وسيلة الاتصال التي يرغب في التعرض لها، ولذا فان التفاعلية الحقيقية ينبغي لها أن تشجع المتلقي على المشاركة الايجابية في تلقي المادة الإخبارية (٢٣)

وقد ظهرت التفاعلية على مواقع الانترنت على شكلين أساسيين، تمثل الشكل الأول في الاتصال التفاعلي المباشر وهو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر ويتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار التي تنشأها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين والقراء حول القضايا المختلفة، ويتحقق هذا النمط أيضاً من خلال الاتصال المباشر بين إدارة الصحيفة ومحرريها، كما تتيح للمحررين إمكانية الاتصال المباشر بمصادرهم لإجراء الأحاديث الصحفية، كما تتمكن الصحيفة من الاستفادة من خدمة الاجتماع على الشبكة من خلال عقد الاجتماعات الإلكترونية بين المحررين. أما النمط الثاني من التفاعلية فهو الاتصال التفاعلي غير المباشر وتتمثل في خدمات الاتصال عبر البريد الإلكتروني الذي يسمح بإرسال رسائل القراء الإلكترونية التي تتضمن تعليقاتهم إلى الصحف التي يتعرضون لقراءتها (٢٤).

### بداية ظهور التفاعلية كمصطلح إعلامي

لقد ظل مصطلح التفاعلية لفترة طويلة مفهوم واسع غير محدد حاولت نماذج الاتصال المختلفة تعريفه وتحديد أبعاده، ولم يتفق على تعريف واضح لهذا المصطلح مما اوجد تعريفات مختلفة للتفاعلية وفقاً لمجالات التخصص المتنوعة التي يتوفر فيها نوعاً من المشاركة وتبادل الأفكار.

فمفهوم التفاعلية مفهوم تكاملي تهتم به العديد من التخصصات العلمية وليس الإعلام وحده، وحينما أضاف وينر عام ١٩٤٨ رجوع الصدى إلى نموذج شانن وويفر بدأ أول اهتمام بدراسة الاتصال كعملية ديناميكية بين المرسل والمستقبل لإعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه، ومع ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل الكمبيوتر والفيديوتكست والجوال ازداد الاهتمام بدراسة التفاعلية (٢٥)

ثم جاءت دراسة رفايل عام ١٩٨٨ لتعرف الفاعلية باعتبارها القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل، وقد ركز رفايل في دراسته الرائدة هذه حول التفاعلية في وسائل الاتصال الحديثة على مفهوم الاستجابة حينما عرف التفاعلية بأنها التعبير الذي يبديه المستقبل عقب عملية استقبال الرسالة ويكون مرتبطا بها ويصل إلى المرسل عبر نفس وسيلة الاتصال، وبعبارة أخرى التفاعلية هي مدى قدرة وسيلة الاتصال على نقل استجابات المستقبل إلى المرسل، وهو بذلك ابتعد بمفهوم التفاعلية عن مفهوم رجوع الصدى الذي يمكن الوصول إليه من خلال بريد القراء أو اتصالاتهم التليفونية وغيرها من أساليب التعبير عن رجوع الصدى التي تتم عبر وسائل أخرى غير وسيلة الاتصال التي تنقل الرسالة.

وقد عرف Durlak التفاعلية بأنها أحد القنوات التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال عن طريق المتلقي على ادارة عملية الاتصال عن بعد، كما عرفها Refaeli بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور الى المرسل ووصفها بالاستجابة (٢٦).

ثم أشار ويليامز في دراسته عام ١٩٨٨ إلى أن التفاعلية تعبر عن الدرجة التي يسيطر فيها المتلقي على عملية الاتصال ويتبادل الأدوار مع المرسل، وهو ما جعل التفاعلية تركز على قدرة المتلقي على الاستجابة للرسالة، وبدأ النظر إلى التفاعلية باعتبارها قدرة الوسيلة على نقل استجابة لاحقة لعملية تلقي الرسالة وهو ما جعل باحثي الاتصال يربطون بين تفاعلية وسيلة الاتصال والعوامل النفسية والسلوكية لدى المتلقي. ومن ناحية أخرى حاول لوريل عام ١٩٩١ تشبيه تفاعلية المستخدم للكمبيوتر بالتفاعلية المتاحة من خلال المسرح، وحددها في سمات ثلاث رئيسة هي، التردد الذي يحدد عدد المرات المتاح فيها التفاعل لمستخدم الكمبيوتر، ومجال الاختيار، واستنتاج الدلالة. أما Steuer فقد ركز في دراسته عام ١٩٩٨ على مفهوم التفاعلية باعتبارها مدى قدرة المتلقي على تعديل مضمون وشكل الرسالة الاتصالية في الوقت الحقيقي للاتصال. أما JAMES و Ha فقاما عام ١٩٩٨ بتعريف التفاعلية بأنهما المدى الذي يمكن فيه للمرسل والمستقبل أن يتبادلا الاستجابة للرسالة الاتصالية التي يرسلها كل من المرسل والمستقبل، وهما بذلك يضعان في الاعتبار اختلاف الاحتياجات الاتصالية للمستقبل، فأحيانًا ما يكفي المستقبل بتلقي الرسالة الاتصالية والتمتع بحرية الإبحار بين مواقع الانترنت المختلفة وانتقاء البعض الرسائل دون غيرها وأيضا دون الاتصال بمصدر الرسالة،

وأحيانا ما يرغب المستقبل في تبادل رسائل مع مصدر الاتصال (٢٧).

لقد أضافت التفاعلية في الصحف الإلكترونية شكلاً جديداً لنظام الاتصال يقوم هذا الشكل على تحول المتلقي إلى مرسل، وهو ما غيرت به نظم الاتصال التي ظلت باتجاه واحد فقط لمئات السنين، وتأتي التفاعلية كأهم واقوي الملامح المميزة للنشر الفوري، وهي طريقة أو أسلوب في الاستخدام أكثر من كونها منتج محدد، وهي سمة خاصة بعملية أكثر منها كمنتج اتصالي، ويمكن أن تأخذ مستويات مختلفة، فالتفاعلية طبقاً لهذا المفهوم أحد إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة (٢٨)

فإلصحافة التفاعلية عبارة عن نوع جديد من الصحافة يتيح للجمهور إمكانية المساهمة بشكل مباشر في صناعة الخبر ومن خلالها يمكن للمرسلين سواء مواطنين أو عاملين في المجال الصحفي إجراء محادثات مع الجمهور (٢٩)

لقد تم طرح مفهوم الصحافة التفاعلية باعتباره محاولة لإعادة تعريف الجمهور وكذا إعادة مشاركته، ذلك أن لديه القدرة على إعادة تحديد الأخبار، مما يتيح للمتابع أو القارئ تحديد المواطن الذي تكمن فيه القيمة الإخبارية، ومن ثم فقد يصبح المتابع أو القارئ منتج للأخبار ومحرر لها، وحيث إن دور المتابع أعيد تحديده بالاعتماد على الوصول السهل المسموح به للإنترنت، فإن الصحفيين كذلك في طريقهم لإعادة تحديد دورهم.

