

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر
في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة
بعنوان:

الخطاب الرقمي ومخرجاته في المجال العام

دراسة تحليلية لعينة من خطابات facebook

من إعداد الطالب: عبد اللطيف موقار

نوقشت بتاريخ:.....
اللجنة المناقشة المكونة من:

الأستاذ عبد القادر بودريالة:.....أستاذ محاضر أ.....جامعة قاصدي مرباح.....رئيسا
الأستاذة فضيلة تومي:.....أستاذ محاضر أ.....جامعة قاصدي مرباح.....مشرفا
الأستاذة مصطفى ثابت:.....أستاذ محاضر أ.....جامعة قاصدي مرباح.....مناقشا

السنة الجامعية: 2019 / 2020

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين

عبد اللطيف.

التشكرات

شكرا لمن هم في الطريق

إلى كل الأساتذة الذين قدموا يد المساعدة

إلى كل الرفاق الذين يناقشون

إلى كل محيط العمل الذي ساند وتحمل

ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة الموسومة بـ: الخطاب الرقمي ومخرجاته في المجال العام، ظاهرة إنتشار الوسائط الجديدة وطرائق الإقبال عليها من طرف المستخدمين وما تفرزه لنا من محتويات رقمية متنوعة، وخاصة فيما يعرف بمنصات التواصل الإجتماعي، والتي تعمل على توفير خصائص تسهل على المستخدمين إنتاج محتوياتهم أو حتى المساهمة في تعديل محتويات أخرى والتفاعل معها، وهي كلها ميزات توفرها منصة فيسبوك.

إن المحتويات الرقمية التي تقدم على مستوى منصة فيسبوك يصدر عنها خطابات رقمية تنتقل من الفضاء الرقمي الافتراضي الذي أنشأت داخله إلى المجال العام الواقعي، وعليه تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تشكل الخطاب الرقمي من خلال هذه المحتويات الرقمية، والتعرف على مخرجات هذا الخطاب الرقمي في المجال العام.

ينتهي هذا البحث إلى الدراسات الإستكشافية التي تعنى بمعالجة المواضيع التي تختص بدراسة المحتوى الرقمي، حيث سعت لتحليل عينة من مواضيع موقع فيسبوك عن طريق إتباع المنهج الوصفي التحليلي وفق ما تقتضيه المقاربة البنائية الوظيفية، وذلك باستخدام أداة تحليل المحتوى ومقاربات تحليل الخطاب الرقمي.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المحتوى الرقمي يتركب من عدة أنساق جزئية تعمل على تأدية وظائف مختلفة، حيث ينتج عنها تشكل عناصر الخطاب الرقمي، والذي يعمل بدوره على نقل مخرجات هذه المحتويات الرقمية إلى المجال العام.

Abstract

The present study entitled “The digital discourse and their Outputs in the Public sphere “tackled the phenomenon of the increasing widespread of the new media and the ways people are interacting with , the digital content they provide ,particularly, what is known as social media platforms which all offer qualities and parameters that make it easy for the users to produce their own content or even contribute to modify others’ contents and interact with . All these above-mentioned features are offered by Facebook.

The digital content on Facebook screens is transmitted to the digital discourse from the virtual digital arena to the real public sphere . For this very point , our study aims at identifying the way the digital discourse are made through the digital contents and as well at investigating the outputs of the digital discourse in the public sphere.

This study is exploratory; it deals with the digital contents and seeks to analyse as a sample some of the facebook posts relying upon the descriptive and analytical methodology as required by the structural-functional approach using the CAT (Content Analysis Tool) & the digital discourse analysis approaches.

The study concluded that the digital content consists of a range of partial settings that do a variety of functions from which generate the digital discourse transmitting the outputs to the public sphere.

الكلمات المفتاحية

العربية: المحتوى الرقمي، الخطاب الرقمي، المجال العام، الفيسبوك

الأجنبية: Digital content, digital discourse, public sphere,facebook

قائمة المحتويات:

.....	الإهداء
.....	التشكرات
.....	ملخص الدراسة
.....	قائمة المحتويات
.....	قائمة الجداول
.....	قائمة الأشكال
1.	مقدمة
I. الفصل الأول: الاجراءات المنهجية	
10	2. الإشكالية
12	3. أهداف الدراسة
12	4. أهمية الدراسة
13	5. أسباب اختيار الموضوع
13	6. مصطلحات الدراسة
17	7. الدراسات السابقة
27	8. منهجية الدراسة
27	9. أدوات الدراسة
31	10. مجتمع البحث وعينة الدراسة
35	11. المقاربات النظرية
II. الفصل الثاني: الجانب التطبيقي	
43	1. بطاقة فنية عن صفحات المواضيع محل الدراسة
44	2. التحليل الكيفي للموضوع
46	3. تحليل المحتوى الثابت
52	4. تحليل المحتوى التفاعلي
81	5. الإستنتاجات العامة للدراسة
86	خاتمة
89	قائمة المراجع
94	الملاحق
103	فهرس المحتويات

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
37	جدول يوضح وظائف الفئات المشكلة للمنشور على موقع فيسبوك	01
38	جدول يوضح العناصر المشكلة للخطاب الرقمي وعلاقتها بالمحتوى الرقمي.	02
48	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة أساليب الإقناع	03
51	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة مضمون الموضوع	04
55	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة خيار التفاعل	05
60	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة تعدد الوسائط	06
65	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة الإضافات الجديدة للموضوع	07
66	جدول يوضح تكرارات ونسب العناصر المشكلة للجزأين الثابت والتفاعلي	08
71	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة خلفية التفاعل	09
75	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة إتجاه التفاعل	10
79	جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة موضوع التفاعل	11

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
36	مخطط توضيحي يبين بنية المنشور على موقع فيسبوك	01
39	نموذج يوضح البنية الوظيفية للمواضيع على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك	02
48	دائرة نسبية تمثل فئة أساليب الإقناع	03
51	دائرة نسبية تمثل فئة مضمون الموضوع	04
55	دائرة نسبية تمثل فئة خيار التفاعل	05
56	مخطط توضيحي يبين الخيارات التقنية المتاحة للمستخدم عند التفاعل	06
60	دائرة نسبية تمثل فئة تعدد الوسائط	07
65	دائرة نسبية تمثل فئة الإضافات الجديدة للموضوع	08
67	دائرة نسبية تمثل الأفكار المشككة للجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع	09
68	دائرة نسبية تمثل المعلومات المشككة للجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع	10
68	دائرة نسبية تمثل الفاعلين في الجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع	11
71	دائرة نسبية تمثل فئة خلفية التفاعل	12
75	دائرة نسبية تمثل فئة إتجاه التفاعل	13
79	دائرة نسبية تمثل فئة موضوع التفاعل	14

مقدمة:

لقد أصبحت التكنولوجيات الحديثة تمثل أحد الركائز الأساسية لحياة الأفراد والمجتمعات في وقتنا الراهن، لأن تطوراتها المتلاحقة والمتسارعة أفرزت لنا وسائط تكنولوجية حديثة استطاعت أن تجذب جمهور المستخدمين وتجمعهم داخل بيئة رقمية افتراضية توفر لهم مجموعة من الخيارات التي يستطيعون من خلالها إنتاج محتويات رقمية والتفاعل معها، وهو ما خلق لنا ممارسات اتصالية جديدة تتجلى في أحسن صورها من خلال ما يعرف بمنصات التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت تعمل على إنتاج خطابات رقمية تنتقل إلى الحياة الواقعية من خلال المجال العام الذي ينتمي إليه الأفراد، وهي ظاهرة أصبحت تحوز إهتمام المجتمعات نتيجة لزيادة قدرة تأثيرها على الحياة الاجتماعية الواقعية.

وفي خضم هذا التطور أعتبر موقع فيسبوك أحد أهم هذه المنصات من خلال ما يوفره من خيارات تقنية تسهل على المستخدمين تجسيد تفاعلاتهم حول المواضيع التي تنشر على مستواه والتي تمتلك القدرة على إنتاج خطابات تتجاوز الفضاء الرقمي الذي طرحت داخله، وعليه فإننا ومن أجل امتلاك القدرة على فهم الظواهر المتعلقة بإنتاج الخطابات الرقمية وجب علينا تتبع العمليات التي تعمل على تشكيل المحتويات الرقمية والتعرف على كيفية إنتاجها لعناصر الخطاب الرقمي والشكل الذي يتجسد به هذا الخطاب على مستوى المجال العام.

وعليه فإن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على كيفية تشكل الخطاب الرقمي لمواضيع موقع فيسبوك، وكذلك التعرف على مخرجات هذا الخطاب على مستوى المجال العام، ومن أجل الوصول إلى ذلك سعت هذه الدراسة للتعرف على البنية الشكلية لمواضيع المحتوى الرقمي، وكيف لهذه البنية أن تعمل على إنتاج خطاب رقمي.

كما تعمل الدراسة على إظهار كيفية مساهمة المجالات الجزئية التي يحملها الخطاب الرقمي في بناء المجال العام، عن طريق ما تحمله هذه المجالات من مخرجات المحتويات الرقمية.

وفي سبيل الإلمام بما هو موجود من دراسات ورصيد معرفي له علاقة بموضوع الدراسة عملنا على الاطلاع على ما هو متوفر من دراسات سابقة والتي اعتمدنا مجموعة منها نستند عليها في دراستنا هذه، سواءً من الناحية التحليلية عن طريق استخدام أداة تحليل المحتوى أو من ناحية إظهار الدور التفاعلي داخل هذا المحتوى أو من ناحية تركيب العناصر المشكلة للخطاب الرقمي.

إننا ومن أجل التوليف بين فئات المحتوى الرقمي والعناصر المشكلة للخطاب الرقمي ومساهمتها في بناء المجال العام إتبعنا في دراستنا هذه المقاربة البنوية الوظيفية بهدف طرح تصور يبين البناء الكلي للظاهرة والأنساق الجزئية المشكلة لهذا البناء مع تبيان العلاقة فيما بينها والمساهمة الوظيفية لكل نسق جزئي على حدى، و من أجل وصول الدراسة للنتائج التي تصبوا إليها تحرينا الصرامة والدقة في إتباع خطوات البحث العلمي، وذلك من خلال التزامنا بتوثيق النصوص والأفكار المستخدمة سواءً على مستوى الإجراءات المنهجية أو على مستوى الجانب التطبيقي.

وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم الدراسة إلى جزأين، الجانب المنهجي وما يحتويه من أهداف للدراسة والمنهج والأدوات إلى تحديد مجتمع وعينة البحث، والجانب التطبيقي والذي حوى الدراسة التحليلية ثم الإستنتاجات العامة فخاتمة الدراسة ومراجعتها وملاحقتها.

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية

2. الإشكالية:

في ظل التطور التكنولوجي الحاصل وتحول المجتمعات إلى الاعتماد على المعلومات وهو الأمر الذي لم يعد مرهونا فقط بالدول والمؤسسات، وإنما مع التقدم التقني المتسارع والذي وفر العديد من الأجهزة والوسائط التكنولوجية ذات طابع الاستخدام الفردي والشخصي والتي تمنح الأفراد القدرة على البقاء متصلين افتراضيا مع العالم المحيط بهم وفق مجموعة من الخيارات منها ما يحدده المستخدم في حد ذاته مثل اقتناء الجهاز أو التطبيقات المستخدمة والمجموعات والأفراد الذين يتحاور معهم والمواضيع إلى غير ذلك، ومنها ما هو خارج عن تحكمه مثل الخيارات التفاعلية داخل المواقع والتطبيقات ودرجة الإتاحة وخلفيات أصحاب المواقع....

إن هذا الاستخدام والذي لاقى إقبالا غير عادي جعل الكل (أفراد، مؤسسات) يتهافت لاستخدام المحتوى الرقمي لهذه الوسائط كل حسب حاجته وذلك سواء عن طريق إنتاج محتوى معين يخدم احتياجاته ومصالحه أو عن طريق البحث والإبحار في هذا المحتوى الرقمي، إن الاستخدام لهذه البيئة الرقمية أنتج لنا أنماطا اتصالية جديدة استطاعت الدمج بين الخصائص التكنولوجية لهذه الوسائط والاتصال كظاهرة اجتماعية، والتي تتجلى في أحسن صورها داخل ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث أن المستخدمين يتواصلون داخل هذه البيئة الافتراضية مستخدمين ما توفره لهم من خيارات تقنية وتفاعلية من أجل إنتاج محتويات أو إعادة تشكيلها وفق مدركاتهم وتصوراتهم الشخصية.

إن المواضيع المطروحة داخل هذه المنصات بداية من لحظة إدراجها ثم تعرضها لتفاعل المستخدمين وتغيرها على مستوى الشكل والمضمون تنتج لنا خطابات رقمية متعددة تتجمع كلها داخل بيئة رقمية افتراضية، وهذه الخطابات التي يساهم المستخدمون في تشكيلها تعمل على التأثير عليهم في ردود أفعالهم وتصوراتهم ومعتقداتهم وهو ما يظهر جليا على مستوى المجال العام من خلال انعكاس مخرجات هذه الخطابات الرقمية على الحياة الواقعية والممارسات اليومية المتعلقة بالأفراد أو من خلال النشاطات والمشاركات المتعلقة بالمجتمع.

وتعد منصة فيسبوك احد أهم هذه المواقع من حيث استقطابها عددا كبيرا من المستخدمين اللذين تحولت زيارتهم لهذا الموقع إلى ممارسة يومية تترجم على شكل اتصال شبه دائم يطلعون

من خلاله على المواضيع المطروحة ويتفاعلون معها مشكلين بذلك خطابا رقميا يحملون معهم مخرجاته إلى حياتهم اليومية.

إن معظم الدراسات التي حاولت التعرف على مخرجات الخطاب الرقمي كثيرا ما توجهت نحوى المستخدمين من اجل قياس تأثير الخطاب الرقمي عليهم ومن ثمة محاولة التعرف على العناصر المشكلة لهذا الخطاب من خلال الإجابات والنتائج المتحصل عليها من المستخدمين، إنما يعد هذا غير كافي سواء من ناحية الإلمام بكل مخرجات هذا الخطاب أو من ناحية معرفة الآلية التي يتشكل بها، بل أكثر من ذلك كيفية انتقال هذا الخطاب إلى المستخدمين والمجال العام.

إننا هنا سنحاول التعرف على المخرجات الناتجة عن الخطاب الرقمي لمواضيع فيسبوك في تتابع كرونولوجي لعملية تشكله بداية من نشر الموضوع في شكله الثابت انتقالا إلى تفاعلات المستخدمين مع هذا الموضوع مع مراعاة البيئة التكنولوجية والسياق الاجتماعي اللذان يحصل على مستواه التواصل بين الأفراد، لينتج لنا في النهاية خطابا رقميا تتعدى مخرجاته الفضاء الافتراضي إلى المجال العام الواقعي وهو ما نصبوا إليه في دراستنا هذه من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتشكل الخطاب الرقمي عبر الفيسبوك وما هي مخرجاته في المجال العام؟

وسنعمل في دراستنا هذه على تحليل عينة من منشورات موقع فيسبوك وفهم آلية تشكل الخطاب الرقمي من خلالها، وانتقال مخرجاته للمجال العام وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو شكل المواضيع داخل منصة فيسبوك؟
- كيف تشكل المواضيع المنشورة على منصة فيسبوك الخطاب الرقمي ؟
- كيف تساهم تفاعلات الخطاب الرقمي في تشكيل المجال العام؟
- كيف تشكل مجالات الخطاب الرقمي المجال العام؟
- ما هي انعكاسات أيديولوجيا الخطاب الرقمي داخل المجال العام؟

3. أهداف الدراسة:

- التعرف على الشكل الذي تتجسد عليه المواضيع داخل منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- فهم آلية إنتاج الخطاب الرقمي من خلال المواضيع التي تنشر على منصة فيسبوك.
- التوصل لمعرفة مساهمة تفاعلات الخطاب الرقمي في تشكيل المجال العام.
- معرفة كيفية مساهمة مجالات الخطاب الرقمي في بناء المجال العام.
- التعرف على إنعكاسات إيديولوجيا الخطاب الرقمي داخل المجال العام.

4. أهمية الدراسة:

من منطلق أن استخدام الوسائط الجديدة أصبح ممارسة حتمية تفرض نفسها داخل المجتمع وبالتالي فإن أهمية دراستنا هذه تتجلى بداية من خلال تقديم نمط منهجي تحليلي يعمل على تكييف الأدوات وفق ما يقتضيه المحتوى الرقمي، كذلك إظهار مساهمة هذا المحتوى نفسه في بناء الخطاب الرقمي، كما تبين هذه الدراسة مساهمة الخطاب الرقمي في المجال العام من خلال ما ينتج عنه من مخرجات سواءً كان ذلك عن طريق ربط المحتوى الرقمي بالمجال العام أو الخطاب الرقمي بالمجال العام.

وبالتالي فإن هذا النوع من الدراسات ومن خلال تحليله لأحد أهم الممارسات الاتصالية التي تحدث على مستوى الوسائط الجديدة وترتبط بين جمهور المستخدمين، قد يساعدنا على إعادة صياغة النظريات الواردة في مجال علوم الإعلام والاتصال على ضوء المستجد التقني (التكنولوجي)¹.

¹ عبد الوهاب الرامي، الإشكالات المنهجية في دراسات الشبكات الاجتماعية الرقمية وسبل التغلب عليها، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي- التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 10-11 مارس 2015، ص12.

5. أسباب اختيار الموضوع:

1.5. الأسباب الموضوعية:

- انتشار وتزايد استخدام الوسائط الجديدة والمنصات الرقمية.
- الاهتمام بالخاصية التفاعلية داخل منصات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على الجانب المنهجي الذي يمكننا من تحليل المحتويات الرقمية.
- الاهتمام بالمجال العام وتأثره بالفضاء الرقمي.
- استكشاف الجوانب النظرية المساهمة في بناء وتفسير تشكل الخطاب الرقمي ومخرجاته.

2.5. الأسباب الذاتية:

- الإهتمام الشخصي بالفضاءات الرقمية
- الفضول العلمي للتعرف على أنماط تجسد العملية التفاعلية
- ملاحظة التوجه الجديد الذي يسعى إلى الإطلاع على تفاعلات المستخدمين والاستفادة منها.

6. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

إعتمدنا في دراستنا هذه على عدة مفاهيم والتي قمنا بتقديمها وفق ما هو متعارف عليه في المجال العلمي بصفة عامة وفي مجال الإعلام والإتصال بصفة خاصة، ثم توجهنا إلى تقديم تعريفات إجرائية لهذه المفاهيم بهدف ضبطها وتسهيل عملية العد والقياس، ونفصل في هذه المفاهيم كالتالي:

1.6. الخطاب:

هو مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وإنتشارها وإستقبالها، مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الإجتماعي¹، وهو عبارة عن اللغة وأنماط أخرى من السيرورات السيميائية بإعتبارها عناصر في الحياة الإجتماعية².

ويرى 'هابرماس' أن الخطاب هو تبادل منظم للحجج في وضعية نزاعية ووفق إجراءات محددة بهدف الوصول إلى اتفاق بين الأفراد، وهو مجموعة من التقنيات التي تساعد على الكشف أو رفع القناع على الواقع خارج المحادثة أي معرفة ما يوجد داخل هذه النصوص وما يوجد خارجها، مع العلم أن هذه المحادثات قد تكون نصية أو غير نصية³.

2.6. الخطاب الرقمي:

هو مجموع الطرق والوسائل التي يبني بها الناس محيطهم الاجتماعي ويديرونه باستخدام أنظمة سيميائية متفق عليها فيما بينهم، هذه الأنظمة قد تكون نصوص أو صور أو سياقات أو رموز مختلفة.. الخ، ويتم استخدام هذه الموارد المتاحة عن طريق مجموعة من الممارسات الرقمية والتي تعمل على تشكيل الهويات والممارسات والإيديولوجيات داخل الفضاء الرقمي⁴.

3.6. التفاعلية:

لغة: إن كلمة التفاعلية (Interactivité)، مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني أي من الكلمة السابقة (Inter) وتعني بين أو فيما بين، ومن الكلمة (activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية، وعليه عندما يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية فيكون معناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل (L'interactivité) بين شخصين⁵.

¹ محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007، ص25.

² نورمان فاركوف، تحليل الخطاب التحليل النصي في البحث الإجتماعي، ترجمة طلال وهبة، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص65.

³ يوسف تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، بدون رقم الطبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص18.

⁴ Pilar Garcés-Conejos Blitvich and Patricia Bou-Franch, Analyzing Digital Discourse New Insights and Future Directions, Springer Nature Switzerland AG, Switzerland, 2019, p.3.

⁵ فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر-بن يوسف بن خدة-، 2008، ص36.

اصطلاحاً: تعد التفاعلية من أهم سمات الوسائط الجديدة، إلا انه من الصعوبة تقديم تعريف محدد لها في ظل التعريفات المتعددة، حيث أنها ظلت تتطور وتختلف حسب الأبعاد التي ينطلق منها الباحث، ذلك أنها تعدد مفهوماً متعدد الاستخدام والأبعاد¹.

وهي سمة تطلق على سلسلة الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يرسل ويستقبل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وتعتبر التفاعلية من أهم الخصائص التي توفرها الوسائط الحديثة من خلال ما توفره من قدرة للمستخدمين على تبادل للمعلومات فيما بينهم²، وهي كذلك تعبر عن قدرة الوسائط الجديدة على إنتاج وتعديل المحتوى³.

التعريف الإجرائي: هي مجموع الأفعال والتعبيرات التي يجسدها المستخدم على شكل تعليق إيجاب المواضيع التي تنشر على موقع فيسبوك، ويكون فيها المستخدم مشاركاً في صياغة المحتوى من خلال مجموعة الخيارات التكنولوجية التي يوفرها موقع فيسبوك.

4.6. الفيسبوك:

إصطلاحاً: هو احد المواقع المشكلة لمنصات التواصل الاجتماعي، يتيح للمستخدمين التواصل فيما بينهم ومشاركة وتبادل الأفكار والمعلومات فينشأ نوع من التفاعل خاصة فيما يتعلق بالمواضيع ذات الاهتمام المشترك، مشكلين بذلك جماعات تحمل نفس الأفكار تكون موازية للجماعات الواقعية⁴.

¹ وهيبية مسامح ووليدة حدادي، الأبعاد التفاعلية في صفحات الفضائيات الجزائرية الخاصة على موقع فيسبوك Facebook-دراسة تحليلية،- مجلة المعيار، جامعة العلوم الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة، المجلد 24، العدد 02، 2020، ص 393.

² فضيلة تومي، المرجع السابق، ص 21.

³ Spiro Kiouis, Interactivity: a concept explication, new media & society, University of Florida, vol 4(3), 2002, p 360.

⁴ آمال عسائي، إثنوغرافيا مستخدم فيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، 2015، ص 32.

5.6. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي¹، ويستخدمها الأفراد من أجل إنشاء وتعديل وتبادل المحتويات الرقمية فيما بينهم مستغلين في ذلك الخصائص والتقنيات التكنولوجية التي توفرها لهم هذه المنصات وعلى رأسها خاصية التفاعلية التي أصبحت تملك القدرة للتأثير على المحتويات والأفراد والمستخدمين².

وهي مجموعة من المواقع تتيح للمستخدمين نشر المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين³.

التعريف الإجرائي: هي مجموعة من المواقع تتيح التواصل على شكل مجتمع افتراضي وتعمل على تقديم محتوى يهم المستخدمين وتتيح لهم التفاعل حول المواضيع المنشورة، عن طريق توفير مجموعة من الخيارات التكنولوجية التي تسمح لهم بصياغة تعليقاتهم وتوجيهها وفق آرائهم وأفكارهم.

6.6. المجال العام:

يعتبر مفهوم المجال العام من أعقد المفاهيم حيث اختلف تعريفه بين الباحثين وذلك بحسب المجال المعرفي الذي ينتمي إليه كل باحث، فهو يمكن أن يكون معطى مادي مثل مؤسسة أو مبنى أو مكان ويمكن أن يكون معطى رمزي مثل قيمة معينة أو فضاء رقمي (غير مادي) وهو يتضمن معايير اجتماعية وسياسية وثقافية⁴....

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 169.

² صلاح عبد الحميد، الإعلام والفضاء الإلكتروني، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2015، ص 119.

³ لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 02، العدد 10، جوان 2019، ص 178.

⁴ هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل

الاتصال الجديدة، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014، ص 14.

هو مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز يتكون عن طريق تواصل مجموعة من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة تخص الشأن العام¹. وهو مجال تواصلية تشكله وسائط الإعلام التي تبرز الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية².

التعريف الإجرائي: هو مجال افتراضي تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله عن طريق العملية التواصلية للمستخدمين وتفاعلهم حول القضايا المشتركة التي تهمهم عن طريق تبادل الآراء والأفكار والمعلومات بخصوص المواضيع الاجتماعية والسياسية والثقافية.

7. الدراسات السابقة:

من اجل الضبط الدقيق لحيثيات التعامل مع هذه الدراسة كان لابد لنا من العودة إلى بعض أهم الدراسات المشابهة والتي تناولت التعامل مع المضامين الرقمية، سواء من حيث الجانب المنهجي أو من حيث المتغيرات التي يحملها المحتوى، أو من جانب التأثيرات التي تنتجها هذه المضامين سواء على الأفراد أو المجتمعات، وعليه ومن خلال الاطلاع على ما أمكن من الرصيد المعرفي المتوفر استطعنا أن نستفيد من بعض هذه الدراسات والتي نرى قربها من موضوع البحث، ونذكر منها الدراسات التالية:

¹ نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحوى نمط اتصالي جديد، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015، ص 143.

² الصادق الحمادي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء و الإنبعث، مجلة الإذاعات العربية، بدون عدد، بدون سنة نشر، ص 17.

1.7. الدراسات الأجنبية:

1.1.7. دراسة لـ: Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner

بمعنى: ¹ Discourse analysis and digital practices

تحدثت هذه الدراسة عن تحليل الخطاب للممارسات الرقمية والتي أنشأت نمطا جديدا من التفكير والتواصل والأفعال داخل البيئة الرقمية استطاع الوصول إلى جميع الممارسات والعلاقات الاجتماعية وأضفت عليها طابعها الخاص.

وعملت الدراسة على إبراز الدور الذي أصبحت تلعبه هذه الممارسات في تشكيل النصوص الرقمية الناتجة عن التفاعلات الاجتماعية مستعينة في ذلك بما توفره الوسائل الحديثة للاتصال من خيارات متعددة، حيث اعتمدت هذه الدراسة في تحليلها للخطاب الرقمي على أربعة عناصر وهي:

- النصوص: بمعنى كيفية استعمال تقنيات إنتاج النصوص في الربط بين العناصر السيميائية لتشكيل نصوص معترف بها اجتماعيا.
- السياقات: هي الأوضاع الاجتماعية والمادية التي تولف النصوص داخلها.
- التفاعل: كيف يتعامل الأفراد مع النصوص أو مع بعضهم البعض.
- السلطة والايديولوجيا: كيفية استخدام الأفراد للنصوص للسيطرة على الأفراد الآخرين أو لصياغة نظرة أو توجه معين.

ومن خلال اعتماد الدراسة على هذه العناصر، عالجت إشكالية تكييف أدوات مقاربات تحليل الخطاب مع المحتوى الرقمي، لفهم الممارسات التي ينخرط فيها المستخدمون عند تفاعلهم داخل البيئة الرقمية؟

وذلك عن طريق إتباع المنهج التحليلي لدراسات سابقة بالتزامن مع استخدام مقاربة في تحليل الخطاب تتكون من أربعة عناصر مستمدة من مقاربات ودراسات سابقة حول تحليل المحتويات الرقمية والتفاعلية، بالإضافة إلى تكييف عناصر تحليل الخطاب التقليدية وفق المحتويات الرقمية الخاضعة للدراسة.

¹ Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Discourse analysis and digital practices : Doing discourse analysis in the digital age, Routledge, New York, 2015.

وهو ما أوصل الدراسة إلى هدفها والمتمثل في التكييف المنهجي لعناصر تحليل الخطاب وفق الممارسات الرقمية المسؤولة عن إنتاجه، وبالتالي خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن الممارسات الرقمية تعمل على خلق نمط اتصالي خاص بها يملك القدرة على التأثير في الأفراد والمجتمعات.
- لأبد من دراسة الكيفية التي يعمل بها هذا المحتوى على التأثير في البيئة المحيطة به.
- عدم كفاية المناهج التي تركز فقط على المحتويات ذات الطابع الكتابي.
- إن الممارسات التي تنتج عن استخدام الأفراد للوسائط التكنولوجية أصبحت تفرض علينا إعادة تقييم أدواتنا المستخدمة في تحليل هذه المضامين الرقمية.

تعد هذه الدراسة مساعدا وموجها لنا في دراستنا الحالية وذلك من حيث أنها تمتلك عدة أوجه للشبه نذكر منها:

- إن دراستنا تستهدف معرفة العناصر المناسبة لتحليل الخطاب الناتج عن مجموع الممارسات الرقمية التي يقوم بها المستخدمين.
- تتعدى عناصر تحليل الخطاب الرقمي مجرد تحليل النص كوحدة ثابتة بل شملت كذلك السياق الذي أنتج فيه النص وكذلك النصوص الناتجة عن التفاعل مع المحتوى الرقمي (التفاعلات) والايديولوجيا التي يدعوا إليها.

كما أن هناك جوانب إختلاف لا تتطابق مع ما هو مطلوب في بحثنا هذا، والتي نذكر منها توجه هذه الدراسة بدرجة أولى لفهم الممارسات الرقمية للأفراد، إنما في دراستنا فإننا نبحث عن ما بعد الممارسات الرقمية، بمعنى الخطاب الرقمي المتشكل ومخرجاته في المجال العام، وتشرح هذه الدراسة كيفية تشكل عناصر الخطاب الرقمي من خلال الممارسات الرقمية بصفة عامة ولكنها لم تتطرق إلى المؤشرات التي نستطيع من خلالها استخراج هذه العناصر.

ومن خلال ما قدمناه من شرح لما هو موجود في هذه الدراسة، سواء في منهجها أو كيفية تكييفها لتحليل الخطاب وفق المحتويات الرقمية، فقد استفدنا منها في دراستنا هذه من عدة نقاط نوجزها فيما يلي:

- معرفة العناصر المشكلة للخطاب الرقمي الناتج عن الممارسات الرقمية والتي تعبر عن الأفعال التي يقوم بها المستخدمون داخل البيئة الرقمية (عملية التفاعل).
- إن التفاعل هو احد أجزاء الخطاب الرقمي، يحدث في ظل سياقات محددة عن طريق مجموعة من النصوص ويفرز لنا خطابا يحمل إيديولوجية معينة.

2.1.7. دراسة لـ: Abd El-Basit Mahmoud & Philip J. Auter

بغنوان: ¹ The Interactive Nature of Computer-Mediated Communication

حاولت هذه الدراسة تحديد وحصر مفهوم التفاعلية الرقمية من حيث هي خاصية للوسيط الاتصالي وكذلك كونها عملية مرتبطة بالمستخدم أو كونها عملية اتصالية قائمة بحد ذاتها، وذلك بالعرض التاريخي لمفهوم العملية التفاعلية من خلال إستعراض مجموعة من أهم الدراسات التي تعنى بالتفاعلية وتحديد أبعادها وذلك إلى غاية تقديم الدراسة لمفهوم مقترح للتفاعلية، حاول فيه الباحث التوفيق بين ما استعرضه من أنواع وأبعاد للعملية التفاعلية في تعريف شامل قادر على وصفها.

حيث سعت هذه الدراسة للإجابة عن إشكالية التعرف على التعقيدات والأبعاد التي تنطوي عليها العملية التفاعلية من خلال المراجعة التاريخية لمفهوم التفاعل وتصنيف ووصف الأبعاد التفاعلية وفقا لمجموعة من الدراسات المقترحة لهذا المفهوم.

واعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج المسحي في عملية جمع البيانات والتعريفات المتاحة في مجموعة من الدراسات التي تعنى بموضوع التفاعلية للتعرف على الأبعاد التي تنطوي عليها هذه العملية، مع استخدام الأسلوب المقارن لرصد الاختلاف بين وجهة نظر هذه الدراسات، من خلال ما تقدمه من وصف لأبعاد للعملية التفاعلية.

وذلك بهدف الوصول إلى تحديد مفهوم العملية التفاعلية بالتطرق للكثير من التعريفات المتاحة من خلال معرفة نقاط التوافق بين ما تطرحه هذه الدراسات من أبعاد للعملية التفاعلية وإظهار تأثير هذه الممارسة على المجتمع والمجال العام.

وتوصلت الدراسة إلى تقديم مجموعة من النتائج، والتي نلخص أهم ما جاء فيها فيما يلي:

¹ Abd El-Basit Mahmoud et Philip J. Auter, The Interactive Nature of Computer-Mediated Communication, American Communication Journal, Vol 11, No 4, 2009.

- تقديم مفهوم للعملية التفاعلية حاول فيه الباحث التوفيق بين مختلف وجهات النظر حول طبيعة العملية التفاعلية من حيث هي خاصية للوسيط او ممارسة للمستخدم او سمة تابعة للعملية الاتصالية.
- إظهار إمكانات العملية التفاعلية من خلال السماح للمستخدمين بالممارسات الاجتماعية وقدرتها على التأثير في المجال العام.
- وحملت الدراسة عديداً من أوجه الشبه لدراستنا هذه وهي:
- محاولة معرفة الأبعاد المشكلة للعملية التفاعلية والتي تمثل احد عناصر تحليل الخطاب الرقمي.
- التعرف على مخرجات العملية التفاعلية ومساهمتها في تشكيل الخطاب الرقمي.
- كذلك كان لهذه الدراسة أوجها تجعلها تختلف عما نصبوا إليه في دراستنا ونذكر منها:
- اهتمت هذه الدراسة بتحديد مفهوم توافقي للعملية التفاعلية مع توضيح الأبعاد الخاصة بها وفي دراستنا لسنا نبحت عن حصر مفهوم التفاعلية وإنما ما ينتج عن هذه العملية.
- فمن خلال هذا الإطلاع على ما حملته هذه الدراسة استطعنا الإستفادة منها في هذه الجوانب:
- الإحاطة بتعريفات وأبعاد العملية التفاعلية من منظور بعض الدراسات السابقة والإستفادة منها في عملية تحليل المحتوى.
- معرفة قدرة التفاعلية في التأثير على المجال العام.
- التعرف على أوجه النظر والزوايا التي ينظر بها للعملية التفاعلية من حيث هي خيارات في الوسائل الاتصالية الحديثة ومن حيث أنها تجسيد لخلفيات المستخدم لهذه الوسيلة ومن حين تأثيرها على محتوى الرسالة أو من حيث قلب الأدوار بين المرسل والمستقبل.

Lei Wang : 3.1.7 دراسة لـ:

بغوان: ¹ A Content Analysis of the Use of Facebook by Academic Libraries

حاولت هذه الدراسة توضيح كيفية استخدام المكتبات الأكاديمية صفحات لها على موقع فيسبوك وذلك بهدف التواصل وتبادل المعلومات والتفاعل فيما بينها وبين المستخدمين وذلك نظرا لسهولة استخدام موقع فيسبوك، وتتوجه هذه الدراسة لتحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية على موقع فيسبوك وذلك من خلال تحليل المنشورات التي تعرض على مستواها، واعتمدت الدراسة على الفئات التالية:

فئة المعلومات: وهي عبارة عن المعلومات التي تضعها المكتبة في منشوراتها على الفيسبوك للمستخدمين.

فئة الأحداث: وهي التظاهرات التي تقدمها المكتبة لزوارها.

فئة المجموعات والموارد: وتشير إلى المنشورات المتعلقة بالمواد التي تعرضها المكتبة (جديدة، محدثة، ورقية، رقمية).

فئة الصور والفيديو: وتتضمن صور أو مقاطع الفيديو التي تنشرها أو تشاركها المكتبة على صفحاتها.

فئة اللحظات التاريخية: تتضمن الأحداث المتعلقة بلحظات تاريخية تهم المكتبة.

فئة الأفراد: وهم الأشخاص الذين تتحدث عنهم هذه الصفحات مثل أمناء مكتبات، موظفين...

فئة الروابط: وهي المنشورات التي تحمل روابط يشاركها المسؤولون عنا الصفحة مع المستخدمين والتي تقودهم إلى صفحات أخرى.

فئة المرجعية: وهي مجموع الخدمات الخاصة بالبحث وتسليم الوثائق الخاصة بالمكتبة.

فئة التفاعلات: وهي فئة تحمل تفاعلات الأفراد من خلال تساؤلاتهم وآرائهم ونصائحهم واقتراحاتهم حول المكتبة.

¹ Lei Wang , A Content Analysis of the Use of Facebook by Academic Libraries, A Master's paper, faculty of the School of Information and Library Science, University of North Carolina, United States, April 2014.

فئة أخرى: تتضمن منشورات وتفاعلات لا يمكن تصنيفها.

يعد استخدام هذه الفئات وبهذه الطريقة هو أسلوب اتبعته هذه الدراسة في محاولة منها للإجابة على سؤال الاشكالية، حول كيفية استخدام المكتبات الأكاديمية لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة المواقع الأكثر استخداما من طرف هذه المكتبات.

وذلك بإتباعها منهج تحليل المحتوى مع محاولة تكييفه مع طبيعة المحتوى الرقمي لمنشورات موقع فيسبوك، إلا أن الفئات المستخدمة في عملية التحليل ركزت وبشكل كبير على المنشورات في حد ذاتها وعدم تركيزها على الجزء التفاعلي حول هذه المنشورات.

إن الأهداف التي سعت إليها الدراسة عن طريق ما قدمته من مسح وتحليل للمحتويات الرقمية تتمثل في معرفة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف المكتبات الأكاديمية، والتعرف على طبيعة المحتوى المقدم من طرف المكتبات الأكاديمية على مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث خلصت الدراسة إلى تقديم النتائج التالية:

- موقع فيسبوك هو أداة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل المكتبات الأكاديمية كمنصة للتفاعل وتلقي التعليقات.
 - تظهر النتائج التفاوت بين المكتبات في استخدام: الصور، الفيديوهات، الروابط، الأحداث...
 - استخدام عدد الإعجابات والتعليقات لمعرفة مستوى استجابة المستخدم ومشاركته.
- ونذكر أن هذه تشابهت مع ما نصبوا إليه في بحثنا من حيث:
- محاولة المكتبات التأثير في المستخدمين وتحسين صورتها وترك انطباع لدى المستخدمين وهو نفسه ما يسعى إليه أصحاب المحتوى الرقمي على موقع فيسبوك عند طرح مواضيعهم.
 - عملت على تحليل المنشورات التي تضعها المكتبات الأكاديمية على صفحاتها على موقع فيسبوك مع مراعاة تفاعلات المستخدمين عند عملية التحليل وهو ما يقابله في دراستنا تحليل الجزء الثابت والجزء التفاعلي من المواضيع المطروحة داخل موقع فيسبوك.

- التعرف على المخرجات التي نتجت عن منشورات المكتبات الأكاديمية على صفحتها على فيسبوك من خلال قياس الإعجابات وتحليل التفاعلات وهو ما يقابله في دراستنا الخطاب الناتج عن المواضيع المطروحة داخل صفحات موقع فيسبوك.
- إلا أن لهذه الدراسة جوانب مغايرة لما تحمله دراستنا وتهدف إليه نوجزها فيما يلي:
 - مجتمع البحث في هذه الدراسة هو عبارة عن هيئات رسمية (المكتبات الأكاديمية) والتي تقدم محتوى موضوعه متعلق بالمكتبات أما في دراستنا فإننا تعمدنا اخذ مواضيع ذات طابع مختلف عن بعضها البعض (سياسي، صحي، اجتماعي) وكذلك التباين الجغرافي (محلي، وطني، دولي).
 - بعد تحليل محتوى المنشورات عملت الدراسة إلى عملية المقارنة بين صفحات المكتبات على موقع فيسبوك أما في دراستنا فإننا نحلل البيانات الخاصة بالمواضيع على موقع فيسبوك للتعرف على مخرجاتها أو ما ينتج عنها من خطاب.
 - إن تصميم الفئات المستخدمة في عملية التحليل كان يستهدف الجزء الثابت من المنشورات بالدرجة الأولى وذلك بهدف معرفة الكيفية التي تستغل بها المكتبات الأكاديمية موقع فيسبوك (التركيز على منشورات المرسل) أما الجزء التفاعلي من الموضوع فلم يتم التركيز عليه بنسبة كبيرة.
 - وبرغم ما قدمناه من هذه الاختلافات، فإن هذا لا ينفي ما حققناه من فائدة تخص عملية التحليل وفئاته نذكرها فيما يلي:
 - إن هذه الدراسة أخذت الإعجابات والتعليقات كمقياس لمعرفة حجم تفاعل المستخدمين مع المحتوى المنشور، ولو أن عملية تحليل التعليقات لم تكن معمقة.
 - إن المؤسسات أصبحت تستهدف الخصائص التفاعلية داخل موقع فيسبوك من أجل تحسين صورتها لإدراكها قدرة هذه المواقع على تشكيل خطاب رقمي يؤثر على المستخدمين.
 - الاستفادة من كيفية تكييف منهج تحليل المحتوى مع المضامين الرقمية لموقع فيسبوك والتعرف على الفئات المستخدمة في عملية التحليل لمنشورات المكتبات الأكاديمية على موقع فيسبوك.

2.7. الدراسات العربية:

دراسة ل: لامية سهيلي بعنوان: التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية - دراسة تحليلية

لوقعي الشروق اون لاين والنهار اون لاين¹.

هدفت هذه الدراسة إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية ولجأت هذه الدراسة إلى قياس مدى الإمكانيات التفاعلية التي توفرها هذه المواقع للمستخدمين باستخدام احد أشهر المقاييس في هذا المجال وهو مقياس " كاري هيتز " مع إدخال بعض التعديلات عليه.

سعت هذه الدراسة الإجابة عن الإشكالية التالية: " هل توظف المواقع الإخبارية الجزائرية السمات الاتصالية لشبكة الانترنت المتمثلة في تطبيقات التفاعلية وما هي الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر هذه المواقع ؟ ".

وللإجابة على سؤال الإشكالية اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بهدف تعداد العناصر والإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية، وكذلك الأسلوب المقارن لرصد أوجه التشابه والاختلاف في استخدام المواقع الإخبارية للعناصر التفاعلية، وذلك من أجل الوصول إلى الأهداف التالية:

- الإحاطة بمفهوم التفاعلية في سياقاته المختلفة ومحاولة التعرف على هذه الظاهرة من الناحية النظرية ومن الناحية الميدانية.
- التعرف على أساليب الربط الإلكتروني التي تتيحها هذه المواقع الإخبارية.
- استكشاف ما توفره هذه المواقع من اختيارات للجمهور المتصفح من تواصل وإبداء للرأي من خلال التعليقات والردود والتحديث الطارئ على الأخبار.
- حيث توصلت الدراسة إلى تقديم جملة من النتائج وهي:
- عدم وجود صلة مباشرة بين القراء والمحررين إلا عن طريق عنون البريد الخاص بالجريدة.

¹ لامية سهيلي، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية - دراسة تحليلية لموقع الشروق اونلاين والنهار اونلاين - ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص صحافة مكتوبة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-

- إن هذه المواقع لا تستغل الإمكانيات الكاملة التي توفرها شبكة الانترنت والتي قد تساعد القارئ في ربطه بالمواضيع ذات الصلة.
- إهمال هذه المواقع للمعايير التفاعلية الحقيقية والتركيز على توفير تعدد الخيارات كبديل في محاولة لسد الفراغ الذي يشكله عدم الإجابة عن أسئلة القراء أو الإجابة عن بريدهم الإلكتروني.
- عدم اهتمام المواقع الإخبارية الجزائرية بالتجديد الفوري للأخبار بل الاكتفاء بتحديث مادتها الإعلامية بشكل يومي.

ومن خلال ما خلصت إليه الدراسة فإننا نبرز ما يتشابه منها مع بحثنا في النقاط التالية:

- إن كلا الدراستين تحاول أن تدرس محتوى إخباري تفاعلي.
 - محاولة تحديد أبعاد لتفاعل المستخدمين مع المواقع الإخبارية.
 - اهتمام الدراسة بجزئية تعدد الخيارات التقنية للمستخدمين في تعاملهم مع المواقع الإخبارية الجزائرية.
- وكذلك وبرغم قرب الموضوع الذي تعالجه الدراسة من موضوعنا فإنها تختلف مع بحثنا هذا في:
- إن الخيارات التفاعلية المتاحة تهمل معايير التفاعلية الحقيقية مثل حوار المستخدمين والحوار مع صاحب النص.
 - تهتم هذه الدراسة بتحديد الإمكانيات التفاعلية التي توفرها المواقع الإخبارية ولكن في دراستنا نحن نتوجه نحوى محتوى التفاعلية في حد ذاته وما ينتج عنه نحو الموضوع المطروح.
 - ان الفكرة التي تنتج عن المواضيع داخل المواقع الإخبارية الإلكترونية تبقى ثابتة وهي رهن بتوجه صاحب الموضوع في حين انه وفي المواضيع المطروحة داخل صحافة المواطن تبقى فكرة وتوجه المحتوى مرهونا بتفاعل المستخدمين نحو الموضوع وهو الذي سيحدد شكله النهائي.

وعليه ومن خلال تتبع العملية التحليلية على مستوى الجانب التطبيقي للدراسة، إستطعنا أن نستفيد منها في الجزئيات التالية:

- التعرف على الخيارات التفاعلية التي توفرها المواقع الإخبارية الجزائرية.
- التعرف على الفئات والمؤشرات المستخدمة في عملية تحليل المحتوى الرقمي.

منهجية الدراسة:

نسعى في دراستنا هذه إلى جمع المعلومات والبيانات التي تشكل الخطاب الرقمي الصادر عن المواضيع المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة تصنيفها وترتيبها في إطار منطقي يسهل علينا الإستفادة منها قدر الإمكان سواءً من ناحية التعرف على مدلولاتها أو من خلال العلاقات بين أجزاءها أو التعرف على مخرجاتها.

وهو ما دفعنا إلى إتباع المنهج الوصفي الذي يهدف إلى تحديد الوضع الحالي لظاهرة معينة، ومن ثم يعمل على وصفها، فهو يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع ويهتم بوصفها بدقة، ويعرف كذلك بأنه احد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات معينة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة¹.

8. أدوات الدراسة

تسمح مناهج البحث بإرجاع الظاهرة محل الدراسة إلى عناصرها الأولية من خلال تحليلها إلى وحدات قابلة للقياس، كما يمكن إجراء دراسات مقارنة لتوضيح الفروق الناتجة عن عملية الاستخدام²، وهو ما دفعنا إلى استخدام أداة تحليل المحتوى بغرض جمع البيانات الخاصة بالدراسة والتي كانت على شكل محتوى إلكتروني تفاعلي³، ويشير تحليل المحتوى في علوم الاتصال إلى كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق عن طريقه أهدافاً اتصالية مع آخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية⁴.

¹ علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، الطبعة الأولى، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا، 2008، ص 287.

² منال أبو الحسن، علم الإجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، مصر، 2007، ص 27.

³ سمية بورقعة، تطبيقات التفاعلية في صحافة الانترنت: دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية الجزائرية، مجلة التواصل في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، المجلد 20، العدد 04، 2014، ص 106.

⁴ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 123.

كما يعرف تحليل المحتوى بأنه إطار منهجي يعمل على استكشاف محتوى معين، ويعتمد في خطواته على عمل الوحدات والفئات وترميزها، مما يمكن الباحث من صياغة أسئلة أولية ثم التوجه إلى تحليل المحتوى بهدف الإجابة عنها¹.

ونحتاج في دراستنا هذه إلى تكييف أدواتنا وفق ما يتطلبه المحتوى الرقمي² بهدف تحليل محتوى المنشورات داخل موقع فيسبوك، سواء المنشور الأولي على الصفحة أو تفاعلات المستخدمين حوله والتي تكون على شكل تعليقات وذلك للتعرف على مخرجات الخطاب الرقمي داخل المجال العام.

تختلف طريقة نشر المواضيع داخل صفحات موقع فيسبوك عن غيره من وسائل النشر التقليدية، حيث أن المواضيع المنشورة داخل وسائل الإعلام التقليدية يكون لها طرف واحد يعمل على صياغتها على عكس المواضيع داخل موقع فيسبوك فإن صياغتها تتم عن طريق المنشور المعروض بالإضافة إلى تفاعل المستخدمين، وعليه فإننا في هذه الدراسة ومن أجل جمع المعلومات عن المواضيع المطروحة داخل موقع فيسبوك لا بد لنا من جمعها من المنشور الأولي والذي يمثل الجزء الثابت، وكذلك جمعها من تفاعلات المستخدمين في شكل تعليقات حول هذا المنشور والتي تمثل الجزء التفاعلي³، ومنه فإن المنشورات داخل موقع فيسبوك تتشكل من جزأين الجزء الثابت والجزء التفاعلي.

كما أن هناك نوع من المعلومات التي لا نستطيع التعبير عنها بالشكل الكمي ولذلك يجب تحليل المنشورات تحليلاً كيفياً، حيث أننا نستطيع الاستفادة من ذلك سواءً في عمليات التفسير أو عمليات المقارنة التي تتم بالموازات مع التحليل الكمي.

ويجدر التنويه هنا لإستعانتنا في عمليتنا التحليلية بمقاربات تحليل الخطاب بالتزامن مع تحليل المحتوى⁴، والتي اخترنا منها في بحثنا هذا مقاربة تعنى بتحليل الخطاب الرقمي وفق ما تطرحه دراسة "Discourse analysis and digital practices" والتي تتحدث عن العناصر المشكلة للخطاب الرقمي.

¹ فلك صبيرة، دور العناصر التيبوغرافية في تدعيم القيم الإخبارية في صحيفة الوطن السورية، مجلة جامعة دمشق، جامعة دمشق، 2017، ص21.

² Pilar Garcés-Conejos Blitvich and Patricia Bou-Franch, Op.cit, p.3.

³ Lei Wang, Op.cit, p.10.

⁴ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2014، ص102.

1.9. استمارة تحليل المحتوى:

لا تغطي فئات التحليل التقليدية المتعارف عليها في أداة تحليل المضمون والتي تجيب بشكل رئيسي على " ماذا قيل"، " وكيف قيل "متطلبات تحليل المحتوى الرقمي لمنصات مواقع التواصل الاجتماعي، وتقف عاجزة وقاصرة عن تحليل المحتوى الذي تتنوع معطياته على نحو لم يعرفه الباحثون من قبل في وسائل الإعلام المعروفة¹، وعليه وبعد الإطلاع على الدراسات السابقة وغيرها من البحوث التي تعنى وتحيط بمجال الدراسة قمنا بالقيام بدراسة استطلاعية وذلك من أجل التعرف على كيفية تحديد فئات تحليل المحتوى والعناصر المشكلة لها بهدف تصميم إستمارة تحليل المحتوى والتي تبلورت وصيغت كالتالي:

1.1.9 فئات تحليل المضمون:

أ- فئات الجزء الثابت:

1. فئة أساليب الإقناع: هي أساليب إقناع المستخدمين مثل استخدام الكلمات والصور التي تؤيد وتدعم ما تطرحه هذه المواضيع.
2. فئة مضمون الموضوع: هي فئة تبحث في تصنيف محتويات المواضيع المقدمة في الجزء الثابت

ب- فئات الجزء التفاعلي:

1. فئة خيار التفاعل: وهي مجموعة الخيارات التقنية المتاحة للمستخدمين من أجل التفاعل.
2. فئة تعدد الوسائط: وهي النصوص والرموز والصور والأشكال المستخدمة في صياغة التفاعل.
3. فئة الإضافات الجديدة للموضوع: وهو مجموع الإضافات حول موضوع التفاعل والتي تظهر على مستوى التعليقات.
4. فئة خلفية التفاعل: وهي الخلفيات المنعكسة من خلال تعليقات المستخدمين عند تفاعلهم.

¹ مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي- رؤية تحليلية، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي- التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 10-11 مارس 2015، ص05.

5. فئة اتجاه التفاعل: وهو الموقف الذي يتخذه المستخدم نحوى الموضوع المقدم سواءً بالتأييد أو المعارضة أو الحياد.

6. فئة موضوع التفاعل: يبين هل تفاعلات المستخدمين تعنى بموضوع المنشور أم تطرح مواضيع أخرى.

2.9. إجراءات الصدق:

للتأكد من صدق استمارة التحليل لجأنا إلى عرض استمارة تحليل المضمون على عدد من المحكمين وهم:

- عبد القادر بودربالة، أستاذ محاضر أ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- نادية جيتي، أستاذ مساعد أ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- مصطفى ثابت، أستاذ محاضر ب، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

بعد تعديل الملاحظات وموافقة الأستاذ المشرف تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة¹.

3.9. إجراءات الثبات:

تهدف هذه العملية إلى التأكد من الحصول على النتائج نفسها تحت نفس الظروف حينما يقوم بالتحليل أكثر من محلل في وقت واحد، أو أوقات مختلفة، وهو المدى الذي تجني فيه إجراءات القياس النتائج ذاتها في محاولات متعددة².