ففي القرن الحادي والعشرين تمثل التحدي الذي تواجهه وسائل الإعلام في أن المجتمعات لم تعد تعتمد كلياً على الكيانات الإخبارية في سرد أخبارها، بل أضحت يمتلك أفرادها مجموعة واسعة من وسائل النشر والاتصال عبر الإنترنت، مثل المدونات والمواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام الاجتماعية لنشر أخبارهم وآرائهم مما اضطر وسائل الإعلام إلى توسيع تعريف «اتصال وسائل الإعلام من «واحد إلى العديد» إلى الاتصال من «العديد إلى العديد» (٣٠).

وتعد الصحافة التفاعلية مشابهة ولكن ليست مماثلة للصحافة التعاونية، من حيث إنه بدلاً من التحوار مع المرسل، يسهم المرسلون المواطنون غير المنتمين إلى المؤسسة الأم في إعداد المواد والتقارير الإخبارية والعمل على توفيرها.

ويحدد جويس يومي نيب خمسة نماذج من الصحافة العامة، هي الصحافة التقليدية والصحافة العامة والصحافة التفاعلية والصحافة التشاركية وصحافة المواطن (٣١)، وتختلف النماذج الخمسة من حيث درجة مشاركة الجمهور في عملية إعداد التقارير، مع اشتغال الصحافة التقليدية على أقل نسبة مشاركة، في حين تشتمل صحافة المواطن على أعلى نسبة مشاركة.

ومن أكثر أدوات الصحافة التفاعلية شيوعاً المدونات، والتي تسمح بتطوير أخبار القاعدة

الشعبية في وجود شهود العيان أو أولئك الذين يتمتعون بالخبرة أو ذوي المصلحة في مجال بحثي معين. وفي كثير من الأحيان يستشهد المدونون بالمقالات الإخبارية الرئيسية ويضعون روابط لها. وغالبًا ما يحصل الصحفيون الرئيسيون على أفكار الأخبار من خلال المدونات التي يتابعونها، كما يتيح تنسيق المدونة للقراء إمكانية إضافة مزيد من المعلومات أو التصحيحات. وإلى جانب المحادثات تُستخدم الفيديوهات وعروض الشرائح الصوتية والألعاب لنقل المعلومات ويرتبط مفهوم الصحافة التفاعلية كثيرًا بالصحافة المدنية نظرًا لقدرته على استكشاف وسائل جديدة ومبتكرة لتضخيم المحادثات المجتمعية بحجة حل المشكلات العامة.

### سمات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تُمثل شبكات التواصل الاجتماعي أحد مظاهر التفاعلية في إطار ثورة التكنولوجيات الحديثة للاتصال أو بما يسمى الإعلام الجديد حين يمارس من خلالها المستخدمون كافة الأنشطة التفاعلية التشاركية بكل حرية بحيث لم تعد تقتصر على أنها أدوات اتصال وتبادل الآراء والتسلية بين الأفراد والمجموعات عبر آلاف التطبيقات التي وفرتها لجمهور مستخدميها فحسب، بل تعدت ذلك بحسب متخصصين لتشكل واحدة من أهم أدوات الإعلام التفاعلي، يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها التعليق الحر و مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية (٣٢)

لقد أحدثت الإعلام الجديد ثورة في عالم الاتصال من خلال شبكة اتصال عالمية سمعية وبصرية ونصية إلكترونيًا، فعالم الإنترنت والإعلام الجديد على الخصوص يوفر فضاءً عامًا ديمقراطيًا، يستطيع بموجبه المواطنون التفاعل والحوار والنقاش، ضمن ما يطلق عليه (المجتمعات الافتراضية) التي اختصرت المسافات الجغرافية وتخلصت من الضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ويظهر شبكات التواصل تغيرت المعطيات الاتصالية كليًا، وأصبح المتلقي فاعلاً في العملية السياسية، بمقدوره إنتاج الرسالة الإعلامية وبنها وتوزيعها، وإشراك الآخرين في التعليق عليها وإضافة ما يروونه مناسباً لها. وقد أثرت هذه الشبكات في الفضاء الإعلامي فأصبحت قضايا الأمة تناقش بكل حرية وديمقراطية وصراحة وجرأة وشفافية على الشبكات الاجتماعية، التي لعبت دورًا رئيسًا ومهمًا في إعطاء المواطن العادي الفرصة ليكون فاعلاً. وكان عام ٢٠١١ هو عام الشبكات الاجتماعية التي غيرت آليات وميكانيزمات الاتصال والإعلام والتفاعل مع القضايا المصيرية في المجتمع، فأوجدت وسائل جديدة لتقديم الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات، وكل ما من شأنه أن يقدم الحقيقة للمشاهدين، وقد مكّنت هذه البيئة الاتصالية الجديدة الكثيرين من صناعة الخبر والصورة، وتقديمها للرأي العام بواسطة نقرة صغيرة.

ومن أهم سمات الشبكات الاجتماعية أن المحتوى يصنعه الزوار والمتصفحون، فالتطورات الجديدة التي شهدتها شبكة الإنترنت أدت إلى نقلة كبيرة ونوعية في عالم التواصل، وعلى النقيض من الإعلام التقليدي، فإن الإعلام الجديد أدخل مفاهيم وآليات جديدة في عالم الاتصال، إذ أن نموذج هارولد لازويل (المرسل والمستقبل والوسيلة والرسالة ورجع الصدى) أصبح لا يفي بالغرض لفهم العملية الاتصالية، وحتى نظريات حارس البوابة وتحديد الأجندة وغيرها، أصبحت غير صالحة لشرح البيئة الجديدة للتواصل الاجتماعي، في هذه البيئة الجديدة أصبح المستقبل هو المرسل وهو صانع الرسالة الإعلامية، وصار أيضا هو حارس البوابة ينتقي ما يخلو له ويتصفح ما يلبي رغباته، ويتغاضى عما لا يعجبه، فحرية الرأي والنشر مضمونة في الشبكات الاجتماعية، وهو ما يوفر جو النقاش والحوار والاختلاف، ويفرز في نهاية المطاف السوق الحرة للأفكار، وهنا نلاحظ التواصل الفعال بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إذ تجمعهم اهتمامات مشتركة ومشاكل مشتركة وقضايا تشغل بالهم، أضف إلى ذلك أن المستخدم يختار ويتحكم في المحتوى المعروض، حيث أن مستخدمي الموقع يختارون بعضهم بعضاً ويعرفون بعضهم، ويتعارفون أكثر بعد الاستخدام والتواصل الفعال بينهم، وهذا يماثل الحياة الاجتماعية الطبيعية إذ يلتقي الجمهور ذو الاهتمامات الخاصة، ليناقد ويكتشف ويحدد ويقترح الحلول للمشاكل، هادفاً من ذلك التأثير في صاحب القرار (٣٣).

## نتائج الدراسة التحليلية

جدول (٢) عدد ونسبة تعليقات وردود القراء على المقالات الصحفية في الصحف الإلكترونية

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاد		حمدي رزق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تعليقات القراء على المقالات الصحفية	٤٨٧	٢٨,١	١٨٨	٧٢,٩	١٤٢	١٠٠	٦٨	١٠٠	٨٨٥	٤٠,٢
٢	ردود القراء على تعليقاتهم	١٢٤٧	٧١,٩	٧٠	٢٧,١	—	—	—	—	١٣١٧	٥٩,٨
٣	المجموع	١٧٣٤	١٠٠	٢٥٨	١٠٠	١٤٢	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢٢٠٢	١٠٠
٤	متوسط التعليقات على المقال الواحد	٢١٦,٧	—	١٧,٢	—	١١,٣	—	٩,٥	—	—	—

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- أن مقالات الكاتب فهمي هويدي في صحيفة الشروق استحوذت على أكثر تعليقات القراء على المقالات وردودهم على بعضهم البعض، حيث بلغ عددها ٤٨٧ تعليق و١٢٤٧ رد على تعليقات القراء ومجموعهما ١٧٣٤ رد وتعليق بنسبة ٧٨,٧ ٪ من المجموع الكلي لتعليقات القراء وردودهم على مقالات جميع الكتاب محل الدراسة، وارتفاع نسبة تعليقات القراء على مقالات فهمي هويدي وردودهم إلى هذه النسبة يشير إلى انه الكاتب المفضل لدى اغلب القراء في مصر دون منافس، سواء من القراء المؤيدين لاتجاهه السياسي أو المعارضين له، يؤكد ذلك أيضا ارتفاع متوسط نسبة التعليقات والردود على المقال الواحد بالنسبة اليه التي بلغت ٢١٦,٧ تعليق أو رد على المقال الواحد بفارق ضخم بينه وبين جميع الكتاب محل الدراسة، بينما جاء متوسط التعليقات والردود على مقالات عمرو حمزاوي في الترتيب الثاني بنسبة ١٧,٢ تعليق ورد في المقال الواحد، وجاء متوسط مقالات مجدي الجلاد في الترتيب الثالث بنسبة ١١,٣ تعليق ورد في المقال الواحد، وأخيرا مقالات حمدي رزق بمتوسط ٩,٥ تعليق ورد في المقال الواحد.

- جاءت مقالات عمرو حمزاوي في صحيفة الشروق أيضا في الترتيب الثاني بعدد ٢٥٨ تعليق ورد بنسبة ١١,٧ ٪ من المجموع الكلي لجميع تعليقات وردود القراء على جميع الكتاب، حيث بلغت التعليقات ١٨٨ تعليق وبلغت الردود ٧٠ رداً على هذه التعليقات، وهذا يؤكد على أن قراء صحيفة الشروق يميلون إلى مناقشة الكتاب في مقالاتهم والقراء في تعليقاتهم دون النظر إلى الاتجاه السياسي للكاتب، يؤكد ذلك الاختلاف السياسي والفكري الواضح بين كل من فهمي هويدي الذي يمثل تيار الإسلام السياسي وعمرو حمزاوي الذي يمثل التيار الليبرالي ولا يوجد اتفاق فكري بينهما إلا أنهما يكتبان لصحيفة واحدة.

- جاءت مقالات مجدي الجلاد في الترتيب الثالث بعدد ١٤٢ تعليق بنسبة ٦,٤ ٪ من جميع التعليقات على مستوى جميع الكتاب محل الدراسة، جاءت جميعها تعليقات فقط على المقالات ولم تحتو على أية ردود من القراء على تعليقاتهم، ويرجع سبب ذلك إلى أن صحيفة صحيفة الوطن لم تتح لقرائها إمكانية التعليق على ردود القراء.

- جاءت مقالات حمدي رزق في الترتيب الأخير من حيث اشتغالها على تعليقات للقراء حيث بلغ عدد تعليقاتهم على مقالاته ٦٨ تعليق بنسبة ٣,١ ٪ على مستوى جميع مقالات الكتاب محل الدراسة ولم تشتمل مقالاته على أية ردود نظراً لعدم إتاحة صحيفة المصري اليوم هذه الإمكانية لقرائها مثلها في ذلك مثل صحيفة العربي الجديد.

جدول (٣) يوضح نوع ونسبة مشاركة القراء للمقالات الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي

م	اسم الكاتب	فهمني هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	تويتر	٩	٢٩٨	٥,٣	٦٦١	٩,٨	٣٨٩٤	٧,١	١٦٨	٧,٢	٥٠٢١
٢	مشاركة فيسبوك Share اعجبتني	٦٧,٥	١٠٣٤٠	٥٧,٦	٧١٨٩	٨٩,٦	٣٥٥٨٩	—	—	٧٦	٥٣١١٨
٣	فيسبوك Like	—	—	—	—	—	—	٥٦,١	١٣٣٦	١,٩	١٣٣٦
٤	جوجل بلس	—	—	—	—	٠,٣	١٠٤	٠,٥	١٣	٠,٢	١١٧
٥	مشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٧,٣	١١١٤	٤,٦	٥٦٩	٠,٤	١٥٤	٣٦,٣	٨٦٤	٣,٨	٢٧٠١
٦	استماع (اقرأ لي)	٢٣,٣	٣٥٦١	٤٠,٧٢	٣٢,٦	—	—	—	—	١٠,٩	٧٦٣٣
٧	المجموع	١٠٠	١٥٣١٣	١٠٠	١٢٤٩١	١٠٠	٣٩٧٤١	١٠٠	٢٣٨١	١٠٠	٦٩٩٢٦