أما في دراستنا هذه فإن جميع حالات التحليل قام بها الباحث لوحده ولم يتسنى له الاجتماع مع محللين آخرين وذلك نظرا لقلّة الوقت وبسبب الظروف الخاصة التي يمر بها المجتمع (حالة الغلق الناتجة عن انتشار فيروس كورونا)، وهو أمر يجب إستدراكه وتحديثه في المستقبل.

¹ للإطلاع على الاستمارة انظر الملحق رقم 07.

² يوسف تمار، المرجع السابق، ص 167.

وبرغم ذلك حاول الباحث في هذه الدراسة توضيح التعريفات الإجرائية بدرجة كبيرة وهو ما ساعده على عملية التحليل، خصوصا طبيعة المحتوى والذي كان على شكل تعليقات صغيرة الحجم وقليلة المحتوى وهو الأمر الذي قلل من إمكانية الاختلاف في تحليل وتأويل هذه المحتويات، وبالتالي في ارتفاع درجة معامل الثبات الخاص باستمارة تحليل المحتوى.

9. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1.10. مجتمع البحث:

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة نشاطا متزايدا على شبكات التواصل الاجتماعي، هذه المواقع التي استطاعت أن تنتج ممارسات اتصالية خاصة بها جمعت في داخلها البعد التواصل الاجتماعي والبعد التقني الحديث، إن خير مثال على هذه المنصات موقع فيسبوك والذي يعد الملاذ الأول بالنسبة للمستخدمين في مجتمعنا وذلك بما يقدمه من صفحات تطرح داخلها مواضيع متعددة الاهتمامات¹.

وعليه فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا هو عبارة عن مجموع المواضيع التي تطرح على مستوى صفحات موقع فيسبوك والتي أصبحت تمتلك خطابا رقميا خاصا بها صار يتجاوز الفضاء الافتراضي الذي أنتج فيه إلى غاية تجليه في المجال العام الواقعي.

2.10. عينة الدراسة:

إن المواضيع داخل منصات التواصل الاجتماعي تتنوع في طريقة طرحها والخيارات المتاحة للتفاعل معها، هذا من جهة ومن جهة أخرى قلة الطرق المنهجية للتعامل مع مواضيع المحتوى الرقمي وعدم القدرة على ضبط هذا المحتوى، وهو ما نجده أيضا على موقع فيسبوك، وبحكم أن الدراسة من المستوى الاستكشافي فإننا وجدنا أنفسنا لزاما نتجه نحوى اختيار العينة القصدية، وهي العينة التي يختارها الباحث إختيارا مقصودا بين وحدات المجتمع الأصلي بحيث

¹ إبتسام ريس علي، فعالية المجال العام الافتراضي دراسة في ممارسة المواطنة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الراصد العلمي،

جامعة وهران 1 احمد بن بلة، المجلد 05، العدد 01، 2018، ص 114.

تكون قريبة الشبه من المجتمع وهذه العينة تكون صالحة للعمل¹، وعليه إختارنا مجموعة من المواضيع المطروحة على موقع فيسبوك، وراعينا في اختيارنا هذا مجموعة من المعايير وهي:

- أن تكون هذه المواضيع تهتم بالقضايا التي لها علاقة بشؤون المجتمع الجزائري وذلك بحكم علم الباحث بالأحداث والسياقات العامة التي أنتجت في ظلها هذه المواضيع، وكذلك من حيث القدرة على فهم وتحليل التفاعلات والتعليقات والخلفيات الخاصة بالمستخدمين المتفاعلين مع هذه المواضيع.
- أن تكون المواضيع المطروحة حول قضايا راهنة ومستجدة وذلك من اجل الاستيعاب الكامل للسياق الذي نشأت فيه.

3.10. مجال الدراسة:

هو المجال الافتراضي داخل منصات التواصل الاجتماعي واختارنا من بين هذه المنصات موقع فيسبوك.

▪ **الإطار المكاني:** هي مجموعة من المواضيع تعرضها بعض الصفحات داخل موقع فيسبوك، هذه المواضيع تعرض اهتمامات تخص الشأن العام على مستويات متعددة، والتي إختارنا منها مواضيع تعنى ب:

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص89.



الموضوع الأول: يعنى بالشأن المحلي

موضوع من صفحة ناس ورقلة نيوز يتحدث عن مجموعة من الشباب البطال داخل ولاية ورقلة والذي يهدد بالإنتحار من فوق محطة بنزين.



الموضوع الثاني: يعنى بالشأن الوطني

موضوع من صفحة الخضراء والذي يتحدث عن خروج المئات من الأفراد للمشاركة في مسيرة الحراك يوم الثلاثاء وهو ما يتعارض مع النداءات الموجهة لتعليق المسيرات خوفا من انتشار فيروس كورونا.



الموضوع الثالث: يعنى بالشأن الدولي

الموضوع من صفحة البليدة 09 تحدثت عن طبيب فرنسي يقرر استخدام دواء لمعالجة مرضى فيروس كورونا بدون اخذ التصريح من السلطات الصحية الفرنسية، حيث أعلن الطبيب عن اسم الدواء المستخدم والذي أعطى نتائج جد ايجابية

- **الإطار الزمني:** المواضيع المنشورة كانت في أواخر الثلاثي الأول من سنة 2020 وبالضبط في شهر مارس من هذا الثلاثي وتواريخ نشرها كالآتي:
 - الموضوع حول الشأن المحلي والذي يتحدث عن البطالة : 08 مارس 2020 بعينة حجمها 75 تعليق من 78 تعليق أي بنسبة 96.15%.
 - الموضوع حول الشأن الوطني والذي يتحدث عن مسيرات الحراك : 17 مارس 2020 بعينة حجمها 280 تعليق من 2800 تعليق أي بنسبة 10%، وهي نسبة كافية حيث اتفق العلماء على كفاية نسبة 5% من المجتمع الأصيل وأثبتوا أنه من الممكن تحديد الخطأ "خطأ الصدفة" في مثل هذه العينة تحديداً دقيقاً وهو لا يتعدى 2% زيادة أو نقصاناً¹.
 - الموضوع حول الشأن الدولي والذي يتحدث عن علاج الطبيب الفرنسي : 23 مارس 2020 بعينة حجمها 63 تعليق من 69 تعليق أي بنسبة 91.30%.

ملاحظة:

- إننا عند دراسة هذه المنشورات كان لابد من تحديد عدد معين من التعليقات التي تمت منذ انطلاق الموضوع إلى غاية فترة محددة، إلا أنه وبعد هذه الفترة تبقى هذه المنشورات تمتلك القدرة على الاستمرارية في إعادة التشكل شبه مستمرة² وذلك بسبب:
- إن عملية التفاعل تبقى متاحة ولا حدود معينة لتوقفها.
 - إن للموضوع المنشور خيارات وخصائص أخرى تعزز عملية التفاعل مثل التفاعلات الايقونية حول الجزء الثابت نفسه، وكذلك خاصية مشاركة الموضوع سواء على صفحات الفيسبوك أو حتى مواقع تواصل إجتماعي أخرى.

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص92.

² مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص05.

11. المقاربات النظرية

يرتبط موضوع الدراسة بظاهرة حديثة وهي دائما ما تثير إهتمام الأوساط العلمية بحكم أن هذا النوع من المواضيع ينتمي إلى الدراسات الإستكشافية، وذلك ليس بغريب إذ علمنا انه إجتمع فيها حداثة المجال العلمي مقارنة بالمجالات الأخرى وحداثة الظاهرة في حد ذاتها، ونقصد هنا استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تقديم محتوى رقمي تفاعلي، تظهر مخرجاته على مستوى المجال العام.

ومن أجل الوصول إلى أهداف الدراسة كان لابد لنا من تفكيك الظاهرة محل الدراسة للوصول إلى الأجزاء المكونة لها والتعرف على العلاقات فيما بينها، وهو ما قادنا إلى استخدام مقاربة تحاكي تفكيك الظواهر والتعرف على البنى المشكلة لها ، ونقصد هنا المقاربة البنيوية الوظيفية التي ترجع تسميتها إلى استخدامها لمفهومى البناء (Structure) والوظيفة (Function) في فهم المجتمع وتحليله ، وتعرف المقاربة البنيوية الوظيفية على أنها هي الدور الذي يؤديه الجزء في البناء الكلي الذي يتألف من أجزاء وأنساق إجتماعية تتوافق فيما بينها¹، والمقاربة الوظيفية هي التي تفحص التركيب والوظيفة للذين يشكلان التنظيمات، وكذلك الدينامية في العلاقات بين العناصر المشكلة لهذه التنظيمات².

إن النشر على وسائل التواصل الاجتماعي يعد من الأنشطة المتكررة والمتماثلة في النظام الاجتماعي³، وهو ما يسمح بدراستها عن طريق المقاربة البنائية الوظيفية وذلك من منطلق أنها تركز بداية على التحليل الوظيفي لظاهرة متكررة⁴، ونقصد هنا تكرار نشر مواضيع المحتوى الرقمي على مستوى منصات التواصل الاجتماعي وما ينتج عنها من مخرجات تجاه المجال العام.

¹ عبد الباسط عبد المعطي، إتجاهات نظرية في علم الاجتماع، عالم المعرفة، الكويت، 1998، ص104.

² حسين سعد، براديفغات البحوث الإعلامية الإستمولوجيا - الإشكاليات - الأطروحات، الطبعة الأولى، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2017، ص178.

³ ملفين ديفليير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الأولى، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1992، ص66.

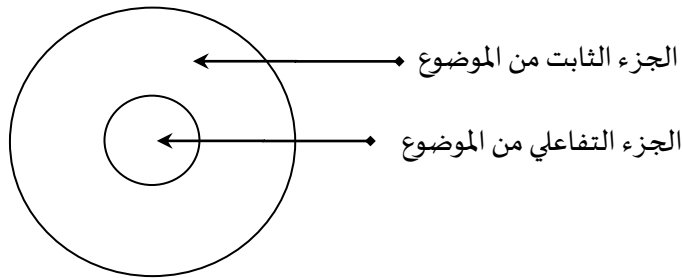
⁴ حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص128.

وفي سعي منا للتعرف على بنية هذه المواضيع والأنساق المشكلة لها ومع الأخذ بعين الاعتبار أن المحتوى الرقمي المنشور على موقع فيسبوك يكون منطلقه جزء ثابت يعرضه صاحب الموضوع والذي يتعرض فيما بعد إلى مجموعة من تعليقات المستخدمين، وهو ما يقودنا إلى التعرف على العلاقات البنوية بين التفاعلات المتبادلة (الجزء الثابت + الجزء التفاعلي) من حيث الترابط فيما بينها¹.

وللتعرف على الأنساق البنائية لهذا المحتوى استعنا بأداة تحليل المحتوى والتي قدمت لنا مجموعة من الفئات المشكلة لهذا المحتوى بالإضافة إلى المؤشرات المكونة لها والدالة عليها، كما أننا في بحثنا هذا استعنا بدراسة تعنى بتحليل الخطاب الرقمي²، والتي أوضحت أن هذا الخطاب يتشكل من 04 عناصر وهي: النصوص والسياقات والإيديولوجيا والتفاعلات.

وعليه كان لابد من الجمع بين الأنساق المشكلة للمحتوى الرقمي والأنساق المشكلة للخطاب الرقمي وإظهار وظيفة وتركيب كل من البنية الكلية والبنى الجزئية و العلاقات فيما بينها وما ينتج عن تفاعل هذا المجموع من الأنساق، ونوضح صياغة تركيب هذه الأبنية كالتالي:

- **بنية المنشور على موقع فيسبوك:** تتشكل المواضيع على موقع فيسبوك من جزأين أحدهما ثابت والآخر تفاعلي كما يبين الشكل رقم (01).



الشكل رقم (01): مخطط توضيحي يبين بنية المنشور على موقع فيسبوك

وللإطلاع على البنية التفصيلية لبنية المنشورات على موقع فيسبوك أنظر إلى الشكل رقم (06).

¹ مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص 21.

² Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Op.cit.

- بناء الفئات والوظائف المشكلة للمنشور على موقع فيسبوك: يتكون البناء الكلي للمنشورات من خلال مجموعة من الفئات، والتي تعمل كل فئة منها على أداء وظيفة معينة وفق ما يبينه الجدول رقم (01).

جدول رقم (01) : جدول يوضح وظائف الفئات المشكلة للمنشور على موقع فيسبوك

الجزء	الفئات	الوظيفة	البنية
الجزء الثابت	فئة مضمون الموضوع	فتح مجال مواضيعي يحمل أفكار ومعلومات وفاعلين	فئة مضمون الموضوع المعلومات الأفكار الفاعلين
	فئة أساليب الإقناع	تعزيز المجال المواضيعي بإتجاه معين	فئة أساليب الإقناع كلمات تبيوغرافيت عناصر
الجزء التفاعلي	فئة خيار التفاعل	توفر سياق تكنولوجي يضمن حرية توجيه التفاعل وحرية المشاركة في المجال العام	فئة خيار التفاعل الرد الرد على الرد أيقونات
	فئة تعدد الوسائط	توفر مجموعة من الوسائط من أجل صياغة النصوص مع إمكانية إستحداث المجالات المواضيعية	فئة تعدد الوسائط نص صورة أو رابط إيموجي
	فئة الإضافات الجديدة للموضوع	توسيع المجالات المواضيعية بما تقدمه من معلومات وفاعلين وأفكار	فئة الإضافات الجديدة معلومات أفكار فاعلين
	فئة خلفية التفاعل	تعمل على إثراء المجال المواضيعي بخلفيات جديدة متنوعة	فئة خلفية التفاعل سياسية دينية اجتماعية اخرى
	فئة اتجاه التفاعل	يغذي المجال العام بالمواقف والآراء والإتجاهات	فئة اتجاه التفاعل مساند محايد معارض
	فئة موضوع التفاعل	إستحداث مجالات مواضيعية جديدة (فاعلة أو كامنة)	فئة موضوع التفاعل موضوع المنشور الموضوع التعليق موضوع جديد

- العناصر المشكلة للخطاب الرقمي وعلاقتها بالمحتوى الرقمي: تعمل المواضيع المنشورة على إنتاج خطاب رقمي يتشكل من خلال وظائف الأنساق المشكلة لمحتوى هذه المواضيع وذلك ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (02): جدول يوضح العناصر المشكلة للخطاب الرقمي وعلاقتها بالمحتوى الرقمي.

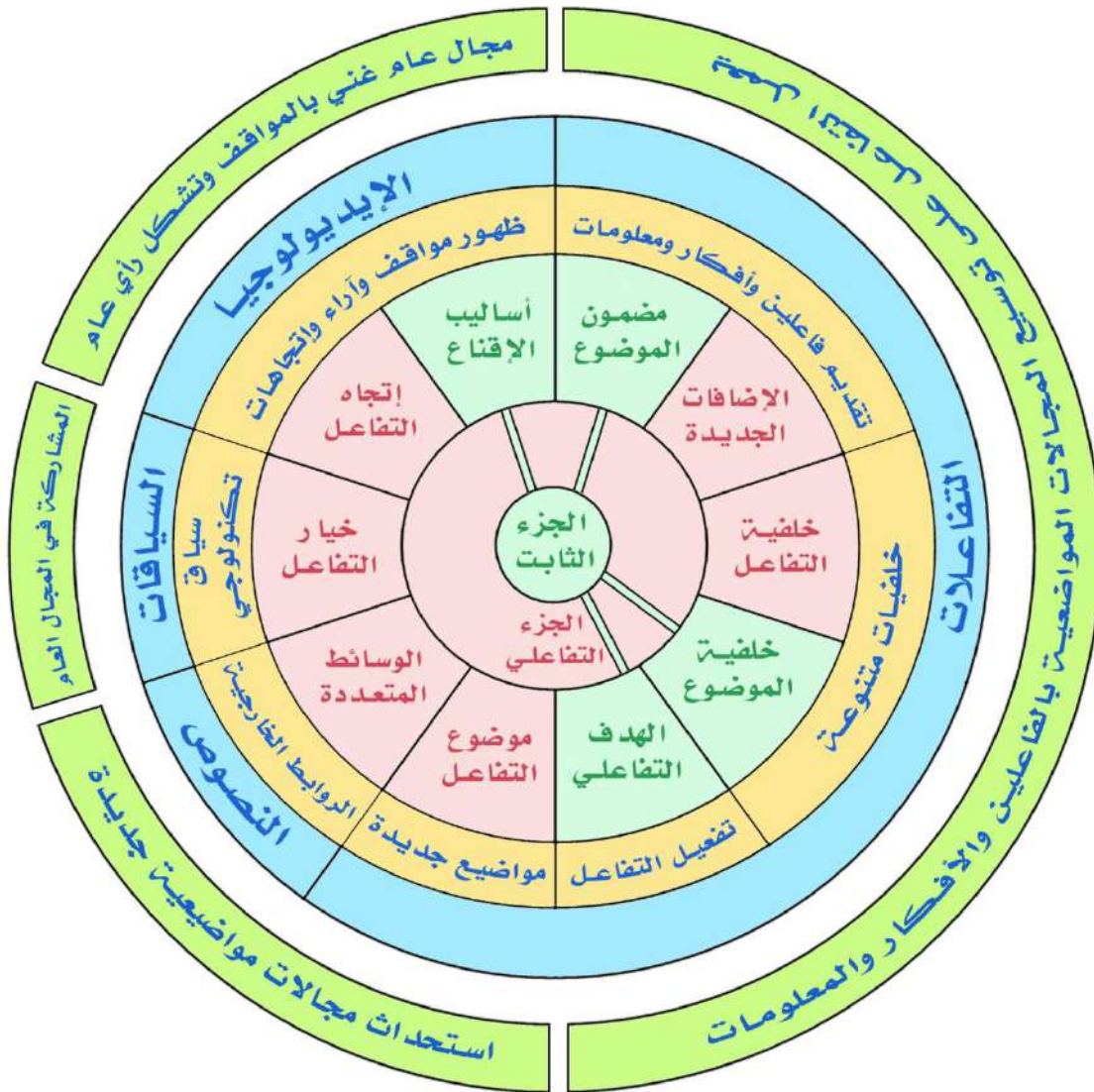
عناصر الخطاب الرقمي	الأنساق البنائية (الفئات)
التفاعلات	
النصوص	
السياق	
الإيديولوجيا	

- علاقة الخطاب الرقمي لمنشورات موقع فيسبوك بالمجال العام: إن الخطاب الرقمي يقوم بوظيفة نقل نتائج تفاعل الأنساق الجزئية إلى المجال العام، حيث تؤدي وظائف الأنساق الجزئية داخل النظام مجموعة من الأنشطة وفي هذا الإطار يصبح لكلمة وظيفة معنى قريب جدا من معنى النتيجة¹، ومنه يعمل الخطاب الرقمي على تقديم نتائج أو مخرجات تتجسد داخل المجال العام، وهي المخرجات التي يطلبها الباحثون عند مسح الرأي العام من خلال تحصيل الانطباعات والآراء والأفكار والاتجاهات والمواقف والسلوكيات والوقائع².

¹ فريال مهني، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، دار الفكر، لبنان، 2002، ص132.

² عبد الوهاب الرامي، المرجع السابق، ص15.

وبالتالي عمدت هذه الدراسة إلى تقديم نموذج توضيحي يوضح البناء الكلي والأنساق الجزئية المكونة لمنشورات فيسبوك والعلاقات والوظائف المنوطة بكل نسق منها من خلال الشكل التالي:



مفتاح النموذج	
اللون	المعاني التي يحملها اللون
	الجزء الثابت للموضوع المنشور والفئات التي تنبثق منه
	الجزء التفاعلي للموضوع المنشور والفئات التي تنبثق منه
	المخرجات التي تنبثق عن فئات التحليل
	الخطاب الرقمي والعناصر المشكلة له
	مخرجات الخطاب الرقمي في المجال العام

الشكل رقم (02): نموذج يوضح البنية الوظيفية للمواضيع على منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك

يظهر الشكل أن هذه الأنساق الجزئية تتربط فيما بينها عن طريق مجموعة من العلاقات من أجل أداء وظائف معينة وهو ما يشكل لنا خطاباً رقمياً ناتجاً عن هذا المحتوى.

إن هذا الخطاب الرقمي يكون محملاً بنتائج التفاعلات بين مجموع هذه الأنساق المشكلة للبناء الكلي حيث ينتج عنه مجموعة من المخرجات والتي تساهم في بدورها في البناء الكلي للمجال العام على المستوى المواضيعي من خلال:

- توسيع المجالات المواضيعية بأفكار ومعلومات وخلفيات ومواقف وإتجاهات.
- إستحداث مجالات مواضيعية جديدة.

وبالتالي فإن مجموع الأنساق المشكلة لهذا البناء الكلي تساهم في المجال العام من خلال ما تقوم به من وظائف فهي تعمل على:

- مخرجات تعمل على توفير شروط وظروف ظهور المجال العام (الحرية، النقاش).
- مخرجات تغذي المجال العام بالمواقف والآراء والإتجاهات نحوى المواضيع التي تقدمها هذه المحتويات الرقمية، مما يعمل على تشكيل الرأي العام.

في هذه الدراسة لا يختلف ما قدمناه عن ما تطرحه البنيوية الوظيفية من فروض حيث أنها تقوم على¹:

- النظر إلى البناء على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة تعمل بشكل متكامل، وهو ما يقدمه الخطاب الرقمي من خلال العناصر المشكلة له وكذلك العناصر المشكلة للمحتوى الرقمي في حد ذاته.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على إستقرار النظام، و يظهر ذلك من خلال عمل الأنساق الجزئية المشكلة للمحتوى الرقمي في تركيب البناء الكلي بحيث أن الأنساق الجزئية والمتمثلة في فئات المحتوى تعمل بشكل متكامل على إنتاج خطاب رقمي يزخر بمخرجات هذه الفئات، وبدورها العناصر

¹ مي العبد الله، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص 175.

المشكلة للخطاب الرقمي تعمل بشكل متكامل على نقل هذه المخرجات إلى المجال العام.

- الأنشطة المتكررة تعتبر ضرورة لإستمرار وجود النظام، ويكون ذلك من خلال أن البنى الجزئية المشكلة للخطاب الرقمي والمحتوى المنشور تقوم بأداء وظائفها بصفة مستمرة ومتكررة وهو ما يعمل على ثبات إنتاج الخطاب الرقمي وإستمرار طرح مخرجاته في المجال العام.

إن بناء المواضيع المنشورة على موقع فيسبوك يتسم بتفاعلية وديناميكية عالية بين الأنساق الجزئية المكونة له، ذلك انه حتى وإن حصل قصور في وظيفة أحد الأجزاء لا تتأثر وظيفة البناء الكلي، حيث أننا نستطيع أن نعتبر أن الوظيفة التي يؤديها البناء الكلي للمحتوى المنشور ما هي في واقع الأمر إلا تطور للوظيفة التي كانت تقوم بها المحتويات المنشورة على وسائل الإعلام في السابق.

إن هذا التطور والتغير والذي تسميه البنائية الوظيفية بالخلل الوظيفي هو في حد ذاته يعتبر من أهم الانتقادات الموجهة إليها من ناحية عجزها عن تفسير تطور الوظائف واختلافها داخل أنساق البناء الواحد والحكم عليه بالخلل الوظيفي، في حين نرى أنه وعلى مستوى الواقع فإن المواضيع التي تقدمها وسائل الإعلام تتقارب من ناحية البنى المشكلة لها وإن الاختلافات التي تحدث على مستوى هذه الوظائف هي ما يميز كل وسيلة في حد ذاتها أو يميز محتوى عن آخر، ذلك أن المنهج البنائي يعترف بالفوارق بين الأجزاء ومعرفة العلاقة بينها بحيث تبدو كتتويجات مختلفة ناجمة عن نوع من التوافق والائتلاف¹.

وعليه ومن كل ما سبق نخلص إلى أنه من المهم تحديد عناصر النظام الخاضع للدراسة ورسم حدوده، فبهذا الشكل يمكن وضع فرضيات بطريقة استقرائية حول كيفية إسهام هذه المحتويات في النظام المدروس².

¹ صلاح فضل، نظرية البنائية في النقد الأدبي، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 1998، ص134.

² فريال مهني، المرجع السابق، ص133.

الفصل الثاني

الجانب التطبيقي

1. بطاقة فنية عن صفحات المواضيع محل الدراسة:

اخترنا المواضيع المدروسة من الصفحات التالية:

- **صفحة Nas Ouargla News:** هي صفحة داخل موقع فيسبوك تهدف إلى نشر محتوى إخباري متجدد يختص بمواضيع متعددة وعلى مستويات مختلفة، وأغلب هذه المواضيع يتعلق بولاية ورقلة وهي إحدى ولايات الجنوب الجزائري، إختارنا من الصفحة موضوع محلي يتحدث حول مشاكل الشباب البطال في الولاية والذي وصل لمرحلة التهديد بالانتحار¹.
- **صفحة Nass.Elkhadra:** هي صفحة تهدف إلى نشر مواضيع مختلفة وآخر المستجدات التي تهتم بالشأن العام، إختارنا منها موضوع يهتم بالشأن الوطني يتحدث عن استمرار مسيرات الحراك في ظل نداءات التعليق لهذا النشاط، وذلك خوفا من إنتشار فيروس كورونا².
- **صفحة البليدة* 09 blida*:** هي صفحة تحمل اسم البليدة، وهي إحدى ولايات الجزائر، مواضيعها مختلفة وأغلبها يخص ولاية البليدة، إختارنا منها موضوع ذا طابع دولي يتحدث حول العلاج الذي يتبعه طبيب فرنسي بمستشفى مرسيليا مع المرضى المصابين بفيروس كورونا³.

حيث توفر هذه الصفحات مجموعة من الخدمات والمزايا والتي من أهمها:

- بالنسبة لصاحب الصفحة: إضافة المواضيع (مع إمكانية التعديل والحذف)، إضافة وسائط متعددة (مليديا)، الرقابة على الردود إستطلاعات الرأي، النشاطات التسويقية والإعلانية.
- بالنسبة للمتصفح أو القارئ: الاطلاع، التفاعلية، المشاركة، الإعجاب، الرد.

¹ صفحة ناس ورقلة نيوز على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/NasOuarglaNews> ، اليوم 2020/03/31، الساعة 11:29.

² صفحة ناس الخضراء على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/Nass.Elkhadra> ، اليوم 2020/04/11، الساعة 22:06.

³ صفحة البليدة 09 على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/ouzeri09> ، اليوم 2020/04/07، الساعة 14:56.

2. التحليل الكيفي للموضوع:

لأبد من تحديد العناصر التي لا تظهر أو يصعب ضبطها في التحليل الكمي.