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- أن مشاركة المقالات الصحفية للصحف الاليكترونية محل الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك جاءت في الترتيب الأول على جميع مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٦٪، كان أكثرها من مشاركة مقالات مجدي الجلاذ بصحيفة الوطن حيث بلغ عدد مشاركتها على الفيسبوك ٣٥٥٨٩ مشاركة، في حين جاءت مقالات فهمني هويدي في صحيفة الشروق في الترتيب الثاني ١٠٣٤٠ مشاركة على الفيسبوك، ثم مقالات عمرو حمزاوي ٧١٨٩ مشاركة في الشروق، بينما لم يشارك القراء أية مقالات لحمدي رزق في صحيفة المصري اليوم على الفيسبوك، ويرجع سبب ذلك إلى أن صحيفة المصري اليوم لم تتح لقرائها خدمة مشاركة موادها التحريرية على الفيسبوك لكنها اكتفت بإتاحة خاصية الإعجاب Like فقط التي بلغ نسبة إعجاب قرائها بمقالات حمدي رزق ١٣٣٦ إعجاب بنسبة ١,٩٪ من المجموع الكلي لجميع مشاركات القراء للمقالات الصحفية محل الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، بعكس باقي الصحف الثلاث التي اكتفت بإتاحة المشاركة لموادها التحريرية على الفيسبوك عوضاً عن خاصية أعجبتني Like .
- جاء الاستماع إلى المقالات المقروءة من خلال خدمة (اقرأ لي) التي تتيحها صحيفة الشروق فقط في الترتيب الثاني لاستخدام صحف الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بعدد تكرارات ٧٦٣٣ بنسبة ١٠,٩٪ وبفارق كبير عن سابقتها، وتبين استحواد مقالات

عمرو حمزاوي على اعلي المقالات المسموعة من خلال اقرأ لي بعدد ٤٠٧٢ بينما جاء فهمي هويدي بعدد ٣٥٦١ مقالا مسموعاً.

- جاء موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في الترتيب الثالث من حيث مشاركة قراء المقالات الصحفية لمضمونها عليه بعدد ٥٠٢١ بنسبة ٧,٢٪ من جميع مشاركات مقالات الكتاب لصحف الدراسة، فجاءت مقالات مجدي الجلاذ بصحيفة الوطن الأكثر مشاركة في تويتر بعدد ٣٨٩٤ مشاركة، ثم مقالات عمرو حمزاوي بالشروق بعدد ٦٦١، ثم مقالات فهمي هويدي ٢٩٨، وأخيراً مقالات حمدي رزق ١٦٨ مشاركة.
- جاءت باقي مواقع التواصل الاجتماعي غير الواردة بالجدول السابق في الترتيبات المتأخرة بنسب ضئيلة بالرغم من أن جميع صحف الدراسة أتاحت خاصية المشاركة عليها حيث بلغ عدد مشاركة المقالات عليها ٢٧٠١ مشاركة بنسبة ١٠,٩٥٪، بلغ عدد مشاركة قراء فهمي هويدي لمقالاته ١١١٤ مشاركة، وقراء حمدي رزق ٨٦٤ مشاركة، وقراء عمرو حمزاوي ٥٦٩ مشاركة وأخيراً قراء مجدي الجلاذ ١٥٤ مشاركة.
- جاء استخدام القراء لموقع التواصل الاجتماعي جوجل بلس في الترتيب الأخير بعدد ١١٧ مشاركة بنسبة ٠,٢ ويرجع السبب في ذلك إلى عدم شهرة هذا الموقع اجتماعياً في مصر، والى عدم إتاحة صحيفة الشروق خاصية مشاركة موادها التحريرية لقرائها عليه وهي الأكثر تعليقاً من القراء على مقالات كتابها وهو ما سيأتي تفصيله بعد.

جدول ( ٤ ) نوع الموضوعات التي تناولتها المقالات الصحفية فترة الدراسة

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
١	موضوعات سياسية	٣	٣٧,٥	٣	٢٠	١٣	٨٦,٧	١	١٦,٧	٤٥,٥
٢	موضوعات اجتماعية	٣	٣٧,٥	٤	٢٦,٧	١	٦,٧	٢	٣٣,٣	٢٢,٧
٣	موضوعات عسكرية	١	١٢,٥	١	٦,٧	—	—	—	—	٤,٥
٤	موضوعات اقتصادية	—	—	١	٦,٧	—	—	—	—	٢,٣
٥	موضوعات إعلامية	—	—	—	—	٢	٣٣,٣	١	٦,٧	٦,٨
٦	موضوعات أمنية	—	—	٢	١٣,٢	—	—	—	—	٤,٥
٧	قانونية	١	١٢,٥	—	—	—	—	١	١٦,٧	٤,٥
٨	أخرى	—	—	٤	٢٦,٧	—	—	—	—	٩
٩	المجموع	٨	١٠٠	١٥	١٠٠	١٥	١٠٠	٦	١٠٠	٤٤

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- أن الموضوعات السياسية جاءت على قمة اهتمام كتاب المقالات في صحف الدراسة، حيث بلغت نسبتها ٤٥,٥٪ بعدد عشرين مقالاً سياسياً من مجموع ٤٤ مقالاً، ويعود ذلك بلا شك إلى التوتر السياسي الذي يسود الساحة في مصر والانشقاق الواضح بين تياراته المختلفة والاستقطاب الحاد للقوى السياسية بها، كما اتضح أيضاً من الدراسة أن عدد مقالات مجدي الجراد السياسية بلغت ١٣ مقالاً كان لمقالات السياسة الداخلية سناً منها، بينما بلغت مقالات السياسة الخارجية سبع مقالات من مجموع مقالاته السياسية الـ ١٣، وبلغت المقالات السياسية لكل من فهمي هويدي وعمرو حمزاوي ثلاثة مقالات، ومقال واحد لحمدي رزق.

- جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الثاني بعشر مقالات بنسبة ٢٢,٧٪ من المجموع الكلي لجميع الكتاب، كان لعمرو حمزاوي أربعة منها وفهمي هويدي ثلاثة مقالات ولحمدي رزق مقالان وأخيراً لمجدي الجراد مقال واحد.

- جاءت الموضوعات الأخرى غير الواردة في الجدول السابق في الترتيب الثالث بعدد أربعة مقالات بنسبة ٩٪ كان لعمرو حمزاوي ثلاثة منها عن التعليم والجامعات المصرية.

- جاءت الموضوعات الإعلامية في الترتيب الرابع بعدد ثلاثة مقالات بنسبة ٦,٨٪ كان لحمدي رزق منها مقالان ولمجدي الجراد مقال واحد، وهذا لا يمنع اهتمام المقالات الأخرى بالقضايا الإعلامية حيث ظهر جلياً اهتمام جميع الكتاب في أغلب مقالاتهم بمعالجة أخطاء الإعلام المصري التي ظهرت بوضوح في فترة ما قبل ٣٠ يونيو والفترة التي أعقبته.

أكد على ذلك مجدي الجراد في مقاله ( حرب وجود وحرب فحوذ ) ٢٠١٤/١١/١٥ حيث كتب «قلتُ من قبل «أنا مكسوف» لأن الإعلام المصري بات فوضوياً.. الدخلاء يملأون الشاشات.. والصراخ لغة الحوار.. والجهل يدير النقاش.. غير أنني اليوم أشعر بـ«الخزي» من شاشات تتسابق إلى جذب المشاهدين بـ«العُرى» والابتذال والإسفاف.. وكأن الحرب التي تخوضها مصر ضد «قوى الظلام» و«أعداء الخارج» تقتضى تعصيب المواطن وتخديره بمشاهد وبرامج النساء العاريات، والأحضان والقبيلات «الحرام»..!

- جاءت كل من الموضوعات العسكرية، والأمنية، والقانونية في الترتيب الخامس فما بعد بمقالين اثنين لكل منها بنسبة ٤,٥٪.

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن صحف الدراسة جميعها اهتمت بمعالجة قضية ما اسمته انحراف الإعلام المصري ومنها على سبيل المثال.

## جدول ( ٥ ) مسارات البرهنة التي اعتمد عليها كتاب المقالات الصحفية

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	الأدلة والشواهد	٥٤	٢٧	٣٦	١٨	٣٤,٨	١٦	٢٨,٦	٤	٤٠,٦	٦٥
٢	البيانات والأرقام	١٤	٧	٦	٣	٢٦	١٢	—	—	١٣,٧	٢٢
٣	عرض وجهتي النظر	١٢	٦	١٠	٥	٤,٣	٢	٧,١	١	٨,٨	١٤
٤	عرض وجهة نظر واحدة	٨	٤	١٢	٦	٦,٥	٣	٧,١	١	٨,٨	١٤
٥	البلاغة والوصف	١٢	٦	٣٠	١٥	٢٨,٢	١٣	٤٢,٩	٦	٢٥	٤٠
٦	أدلة خاطئة وتزييف حقائق	—	—	٦	٣	—	—	١٤,٣	٢	٣,١	٥
٧	المجموع	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٦	١٠٠	١٤	١٠٠	١٦٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- جاءت الأدلة والشواهد أول مسارات البرهنة التي يعتمد عليها كتاب المقالات الصحفية في صحف الدراسة، بعدد تكرارات ٦٥ بنسبة ٤٠,٦٪، جاء اعلاها لفهمي هويدي بعدد ٢٧، ثم عمرو حمزاوي بعدد ١٨، ثم مجدي الجلاذ بعدد ١٦، ثم حمدي رزق بأربعة مسارات منها.
- جاءت البلاغة والوصف ثاني مسارات البرهنة التي اعتمد عليها الكتاب في مقالاتهم محل الدراسة بعدد ٤٠ بنسبة ٢٥٪، جاء أكثرها في مقالات الكاتب عمرو حمزاوي بعدد ١٥، تلاه مجدي الجلاذ بعدد ١٣، ثم فهمي هويدي وحمدي رزق بعدد ٦ لكل منهما.
- جاءت البيانات والأرقام في الترتيب الثالث بين مسارات البرهنة بعدد ٢٢ بنسبة ١٣,٧ ٪ من المجموع الكلي، جاءت مقالات مجدي الجلاذ بعدد ١٢، تلاه فهمي هويدي بعدد ١٤، ثم عمرو حمزاوي بعدد ٣، وأخيرا حمدي رزق بدون أي استشهاد بالبيانات والأرقام.
- احتلت كل من مسارات عرض وجهتي النظر، وعرض وجهة نظر واحدة الترتيب الرابع والخامس بعدد ١٤ بنسبة ٨,٨٪ لكلتيهما، حيث استشهد عمرو حمزاوي، ست مرات بعرض وجهة النظر الواحدة، وخمس مرات بعرض وجهتي النظر، واستشهد فهمي هويدي أربعة مرات بعرض وجهة النظر الواحدة، وست مرات بعرض وجهتي النظر، واستشهد مجدي الجلاذ مرتين بعرض وجهتي النظر وثلاث مرات بعرض وجهة نظر واحدة، كما استشهد عمرو حمزاوي بمرتين لكلتيهما.

- وأخيراً جاءت الأدلة الخاطئة وتزييف الحقائق بعدد خمس مرات بنسبة ٣,١ ٪ من المجموع الكلي، استشهد بها عمرو حمزاوي ثلاث مرات وحمدي رزق مرتان.
- جدول (٦) مسارات البرهنة التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم وردودهم على المقالات الصحفية .

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك
١	الأدلة والشواهد	٣٥٠	١٩,٤	٣٧	٢٥,٢	١٦	٢٩,٦	٦	٢٣,١	٤٠٩	٢٠,٢
٢	البيانات والأرقام	١٤٦	٨,١	٥	٣,٥	١	١,٩	-	-	١٥٢	٧,٥
٣	عرض وجهتي النظر	٥٩	٣,٢	٨	٥,٥	٣	٥,٦	٣	١١,٥	٧٣	٣,٦
٤	عرض وجهة نظر واحدة	٦١١	٣٣,٩	٦٢	٤٢,٨	١٢	٢٢,٢	٦	٢٣,١	٦٩١	٣٤,١
٥	البلاغة والوصف	٦٠٣	٣٣,٥	٢٥	١٧,٢	٢٢	٤٠,٧	١٠	٣٨,٥	٦٦٠	٣٢,٦
٦	أدلة خاطئة وتزييف حقائق	٣٢	١,٨	٨	٥,٥	-	-	١	٣,٨	٤١	٢,٢
٧	المجموع	١٨٠١	١٠٠	١٤٥	١٠٠	٥٤	١٠٠	٢٦	١٠٠	٢٠٢٦	١٠٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- جاء مسار عرض وجهة نظر واحدة في الترتيب الأول لمسارات البرهنة التي اعتمد عليها قراء المقالات الصحفية في تعليقاتهم وردودهم بنسبة ٣٤,١ ٪ بعدد تكرار ٦٦٠، جاء قراء فهمي هويدي أكثرهم استخداماً لها بعدد ٦١١، بينما استخدم قراء مقالات عمرو حمزاوي هذا المسار ٦٢ مرة، وقراء مجدي الجلاذ ١٢ مرة، وأخيراً قراء حمدي رزق ست مرات. ويعود السبب في ارتفاع نسبتها عند قراء فهمي هويدي وانخفاضها عند الآخرين إلى أن مقالاته هي الأكثر تعليقاً من القراء من بين باقي الكتاب يوضح ذلك جدول (١).
- جاءت البلاغة والوصف ثاني مسارات البرهنة التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم وردودهم، بتكرار ٦٦٠ بنسبة ٣٢,٦ ٪، استخدم هذا المسار قراء فهمي هويدي ٦٠٣ مرة، وقراء عمرو حمزاوي ٢٥ مرة، وقراء مجدي الجلاذ ٢٢ مرة، وقراء حمدي رزق عشر مرات، ويرجع السبب في ارتفاع نسبة هذا المسار وانخفاضه إلى ارتفاع عدد التعليقات والردود وانخفاضها حيث أن العلاقة بينهما طردية.
- جاءت الأدلة والشواهد ثالث مسارات البرهنة التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم، حيث بلغت ٤٠٩ بنسبة ٢٠,٢ ٪، جاء أعلاها لقراء فهمي هويدي بعدد ٣٥٠، ثم عمرو

- حمزاوي ٣٧ ثم مجدي الجلاذ ١٦ وأخيرا حمدي رزق ست مرات.
- جاءت باقي مسارات البرهنة في ترتيب متأخر بفارق كبير عما سبق، حيث بلغت مسارات البيانات والأرقام عدد ١٥٢ بنسبة ٧,٥٪، ومسار عرض وجهتي النظر بعدد ٧٣ بنسبة ٣,٦٪، وأخيرا الأدلة الخاطئة وتزييف الحقائق بعدد ٤١ بنسبة ٢,٢٪.