1.2. قالب الفني:

يتيح موقع فيسبوك للمستخدمين نشر مواضيع على صفحاته التي يمكن الولوج إليها من مختلف الوسائط الجديدة مثل الحاسوب أو الهاتف الذكي أو الهاتف اللوحي... الخ. إن المادة المقدمة على مستوى هذه المواضيع المنشورة جاءت على شكل أخبار جديدة تعنى بالسياق العام الذي نشرت في ظله، إلا أن طريقة تقديمها مختلفة عنها في الإعلام التقليدي وذلك من حيث عدم إتباع قالب الهرم المقلوب¹، حيث أن المواضيع الخاصة بالبطالة والحراك جاءت على شكل جملة فقط وهذه الجملة مدعومة بمجموعة من الصور، أما في الموضوع الخاص بالطبيب الفرنسي فإن الموضوع جاء على شكل فقرة مدعومة بصورة للطبيب.

2.2. خلفية الموضوع:

- يتحدث الموضوع المحلي عن ظاهرة إجتماعية وهي البطالة وبالضبط عن احتجاج مجموعة من الشباب البطالين بورقلة عن طريق التهديد بالانتحار، وهو التصرف الذي بات مألوفاً على مستوى هذه الولاية، وبالتالي فهو يطرح خلفية إجتماعية.
- الموضوع الخاص بالحراك فإنه يشمل عدة جوانب، بداية بالجانب السياسي الذي تعكسه مسيرات الحراك إلى الجوانب الاجتماعية في شقها الصحي والمتمثل في إجراءات الوقاية والأمان من خطر انتشار فيروس كورونا أو في شقها القيمي والمتمثل في قلة الوعي (الجهل، الاستهتار) التي تنعكس من خلال تصرف الأفراد المشاركين في هذه المسيرة، وعليه فإن خلفية المنشور له خلفية سياسية وخلفية اجتماعية.
- أما الموضوع الذي يحمل الطابع الدولي فإنه يعنى بالجانب الصحي الإجتماعي حيث يتحدث عن طبيب فرنسي يعمل على علاج المرضى داخل مستشفى مرسيليا، دون الرجوع لأخذ الإذن من السلطات الصحية في بلده في صورة تحدي واضح يعكس الجانب السياسي لهذا المقال،

¹ منها السيد عبد المعطي، المرجع السابق، ص 65.

وكذلك الاستشهاد بكلمات الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون، فالمنشور يحوز على الخلفية الاجتماعية والخلفية السياسية.

3.2. الهدف التفاعلي لصاحب الموضوع:

يتيح موقع فيسبوك العملية التفاعلية للمستخدمين وهو ما يظهر من خلال عملية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل حيث يتحول المستقبل إلى مشارك في إنتاج المحتوى وبالتالي يصبح هو المرسل¹، إلا أن الفكرة ليست منحصرة بين طرفين بل صارت هذه العملية متاحة لكل الأفراد المتفاعلين مع هذا المحتوى، إن استخدام موقع فيسبوك لنشر يرافقه إدراك مسبق لأصحاب هذه المواضيع للخدمات التفاعلية التي يوفرها هذا الموقع للمستخدمين²، فهم هنا لا يكتفون بعملية النشر وإنما يريدون من المستخدمين التعبير عن سلوكهم اتجاه هذا المنشور³، وهو السلوك الذي يجسدونه عن طريق تفاعلاتهم في صورة تعليقات حول المنشور المطروح.

ولا نقصد هنا إدراك وتصور صاحب المنشور حسب محتوى واتجاه الموضوع وإنما تصوره وإدراكه للخيارات التفاعلية المتاحة لمستخدمي موقع فيسبوك وذلك لسابق علمه أن المستخدم لهذه المواقع يبحث عن فضاء يستطيع فيه تقديم آراءه من خلال عملية النقاش⁴، وذلك أن تعليقات المستخدمين تسمح له باستكشاف مدى القبول والإستجابة للمنشور المطروح⁵.

¹ Aleksy Alku, Producing Interactivity: Does media convergence promote interactivity and audience participation?, Master's Thesis, Media and Communication Studies, Department of Social Research, Faculty of Social Sciences, University of Helsinki, 2011, p5.

² Oliver quiring, Interactivity, JohnWiley & Sons Inc, University of Mainz, Germany , 2017, P2.

³ محمد عبد الحميد، المدونات الإعلام البديل، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص 258.

⁴ علي كنعان، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 44.

⁵ Zaenudin H N and Suwatno S, Ridwan Kamil's Digital Public Sphere and Public Policy, Paper open access, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia, 2018, P3.

3. تحليل المحتوى الثابت:

وهو المنشور الأولي الذي يطرح على الصفحة والذي يتعرض فيما بعد إلى تفاعل المستخدمين عن طريق ما يوفره موقع فيسبوك من خصائص تكنولوجية لها إمكانية تغيير محتوى المنشور على المستوى الشكلي أو الموضوعي.

1.3. وحدة التحليل في الجزء الثابت:

إن المواضيع المنشورة جاءت على شكل سطر أو جملة بسيطة بالإضافة إلى بعض الصور، ولهذا ومن أجل تحليل هذا المحتوى اخترنا وحدة الكلمة وذلك بحكم أنها الأنسب في مثل هذه المشورات، نظراً لحجمها المحدود وبحكم أن الصور المرفقة مع هذه المشورات يصعب الأجماع والاتفاق على نفس المعاني لديها إلا في ظل المنشور الذي أرفقت معه، كما تعد وحدة الكلمة اصغر وحدات التحليل وقد تكون رمزاً أو مصطلحاً مثل الحرية، الإرهاب، السلام، الاستقلال، وتعتبر من اصغر وأسهل الوحدات التي يمكن التعامل معها¹.

2.3. فئات المحتوى الثابت: عملنا على إستخراج عدة فئات حسب حاجة الدراسة وهي:

1.2.3. فئة أساليب الإقناع:

وهي الوسائل التي يوظفها المرسل من أجل تأكيد أقواله، أو تحقيق أهدافه²، ذلك أن المحتوى من خلال استخدام وسائل الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، يلعب دوراً مهماً في تعزيز فعالية تأثير وسائل الإعلام³.

التعريف الإجرائي: هي الأساليب التي يسعى أصحاب المواضيع إلى استخدامها من أجل إقناع المستخدمين بما ينشرونه على موقع فيسبوك حيث يستخدمون في ذلك الكلمات والصور التي تؤيد وتدعم ما يطرحونه من أفكار وتوجهات.

ومن هذا المنطلق وجدت هذه الفئة من أجل توضيح هذه الأساليب وتعدادها وهي كالتالي:

¹ سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق، ص125.

² محمد البشير بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال- مقارنة في الاشكاليات والصعوبات-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، المجلد03، العدد04، 2015، ص324.

³ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010،

الكلمات:

إن دلالة الكلمات تساعد الباحث عند تحليله لمحتوى المنشورات وذلك من خلال الكشف عن المعاني التي يهدف صاحب المنشور إيصالها للمستخدم، وهو ما تعكسه مجموعة الكلمات التي يكون لها طابع أو تأثير يميزها مثل كلمات غريبة أو كلمات جذب أو كلمات إقناع... الخ¹.

التعريف الإجرائي: وهي عبارة عن مجموعة من الكلمات التي تستخدم في صياغة المنشور والتي تهدف إلى جذب المستخدمين وإقناعهم عن طريق ما تحمله هذه الكلمات من عناصر إثارة وجذب وتشويق، وهو ما يحمل المستخدمين على القبول الأولي للموضوع والاستمرار في الاطلاع عليه ومتابعته، وهذا الاعتماد على الكلمات والتركيز عليها يعود سببه لصغر حجم الموضوع المعروض، ويظهر تعداد هذه الكلمات في الجدول رقم (03).

العناصر التيبوغرافية:

وهو عبارة عن استخدام الأشكال المختلفة وتوظيفها من أجل الصياغة الكلية للموضوع في سبيل إيصال رؤية صاحب المنشور للمستخدمين، وهذه الأشكال قد تكون صور أو مخططات أو رسومات أو جداول... الخ.

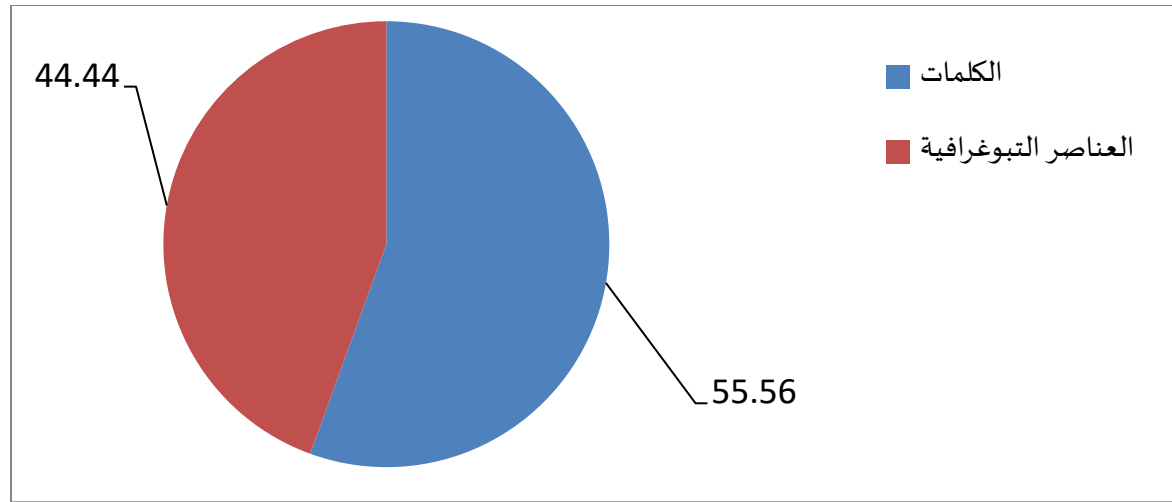
التعريف الإجرائي: في دراستنا هذه ومن خلال الإستطلاع الأولي للمنشورات فإننا ومن بين العناصر التيبوغرافية نركز على الصورة كأحد أهم العناصر التيبوغرافية المستخدمة في بناء المواضيع وبالتالي فإن حديثنا عن تعداد العناصر التيبوغرافية ما هو إلا تعداد للصور المرفقة مع المنشورات²، كما يجدر التنويه أننا بعد العناصر التيبوغرافية لا نهدف إلى معرفة البناء الشكلي للموضوع بل بالدور الإقناعي الذي تلعبه الصور المرفقة مع المنشور.

¹ محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص 191.

² حليلة سالم عبد القادر وصابري سفيان، الإخراج الصحفي للصفحة الأولى للجريدة وأثره على القارئ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال و صحافة مكتوبة، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016، ص 33.

جدول رقم (03) : جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة أساليب الإقناع

المجموع		موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة أساليب الإقناع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
% 55,56	10	%85,71	6	%42,86	3	%25	1	الكلمات
% 44,44	8	%14,29	1	%57,14	4	%75	3	العناصر التيبوغرافية
% 100	18	%100	7	%100	7	%100	4	المجموع



الشكل رقم (03): دائرة نسبية تمثل فئة أساليب الإقناع

- نلاحظ من جدول تكرارات ونسب عناصر فئة أساليب الإقناع أن استخدام الكلمات كان بنسبة %55.56، أما استخدام العناصر التيبوغرافية فبنسبة %44.44.
- إن نسبة استخدام الكلمات تعد قريبة جدا من نسبة استخدام العناصر التيبوغرافية والتي هي في حالتنا هذه عبارة عن صور وهو ما يظهر أهمية هذه الأساليب لدى أصحاب المواضيع المنشورة، وبرغم تباين هذه النسب بين المواضيع إلا أن استخدام هذه الأساليب عادة ما يكون متزامن، وذلك لأن الصورة تعمل على الإقناع بحكم قوتها التعبيرية¹، إلا أنها لا تقدم وحدها وذلك لأن الصورة قد تكون قابلة لعدة تأويلات وترجمات بحكم قدرتها على امتلاك معاني متعددة تختلف قراءتها بين المستخدمين²، وهنا يأتي دور استخدام أسلوب الكلمات من أجل تحقيق التكامل

¹ حميدة دغمان، الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وصحافة مكتوبة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2013، ص46.

² أحمد عبيد، التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص12.

بين الأسلوبين النصي والتبويغرافي لتوجيه معاني الصورة وفق ما يقتضيه طرح الموضوع، حيث أن عملية انتقاء كلمات معينة تبرز بعض الجوانب وكذا عملية التكرار يعمل على طرح قراءة معينة للحدث ويفسر الواقع أو يقيمه من وجهة نظر صاحب الموضوع¹، أما تحديد نجاحه في عملية الإقناع من عدمها فيحدده محتوى التعليقات حول الموضوع محل الدراسة.

- مما سبق يمكننا استنتاج أن أصحاب المنشورات على موقع فيسبوك يعملون على تقديم مواضيعهم على شكل عبارات نصية أو عناصر تبويغرافية، ثم انه ومن اجل للوصول إلى إقناع مستخدمي موقع فيسبوك بالمواضيع المطروحة يعمد أصحاب المنشورات إلى الجمع بين النصوص والصور والتنسيق فيما بينها بحيث تعرض الصور وتترق بكلمات وعبارات نصية وذلك بهدف مساندة وتوجيه دلالات الصور ومقاصدها وفق ما يراه أو يريده صاحب المنشور²، وعليه تحمل المواضيع المطروحة على صفحات موقع فيسبوك جانبا فكريا وإيديولوجيا تعمل على ايصاله للمستخدم وإقناعه به.

2.2.3. فئة مضمون الموضوع:

وهي التي تعنى بالمحتوى الضمني للمواضيع المنشورة داخل صفحات موقع فيسبوك، هذا المضمون الذي يصعب استخراجها في ظل الحجم المحدود للجزء الثابت من الموضوع. **التعريف الإجرائي:** وهو ما يحمله محتوى المنشور من كلمات نستدل بها على الفاعلين والمعلومات والأفكار والتي تعمل على صياغة فكرة الموضوع. وعليه عملنا على حصر واستخراج ما يحتويه من العناصر التالية:

¹ رجاء يونس سليمان ابو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحوى قضية المصالحة الفلسطينية، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية بغزة، 2013، ص51.

² أسامة زكي السيد علي العربي، نحو أداة موضوعية لتحليل و تقويم مضمون سيميائية الصورة في كتب تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، مجلة كلية التربية، جامعة اسيوط، المجلد 27، العدد 04، مصر، اكتوبر 2012، ص3.

الأطراف الفاعلة:

وتستخدم في تحليل المضمون الإخباري والدرامي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، حيث يختار الباحث هذه الوحدة في إطار تحليل الشخصيات المشاركة في البرنامج الثقافي أو السياسي أو الاقتصادي وتحديد خصائصها العامة¹.

التعريف الإجرائي: وهم الأفراد المذكورين داخل المنشورات على موقع فيسبوك والذين يكونون فاعلين في الموضوع من وجهة نظر صاحب المنشور، ويمكن لهؤلاء الفاعلين أن يكونوا أفراد أو مؤسسات.

المعلومات:

هي الوحدة الأساسية لعملية التواصل وتختلف قيمتها حسب تدرجها في التسلسل الهرمي، بداية من كونها مجموعة من البيانات إلى غاية وصولها لدرجة الحكمة، وهي الوحدة الأساسية للتفاعل داخل مواقع التواصل الإجتماعي والتي يعمل المستخدمون على إنتاجها واستهلاكها بكميات كبيرة من خلال التدوين والتفاعلات مثل الإعجاب والمشاركة².

التعريف الإجرائي: ونقصد بها في دراستنا هذه كمية المعلومات التي يقدمها لنا الموضوع المطروح داخل الجزء الثابت من المنشور، وذلك بالرغم من الحجم المتواضع للنص المطروح داخله وبغض النظر عن مستوى هذه المعلومات في سلمها الهرمي (ابتداء من البيانات وصولاً إلى الحكمة).

الأفكار:

الفكرة هي وحدة منطقية من وحدات القياس قد تكون هذه الفكرة التضحية، المشاركة، المنافسة، الكفاح وقد تحمل الجملة أو الفقرة أكثر من معنى³.

التعريف الإجرائي: هي الأفكار التي يطرحها المنشور في جزءه الثابت والتي توضح أبعاد وتصورات وخلفية الموضوع المطروح داخل المنشور.

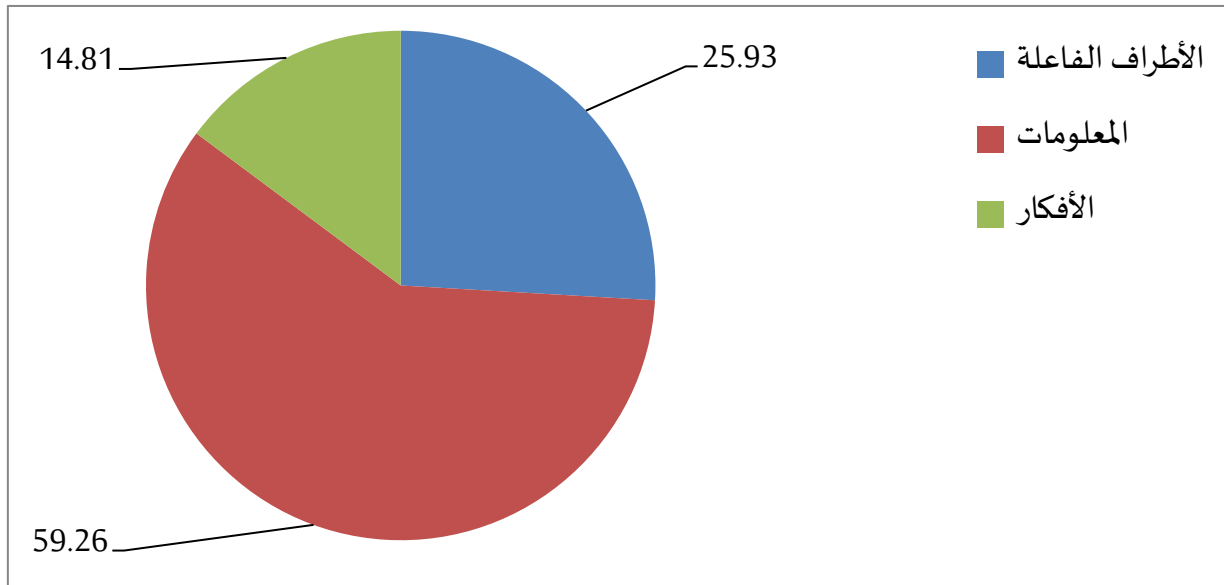
¹ سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق، ص125.

² Yaron Ariel and Ruth Avidar, Information Interactivity and Social Media, Atlantic Journal of Communication, 2015,p20.

³ بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص91.

جدول رقم (04): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة مضمون الموضوع

المجموع	موضوع الطيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة مضمون الموضوع	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
%25,93	7	%33,33	5	%16,67	1	%16,67	1	الأطراف الفاعلة
%59,26	16	%53,33	8	%66,67	4	%66,67	4	المعلومات
%14,81	4	%13,33	2	%16,67	1	%16,67	1	الأفكار
%100	27	%100	15	%100	6	%100	6	المجموع



الشكل رقم (04): دائرة نسبية تمثل فئة مضمون الموضوع

- يظهر الجدول تكرارات ونسب عناصر فئة مضمون الموضوع ونلاحظ من خلاله أن عدد المعلومات المقدمة داخل المنشورات والتي بلغ عددها في المجلد 16 معلومة بنسبة 59.26%، أما الأطراف الفاعلة داخل هذه المنشورات بلغت نسبتهم 25.93%، وفي الأخير الأفكار المقدمة داخل هذه المواضيع كانت بنسبة 14.81%.

- بالرغم من صغر حجم النص المقدم داخل هذه المنشورات إلا أنه كان يعتمد على الطريقة التقليدية في عرض المواضيع من حيث تقديم مجموعة من الأفكار حول موضوع ما وذكر الأطراف الفاعلين على مستوى هذه الأفكار وإرفاق ذلك بمجموعة من المعلومات المجمع من طرف صاحب المنشور، كل هذا من أجل إبراز فكرة أو توجه أو إيديولوجية أو قناعة معينة يقوم بتعزيزها عن طريق مجموعة من العناصر التيبوغرافية (الصور) وذلك بهدف الاستفادة من القوة التعبيرية التي تملكها الصورة.

إلا أن العناصر المشكلة لهذا النسق تتكرر في جميع المواضيع المطروحة بصفة متزامنة وذلك لأن كل عنصر يتفوق في دلالاته عن العناصر الأخرى، ولهذا يسعى صاحب المنشور إلى استخدام جميع هذه العناصر مركزا بصفة كبيرة على عدد المعلومات بما يخدم توجهه بحيث يستخدم في الجزء النصي المعلومات والفاعلين من أجل إبراز طرحه وتعزيز الأفكار المقدمة داخل الموضوع ويستخدم الصور من أجل إكساب موضوعه قوة تعبيرية.

- نستنتج أن أصحاب المواضيع المطروحة داخل صفحات موقع فيسبوك يعملون على نشر مواضيعهم على شكل تعبير نصي متواضع يطرح مجموعة من الأفكار تحتوي على الأطراف الفاعلين في الموضوع بالإضافة إلى التركيز على كم المعلومات وإرفاق ذلك بمجموعة من الصور التي يرى أنها تناسب الموضوع المطروح.

4. تحليل المحتوى التفاعلي:

يتكون هذا الجزء من تفاعلات المستخدمين اتجاه المنشورات المنتقاة والتي تأتي على شكل تعليقات وتفاعلات أيقونية، والتعليقات هي عبارة عن خدمة تسمح للمستخدمين بإضفاء آراءهم وانطباعاتهم حول مختلف المواد الصحفية المنشورة على المواقع¹، وعليه ستكون هذه التعليقات هي هدف تحليل المضمون للجزء التفاعلي².

1.4. وحدة التحليل في الجزء التفاعلي:

وحدة التحليل المتبعة هي فكرة التعليق، وذلك بحكم أن كل تعليق يعالج فكرة معينة، ولكل تعليق خلفية وسياق ومنتج خاص به، كذلك إن كل مستخدم يقوم بعملية التفاعل يحاول أن يصيغ فكرته ويعبر عنها داخل تعليق خاص به وإن مجموع الأفكار داخل هذه التفاعلات (التعليقات) هو ما يشكل لنا الجزء التفاعلي من الموضوع.

¹ بثينة حمدي، سمات اللغة المتداولة في تفاعلات المستخدمين عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية مقارنة لعينة من التعليقات الواردة في صحيفة الخبر الإلكترونية و صفحة الواقع الجزائري Reality DZ، مجلة آفاق العلمية، المركز الجامعي تلمسان، مجلد12، عدد01، 2020، ص374.

² فاطمة الزهراء تواتي، الفضاء العمومي والجراند الجزائرية: تفاعل قراء عمود نقطة نظام في النسخة الإلكترونية لجريدة الخبر، مجلة الحوار الثقافي، جامعة ابن باديس مستغانم، المجلد07، العدد01، 2017، ص125.

2.4. تحليل الفئات:

من أجل العمل على تحليل المحتوى التفاعلي كان لابد لنا من العودة إلى بعض الأبعاد التفاعلية مثل البعد التكنولوجي أو البعد الذي له علاقة بالمستخدم أو البعد التواصلية بين المستخدمين¹، وعليه تم إقترح الفئات التالية:

1.2.4. فئة خيار التفاعل:

إن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي سواء منهم من يقوم بعملية النشر أو بعملية الاطلاع على هذه المنشورات يدركون على حد سواء ما توفره لهم التكنولوجيات الحديثة من خصائص تفاعلية داخل هذه المواقع والتي تعمل على توفير خيارات تقنية متعددة لتسهيل عملية التفاعل بين المستخدمين في مختلف الاتجاهات وبطرق مختلفة²، مع العلم أن المشترك بين كل هذه الخيارات هو أنها تعتبر تفاعلاً منطلقه هو الموضوع في حد ذاته وهو ما يساهم في تزايد حجم الجزء التفاعلي من الموضوع.

ويجدر التنويه إلى تواجد إمكانية اطلاع المستخدمين على التعليقات السابقة، كما أننا سنعتبر في هذه الدراسة تفاعل المستخدم عبارة عن تعليق، إلا أننا نفرق بين التعليق الموجه نحو الجزء الثابت من الموضوع والتعليق الموجه نحو تعليق سابق بتسمية الأول بالرد والثاني بالرد على الرد، أو أن هذا التفاعل يكون على شكل تعبيرات أيقونية.

إن هذه الفئة لم تركز على محتوى التعليقات بل على الخيار التقني الذي يلجأ إليه المستخدم من أجل صياغة شكل تفاعله وفي حالتنا هذه فإن مجموعة الخيارات التفاعلية التي يوفرها موقع فيسبوك تتجسد فيما يلي:

¹ Oliver quiring, Op.cit, p.2.

² Carrie Heeter, Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication, Media use in the information age: Emerging patterns of adoption and consumer use, 1989, p221.

الرد على الموضوع:

هو التفاعل الذي يشكله القارئ حول الجزء الثابت من الموضوع ويكون عبارة عن نص، إيموجي، صورة، رابط... إلخ، والذي يكون على شكل تعليق من خلال اختيار المستخدم توجيه تفاعله مباشرة نحو المنشور عن طريق الخيار "تعليق"، ويكون تموضعه أسفل الموضوع مباشرة*.

الرد على الرد:

أن هذا الجزء هو في حد ذاته رد على رد سابق والذي يميز هذا الجزء أن اتجاه التفاعل فيه يكون نحو الرد وليس نحو الموضوع، وهو ما توضحه الكيفية التي يتموضع بها هذا الرد تحت رد سابق له في شكل بنية شجرية توضح تموقعه تحت الرد المقصود بهذا التفاعل**.

أيقونات التفاعل:

وهي عبارة عن مجموعة من الخيارات الأيقونية الجاهزة والتي تحتوي على رموز تعبيرية تجسد تفاعل معين من طرف المستخدم مثل رمز الإعجاب أو بعض تعابير الوجه المختلفة مثل الغضب، الإحباط، الدهشة..، غير انه يجدر بنا الإشارة إلى إمكانية استخدام هذه الأيقونات التعبيرية في عملية التفاعل سواءً مع الرد حول الموضوع أو مع الرد على الرد***.