#### جدول (٧) نسبة التزام القراء بموضوع المقال الصحفي في تعليقاتهم وردودهم

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	ملتزم بموضوع المقال	١٠٨٤	٦٢,٥	١٩٨	٧٦,٧	١٢٥	٨٨	٥٧	٨٣,٩	١٤٦٤	٦٦,٥
٢	غير ملتزم بموضوع المقال	٣٦١	٢٠,٨	٣٢	١٢,٤	١٤	٩,٩	٣	٤,٤	٤١٠	١٨,٦
٣	تعليق مكرر	١٩٦	١١,٣	١٠	٣,٩	—	—	—	—	٢٠٦	٩,٣
٤	تعليق دعائي	٣	٠,٢	٦	٢,٣	—	—	—	—	٩	٠,٤
٥	أخرى	٩٠	٥,٢	١٢	٤,٧	٣	٢,١	٨	١١,٧	١١٣	٥,١
٦	المجموع	١٧٣٤	١٠٠	٢٥٨	١٠٠	١٤٢	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢٢٢٦	١٠٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- احتلت تعليقات وردود القراء الملتزمة بموضوع المقال محل التحليل الترتيب الأول لدي مقالات جميع الكتاب، حيث بلغت نسبتها إلى المجموع الكلي لجميع الكتاب ٦٦,٥٪ بعدد ١٤٦٤، حيث التزم قراء فهمي هويدي بعدد ١٠٨٤ ثم قراء عمرو حمزاوي بعدد ١٩٨ ثم قراء مجدي الجلاذ بعدد ١٢٥ وأخيرا قراء حمدي رزق بعدد ٨٨ بموضوع المقال.
- جاءت تعليقات القراء غير الملتزمة بموضوع المقال في الترتيب الثاني بنسبة ١٨,٦ ٥ بعدد ٤١٠، لقراء فهمي هويدي منها ٣٦١ ولقراء عمرو حمزاوي ٣٢ ولقراء مجدي الجلاذ ١٤ وأخيرا حمدي رزق بثلاثة تعليقات.
- جاءت التعليقات المكررة في الترتيب الثالث بنسبة ٩,٣٪ بعدد تكرار ٢٠٦ انحصرت بين قراء فهمي هويدي وعمرو حمزاوي التي بلغت لقراء فهمي هويدي ١٩٦ وعشر لقراء عمرو حمزاوي
- جاءت التعليقات الأخرى التي لا علاقة لها بالمقال مثل الأدعية والآيات القرآنية

والتعليقات الدعائية بترتيب متأخر حيث بلغت نسبتها ٥,١ % بعدد ١١٣ تعليقاً، ويرجع السبب في ارتفاع نسبة تعليقات قراء فهمي هويدي وعمرو حمزاوي الملترمة وغير الملترمة بموضوع المقال عن غيرهما إلى نفس السبب السابق ذكره وهو ارتفاع عدد التعليقات والردود على مقالاتهم .

جدول ( ٨ ) اتجاه تعليقات وردود القراء نحو رأي كاتب المقال

م	اسم الكاتب اتجاه التعليق	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	مؤيد لرأي الكاتب	٩٠,٩	٥٢,٤	١٢٩	٥٠	١١٨	٨٣	٤٥	٦٦,٢	١٢٠١	٥٤,٧
٢	معارض لرأي الكاتب	٤٤,٥	٢٥,٧	٩٢	٣٥,٦	١٥	١٠,٦	١٣	١٩,١	٥٦٥	٢٥,٧
٣	تعليق محايد	٩١	٥,٢	٩	٣,٤	٦	٤,٢	١	١,٥	١٠٧	٤,٨
٤	تعليق لا علاقة له بالمقال	٤٠	٢,٣	٢٥	٩,٦	—	—	٤	٥,٩	٦٩	٣,١
٥	أخرى	٢٤٩	١٤,٣	٣	١,٦	٣	٢,١	٥	٧,٣	٢٦٠	١١,٨
٦	المجموع	١٧٣٤	١٠٠	٢٥٨	١٠٠	١٤٢	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢٢٠٢	١٠٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- استحوذت تعليقات وردود القراء المؤيدة لآراء كتاب المقالات على النسبة الأعلى بنسبة ٥٤,٧ % بعدد ١٢٠١ من المجموع الكلي، جاءت على التوالي لقراء فهمي هويدي بعدد ٩٠٩ تعليقاً ثم قراء عمرو حمزاوي ١٢٩ تعليقاً ثم قراء مجدي الجلاذ بعدد ١١٨ تعليقاً، وأخيراً قراء حمدي رزق بعدد ٤٥ تعليقاً مؤيداً لرأيه.
- احتلت تعليقات وردود القراء غير المؤيدة لآراء كتاب المقالات على الترتيب الثاني بنسبة ٢٥,٧ % بعدد ٥٦٥ من المجموع الكلي، جاءت على التوالي لقراء فهمي هويدي بعدد ٤٤٥ تعليقاً ثم قراء عمرو حمزاوي ٩٢ تعليقاً ثم قراء مجدي الجلاذ بعدد ١٥ تعليقاً، وأخيراً قراء حمدي رزق بعدد ١٣ تعليقاً مؤيداً لرأيه.
- احتلت تعليقات وردود القراء الأخرى غير الواردة بالجدول على الترتيب الثالث بنسبة ١١,٨ % بعدد ٢٦٠ من المجموع الكلي، جاءت على التوالي لقراء فهمي هويدي بعدد ٢٤٩ تعليقاً ثم قراء حمدي رزق بخمسة تعليقات ثم قراء كل من عمرو حمزاوي ومجدي الجلاذ بثلاثة تعليقات لكليهما
- وأخيراً جاءت التعليقات التي لا علاقة لها بالمقالات الصحفية محل الدراسة بنسبة

٣,١٪ بعدد ٦٩ تعليقا جاءت تعليقات قراء فهمي هويدي ٤٠ ثم عمرو حمزاوي ٢٥  
ثم حمدي رزق بأربعة تعليقات ولم تأت أية تعليقات لهذه الفئة لقراء مجدي الجلاذ .

جدول ( ٩ ) لغة تعليقات وردود القراء على المقالات الصحفية

م	اسم الكاتب لغة التعليق	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاذ		حمدي رزق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	لغة عامية	١٧٣	١٠	٤	١,٦	٨	٥,٦	٥	٧,٤	١٩٠	٨,٦
٢	لغة عربية فصحى	١٣٢٥	٧٦,٤	٢٢٧	٨٨	١٢٩	٩٠,٨	٥٧	٨٣,٨	١٧٣٨	٧٨,٩
٣	لغة مختلطة عامية/فصحى	٢٣٦	١٣,٦	١٤	٥,٤	٥	٣,٥	٦	٨,٨	٢٦١	١١,٩
٤	لغة انجليزية	-	-	١٣	٥	-	-	-	-	١٣	٠,٦
٥	المجموع	١٧٣٤	١٠٠	٢٥٨	١٠٠	١٤٢	١٠٠	٦٨	١٠٠	٢٢٠٢	١٠٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا ما يأتي :

- جاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة العربية الفصحى في الترتيب الأول لدي جميع المقالات محل الدراسة ولدى جميع الكتاب حيث بلغت نسبتها ٧٨,٩ ٪ من المجموع الكلي للغة التعليقات بعدد ١٧٣٨، جاءت تعليقات قراء مقالات فهمي هويدي بعدد ١٣٥٢ تعليقا، ثم عمرو حمزاوي ٢٢٧ تعليقا، ثم مجدي الجلاذ ١٢٩ تعليقا، وأخيرا حمدي رزق ٥٧ تعليقا مكتوبا باللغة العربية الفصحى .
- جاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة المختلطة بين اللغة العربية الفصحى واللغة العامية في الترتيب الثاني لدي جميع المقالات محل الدراسة ولدى جميع الكتاب حيث بلغت نسبتها ١١,٩ ٪ من المجموع الكلي للغة التعليقات بعدد ٢٦١ تعليقا، جاءت تعليقات قراء مقالات فهمي هويدي بعدد ٢٣٦ تعليقا، ثم عمرو حمزاوي ١٤ تعليقا، ثم حمدي رزق بست تعليقات، ثم مجدي الجلاذ بخمس تعليقات مكتوبة باللغة المختلطة بين العامية والفصحى .
- جاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة العامية في الترتيب الثالث بنسبة ٨,٦ ٪ بعدد ١٩٠ تعليقا، كان أكثرها لقراء فهمي هويدي بعدد ١٧٣ تعليقا ثم مجدي الجلاذ بثمان تعليقات ثم حمدي رزق بخمسة تعليقات، وأخيرا عمرو حمزاوي بأربعة تعليقات مكتوبة باللغة العامية.
- لم تأت تعليقات القراء المكتوبة باللغة الانجليزية إلا بثلاثة عشر تكرارات فقط جميعها

كانت تعليقات على مقالات عمرو حمزاوي بنسبة ٣,٠٪. ويرجع السبب . كما قلنا سابقاً. إلى ارتفاع جميع نسب الجدول لدى قراء فهمي هويدي وعمرو حمزاوي إلى ارتفاع عدد التعليقات والردود على مقالاتهم طبقاً لبيانات جدول (١).

جدول (١٠) درجة ارتباط المقالات الصحفية بالأحداث الجارية

م	اسم الكاتب	فهمي هويدي		عمرو حمزاوي		مجدي الجلاد		حمدي رزق		المجموع	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
١	مرتبط بالأحداث الجارية	٨	١٠٠	١٥	١٠٠	١٥	١٠٠	٦	١٠٠	٤٤	١٠٠
٢	غير مرتبط بالأحداث الجارية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
٣	المجموع	٨	١٠٠	١٥	١٠٠	١٥	١٠٠	٦	١٠٠	٤٤	١٠٠

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن جميع المقالات التي خضعت للدراسة لجميع الكتاب جاءت مرتبطة بالأحداث الجارية بنسبة ١٠٠٪، وهذا يؤكد على أهمية المقالات التحليلية ويجعل لها خصوصية عن باقي أنواع المقالات الصحفية الأخرى، إذ أن أهم ما يميزها هو متابعتها للأحداث الجارية التي تهم اكبر قطاع من الجماهير خاصة إذا كتب المقال في فترة توتر سياسي واجتماعي مثل الفترة التي تعيشها مصر منذ ثورة ٢٥ يناير ٢٠٠١.

### أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

أن مقالات فهمي هويدي في صحيفة الشروق استحوذت على أكثر تعليقات القراء على المقالات وردودهم على بعضهم البعض، ومقالات عمرو حمزاوي في صحيفة الشروق في الترتيب الثاني ومقالات مجدي الجلاد في الترتيب الثالث وحمدي رزق في الترتيب الأخير. أن مشاركة القراء للمقالات الصحفية للصحف الالكترونية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك جاءت في الترتيب الأول على جميع مواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء الاستماع إلى المقالات المقروءة من خلال خدمة (اقرأ لي) التي تتيحها صحيفة الشروق فقط في الترتيب الثاني لاستخدام صحف الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في الترتيب الثالث، وجاء استخدام القراء لموقع التواصل الاجتماعي جوجل بلس في الترتيب الأخير.

أن الموضوعات السياسية جاءت على قمة اهتمام كتاب المقالات في صحف الدراسة، حيث بلغت نسبتها ٤٥,٥٪، وجاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٢,٧٪ من المجموع الكلي لجميع الكتاب، وجاءت الموضوعات الإعلامية في الترتيب الرابع، بينما جاءت كل من الموضوعات العسكرية، والأمنية، والقانونية في الترتيب الخامس.

جاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة العربية الفصحى في الترتيب الأول لدي جميع المقالات محل الدراسة ولدى جميع الكتاب، وجاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة المختلطة بين اللغة العربية الفصحى واللغة العامية في الترتيب الثاني لدي جميع المقالات محل الدراسة ولدى جميع الكتاب، كما جاءت تعليقات القراء وردودهم المكتوبة باللغة العامية في الترتيب الثالث.

استحوذت تعليقات وردود القراء المؤيدة لآراء كتاب المقالات على النسبة الأعلى بنسبة ٥٤,٧ % كما احتلت تعليقات وردود القراء غير المؤيدة لآراء كتاب المقالات على الترتيب الثاني بنسبة ٢٥,٧ %.