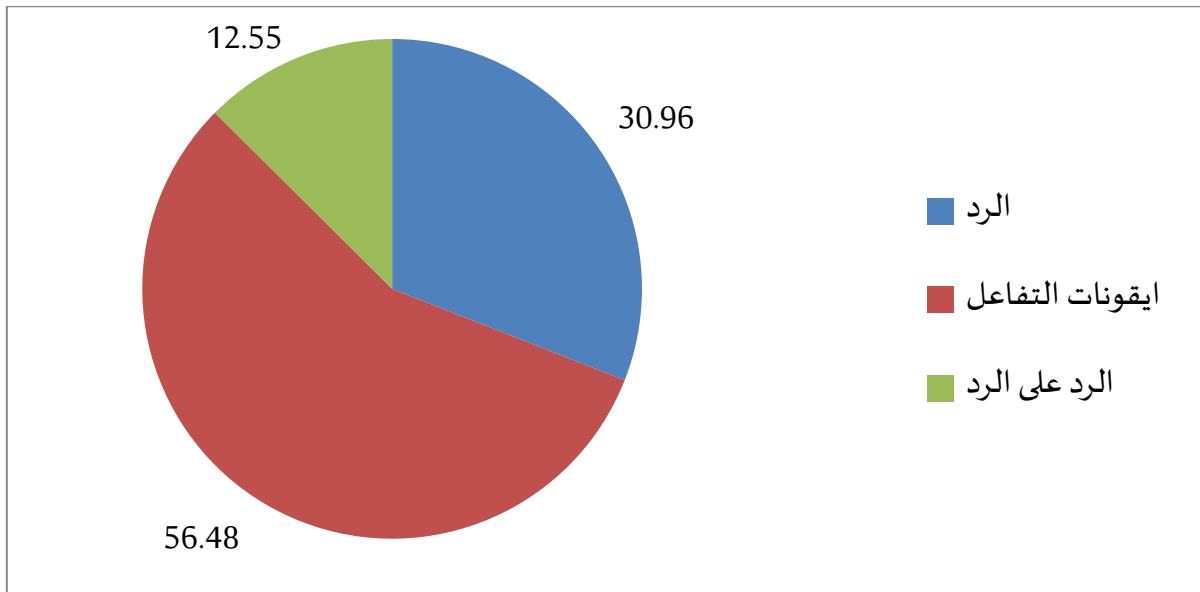
* للإطلاع على شكل الرد على الموضوع داخل مواضيع فيسبوك انظر الشكل رقم 06.

** للإطلاع على شكل الرد على الرد داخل مواضيع فيسبوك انظر الشكل رقم 06.

*** للإطلاع على الشكل الذي يوضح أيقونات التفاعل وتموضعها داخل مواضيع فيسبوك انظر الشكل رقم 06.

جدول رقم (05): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة خيار التفاعل

المجموع	موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة خيار التفاعل	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
% 30,9	296	%15,90	17	%30,11	227	%54,74	52	الرد
% 56,49	540	%42,05	45	%63,00	475	%21,05	20	أيقونات التفاعل
%12,55	120	%42,05	45	%6,90	52	%24,21	23	الرد على الرد
%100	956	%100	107	%100	754	%100	95	المجموع

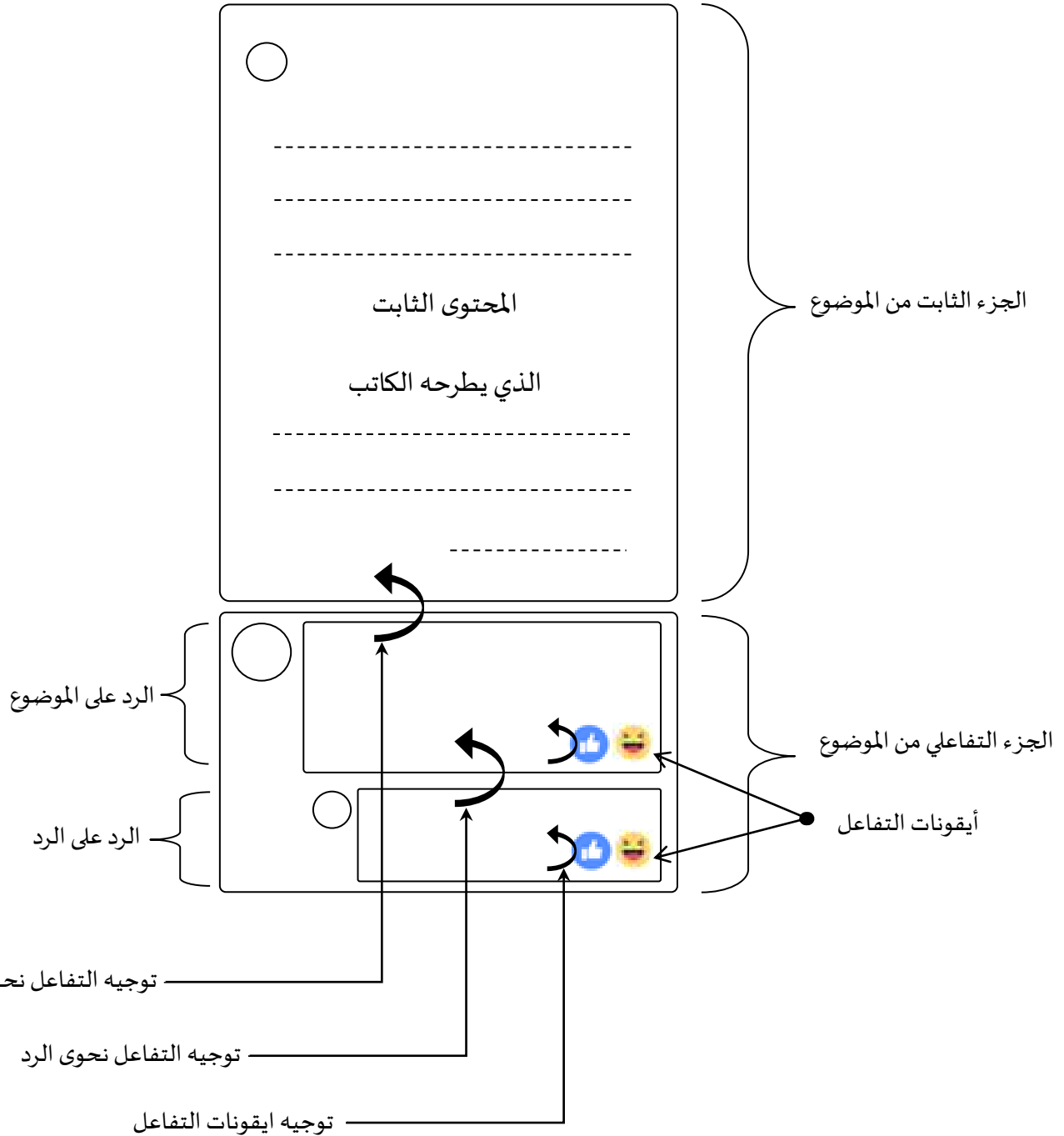


الشكل رقم (05): دائرة نسبية تمثل فئة خيار التفاعل

- نلاحظ من خلال جدول فئة خيار التفاعل أن تفاعل المستخدمين مع الردود عن طريق أيقونات التفاعل قد بلغ نسبة 56.48%، أما نسبة الردود حول الجزء الثابت من الموضوع فقد كانت بنسبة 30.96%، وفي الأخير نسبة الرد على الرد بنسبة تقدر بـ: 12.55%.
- لم تركز هذه الفئة على محتوى التعليقات بل على الخيار الذي يلجأ إليه المستخدم في عملية التفاعل، وهو عبارة عن خيار تقني يوفره موقع فيسبوك للمستخدم من أجل توجيه تفاعله سواءً مباشرة نحو الموضوع المنشور (الرد) أو باتجاه تفاعل آخر (الرد على الرد) وذلك في شكل تعليق، كما أن هناك شكل آخر للتفاعل يتمثل في استخدام أيقونات التفاعل (التعبيرية) حيث أن المستخدم يملك إمكانية إختيار أي تعبير آخر توفره الأيقونات ويراه مناسباً للتفاعل مع تعليق معين، كما أن وجود هذه الخيارات التقنية داخل موقع فيسبوك يعمل على:

عرض المجالات المتاحة للمستخدم من أجل طرح تفاعله، فكما ان للمكان المادي موقع وابعاد فان صفحات فيسبوك موقعا للمجال الرقمي وأبعاده هي الخيارات التي يوفرها هذا الموقع كمساحة للتعبير

بحيث يستطيع المستخدم اختيار المساحة التي سيطرح سيعرض فيها تفاعله وكذلك الشكل الذي سيكون عليه، إذ انه يختار أن يكون تفاعله على شكل رد أو رد على إعجاب وذلك ما يوضحه الشكل رقم (06).



الشكل رقم (06): مخطط توضيحي يبين الخيارات التقنية المتاحة للمستخدم عند التفاعل

نلاحظ أن تعدد أشكال صياغة التفاعل وكذلك تعدد المساحات المتاحة لهذا التفاعل يبين مقدار الحرية المتاحة للمستخدمين من أجل طرح تفاعلاتهم، هذه الحرية التي لم تنشأ من العدم إنما بداية بحرية اكتساب الوسائط الجديدة إلى حرية ربط هذه الوسائط بشبكة الانترنت ثم حرية انتقاء منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك إلى حرية اختيار شكل التفاعل (تعليق أو أيقونات) وصولاً إلى حرية اختيار إطار التفاعل سواءً كان موجهاً للموضوع أو موجهاً للتعليق. وذلك بحكم أن الوسائل المستخدمة في التواصل مع هذه الشبكات إقتصادية في الجهد والوقت والمال وهو ما يتيح إمتلاكها للمستخدمين بسهولة¹. إن هذه الخيارات التكنولوجية هي المسؤولة عن إتاحة العملية التفاعلية لمستخدمي موقع فيسبوك، وهي ما جعل التفاعلية على إرتباط دائم بالخصائص التكنولوجية، حيث ينعكس ذلك في بعض التعريفات المقدمة للعملية التفاعلية، عن طريق تعريف التفاعل بأنه عبارة عن سمات تكنولوجية للبيئات الرقمية التي يتعامل معها المستخدم.

وبالتالي التفاعل هنا هو عبارة عن السمات التكنولوجية التي يوفرها موقع فيسبوك للمستخدمين من أجل صياغة تفاعلهم²، كما أن التفاعلية داخل موقع فيسبوك تشير إلى المستوى العالي للوسائط الإلكترونية والإمكانات الملائمة التي تسمح بها التبادلات المتعددة الإتجاهات³، وهو ما توضحه الأسهم في الشكل رقم (06) من إمكانية توجيه المستخدم لتفاعله سواءً نحوى الموضوع أو الرد أو الرد على الرد. في دراسة تحليل الخطاب "Discourse analysis and digital practices" لـ: Rodney تحدث عن السياق الذي ينتج في ظل المحتوى الرقمي، وهو ما نلاحظه بالنسبة للمواضيع المنشورة داخل موقع فيسبوك، إلا أننا هنا لا نركز على السياق الذي ينتج داخله كل موضوع على حدى بل نتحدث عن السياق العام الذي تنتج داخله هذه المواضيع، وهو سياق تكنولوجي بالدرجة الأولى بداية من حرية إنتقاء الوسيلة في حد ذاتها إلى مجموع الخيارات التي يوفرها موقع فيسبوك⁴.

¹ سامية عواج، تأثير الاعلام التفاعلي على منظومة القيم الاجتماعية، مجلة الاعلام والمجتمع، جامعة الوادي، المجلد02، العدد03، 2018، ص47.

² Yaron Ariel and Ruth Avidar, Op.cit, p.23.

³ فضيلة تومي، تكنولوجيا الإتصال-التفاعلية-وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد03، العدد 06، 2011، ص504.

⁴ Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Op.cit, p.9.

توضح هذه الخيارات التقنية المساهمة البنيوية لموقع فيسبوك داخل المجال العام بما توفره من آلية تسمح للأفراد بالإنضمام إلى المساحات الموجودة داخل هذا الفضاء أو حتى إنشاء مساحات جديدة، وبالتالي رسم حدود المجال العام داخل منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

إن الحرية التي توفرها هذه الخيارات تعكس سياقاً معيناً تنشأ في ظلّه هذه المواضيع، وهي حرية متاحة للمستخدمين عند تفاعلهم مع المواضيع التي تعنى بالشأن العام وبالتالي توفر أحد أهم شروط نشأة المجال العام وهو حرية الفرد في الإنضمام إلى المجال العام.

- ومن خلال عرض الخيارات التقنية التي يوفرها موقع فيسبوك بالإضافة إلى حرية المستخدم في الانتقاء بين هذه الخيارات نستنتج:

- إن موقع فيسبوك يتيح مجموعة من الخيارات التقنية للتفاعل مع المواضيع التي تطرح على مستوى صفحاته.
- يتيح موقع فيسبوك شكلين لتفاعل المستخدم إما شكل التعليق أو شكل الأيقونات التعبيرية (أيقونات التفاعل).
- التفاعل داخل موقع فيسبوك يتيح عدة مساحات للمستخدم تحدد إطار تفاعله:
 1. المساحة الأولى: تشمل إطار الموضوع وتكون على شكل رد.
 2. المساحة الثانية: تشمل إطار الرد وتكون على شكل رد على الرد.
 3. المساحة الثالثة: تشمل إطار التعليق وتكون على شكل أيقونات التفاعل (رموز تعبيرية).

يوفر موقع فيسبوك للأفراد حرية استخدام الخيارات التقنية المتاحة بهدف تجسيد تفاعلاتهم والتعبير عنها، وهي حرية ضرورية للمستخدمين من أجل ممارسة حق المشاركة في المجال العام¹.

2.2.4. فئة تعدد الوسائط:

وهي عبارة عن اندماج تقنيات الصوت والصورة والنص وهي واحدة من أهم ميزات الشبكة في دمجها وتقديمها عبر موقع واحد²، كما تعرف بأنها دمج بين الحاسوب والوسائط لإنتاج بيئة

¹ عبد الغاني بوحلوان، مؤسسة المجال العمومي مقارنة هابرماس على المحك، مجلة متون، جامعة طاهر مولاي سعيدة، المجلد 10، العدد 02، 2018، ص 110.

² سمية بورقعة، المرجع السابق، ص 109.

تفاعلية وهذه البيئة التفاعلية تحتوي على النص المكتوب والصور والرسومات والفيديو¹، وتعني الوسائط المتعددة عرض معلومات في شكل نصوص مع إدخال كل أو بعض العناصر التالية: صوت، صورة، فيديو، رسوم².

إذاً الوسائط المتعددة هي عبار عن عملية الإستخدام المركب لكل من النصوص والرسومات والصوت والرسوم المتحركة والفيديو للوصول لطريقة عرض وتفاعل، فهي حزمة الوسائط الإعلامية الرقمية التي تشمل النص والصورة بأنواعها والصوت والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها في موقع واحد³.

التعريف الإجرائي: أما في هذه الدراسة فإننا نعمل على تحديد الأنواع المستخدمة من هذه الوسائط المتعددة من أجل صياغة التعليق الواحد، ونقصد هنا مجموع الرموز والإشارات التي يستعملها المستخدم من أجل صياغة تعليقه داخل موقع فيسبوك، بمعنى أننا هنا لا نقصد الجانب المادي من تعدد الوسائط وإنما الرموز والإشارات المتوفرة والمتاحة من طرف موقع فيسبوك. ونفصل في هذه العناصر كالتالي:

النص:

وهو عبارة مجموعة الحروف الرموز والأرقام والموجودة والتي نستطيع إنتاجها غالبا عن طريق لوحة المفاتيح الخاصة بالنظام، وهو الناتج المكتوب أو المنطوق لعملية إنتاج النصوص⁴.

إيموجي "Emoji":

هي عبارة عن مجموعة من الرسومات الصغيرة والملونة أصبحت شائعة الإستخدام على التطبيقات الإلكترونية والتي تستخدم في مواقع التواصل الإجتماعي بحيث يتم استخدامها بطريقة

¹ محمد خليل عودة، اثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة على التحصيل الدراسي في مجال الإعلان التلفزيوني لدى طلبة كلية الاعلام في جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2016، ص7.

² فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا، المرجع السابق، ص55.

³ ماهر عودة الشمايلة و محمود عزت اللحام وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص141.

⁴ نورمان فيركلف، الخطاب والتغير الاجتماعي، ترجمة: محمد عناني، الطبعة الأولى، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2015، ص15.

مرحلة ومسلية تساعد المستخدمين على إضافة معنا معين للكلمة المكتوبة، وذلك للتعبير عن شعور معين مثل السخرية أو للتأكيد... الخ¹.

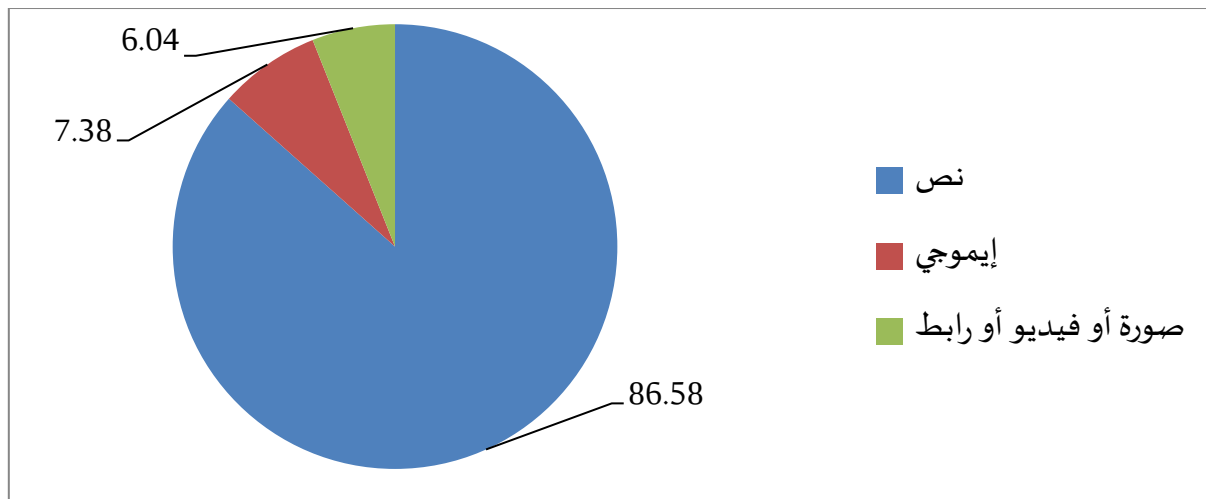
وتعرف كذلك بأنها أيقونات على الأجهزة الرقمية وهي عبارة عن صور تستخدم كحروف أو رموز للتعبير على المشاعر والأحداث، وتعرف أيضاً بالرموز التعبيرية أو الوجوه الباسمة².

صورة أو فيديو أو رابط:

نعني بذلك استخدام الصور أو مقاطع فيديو أو روابط داخل الردود من اجل نقل فكرة أو تعبير معين أو حتى الانتقال إلى صفحات أخرى عن طريق الروابط المرفقة داخل التعليق.

جدول رقم (06): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة تعدد الوسائط

المجموع	موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة تعدد الوسائط	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
%86,58	387	%84,21	48	%88,82	270	%80,23	69	نص
7,38%	33	%5,26	3	%5,92	18	%13,95	12	إيموجي
%6,04	27	%10,53	6	%5,26	16	%5,81	5	صورة أو فيديو أو رابط
%100	447	%100	57	%100	304	%100	86	المجموع



الشكل رقم (07): دائرة نسبية تمثل فئة تعدد الوسائط

¹ Elena Giannoulis and Lukas R.A. Wilde, Emoticons Kaomoji and Emoji The Transformation of Communication in the Digital Age. Routledge, New York, 2020, p.1.

² إيموجي عندما لا تكفي الكلمات، على الرابط التالي: <https://www.nippon.com/ar/features/jg00066>، اليوم: 2020/07/01، الساعة:

- نلاحظ من خلال جدول فئة تعدد الوسائط أن استخدام شكل التعبير النصي هو الغالب على تعليقات المستخدمين وبنسبة كبيرة تقدر بـ: 86.58%، أما استخدام الإيموجي أو الصور والروابط فكان بنسب متقاربة، فاستخدام الإيموجي كان بنسبة 7.38%، واستخدام الصور والروابط بنسبة 6.04%.

- لقد اعتمد أكثر المستخدمين عند صياغة تفاعلهم على الشكل النصي الكتابي في صياغة تعليقاتهم وذلك برغم توفر طرق أخرى للتعبير، فعلى الرغم من احتواء موقع فيسبوك على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر وسهولة إلا أن استخدام التعبير النصي مازال في المركز الأول حيث يعتمد عليه من أجل البناء الشكلي والدلالي¹.

المستخدمين في هذه الحالة رأوا أن الشكل النصي يعتبر كافياً لطرح تفاعلاتهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم، إلا أن نسبة قليلة من المستخدمين لجأوا إلى استخدام رموز الإيموجي أو الصور والروابط سواءً لوحدهم أو من خلال دمجهم مع النصوص داخل تعليق واحد، أو من خلال الإحالة إلى صفحة أخرى من أجل الاستدلال بها وبالتالي تبرير المستخدم لموقفه أو حجته أو وجهة نظره في النقاش.

وكذلك من خلال أن رموز الإيموجي تعمل على نقل المشاعر والتعبيرات بشكل واضح ومختصر وكمثال على ذلك رمز الدهشة أو الغضب الذي يكون واضحاً عند رؤية وجه تعتريه الدهشة أو يعتريه الغضب ويوصل المعنى أحسن من تعبير إنني مندهش أو إنني غاضب بطريقة كتابية وهنا نعود إلى ذكر الفروق بين استخدام هذه الوظائف المتعددة وهي:

- الشكل النصي: يمكن المستخدم من نقل أفكاره وصياغتها بالكلمات التي يراها مناسبة.
- الإيموجي: تمكن من نقل بعض المشاعر والتعبيرات عن طريق توفيرها لمجموعة من الأيقونات الجاهزة والمتنق على معانيها مسبقاً، كما أن استخدام هذه الرموز يمكن المستخدمين

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن،

من اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب والجوع برمز تعبيرى واحد يتيح نقل هذه المشاعر ببساطة وسرعة إلى المستخدم الآخر¹.

▪ الصور أو الروابط: تملك الصور من القدرة والبلاغة في إيصال بعض المعاني ومجالها غير محدود على عكس أيقونات اليموجي كما أن ما تنقله من معاني غير متفق عليه بين المستخدمين، إلا أن استخدام الصور والفيديوهات والروابط يعتبر من أهم ميزات المواقع الإلكترونية في توفير كم أكثر من المعلومات وتساعد المستخدمين على الإلمام أكثر بالموضوع من جميع جوانبه².

إن ما يتيح موقع فيسبوك من خلال الروابط والتي تنقل المستخدم من موضوع لآخر بكل سهولة³، من خلال الإحالة إلى صفحات ومواقع أخرى وهذه العملية تبقى مرهونة بهدف المستخدم فقد يكون تبرير موقفه أو توسيع لمجال الموضوع المطروح، إلا أن السمة المميزة لاستخدام الروابط هي استدعاء مجال جديد، وبالتالي فإن كانت التعليقات تعمل على توسعة مجال الموضوع فإن الروابط الخارجية تعمل على استدعاء مجالات جديدة داخل مجال الموضوع.

- نستنتج من خلال مناقشة معطيات فئة تعدد الوسائط أن:

▪ المستخدمين داخل فيسبوك يملكون الحرية الكاملة في إختيار الوسائط المتعددة التي يصيغون بها تفاعلاتهم، مستخدمين في ذلك بدرجة أولى التعبير الكتابي (النصوص) ومنهم من يرى استخدام أساليب أخرى من أجل التعبير والمحاكاة وإيصال فكرته مثل استخدام رمز اليموجي أو صورة تكفي في بعض الأحيان للتعبير بدل الكلمات النصية، أو حتى الاستدلال برابط موقع خارجي من أجل تدعيم حجة ما أو تبرير ما يطرحه المستخدم داخل التفاعل الخاص به.

¹ فيصل العززي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية دراسة استشرافية، دراسة علمية، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، 2020، ص9.

² حسن فراج حسن، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص125.

³ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع السابق، ص74.

• الخيارات التي يوفرها تعدد الوسائط يمكن ان تستخدم في الرد على الجزء على الجزء الثابت أو الرد على التعليق.

• أن التفاعل يملك القدرة على توسيع المجال الأولي الذي طرحه الموضوع من خلال استخدام الوسائط المتعددة من نصوص وإيموجي وصور بل يتعدى الأمر ذلك إلى قدرة التفاعل على استدعاء مجالات أخرى عن طريق الروابط الخارجية.

وبالرغم من إختلاف هذه الأشكال التعبيرية من نصوص وصور وروابط إلا أنها تشكل في مجملها مجموعة من الإشارات والرموز المتكاملة الموضوعية تحت تصرف المستخدمين الذين يقومون بترجمتها وتأويلها وفق السياق والفضاء الذي أنشأت داخله¹.

3.2.4. فئة الإضافات الجديدة للموضوع:

وهي ما يساهم به المستخدمين لموقع فيسبوك من محادثات ورسائل وتبادل الفيديو والصور وتبادل الصور والفيديو ومشاركة الملفات، وتداول للأخبار والمعلومات والآراء ما يشكل خلاصة غنية بالمعلومات عن ما يدور في المجتمعات وفئاتها المختلفة من أحاديث².

التعريف الإجرائي: وهي عبارة عن إضافات جديدة للجزء الثابت من المنشور تظهر على مستوى تعليقات المستخدمين المتفاعلين مع هذا الموضوع، هذه الإضافات قد تكون على شكل معلومات أو أفكار أو فاعلين جدد داخل الموضوع المنشور. وتحدد هذه الدراسة الإضافات الجديدة للموضوع فيما يلي:

الفاعلين الجدد في الموضوع:

يتم تحديد الفاعلين عن طريق رصد الأشخاص، الهيئات، المؤسسات، التي تحرك الموضوع المثار في الرسالة، وقد يكونون عبارة عن سياسيون، مجاهدون، أحزاب، علماء،... إلخ³، وهم الأشخاص المشاركين في الخبر الذي تقدمه وسيلة إعلامية معينة يسمون بـ "الفاعلين أو

¹ فلة بن غربية، في إجرائية مفهوم الفضاء العمومي إشكاليات التنظير الفلسفي الإتصالي، مجلة دراسات انسانية واجتماعية، جامعة محمد بن أحمد وهرن 2، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص 257.

² حارث عبود و مزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 140.

³ محمد البشير بن طبة، المرجع السابق، ص 322.

الممثلين الاجتماعيين" أو "المشاركين" في الحدث، بمعنى الأشخاص العاملين في المجتمع والذين يخصصهم الخبر أو لهم علاقة به أو مشاركين فيه بشكل فعال¹.

التعريف الإجرائي: وهم الأطراف الفاعلين في الموضوع والذين تم ذكرهم في تعليقات المستخدمين ولم يظهروا على مستوى الجزء الثابت من الموضوع.

معلومات جديدة عن الموضوع:

هي معلومات جديدة ظهرت في تعليقات المستخدمين عند تفاعلهم مع المنشور والتي تعنى مباشرة بالموضوع المطروح على صفحات الفيسبوك.

أفكار جديدة:

الفكرة هي وحدة منطقية من وحدات القياس قد تكون هذه الفكرة التضحية، المشاركة، المنافسة، الكفاح وقد تحمل الجملة أو الفقرة أكثر من معنى²، كما أن الأفراد داخل مواقع التواصل الاجتماعي يحملون أفكار ورؤى مختلفة أو متقاربة أو موحدة أحيانا، حسب كل موضوع أو قضية مطروحة للنقاش³.

التعريف الإجرائي: هي أفكار يطرحها المستخدمين في تعليقاتهم حول المنشورات على موقع فيسبوك وتختلف عن ما هو مطروح من أفكار داخل الجزء الثابت من الموضوع وبالتالي تعطي أبعاد وتصورات أخرى للموضوع المطروح.

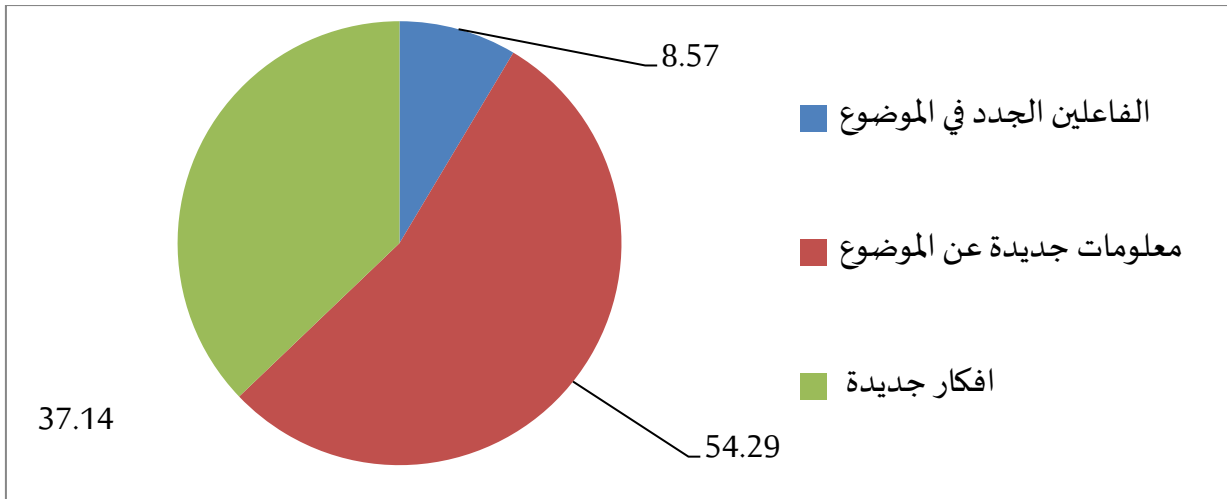
¹ حمزة امحمد الثلب وخالد أبو القاسم غلام، آليات تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته، العدد 08، 2019، ص82.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص91.

³ نورين عشاش و محمد بشير، الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد05، العدد02، 2020، ص263.

جدول رقم (07): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة الإضافات الجديدة للموضوع

المجموع		موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة الإضافات الجديدة للموضوع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%8,57	3	%0,00	0	%14,29	1	%11,76	2	الفاعلين الجدد في الموضوع
%54,29	19	%90,91	10	%57,14	4	%29,41	5	معلومات جديدة عن الموضوع
%37,14	13	%9,09	1	%28,57	2	%58,82	10	أفكار جديدة
%100	35	%100	11	%100	7	%100	17	المجموع



الشكل رقم (08): دائرة نسبية تمثل فئة الإضافات الجديدة للموضوع

- يظهر من خلال جدول فئة الإضافات الجديدة للموضوع أن المعلومات الجديدة بلغت نسبتها 54.29%، ثم تليها الأفكار الجديدة حول الموضوع بنسبة 37.14%، وفي المرتبة الأخيرة الفاعلين الجدد الذين ظهروا حول الموضوع بنسبة 8.57%.
- يقدم الجزء الثابت من الموضوع مجموعة من العناصر تتعلق بالفاعلين والأفكار والمعلومات، تخضع هذه العناصر لتفاعل مستخدمي فيسبوك على شكل مجموعة من التعليقات والتي هي بدورها تقدم عدة إضافات جديدة للموضوع المنشور، وذلك بفضل تفاعل المستخدمين الذين يصبحون مشاركين في إنتاج المحتوى¹.

¹ شمس ضيات خلفاوي، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيدر بسكرة،

يكون هذا الإنتاج بفضل ما يقدمه المستخدمين من إضافات وكل حسب رأيه وموقفه وخلفيته وهو ما تعكسه نسبة العناصر الجديدة التي ظهرت عن الموضوع والتي يوضحها الشكل رقم (08) فالمعلومات التي عملت على إثراء الموضوع بلغت نسبتها 54.29% من مجموع الإضافات الجديدة، وقد طرح المستخدمون 13 فكرة جديدة توضح رؤيتهم للموضوع بنسبة 37.14% من المجموع الكلي للإضافات الجديدة، كما طرح الجزء التفاعلي فاعلين جدد يرى المستخدمون أنهم مؤثرون في الموضوع وبنسبة 8.57% من مجموع الإضافات الجديدة. ثم أنه لا يكفي هنا التعرف على مقدار الإضافات الجديدة للموضوع بل يجب مقارنتها مع عناصر المحتوى الثابت للتعرف على نسبة مساهمتها في تشكيل الموضوع الكلي، وكذلك لإثبات عنصر التفاعلية وإبراز حجمه ودوره (عنصر من العناصر المشكلة للخطاب الرقمي) وهو ما يظهره الجدول رقم (08) والذي يوضح تعداد العناصر المشكلة لمحتوى الموضوع في الجزأين الثابت والتفاعلي منه.

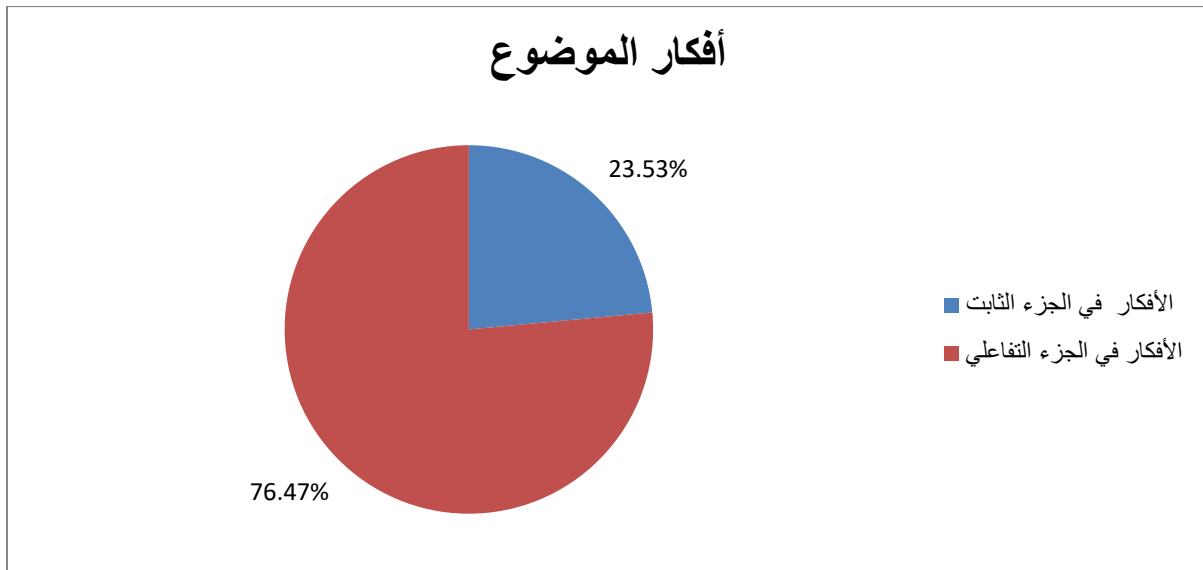
جدول رقم (08): جدول يوضح تكرارات ونسب العناصر المشكلة للجزأين الثابت والتفاعلي

المحتوى الكلي للموضوع		محتوى الجزء التفاعلي		محتوى الجزء الثابت		العناصر المشكلة للموضوع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	10	30%	3	70%	7	الفاعلين في الموضوع
100%	35	54,29%	19	45,71%	16	معلومات عن الموضوع
100%	17	76,47%	13	23,53%	4	أفكار الموضوع

إن الفارق الأساسي هنا هو أن العناصر الجديدة المشكلة لمحتوى الموضوع جاءت من خلال تفاعل المستخدمين وهو ما تعكسه الأفكار الجديدة حول الموضوع والتي تعزى لتعدد المتفاعلين وكثرتهم وتعدد وجهات نظرهم إذ تقدر نسبتها بـ: 76.47% مقارنة بها في الجزء الثابت منه وهو يظهره الشكل رقم (09).

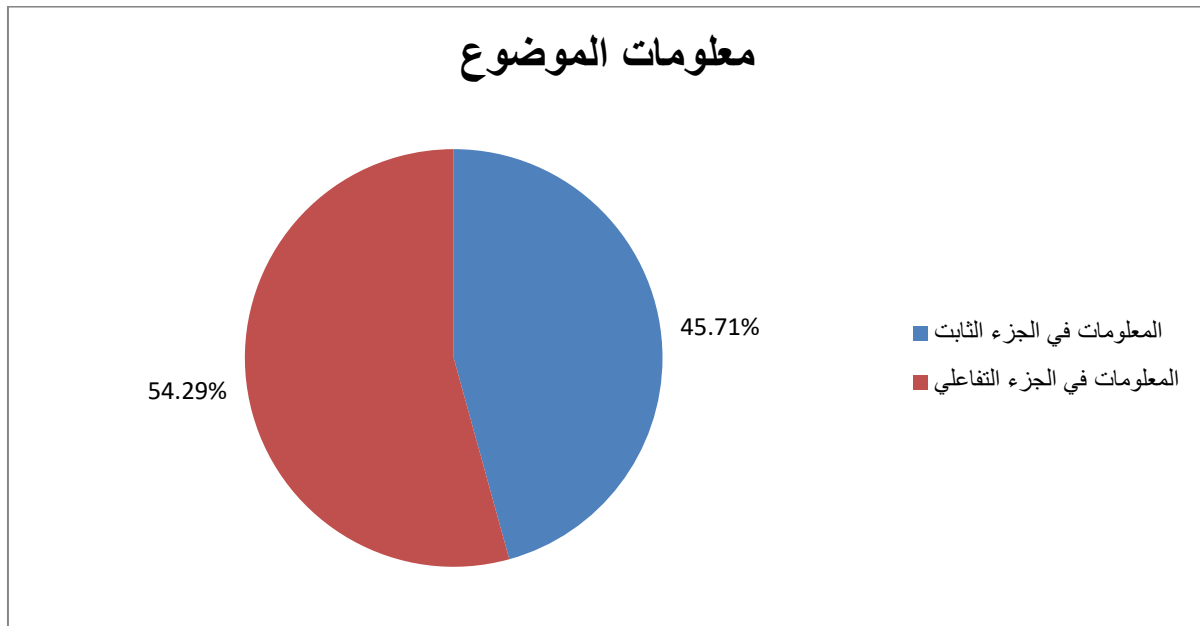
إن عملية المقارنة بين نسبة الأفكار في الجزء الثابت ونسبتها في الجزء التفاعلي تظهر المساهمة الكبيرة للجزء التفاعلي والتي تجاوزت ثلاثة أضعاف نسبة الأفكار المقدمة على مستوى

الجزء الثابت، وبالتالي فإنه وعلى مستوى الأفكار يعمل الجزء التفاعلي (التعليقات) على توسعة المجال المواضيعي المطروح داخل المطروح داخل المنشور.

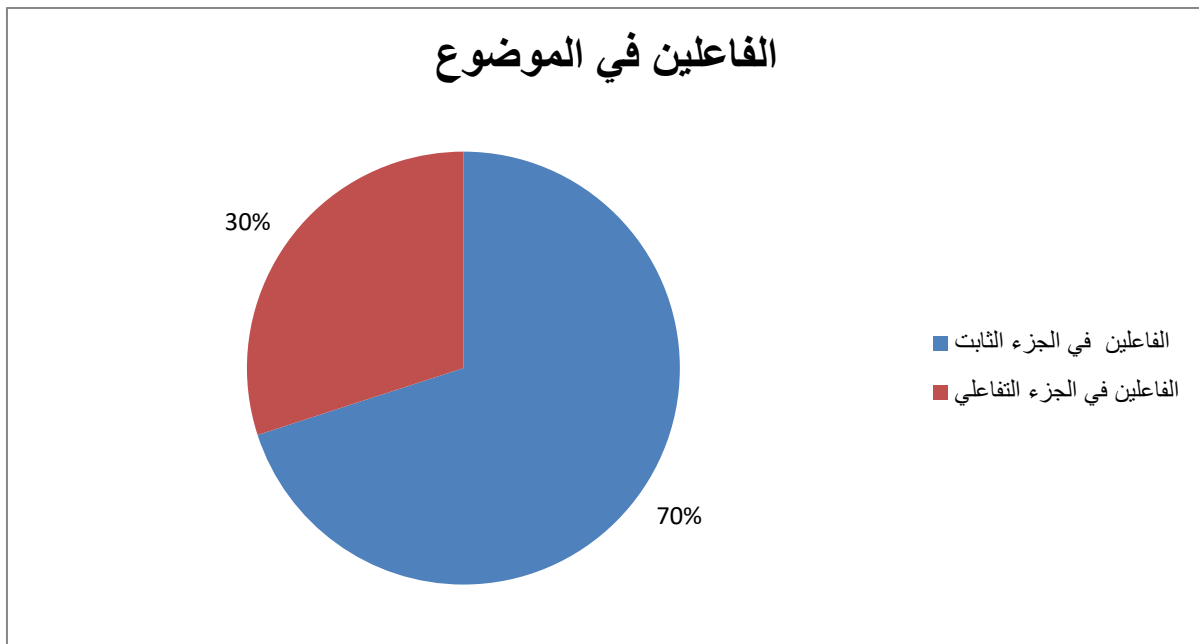


الشكل رقم (09): دائرة نسبية تمثل الأفكار المشكلة للجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع

أما المعلومات الذي تم إحصاءها على مستوى الجزء التفاعلي للموضوع والتي عمل المستخدمون على إثراء الموضوع بها فقد بلغت نسبتها 54.29% من مجمل معلومات كما يبينه الشكل رقم (10)، بمعنى أن تعدادها فاق ما هو مقدم على مستوى الجزء الثابت، وبالتالي فإن تفاعلات المستخدمين قدمت ما يفوق النصف من إجمالي المعلومات الموجودة حول الموضوع، إن هذه المعلومات المتعلقة بالأفكار المطروحة داخل الموضوع تعمل على توسعة كل مجال فكري على حدى وبالتالي توسعة المجال المواضيعي المقدم على مستوى المنشور.



الشكل رقم (10): دائرة نسبية تمثل المعلومات المشكلة للجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع كما قدمت تعليقات المستخدمين فاعلين جدد يرون أنهم مؤثرون في الموضوع بنسبة 30% بالإضافة للفاعلين الذين ذكروا في الجزء الثابت وهو ما يوضحه الشكل رقم (11)، حيث أننا نلاحظ أن الجزء التفاعلي من الموضوع يمتلك القدرة على تغيير توجه أو فكرة الموضوع المطروح أو حتى فتح مجالات فكرية أخرى من خلال ما يقدمه من فاعلين جدد على مستوى تعليقات المستخدمين، وذلك من منطلق انه يعتبر احد المؤشرات المهمة التي لها دور في بناء المواضيع، وبالتالي يعمل على إعادة تشكيل المجال المواضيعي والمساهمة في توسعته.



الشكل رقم (11): دائرة نسبية تمثل الفاعلين في الجزأين الثابت والتفاعلي من الموضوع

- بعد الإطلاع على ما تقدمه لنا فئة الإضافات الجديدة للموضوع نستنتج أنه لا يمكن إغفال سلسلة التفاعلات التي تحدث على مستوى الموضوع المطروح، وذلك من خلال محتوى التعليقات وما يترتب عنه من تطوير في الأفكار أو المعلومات المتداولة¹، وبالتالي فإن تفاعل المستخدمين لموقع فيسبوك يعمل على تقديم إضافات جديدة للموضوع المنشور سواءً من ناحية أفكار جديدة توضح رؤيتهم للموضوع أو إبراز فاعلين آخرين مؤثرين في الموضوع، كذلك من خلال إثراء الموضوع عن طريق ما يقدمونه من معلومات في تعليقاتهم.

ومنه فإن المستخدمين لا يستهلكون المعلومات فقط ولكن أيضا ينتجونها عند تفاعلهم مع المواضيع المنشورة وهو ما يعمل إعادة تشكيل الموضوع المنشور².

إن هذه الإضافات التي يقدمها المستخدمين عند تفاعلهم مع المنشورات داخل موقع فيسبوك أصبحت هي الميزة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا أساسيا لتوفير المعلومات الجديدة والكشف على حيثيات القضايا والمشكلات³، وبالتالي فتح فضاء لتبادل الآراء والأفكار والمعلومات والنقاشات والتفاعل بين الأفراد⁴.

أن مجموع الإضافات المطروحة يظهر دور العملية التفاعلية التي تجعل المستخدمون يشاركون في تشكيل الخطاب الرقمي ويبرز أحد أهم العوامل المشاركة في بناءه وهي "التفاعلات"⁵.

- نستنتج أن تفاعل المستخدمين ينتج معلومات وأفكار بنسب كبيرة قد تفوق ما هو مقدم في الجزء الثابت نفسه وبالتالي تعمل على توسيع المجال المواضيعي المطروح داخل المجال العام.

وبالتالي فإن قدرة المستخدم على نشر المعلومات والأفكار والحوار حول القضايا المهمة هو ما ينتج عن العملية التفاعلية للمستخدم وهو ما يعمل على تعزيز مشاركته في الحياة العامة من خلال هذه الممارسة الديمقراطية⁶.

¹ مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص 06.

² Zaenudin H N and Suwatno S, Op.cit, p.5.

³ محمد عبد الحميد، المدونات الإعلام البديل، المرجع السابق، ص 268.

⁴ مصطفى ثابت، الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية، مجلة الحوار المتوسطي، جامعة جيلالي

اليابس سيدي بلعباس، المجلد 10، العدد 01، 2019، ص 340.

⁵ Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Op.cit, p.11.

⁶ شمس ضيات خلفاوي، المرجع السابق، ص 313.

4.2.4 فئة خلفية التفاعل:

وهي مجموع الخلفيات الفكرية والثقافية والسياسية أو العقائدية والتي ينتج عنها مجموعة من البيانات التي تستعمل في وصف المواد الإعلامية¹.

التعريف الإجرائي: هي عبارة عن مجموع الخلفيات المتنوعة التي تعكسها الأفكار المقدمة على مستوى التعليقات، وقد تكون هذه الخلفيات سياسية أو دينية أو اجتماعية أو أنواعا أخرى. في دراستنا هذه سنعمل على تحليل محتوى تعليقات المستخدمين لموقع فيسبوك بهدف تحديد الخلفيات السياسية والدينية والاجتماعية التي تظهرها تفاعلاتهم، وعمدنا إلى تحديد خلفية كل تعليق على حدى، أما الخلفيات المتنوعة فقد جمعت داخل فئة "خلفيات أخرى". وبعد الدراسة الإستطلاعية الأولية لمجموع التعليقات اعتمدنا على الخلفيات التالية:

سياسية:

ونقصد هنا ما يتطرق إليه المستخدم عند صياغة تعليقه من أفكار أو حجج أو تعبيرات تظهر الجانب السياسي أو حتى ربط الأحداث والمواضيع بالوضع السياسي السائد داخل المجتمع، ويجدر التنويه هنا أننا نقصد بكلمة سياسي تلك المؤشرات الموجودة داخل تعليق المستخدم وليس طبيعة الممارسة داخل المجال العام والتي ترتبط بالجانب السياسي كونها ترتبط بحرية التعبير أي بأحد أسس العملية الديمقراطية.

دينية:

تظهر الخلفية الدينية من خلال تعليقات المستخدمين في إظهارهم لمرجعياتهم الدينية أو وضع الأفكار وربطها بالجانب الديني أو مناقشتها في ظل القرآن والسنة والإستشهاد بهما أو حتى اللجوء إلى الدعاء والحديث عن الجزاء والعقاب الديني.

اجتماعية:

عن طريق تحليل تعليق المستخدمين لموقع فيسبوك واستخراج ما يظهر الخلفية الاجتماعية لتفاعلاتهم كالحديث عن بعض القيم الاجتماعية أو التطرق إلى الموضوع المعني بالتفاعل من

¹ رشدي أحمد طعيمة ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه استخداماته، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004،

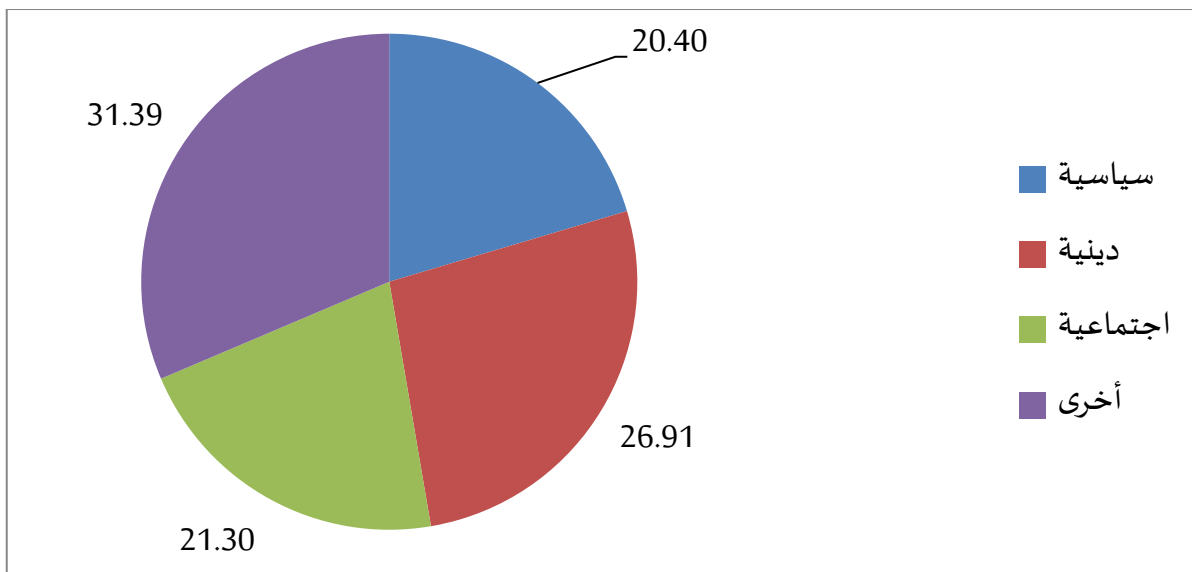
زاوية اجتماعية، وفي بعض الأحيان الحديث عن ما هو سائد داخل المجتمع من ظروف اجتماعية.

أخرى:

ليس من السهل حصر كل الخلفيات ولهذا كان لا بد من تحديد مؤشر يشمل الخلفيات المتنوعة والتي تختلف عن الخلفيات المذكورة آنفا من خلال تحليل تفاعلات المستخدمين فمنهم من يلجا إلى تقديم بعض الاستدلالات ذات الطابع العلمي أو ربط تحليلاته بالجانب الاقتصادي أو تعبيرات خاصة به مثل الغضب أو الإستهزاء... الخ، أو حتى في بعض الأحيان صعوبة تحديد الخلفية في حد ذاتها.

جدول رقم (09): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة خلفية التفاعل

المجموع		موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة خلفية التفاعل
النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	
20,40%	91	1,59%	1	24,75%	75	18,75%	15	سياسية
26,91%	120	25,40%	16	31,35%	95	11,25%	9	دينية
21,30%	95	31,75%	20	19,14%	58	21,25%	17	اجتماعية
31,39%	140	41,27%	26	24,75%	75	48,75%	39	أخرى
100%	446	100%	63	100%	303	100%	80	المجموع



الشكل رقم (12): دائرة نسبية تمثل فئة خلفية التفاعل

- نلاحظ من الجدول الخاص بفئة خلفية التفاعل أن الخلفيات المندرجة تحت الخيار "أخرى" كانت نسبتها اكبر مقارنة ببقية الخلفيات ونسبة تقدر بـ: 31.39%، وتليها الخلفية الدينية بنسبة 26.91%، أما الخلفيات الأخرى فقد كانت متقاربة في النسب فالاجتماعية كانت بنسبة 21.30% والخلفية السياسية بنسبة 20.40%.

- ليس من الغريب أن تكون الخلفيات المندرجة تحت الخيار "أخرى" هي ذات النسبة الغالبة بين الخلفيات وذلك من منطلق أن هذه الخلفية تحمل في داخلها تفاعلات ذات الطابع الثقافي أو العلمي أو النقدي أو القانوني... الخ، وحتى بعض الخلفيات التي يصعب تحديدها وذلك ما يظهر التنوع الكبير لخلفيات الأفراد داخل المجال الرقمي حيث انه يعتبر مجال مفتوح لجميع المستخدمين من اجل التفاعل والتحاور والنقاش داخله.

أما الخلفية التي تليها في الترتيب هي الخلفية الدينية وذلك بحكم المرتبة التي يحوزها الدين داخل ثقافة المستخدمين المتفاعلين داخل موقع فيسبوك ويظهر ذلك على أشكال عدة مثل المستخدمين الذين يستشهدون بآيات من القرآن الكريم وأحاديث من السنة أو حتى الدعاء، بمعنى ان جزءا من المستخدمين غالبا ما يستخدم الخلفية الدينية في تفاعله مع المواضيع المطروحة داخل موقع فيسبوك، وفي الأخير ظهرت الخلفية الاجتماعية والخلفية السياسية على الترتيب بصفة واضحة في عملية تفاعل المستخدمين وبنسب متقاربة (الاجتماعية: 21.30% السياسية: 20.40%) وذلك لأن المواضيع المطروحة إما هي ذات طابع اجتماعي (البطالة، الانتحار، قلة الوعي، الصحة) أو سياسي (الحراك، الرئيس ماكرون)، وهذا ليس بغريب بحكم أن المواضيع التي تعنى بالشأن العام غالبا ما تكون اجتماعية أو سياسية.

وبحكم أن التفاعلات السياسية أصبحت تتأرجح بين العالم الواقعي والعالم الافتراضي فيما يخص معالجة القضايا التي تعنى بالشأن العام، ويتجلى ذلك على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي المنتشرة ومنها موقع فيسبوك وهو الأمر الذي يساهم في تشكيل الآراء والمواقف وتعبئة الرأي العام¹.

¹ عبد القادر مالفى، استخدامات شبكات الاجتماعية كفضاءات عمومية في صناعة الحدث، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1 احمد بن بلة، المجلد 03، العدد 09، 2014، ص 5.