جاء مسار عرض وجهة نظر واحدة في الترتيب الأول لمسارات البرهنة التي اعتمد عليها قراء المقالات الصحفية في تعليقاتهم وردودهم بنسبة ٣٤,١ % كما جاءت البلاغة والوصف ثاني مسارات البرهنة التي اعتمد عليها القراء في تعليقاتهم وردودهم، بنسبة ٣٢,٦ %، بينما جاءت الأدلة والشواهد ثالث مسارات البرهنة التي اعتمد عليها الكتاب في تعليقاتهم بنسبة ٢٠,٢ %، وجاءت باقي مسارات البرهنة في ترتيب متأخر بفارق كبير عما سبق.

## مصادر الدراسة ومراجعها

٦. حسن عماد مكاي، وليلى عبدالمجيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ١٠٦.
٧. جمال سند السويدي : وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة ٢٠١٤، بدون ناشر، ص ١٥.
٨. سعد سلمان عبدالله : معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت : دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت، ٢٠١٠، مجلة آداب الفراهيدي، عدد خاص بمؤتمر الآداب الرابع، ص ٥٠٠.
٩. جمال سند السويدي : وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة ٢٠١٤، بدون ناشر، ص ١١.
١٠. سعد سلمان عبدالله : معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت : دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت، ٢٠١٠، مجلة آداب الفراهيدي، عدد خاص بمؤتمر الآداب الرابع.
١١. ريم فتحة قدوري، "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية : دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجًا"، رسالة ماجستير، غير منشورة، تونس: جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ٢٠١٠م
١٢. سهير إبراهيم، "استخدام مواقع الانترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري" القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، المجلد العاشر، يوليو-ديسمبر، ٢٠١٠م، ص ٢٨٩-٣٥٤

١٣. نائر تلاحمة، "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير، غير منشورة، عمان: جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢م.
14. Aleksu Alku, "Producing Interactivity: Does Media Convergence Promote Interactivity and Audience Participation?", Media and Communication Studies, University of Helsinki, Master's Thesis, unpublished, April (2011)
١٥. منار محمد، "تحليل المواقع الإلكترونية للصحف المصرية"، في كتاب: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط١، القاهرة، دار العالم العربي، ٢٠١١م
١٦. محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير، مجلس كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدنمارك، ٢٠١٢.
١٧. حمادة الهندي : نحو رؤية سوسيو /إعلامية لسياسة مجتمعية لمواجهة العنف والارهاب : دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول ( لكلية الاعلام، جامعة فاروس الاسكندرية، مصر، الإسكندرية نوفمبر ٣- ١ - ٢٠١٤ "مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة.
١٨. اميرة محمد محمد سيد احمد : اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن القومي المصري: دراسة ميدانية: دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول ( لكلية الإعلام جامعة فاروس، مصر، الإسكندرية نوفمبر ٣- ١ - ٢٠١٤ "مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة.
١٩. ابراهيم منصور عبداللطيف الغيطي: المخاطر الناجمة عن شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على الأمن القومي : دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول ( لكلية الاعلام جامعة فاروس، مصر، الإسكندرية نوفمبر ٣- ١ - ٢٠١٤ "مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة.
٢٠. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٢٢٠.
٢١. شعبان ابواليزيد شمس : الصورة الذهنية للغرب في صحافة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥١، القاهرة، جامعة الأزهر، يناير ٢٠٠١م، ص ٥٩.
٢٢. (\*) ضمت هيئة التحكيم كلاً من
- أ.د/ سليمان سالم صالح: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وقسم الاتصال والإعلام كلية الآداب جامعة طيبة .
  - أ.د/ حسني محمد نصر : أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة وجامعة السلطان قابوس سلطنة عمان.
  - أ.د/ صابر سليمان عسران، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
  - أ.د. م./ رضا عبدالوارج امين : أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام جامعة الأزهر وجامعة دلمون بمملكة البحرين.
  - أ.د.م/ أمين احمد فالح المغامسي : أستاذ الصحافة المشارك بقسم الاتصال والإعلام كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
٢٣. قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات، بيروت، دار العلم للملايين، ٢٠٠٦، ص ١٥٢.
٢٤. خالد زعموم والسعيد بو معيزة: النفاذ في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، تونس، سلسلة بحوث ودراسات

- إذاعية تصدر عن إذاعات الدول العربية، سلسلة رقم ٦١، ٢٠٠٧، ص ٢٨.
٢٥. الصادق الحمامي : الإذاعة المصرية في عصر الشبكات، نماذج جديدة، متوفر على [www.radio-tunisieenne.tn](http://www.radio-tunisieenne.tn) ١٥/٨/٢٠٠٩.
٢٦. الصادق الحمامي : المصدر السابق.
٢٧. حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام والصحافة الالكترونية، مصدر سابق ص ٥٤.
٢٨. محمد منير حجاب : وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٣٣.
٢٩. صالح خليل أبو اصبع : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥، ص ١٢.
٣٠. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مصدر سابق، ص ٥١.
٣١. سيد غندور ومحمد جلال : استخدام التدريسيين للإنترنت : دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، القاهرة، مطبعة جامعة القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٤٧.
٣٢. نيكولاس نيجروونت : التكنولوجيا الرقمية، ترجمة سمير إبراهيم شعبان، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، ١٩٩٨، ص ٢٩.
٣٣. احمد المؤمن : الصحافة التفاعلية في العراق الواقع والطموح، بحث منشور على الانترنت على الموقع التالي <http://www.iraqcenter.net/vb/htm1.1020>.
29. [http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9\\_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite\\_note-1&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNFZFeqWoYPa4zx5ocVbkRoOByu1IA](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite_note-1&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNFZFeqWoYPa4zx5ocVbkRoOByu1IA).
30. [http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9\\_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite\\_note-4&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGGJYCiniLZX4DvjgSkx7suXMjZNA](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite_note-4&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGGJYCiniLZX4DvjgSkx7suXMjZNA).
31. [http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9\\_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite\\_note-5&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGEdHSElkb0oLBSJsrkI8QbaDr-A](http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Far.wikipedia.org%2Fwiki%2F%25D825%B525%D825%AD%25D825%A725%D925%2581%D825%A9_%25D825%AA%25D925%2581%D825%A725%D825%B925%D925%2584%D925%8A%25D825%A923%cite_note-5&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNGEdHSElkb0oLBSJsrkI8QbaDr-A).
٣٢. فاطمة الزهراء عماري : استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك: دراسة مسحية لعينة من صفحات الفيس بوك لقناتي بي بي سي وفرنس ٢٤ خلال عام ٢٠١٢، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٢، ص ١.
٣٣. فاطمة الزهراء عماري : استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص ١٠.