إن الخلفيات المتنوعة والظاهرة على مستوى تفاعلات المستخدمين لا تعكس بالضرورة الخلفيات الظاهرة في الجزء الثابت من الموضوع والتي ظهرت على مستوى التحليل الكيفي لهذه المواضيع المنشورة، بمعنى أن الفضاء الذي نشر بداخله الموضوع لم يحافظ على نفس الخلفيات الأولى التي انطلق منها الجزء الثابت للموضوع بل إن هذا المجال توسع ليشمل خلفيات أخرى بالإضافة إلى الخلفيات الأولى التي ظهرت في الجزء الثابت من الموضوع.

- ومن خلال الاطلاع على خلفيات تفاعلات المستخدمين لموقع فيسبوك نستنتج انه ليس بالضرورة أن تكون الخلفيات المطروحة في الجزء الثابت من الموضوع هي نفسها في تفاعلات المستخدمين، لأن الخاصية التفاعلية داخل فيسبوك تعمل على إتاحة الفرصة من اجل التوسع في إظهار الخلفيات المطروحة في الجزء الثابت بل تعمل كذلك على إضافة خلفيات جديدة لهذا المجال.

لم يعد موقع فيسبوك مجرد وسيلة بل استطاع تجاوز ذلك إلى كونه فضاء يتيح مقارنة التمثيل الافتراضي للحياة الاجتماعية¹، وهو ما يعكس الخلفيات والدلالات الموجودة داخل تعليقات المستخدمين داخل المجال الرقمي بكل إبعادها السياسية والدينية والاجتماعية... الخ، وبالتالي تشكيل فضاء عمومي افتراضي يعمل على تشكيل المجال العام².

إن تفاعل المستخدمين داخل موقع فيسبوك ينتج عنه خطاب رقمي يحمل خلفياتهم إلى المجال العام، ذلك أن الأحداث المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي (العالم الافتراضي) تصبح لها حياة أخرى حالما تنشر وتبدأ لحظة التفاعل معها عن طريق التعليقات، مما ينتج لنا خطابات متنوعة تنعكس خلفياتها على المجال العام³.

¹ مصطفى ثابت، المرجع السابق، ص343.

² رشيد العلوي، الفضاء العمومي من هابرماس الى نانسي فريزر، مجلة داتا نون، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، العدد02، 2014، ص8.

³ حجيبة قاوقو، الفضاء العمومي الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد01، جانفي 2018، ص178.

5.2.4. فئة اتجاه التفاعل:

الإتجاه هو عبارة عن نزعة أو ميل أو رد فعل ايجابي أو سلبي أو محايد نحوى الأشخاص أو الأفعال أو القيم أو الأفكار أو المعلومات أو الأحداث¹، وهو أن يبدي القارئ أو المستخدم رأيه اتجاه المادة المنشورة بعد الاطلاع عليها فيكون تعبيره على شكل اتجاه مؤيد أو إتجاه معارض أو إتجاه محايد². كما يكتسب الإتجاه عن طريق تفاعل الأفراد وفق ما ينسجم ويتوافق مع معتقدات الفرد نحوى فكرة أو حادث، وهو عبارة عن موقف إزاء موضوعات قد تكون سياسية أو إقتصادية أو اجتماعية³.

التعريف الاجرائي: نقصد بالإتجاه في هذه الدراسة ذلك الموقف الذي يتخذه المستخدم إزاء ما ينشر داخل صفحات فيسبوك، والذي يجسد من خلاله تفاعله على شكل تعليق نحوى المواضيع المطروحة داخل هذه الصفحات، ويعكس هذا التعليق رأي المستخدم كونه مؤيد أو معارض أو حيادي إتجاه محتوى المنشور.

وعليه ومن خلال الإطلاع على تعليقات المستخدمين حول المواضيع حددنا الإتجاهات التالية:

مساند للموضوع:

حين يكون رأي المستخدم أو موقفه مساندا أو مدعما للرأي المطروح في الجزء الثابت من الموضوع ويكون ذلك من خلال المؤشرات التي تظهر على مستوى تعليقه.

معارض للموضوع:

عندما يكون رأي أو توجه صاحب التعليق معارضا لما يطرح على مستوى الجزء الثابت من الموضوع، أو يقدم مؤشرات تدل على عدم تقبله وموافقته لما قدمه الموضوع.

¹ جبريل بن حسن العريشي وسلوى الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الطبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص91.

² محمد عبد الحميد، المدونات الإعلام البديل، المرجع السابق، ص258.

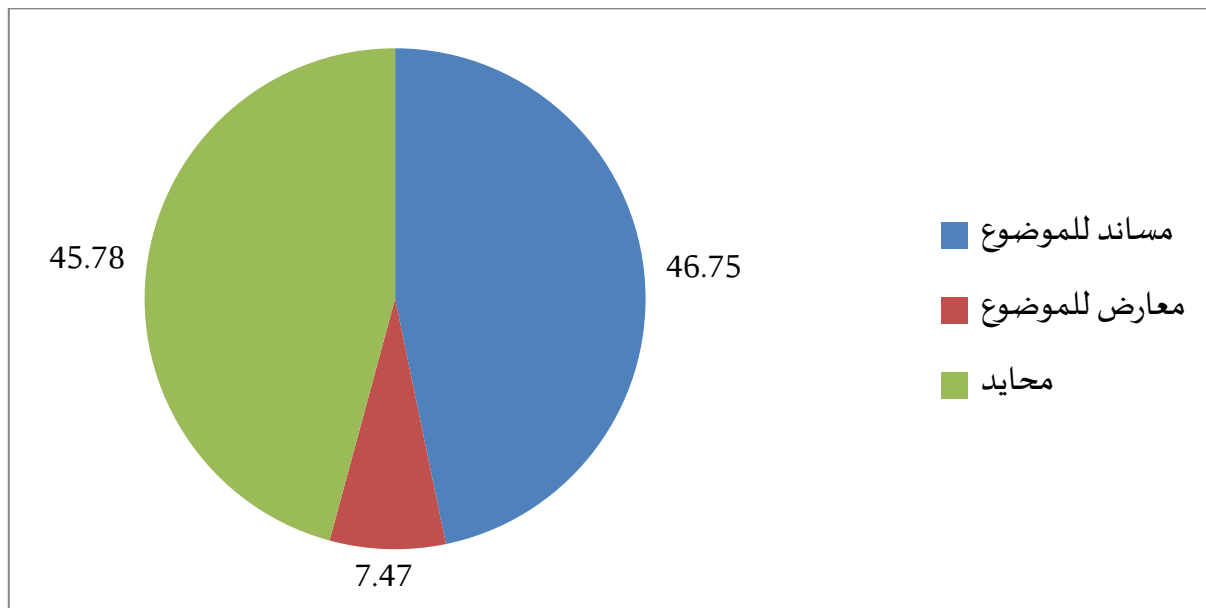
³ خالد هدار، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب الجزائري نحو عملية التغير السياسي في الوطن العربي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة عبد الحق بن حمودة جيجل، المجلد01، العدد02، 2018، ص187.

محايد:

وذلك أن تعليق المستخدم لا يظهر أي مؤشرات توضح موافقته أو معارضته للمحتوى الذي يطرحه الجزء الثابت من الموضوع، أو حتى في بعض الأحيان توجه تعليق المستخدم لمعالجة قضية أو موضوع آخر، وهو ما يطرح فكرة الحياد حول الموضوع المطروح، حيث أن محتوى الرد في هذه الحالة لا يميل إلى موافقة أو معارضة صاحب الموضوع وإنما التزام الحياد حول ما يطرحه المحتوى الثابت للموضوع.

جدول رقم (10): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة إتجاه التفاعل

المجموع		موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة إتجاه التفاعل
النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	
%46,75	194	%8,06	5	%63,67	177	%16,00	12	مساند للموضوع
%7,47	31	%11,29	7	%1,44	4	%26,67	20	معارض للموضوع
%45,78	190	%80,65	50	%34,89	97	%57,33	43	محايد
%100	415	%100	62	%100	278	%100	75	المجموع



الشكل رقم (13): دائرة نسبية تمثل فئة إتجاه التفاعل

- يظهر من خلال جدول تكرارات ونسب عناصر فئة إتجاه التفاعل أن نسبة المستخدمين المساندين لفكرة للمواضيع المطروحة داخل فيسبوك تقدر بـ: 46.75%، وكذلك نسبة الذين كان رأيهم على الحياد من المواضيع المطروحة لم تكن بعيدة عن نسبة المساندين وبنسبة تقدر بـ: 45.78%، أما التعليقات ذات الرأي المحايد للموضوع المنشور كانت بنسبة ضعيفة بلغت 7.47%.

- يجدر بنا الذكر أن النسب الظاهرة على مستوى الأشكال البيانية هي نسب تتعلق بالمتوسط الحسابي لكل عنصر من عناصر الفئة، إلا أن ترتيب هذه النسب يختلف من موضوع إلى آخر وهو ما يظهره الجدول رقم (10)، حيث أننا نجد في الموضوع الخاص بالبطالة نسبة المستخدمين أصحاب الرأي المحايد في الدرجة الأولى بمقدار 57.33%، ثم يليها أصحاب الرأي المعارض للموضوع بنسبة 26.67% وكان الرأي المساند في المرتبة الأخيرة، أما في الموضوع الخاص بالحراك فإن الدرجة الأولى كانت للمستخدمين أصحاب الرأي المساند للموضوع بنسبة 63.67%، والدرجة الثانية للرأي المحايد بنسبة 34.89% وفي موضوع الطبيب الفرنسي كانت الدرجة الأولى لأصحاب الرأي المحايد وبنسبة كبيرة جدا تختلف عن المواضيع السابقة لها.

إن تحليل محتوى تعليقات المستخدمين والتي كان يقابلها في السابق الصفحات الخاصة بالرأي أو بريد القراء، يعكس إتجاهات المستخدمين نحو المواضيع المنشورة على مستوى صفحات موقع فيسبوك¹، بمعنى أن إتجاهات المستخدمين تتجلى داخل الفضاء الرقمي الذي يتيح لهم موقع فيسبوك.

من خلال هذه النتائج نستطيع أن نستنتج أن لكل موضوع خصوصيته وسياقه لدى المستخدمين وهو ما يظهره التباين في الإتجاهات بين المواضيع المطروحة، كذلك ما يستنتج من هذه الفئة لا يتعلق بقيمة النسب أو بدرجة ترتيب الإتجاهات، إنما نستخلص منها ما يلي:

▪ يوفر موقع فيسبوك مجالا رقميا للتفاعل مع المواضيع المنشورة، هذا المجال يستطيع إستيعاب عدة إتجاهات في نفس الوقت.

¹ محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، المرجع السابق، ص 143.

- وجود حرية الخيار بالنسبة للمستخدم في التعبير عن إتجاهه نحوى المواضيع المطروحة داخل موقع فيسبوك (مساند، معارض، محايد)، وما يسهل ذلك هو فكرة عدم وجود قيود تعيق تفاعله وكذلك عدم تأكيد هوية صاحب التعليق أو حتى استخدام الهويات المستعارة¹.
- تحديد الإتجاه الذي يفرزه مجال أي موضوع منشور على موقع فيسبوك مرهون بتعليقات المستخدمين بمعنى أنه متعلق بالجزء التفاعلي من الموضوع وليس بالجزء الثابت.

إن مجموع مواقف المستخدمين (إتجاه التفاعل) تحدد إيديولوجية خطاب المنشورات المعنية، وبالتالي تؤسس لأحد أهم العناصر المشكلة للخطاب الرقمي وهي الإيديولوجية، وهو ما يدعمه قول 'محمد شومان' أن الإيديولوجية عبارة عن أطر تفسيرية تقوم بتنظيم مجموعات من المواقف بشأن عناصر أخرى من المجتمع الحديث، فالإيديولوجيات تمثل بالتالي الأساس الإدراكي لمواقف المجموعات المختلفة داخل المجتمعات².

يسمح موقع فيسبوك للمستخدمين بإبداء رأيهم حول المواضيع المنشورة في صفحاته فينتج لنا خطابا رقميا يحمل إتجاهات مختلفة حول مواضيع متعددة وهو ما يعمل على تموين المجال العام وإزدهاره برؤى وإتجاهات الفئات الإجتماعية³، حيث تنعكس إتجاهات المستخدمين لموقع فيسبوك على المجال العام وبالتالي يمكن إستخدام التعليقات من أجل قياس رأي المستخدمين في موضوع معين⁴.

¹ بثينة حمدي، المرجع السابق، ص 378.

² محمد شومان، المرجع السابق، ص 82.

³ إبتسام رايس علي، المرجع السابق، ص 120.

⁴ Zaenudin H N and Suwatno S, Op.cit, p.4.

6.2.4. فئة موضوع التفاعل:

الموضوع هو فكرة مفردة حول مسألة معينة¹، وهو عبارة عن جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل، وقد أطلق الباحثون على هذه الوحدة مسميات "الجملة، الإفتراض، التصريح، الفكرة، القضية، موضوع النقاش"².

التعريف الإجرائي: الموضوع عبارة عن مجموع الأفكار والمعلومات التي يصيغها المستخدم في تعليقه.

وتختلف قراءات المستخدمين للمواضيع المطروحة داخل موقع فيسبوك وبالتالي تختلف تفاعلاتهم حولها، فهي ليست دائماً مرتبطة بنفس الموضوع المطروح في المنشور بل إن تعليقاتهم منها من يتطرق لمواضيع أخرى جديدة³، وهذه المواضيع نفسها منها من يحقق تفاعلات ونقاشات وردد فعل حولها.

وبالتالي فمن ناحية المواضيع المطروحة في الجزء التفاعلي نحدد المؤشرات التالية:

رد على الموضوع:

حيث أن هذه الردود تكون موجهة نحو ما يقدمه الجزء الثابت من المنشور من أفكار ومعلومات وبالتالي الحفاظ على التفاعل في ظل نفس الموضوع المطروح.

رد على موضوع التفاعل:

تكون هذه الردود موجهة نحو موضوع آخر، ظهر على مستوى الردود وليس نحو موضوع المنشور.

رد آخر:

إن الرد في هذه الحالة يكون حول موضوع أو فكرة خارجة عن موضوع المنشور أو المواضيع الظاهرة في الردود التي سبقته وهو ما يطرح موضوعاً جديداً يكون رهناً برأي صاحب الرد.

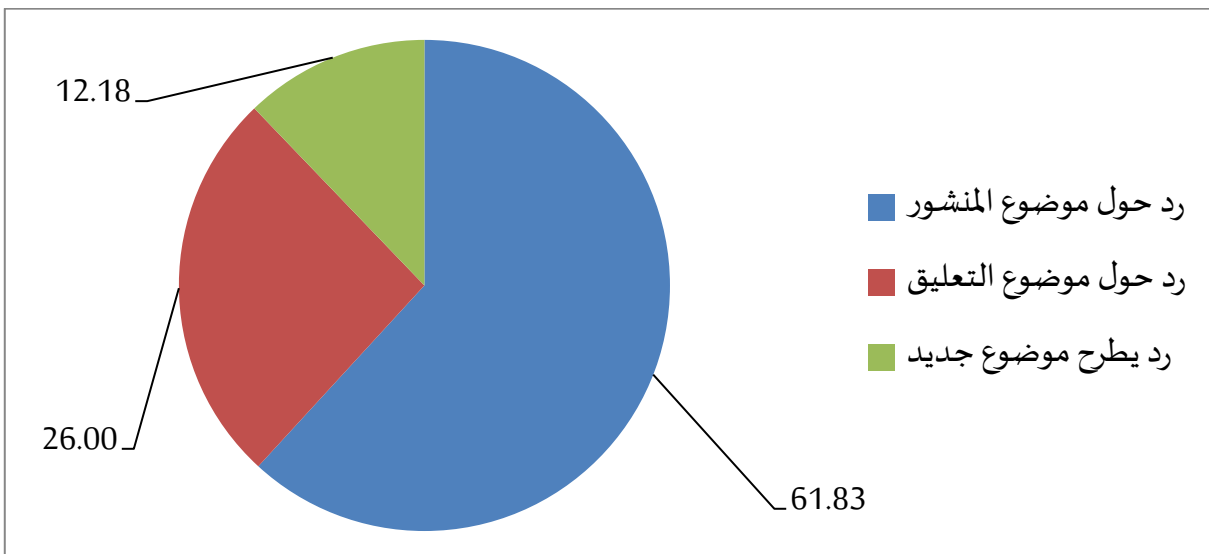
¹ كريم محمد حمزة، تحليل مضمون الخطاب الاتصالي سوسولوجيا فهم الآخر، بدون طبعة، جامعة بغداد، بغداد، 2006، ص 77.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص 85.

³ مها عبد المجيد صلاح، المرجع السابق، ص 14.

جدول رقم (11): جدول يوضح تكرارات ونسب عناصر فئة موضوع التفاعل

المجموع		موضوع الطبيب		موضوع الحراك		موضوع البطالة		فئة موضوع التفاعل
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%61,83	264	%23,81	15	%73,68	210	%49,37	39	رد حول موضوع المنشور
%26,00	111	%69,84	44	%15,09	43	%30,38	24	رد حول موضوع التعليق
%12,18	52	%6,35	4	%11,23	32	%20,25	16	رد يطرح موضوع جديد
%100	427	%100	63	%100	285	%100	79	المجموع



الشكل رقم (14): دائرة نسبية تمثل فئة موضوع التفاعل

- نلاحظ من جدول تكرارات ونسب عناصر فئة موضوع التفاعل أن تفاعل المستخدمين نحوى الموضوع في الجزء الثابت من المنشور كان بنسبة كبيرة تقدر بـ: 61.83%، أما تفاعلهم مع مواضيع أخرى ظهرت في التعليقات فكان بنسبة 26%، كما أن التفاعلات التي طرحت مواضيع جديدة لم تظهر من قبل لا في الجزء الثابت من الموضوع ولا في التعليقات بلغت نسبتها 12.18%.

- إن النواة الأساسية لمحتوى صفحات الفيسبوك هي المواضيع المنشورة على هذه الصفحات والتي يعمل المستخدمون على التفاعل مع المحتوى المعروض داخل هذه المواضيع إلا أنه وبحكم الخيارات التقنية المتوفرة على صفحة فيسبوك والتي تمكن المستخدم من الاطلاع على التعليقات

فانه ومن هذا المنطلق يملك القدرة على التفاعل سواءً مع المواضيع التي تقدم داخل الجزء الثابت أو المواضيع التي تطرح في التعليقات.

أخذت الردود التي تعالج الموضوع المطروح في الجزء الثابت النصيب الأكبر بنسبة 61.83% وذلك من منطلق أنها بقيت في نفس المجال المواضيعي المطروح وهو أمر متوقع عند تفاعل المستخدمين داخل موقع فيسبوك، إلا أن هذا التفاعل لم يبق مقتصرًا على هذا المجال حيث ظهرت على مستوى التعليقات مجالات تفاعلية جديدة نشأة من خلال التفاعل مع مواضيع غير ظاهرة سابقًا بل ظهرت فقط داخل التعليقات في حد ذاتها والتي تطرح موضوعًا معينًا يجذب بعض المستخدمين ويقومون بالتفاعل معه حيث بلغت نسبة 26%، ولذلك فإن الفضاء الرقمي يقدم موضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد المحتوى المطروح¹، كذلك هناك نوع آخر من التعليقات والتي عالجت مواضيع لم تظهر لا على مستوى الموضوع الثابت ولا على مستوى التعليقات الأخرى فيما يشبه مجالًا جديدًا للنقاش، والتي تمثلها من الجدول "رد يطرح موضوع جديد" بلغت نسبتها 12.18%، وهي نسبة معتبرة تشكل مواضيعها مجالات كامنة تفعل فقط عن طريق العملية التفاعلية للمستخدمين حول هذه المواضيع.

بمعنى انه وعلى مستوى المواضيع فإن الجزء الثابت من المنشور يطرح مجالًا مواضيعي يتعرض لتفاعلات المستخدمين وعلى اثر ذلك يبدأ هذا المجال في التوسع من خلال ما يطرحونه من تعليقات، هذه التعليقات التي تمتلك القدرة على فتح مجالات مواضيعية أخرى من خلالها، حيث تتعرض هي بدورها لعملية التفاعل، ومن هذه التعليقات ما يعرض مواضيع تبقى معلقة إلى غاية تحقيق تفاعل حولها وبالتالي فتح مجال جديد.

- نستنتج أن المواضيع المطروحة داخل فيسبوك تعالج مستويات مختلفة من المواضيع، بدايةً بالتي يطرحها الجزء الثابت وتتعرض للتفاعل وهو ما يطرح مجالًا أوليًا قابلًا للتوسع، ومواضيع أخرى تظهر على مستوى التعليقات وتحتكم هي كذلك لتفاعلات المستخدمين وبالتالي ظهور مجالات جديدة للتفاعل، وكذلك تظهر مواضيع جديدة لم يتم التعليق عليها فهي عبارة عن مجالات كامنة في انتظار عملية التفاعل من أجل تفعيلها.

¹ رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، جامعة الأزهر، مصر، 2007، ص 116.

يوفر فيسبوك فضاءات رقمية من أجل مناقشة المواضيع المنشورة داخله والتفاعل معها وهو ما يعمل على توسيع المجال داخل هذه الفضاءات، بل انه ينتقل إلى أكثر من ذلك حيث انه يعمل على إستحداث فضاءات جديدة من خلال التفاعل مع المواضيع الجديدة التي تظهر في التعليقات¹، مع بقاء إمكانية هذا الإستحداث مفتوحة بالنسبة للمواضيع الجديدة التي لم تلقى تفاعلا بعد.

5. الإستنتاجات العامة للدراسة:

« إن شكل المواضيع المنشورة داخل منصة فيسبوك مصمم بحيث يتم تقديم المنشور بصورته الأولية على الصفحة، وهو ما يمثل الجزء الثابت، ثم تبدأ عملية تفاعل المستخدمين مع هذا الجزء عن طريق مجموعة من الخيارات التقنية المخصصة لذلك (خيار التفاعل)، فالمواضيع داخل منصة فيسبوك تتشكل على مستويين:

المستوى البنيوي:

وهو الجزء العلوي المخصص لعرض المنشور والجزء ثم يليه الجزء السفلي والمخصص لتفاعلات المستخدمين، مع العلم أن هذه التفاعلات منها ما هو موجه نحو الموضوع (الرد) ومنها ما هو موجه نحو تفاعل آخر (الرد على الرد)، كما تظهر أشكال من الرموز التعبيرية الجاهزة (الإيموجي) والتي يمكن إستخدامها مع كل جزء على حدى (الجزء الثابت، الرد، الرد على الرد)².

المستوى المواضيعي:

والذي يعنى بمحتوى المنشور حيث أن المواضيع داخل موقع فيسبوك تشكل محتواها من نصوص وخلفيات (خلفية التفاعل)، وأفكار ومعلومات (الإضافات الجديدة)، بداية من الجزء الثابت المنشور بالإضافة إلى محتويات الجزء التفاعلي والذي يأتي على شكل تعليقات.

¹ مصطفى ثابت، المرجع السابق، ص 343.

² انظر الشكل التوضيحي في الشكل رقم 06.

بمعنى أن المنشورات على موقع فيسبوك تتوفر على جزأين، ثابت وتفاعلي، يساهم محتوى كل من الجزأين في تقديم الشكل النهائي للمواضيع المنشورة، والذي من خلاله ينتج لنا الخطاب الرقمي لمواضيع فيسبوك.

« تعمل المواضيع المنشورة على منصة فيسبوك على تشكيل خطاب رقمي وفقاً لدراسة Discourse analysis and " 1 Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner والتي تحمل عنوان: "digital practices" فإن الخطاب الرقمي يتشكل من 04 عناصر وهي: التفاعلات والسياقات والنصوص والأيديولوجيا، حيث تعمل المواضيع المنشورة على موقع فيسبوك على تشكيل هذه العناصر كالتالي:

1- التفاعلات: يستهدف موقع فيسبوك تفاعلات المستخدمين وهو ما يظهر بداية من خلال الهدف التفاعلي لصاحب الموضوع والذي ظهر على مستوى التحليل الكيفي، حيث إننا نستطيع إبراز التفاعلات عن طريق:

أ: عملية المقارنة بين محتوى الموضوع الثابت والإضافات الجديدة للموضوع، والتي ظهرت بفضل مشاركة المستخدمين في إنتاج المضامين وهو ما تتيحه العملية التفاعلية²،
 ب: عملية المقارنة بين خلفيات المواضيع من التحليل الكيفي وتزايدها بعد تفاعل المستخدمين وهو ما نتج عنه من ظهور خلفيات جديدة نتيجة تفاعل المستخدمين (خلفية التفاعل).
 تظهر المقارنة العملية التفاعلية للمستخدمين وما ينتج عنها وبالتالي توفر أحد العناصر المشكلة للخطاب الرقمي وهي 'التفاعلات'.

2- السياق: يعمل موقع فيسبوك على توفير سياق عام تنتج داخله المواضيع المنشورة على مستواه وتتعرض لتفاعلات المستخدمين، هذا السياق الذي يمتاز بطبيعته التكنولوجية من خلال ما يوفره من خيارات تقنية (خيار التفاعل) وتعدد للوسائط وفضاء يجتمع فيه الأفراد، بحيث يوفر لهم بيئة تكنولوجية لها طابع خاص تنشأ في ظلها هذه المواضيع وهو ما يعززه تعريف السياق بأنه تلك الأوضاع الاجتماعية والمادية التي يتم فيها التفاعل وإنشاء النصوص وتبادلها³.

¹ Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Op.cit, 2015.

² فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجاً، المرجع السابق، ص35.

³ Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Op.cit, p.4.

3- النصوص: يوفر موقع فيسبوك رموزاً وأشكالاً تعبيرية مختلفة للمستخدمين من أجل صياغة تعليقاتهم، إن مجموع هذه الرموز يشكل لغة خاصة تنشأ وتفهم داخل السياق الذي أنتجت داخله وأهم ما يميز هذه اللغة هو استخدامها للوسائط المتعددة (الوسائط المتعددة) من نصوص وصور وروابط وعناصر سيميائية في صورة متكاملة من أجل صياغة تفاعلات المستخدمين.

4- الايديولوجية: تعتبر الايديولوجيا نظام من الأفكار والأحكام الضمنية والمنظمة في الغالب، والتي تستخدم لوصف وشرح وتأييل أو تبرير وضع معين من قبل مجموعة بشرية¹، وهو ما نجده على مستوى المواضيع التي تطرح على صفحات موقع فيسبوك حيث تتم صياغتها وفق وجهة نظر معينة، يعمل صاحب المنشور على طرحها وتعزيزها باستخدام النصوص والصور بما تحمله من دلالات تعمل على تفسير الواقع وتوجيه الموضوع (أساليب الإقناع)، وكذلك ما يحدث على مستوى تفاعلات المستخدمين عند صياغة تعليقاتهم والتي قد تؤيد أو تعارض محتوى الموضوع أو حتى أنها تقدم وجهات نظر أخرى (إتجاه التفاعل)، حيث أن مجموع هذه المواقف هو ما يحدد إيديولوجية الخطاب الرقمي الصادر عن هذه المنشورات وذلك من منطلق أن الإيديولوجية هي عبارة عن مواقف وأحكام المستخدمين إتجاه المواضيع التي تخص المجتمع.

← تساهم تفاعلات الخطاب الرقمي لمنشورات فيسبوك في تشكيل المجال العام من منطلق أن هذه التفاعلات تنشأ من العملية التفاعلية للمستخدمين وذلك ما يتجسد من خلال الهدف التفاعلي للمنشور (الهدف التفاعلي)، حيث ان مفهوم التفاعلية (التفاعلات) ارتبط بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار²، فالطابع الديمقراطي للعملية التفاعلية يمنح المستخدمين حرية الحوار والنقاش ومنه ينتج لنا مجالاً يحمل خلفيات متعددة بالإضافة إلى خلفية المنشور وهو ما تظهره عملية المقارنة بين (خلفية المنشور) و(خلفية التفاعل) كما أن المقارنة بين (مضمون الموضوع) الأولي ومجموع (الإضافات الجديدة) تبين لنا تبين لنا تبادل المستخدمين للآراء والمعلومات وبالتالي المساهمة في إثراء المجال العام بالمعلومات والأفكار الجديدة، إن قدرة

¹ نصر الدين لعياضي، دراسة مواقع الشبكات الإجتماعية في المنطقة العربية بين الاستمولوجيا والايديولوجيا، أعمال الملتقى الدولي:

شبكات التواصل الإجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس، 2015، ص33.

² ماهر عودة الشمالية و محمود عزت اللحام وآخرون، المرجع السابق، ص97.

المستخدمين (المجتمع المدني) على توفير شبكة من المعلومات والخلفيات ووجهات نظر وأفكار جديدة يمكن توصيلها إلى المجال العام هو ما يوفر شروط الممارسة الديمقراطية من التداول والنفاش والجدل العلنيين، وهي شروط مطلوبة للمشاركة في المجال العام¹.

◀ تعمل مجالات الخطاب الرقمي لمنشورات فيسبوك على تشكيل المجال العام من خلال الفئات المشكلة لعناصره (الخطاب الرقمي) والمستخرجة من تفاعلات المستخدمين اتجاه هذه المواضيع وذلك ما يتم عن طريق:

توسيع المجال المواضيعي:

يطرح المجال المواضيعي بداية داخل الجزء الثابت من المنشور ثم يبدأ في التوسع عن طريق تفاعلات المستخدمين وذلك بما يقدمه موقع فيسبوك من خيارات تقنية (خيار التفاعل) تتيح للمستخدم إضافة تعليقه نحوى الموضوع المطروح وتوجيهه وصياغته عن طريق الوسائط المتعددة المتاحة لكتابة التعليقات (تعدد الوسائط)، أو من خلال الأفكار والمعلومات الجديدة (الإضافات الجديدة) المتعلقة بالموضوع، ومنه تعمل كل هذه العناصر على المساهمة في توسعة المجال المواضيعي المطروح داخل المنشور.

إنشاء مجالات جديدة:

لا يكتفي الخطاب الرقمي بتوسعة مجالات المواضيع المطروحة على مستوى المنشورات بل يلجأ لإنشاء مجالات مواضيعية جديدة من خلال المواضيع الجديدة التي تطرحها تفاعلات المستخدمين (موضوع التفاعل)، كذلك من خلال بعض الخصائص التي توفرها ميزة تعدد الوسائط (تعدد الوسائط) مثل استخدام الروابط الخارجية والتي تعمل على إستدعاء مجالات مواضيعية جديدة.

لقد ساهم حجم المعلومات والبيانات التي تتاح بشكل فوري للعديد من الأشخاص، إلى زيادة معرفتهم وبشكل مفصل ومن عدة زوايا وفق عدد التعليقات حول القضايا التي تخص الشأن العام²،

¹ محمد ميلودي و فاطمة الزهراء ياحي، سلطة مواقع التواصل الاجتماعي نحوى تشكيل فضاء عمومي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 05، نوفمبر 2018، ص 365.

² عبد القادر مالفى، المرجع السابق، ص 8.

هذه التعليقات التي تملك إمكانية طرح مواضيع جديدة تختلف عن الموضوع المقدم في الجزء الثابت من المنشور، وهو ما ينتج عنه إنشاء مجالات مواضيعية جديدة تتعرض هي في حد ذاتها لعملية التفاعل والتوسع.

وبالتالي فإن الخطاب الرقمي الناتج عن مواضيع فيسبوك تنعكس مخرجاته على المجال العام ويعمل على توسعته¹، سواءً عن طريق توسيع المجال المواضيعي الذي تطرحه المنشورات الأولية أو عن طريق إستدعاء مجالات مواضيعية جديدة.

« تنعكس إيديولوجيا الخطاب الرقمي لمنشورات فيسبوك داخل المجال العام من خلال ما تحمله هذه المواضيع من مواقف وآراء وأساليب إقناع (أساليب الإقناع)، ثم تتعرض لتفاعلات المستخدمين على شكل تعليقات حول هذه المواضيع المطروحة والتي تعنى بالأحداث الاجتماعية والسياسية بالدرجة الأولى أو حتى ببعض المواضيع ذات الطابع الشخصي².

هذا التفاعل الذي يوفر في أغلب الأحيان كماً من الآراء والمواقف أكثر مما طرح في الأول، ومنه تعمل هذه التفاعلات على المشاركة في صنع أحداث الواقع عبر انتقالها إلى المجال العام³. وعليه فإن إجتماع المستخدمين داخل فضاء الفايسبوك يفرض المشاركة والتفاعلية وهو ما يشكل لديهم آراء وإتجاهات متعددة حول مواضيع كثيرة (إتجاهات المواضيع)، ويرى هابرماس بأن موقع فيسبوك يعد مجالاً من مجالات الحياة الاجتماعية يتشكل فيه الرأي العام ويضيف إن موقع فيسبوك أصبح مجالاً لإنتاج الخطابات حتى وإن كانت مختلفة إيديولوجياً، فالمستخدمين عند قيامهم بالتفاعل في أي مسألة بشكل مكثف يتكون رأي عام افتراضي ينتقل إلى الرأي العام الواقعي⁴، ذلك أن الرأي العام يعرف بأنه عبارة عن حصيلة الآراء والمواقف والمعتقدات التي تعكس إتجاه الأفراد إزاء موضوع معين⁵.

¹ حجيبية قاوقو، المرجع السابق، ص 177.

² مصطفى ثابت، المرجع السابق، ص 344.

³ حجيبية قاوقو، المرجع السابق، ص 177.

⁴ خديجة طوبال، الرأي العام الافتراضي داخل الفضاءات الافتراضية (فيسبوك أنموذجاً)، المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي، جامعة ابن

باديس مستغانم، المجلد 03، العدد 03، 2016، ص 14.

⁵ صالح خليل أبو إصبع، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الطبعة الخامسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006،

ص 286.

خاتمة:

في ختام هذا البحث والذي حاولنا فيه أن نستوفي جميع متطلبات البحث العلمي في دراستنا لظاهرة الخطاب الرقمي ومخرجاته في المجال العام، والتي ركزنا فيها على تحليل عينة من خطابات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قمنا بدراسة تحليلية لعينة من خطابات موقع فيسبوك.

وكان لزاما علينا للمضي في هذه الدراسة الإطلاع الواسع على ما أمكن وما هو متوفر من الأبحاث والتي تعنى بدراسة المحتوى الرقمي وكذلك منها الذي يهتم بمتطلبات المجال العام وشروط الإنضمام إليه، وهو ما أسهم في إعطاء الباحث صورة عن ما هو موجود من رصيد معرفي وتراكمي حول موضوع الدراسة.

غير أن ذلك لم يكن كافيا حيث أن أدوات الدراسة كان لا بد من تكييفها وفق ما تقتضيه طبيعة المحتوى محل التحليل، سواء من ناحية تكييف وحدات وفئات تحليل المحتوى أو من ناحية تحقيق التكامل المنهجي بين تحليل المحتوى والمقاربات التي تعنى بتحليل الخطاب الرقمي أو من ناحية تقديم تصور شامل يوضح كيفية تشكل الخطاب الرقمي وما ينتج عنه من مخرجات، وكيفية إنتقال وتجسد هذه المخرجات على مستوى المجال العام.

إننا في دراستنا هذه وبعد تكييف فئات تحليل المحتوى من جهة والعمل على تحقيق تكاملها مع عناصر الخطاب الرقمي من جهة أخرى، وكل ذلك في ظل إسقاط أفكار المقاربة البنوية الوظيفية، وبناءً على ما سبق توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات التالية:

- إن المواضيع المنشورة على موقع فيسبوك تتغير على المستوى البنائي من خلال أن الموضوع يقدم جزء ثابت يضاف إليه جزء تفاعلي يستمر في التوسع وكذلك من خلال المستوى المواضيعي حيث أن الموضوع المقدم في البداية يستمر في التوسع عن طريق ما تقدمه العملية التفاعلية من إضافات جديدة.
- يعمل المحتوى الرقمي للمواضيع المنشورة على منصة فيسبوك على تشكيل خطاب رقمي، حيث تعمل الفئات المشكلة لهذا المحتوى على بناء عناصر هذا الخطاب وهو ما ينتج لنا خطابا رقميا.

- تساهم تفاعلات الخطاب الرقمي في تقديم إضافات جديدة على شكل خلفيات ومعلومات وأفكار ومواضيع تعمل كلها على إثراء المجال العام، كما تعمل على توفير شروط قيام هذا المجال والانضمام إليه.

- تعمل مجالات الخطاب الرقمي لمنشورات فيسبوك على تشكيل المجال العام من خلال العمل على توسيع المجالات المواضيعية المقدمة على مستوى هذه المنشورات، كذلك من خلال إستدعاء مجالات مواضيعية جديدة، وبالتالي فإن مجموع هذه المجالات بما تحمله معها من مخرجات يساهم في تشكيل المجال العام.

- تعمل إيديولوجيا الخطاب الرقمي لموقع فيسبوك على توفير مجموعة من الآراء والمواقف والتي تعمل على إثراء المجال العام وحتى إلى تشكيل رأي عام ينتقل إلى الواقع.

ومن هذا المنظور الوظيفي الذي تم إسقاطه، عملت الدراسة على تقديم نموذج كلي يوضح ويفسر العلاقة البنائية والوظيفية بين المحتوى الرقمي ومتضمناته من فئات، والخطاب الرقمي والعناصر المشكلة له، والمجال العام بما يتوفر عليه من شروط ومخرجات نتجت عنه، وهو نموذج يستطيع -حسب رأينا- أن يكون منطلقا وطريقا واضحا لدعم الدراسات المستقبلية في المجال الذي يعنى بالمحتويات الرقمية.

نخلص في الأخير وبعد كل الإجراءات المنهجية والمعرفية والتطبيقية للدراسة إلى جواب يستوفي الإجابة عن التساؤل الرئيسي للإشكالية، حيث توصل هذا البحث إلى أن الخطاب الرقمي عبر موقع فيسبوك يتشكل عن طريق ما يوفره المحتوى الرقمي من بنى ومخرجات تعمل على تشكيل عناصر هذا الخطاب، و يعمل هذا الخطاب الرقمي على نقل مخرجات هذه المحتويات الرقمية إلى المجال العام وتجسيدها على شكل معلومات وأفكار وآراء ومواقف وحتى تشكل رأي عام حول المواضيع المقدمة على مستوى هذه المحتويات الرقمية.

وبعد بحثنا هذا ارتأينا تقديم مجموعة من المقترحات، على أمل أن تكون منطلقا وموجها لدراسات علمية أخرى، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

- على الباحثين الاهتمام بالمواضيع التي تعنى بالمحتوى الرقمي بحكم أن هذا المحتوى فرض نفسه كعنصر أساسي بتواجده على مستوى الوسائط الحديثة بمختلف أنواعها.
- التوجه إلى دراسة الممارسات الإتصالية للمستخدمين والتي تعمل على إنتاج هذه المحتويات الرقمية.
- العمل على تطوير أدوات بحثية قادرة على التعامل مع الوسائط الحديثة ومحتوياتها الرقمية.
- القيام بدراسات استشرافية تمكننا من الفهم والتحكم بمخرجات الوسائط الحديثة ومحتوياتها وفق ما تقتضيه مصلحة المجتمع.

وفي الأخير يمكن القول ان ما يعتبر نقطة ضعف لعلوم الإعلام والإتصال من حداثة لهذا العلم وقصور نظرياته، هو في حد ذاته ما يعتبر نقطة قوة بالنسبة للباحثين في هذا المجال، حيث أنه يعد مجالا خصبا وحيويا وذلك لارتباط ظواهره بالتغيرات والتطورات التكنولوجية الحاصلة في وقتنا الحالي، وهو ما يفرض على الباحثين مواكبة هذا التسارع بدراسات متجددة ومتواصلة، تعمل على تفسير الظواهر والتغيرات الراهنة في هذا المجال، والمساهمة في تقديم أطر تفسيرية وتنظيرية للظواهر المتعلقة بعلوم الإعلام والاتصال بأسس حديثة ترتبط بمتغيرات العصر.

قائمة المراجع

الكتب:

- أبو الحسن منال ، علم الإجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، مصر، 2007.
- أحمد طعيمة رشدي ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه استخداماته، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
- السيد عبد المعطي نها ، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015.
- العبد الله مي ، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، لبنان، 2006 .
- بن حسن العريشي وسلمى الدوسري جبريل ، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الطبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015.
- بن عبد الرحمان الشميمري فهد ، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض، 2010.
- تمار يوسف ، أصول تحليل المضمون وتقنياته، بدون رقم الطبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
- خليل أبو إصبع صالح ، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الطبعة الخامسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- دليو فضيل ، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2014.
- ديفليبر ملفين وروكيتش ساندر بول ، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الأولى، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1992.
- سعد حسين ، براديجمات البحوث الإعلامية الإيستمولوجيا - الإشكاليات - الأطروحات، الطبعة الأولى، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2017.
- سلمان المشهداني سعد ، مناهج البحث الإعلامي، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
- شومان محمد ، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007.
- عبد الحميد صلاح ، الإعلام والفضاء الالكتروني، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2015.
- عبد الحميد محمد ، المدونات الإعلام البديل، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2009.
- عبد الحميد محمد ، بحوث الصحافة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1992.
- عبد الرحمان المشاقبة بسام ، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- عبد الفتاح كنعان علي ، الإعلام والمجتمع، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

- عبد الفتاح كنعان علي ، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- عبد المعطي عبد الباسط ، إتجاهات نظرية في علم الاجتماع، عالم المعرفة، الكويت، 1998.
- عبد الواحد أمين رضا ، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، جامعة الأزهر، مصر، 2007.
- عبود و مزهر العاني حارث ، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015.
- عبيد أحمد ، التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات ، الطبعة الأولى ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
- عماد مكاوي و ليلي حسين السيد حسن ،الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
- عودة الشمالية ماهر و محمود عزت اللحام وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
- فاركوف نورمان ، تحليل الخطاب التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة طلال وهبة ، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009.
- فراج حسن حسن ، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2019.
- فضل صلاح ، نظرية البنائية في النقد الأدبي، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 1998.
- فيركلف نورمان ، الخطاب والتغير الاجتماعي، ترجمة: محمد عناني، الطبعة الأولى، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2015.
- كنعان علي ، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- محمد حمزة كريم ، تحليل مضمون الخطاب الإتصالي سوسيولوجيا فهم الآخر، بدون طبعة، جامعة بغداد، بغداد، 2006.
- معمّر عبد المؤمن علي ، البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، الطبعة الأولى، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا، 2008.
- مهى فريال ، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، دار الفكر، لبنان، 2002.

المقالات والأبحاث العلمية:

- البشير بن طبة محمد ، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال- مقارنة في الاشكاليات والصعوبات-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، المجلد03، العدد04، 2015.
- الحمامي الصادق ، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء و الإنبعاث،مجلة الإذاعات العربية، بدون عدد ، بدون سنة نشر.
- الرامي عبد الوهاب ، الإشكالات المنهجية في دراسات الشبكات الاجتماعية الرقمية وسبل التغلب عليها، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي- التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، 10-11 مارس 2015.
- العلوي رشيد ، الفضاء العمومي من هابرماس الى نانسي فريزر، مجلة داتا نون، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، العدد02، 2014.
- العنزي فيصل ، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية دراسة استشرافية، دراسة علمية، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، 2020 .
- امحمد الثلب حمزة وأبو القاسم غلام خالد، آليات تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح وليبيا الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته، العدد 08، 2019.
- بن غربية فلة ، في إجرائية مفهوم الفضاء العمومي إشكاليات التنظير الفلسفي الإتصالي، مجلة دراسات انسانية واجتماعية، جامعة محمد بن أحمد وهران 2، المجلد08، العدد01، 2019.
- بوحلوان عبد الغاني ، مأسسة المجال العمومي مقارنة هابرماس على المحك، مجلة متون، جامعة طاهر مولاي سعيدة، المجلد10، العدد02، 2018.
- بورقعة سمية ، تطبيقات التفاعلية في صحافة الانترنت: دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية الجزائرية، مجلة التواصل في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، المجلد20، العدد04، 2014.
- تواتي فاطمة الزهراء ، الفضاء العمومي والجرائد الجزائرية: تفاعل قراء عمود نقطة نظام في النسخة الإلكترونية لجريدة الخبر، مجلة الحوار الثقافي، جامعة ابن باديس مستغانم، المجلد07، العدد01، 2017.
- تومي فضيلة ، تكنولوجيا الإتصال-التفاعلية- وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد03، العدد 06، 2011.
- ثابت مصطفى ، الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية، مجلة الحوار المتوسطي، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، المجلد10، العدد01، 2019.
- حمدي بثينة، سمات اللغة المتداولة في تفاعلات المستخدمين عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية مقارنة لعينة من التعليقات الواردة في صحيفة الخبر الإلكترونية و صفحة الواقع الجزائري Reality DZ، مجلة آفاق العلمية، المركز الجامعي تمارست، مجلد12، عدد01، 2020.
- رايس علي إبتسام ، فعالية المجال العام الافتراضي دراسة في ممارسة المواطنة على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران 1 احمد بن بلة، المجلد05، العدد01، 2018.

- زكي السيد علي العربي أسامة ، نحو أداة موضوعية لتحليل و تقويم مضمون سيميائية الصورة في كتب تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، مجلة كلية التربية، جامعة اسيوط، المجلد 27، العدد 04، مصر، اكتوبر 2012.
- صبيرة فلك ، دور العناصر التيبوغرافية في تدعيم القيم الإخبارية في صحيفة الوطن السورية ، مجلة جامعة دمشق، جامعة دمشق ، 2017.

المذكرات والرسائل العلمية:

- تومي فضيلة ، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر-بن يوسف بن خدة-، 2008.
- حمزة هواري ، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الاتصال الجديدة، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014.
- خليل عودة محمد ، اثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة على التحصيل الدراسي في مجال الإعلان التلفزيوني لدى طلبة كلية الاعلام في جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2016.
- دغمان حميدة ، الإخراج الصحفي في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وصحافة مكتوبة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2013.
- سالم عبد القادر حليلة وسفيان صابري، الإخراج الصحفي للصفحة الأولى للجريدة وأثره على القارئ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال و صحافة مكتوبة، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016.
- سهيلي لامية ، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية - دراسة تحليلية لموقع الشروق اونلاين والنهار اونلاين - ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة مكتوبة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-، 2015.
- عساسي أمال ، إثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، 2015.
- يونس سليمان ابو مزيد رجاء ، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحوى قضية المصالحة الفلسطينية، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية بغزة، 2013.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Abd El-Basit Mahmoud et Philip J. Auter, The Interactive Nature of Computer-Mediated Communication, American Communication Journal, Vol 11, No 4, 2009.
- Aleksi Alku, Producing Interactivity: Does media convergence promote interactivity and audience participation?, Master's Thesis, Media and Communication Studies, Department of Social Research, Faculty of Social Sciences, University of Helsinki, 2011.
- Carrie Heeter, Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication, Media use in the information age: Emerging patterns of adoption and consumer use ,1989.
- Elena Giannoulis and Lukas R.A. Wilde, Emoticons Kaomoji and Emoji The Transformation of Communication in the Digital Age. Routledge, New York, 2020.
- Lei Wang , A Content Analysis of the Use of Facebook by Academic Libraries, A Master's paper, faculty of the School of Information and Library Science, University of North Carolina, United States, April 2014.
- Oliver quiring, Interactivity, JohnWiley & Sons Inc, University of Mainz, Germany , 2017.
- Pilar Garcés-Conejos Blitvich and Patricia Bou-Franch, Analyzing Digital Discourse New Insights and Future Directions, Springer Nature Switzerland AG, Switzerland, 2019.
- Rodney H. Jones, Alice Chik and Christoph A. Hafner, Discourse analysis and digital practices : Doing discourse analysis in the digital age, Routledge, New York, 2015.
- Spiro Kiousis, Interactivity: a concept explication, new media & society, University of Florida, vol 4(3), 2002.
- Yaron Ariel and Ruth Avidar, Information Interactivity and Social Media, Atlantic Journal of Communication, ,2015.
- Zaenudin H N and Suwatno S, Ridwan Kamil's Digital Public Sphere and Public Policy, Paper open access, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia, 2018.

المواقع الالكترونية:

- صفحة ناس ورقلة نيوز على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/NasOuarglaNews>
- صفحة ناس الخضراء على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/Nass.Elkhadra>
- صفحة البليدة 09 على موقع فيسبوك، الرابط <https://www.facebook.com/ouzeri09>
- موقع اليابان بالعربي، مقال بعنوان: إيموجي عندما لاتكفي الكلمات، رابط الموضوع <https://www.nippon.com/ar/features/jg00066>

الملاحق:

الملحق رقم: (01)

الموضوع المحلي الخاص بالبطالة:



الملحق رقم: (02)

بعض تعليقات الموضوع المحلي الخاص بالبطالة:

- Med Med  طالب الرئيس الجمهورية بنفذ ووعوده بان يكون التوظيف شركات البتولية مباشرة وينص الخواص لبريخي مصاصي الدماء شعب
أعجبني - رد 28 |
- Degul Yacine  Nchalah atamthem ak a                                                    

الملحق رقم: (03)

الموضوع الوطني الخاص بالحراك الشعبي:

Elkhadra
March 17 at 12:51 PM · 🌐

المئات يشاركون في مسيرة الثلاثاء رغم نداءات تعليق الجراك و مخاطر انتشار الوباء !



5.2K 👍👎 2.8K Comments 890 Shares

Like Comment Share

الملحق رقم: (04)

بعض تعليقات الموضوع الوطني الخاص بموضوع الحراك الشعبي:

Abderrahman Cherif
قمة الوعي

كي تكون الدولة ماشي قادرة لعالج أكثر من 200 واحد يسما أنت لازمك تمرض مع الأوتل



أعجبني رد 26

Migalo Pika Abdelhak

صح لايصيننا إلا ما كتب الله لنا بضح ثاني كايين لا تؤذو أنفسكم الي تهلكة و كايين لي خاف سلم العالم متخذ ومتوما خارجين زعماً متخافوش ربي يهدبكم ولا رعدتو القبيص شكون يتاو بكم حنا عندنا ستين حالة ماتو خمسة وإطاليا عندها الف وشي ماتو ثلاثة بعدي نتوما يا جماع... عرض المرز يد

أعجبني رد 26

اسكندر سهلي



أعجبني رد 26

46 رد واحد

Houdine Elhou

بعد أن يأخذ المرض من سبأخذ من احبانا الضعفاء الذين لا يهتمكم سندخلكم بيوتكم او سندخل القبور معكم

أعجبني رد 26

Assem Trad

لا حول ولا قوة إلا بالله عندما أجست نملة بالخطر على قريتها قالت : " ادخلو مساكنكم " ... عرض المرز يد

أعجبني رد 26

46 رد واحد

Abouba Bouba

على السلطات اتخاذ اجراءات قصوى هذه لم تعد حرية رأي أصبحت تعدي على حق الناس في الأمان

أعجبني رد 26

Abdellah Ben

لازم واحد يدخل في وسطهم ويقول أنا عندي كورونا وبعطس نشغو واث بديرو الله يهدينا وبعافينا من غياد كيما هذو المصلحة العامة خير من المصلحة الخاصة

أعجبني رد 26

Gilvi Rn

يقول كبير الأطباء إبن سينأ :
الوهم نصف الداء . والاطمئنان نصف الدواء . والصبر أول خطوات الشفاء .
لنا التزام بالتوصيات التي قدمها الأطباء

أعجبني رد 26

Amyina Yaf Ego Hamza

هاذو راج يكملو علينا لا اله الا الله محمد رسول الله ربي يجب ساعة الخير ان شاء الله

أعجبني رد 26

Aissa Yakoubi

قال تعالى: "وأنا قبل له أتق الله أهدته العرة بالاثم ..."

أعجبني رد 26

Fit Solali

هذو زعما قار بين و متقفين لكن خاصهم وغي ما شي وأعين ربي يهدبهم

الملحق رقم: (05)

الموضوع الخاص بالطبيب الفرنسي:

 **blida* 09** البيدة* 09
March 23 at 12:07 AM · 🌐

البروفيسور الفرنسي Didier Raoult الذي إقترح بروتوكول علاجي لمعالجة مرض Covid19 يتحدى السلطات الصحية في بلده ويقرر تعميم اللجوء لتركيبية الأدوية التي يستخدمها لكل المرضى المصابين الذي يتوافدون إلى مستشفى مارسيليا، حتى قبل منحه الضوء الأخضر... للإشارة هذا الطبيب هو من إقترح استخدام مزيج من Hydroxychloroquine-Azithromycine لمعالجة مرضى كوفيد19 والتجارب السريرية أعطت نتائج جد إيجابية. أحد الأطباء الداعمين لهذه الخطوة صرح بخصوص قرار تعميم هذا البروتوكول: ألم يقل الرئيس (ماكرون) أننا في حرب؟ وحده التاريخ سيقدر إن كنا على حق أو أننا إرتكبنا خطأ...



👍 459 69 Comments 54 Shares

👍 Like 🗨 Comment ➦ Share 🌐

الملحق رقم: (07)

استمارة تحليل المحتوى

عنوان الدراسة: الخطاب الرقمي ومخرجاته في المجال العام (دراسة تحليلية لعينة من خطابات facebook)

• الجزء الثابت من الموضوع:

وحدة التحليل في الجزء الثابت: هي الكلمة و تعد وحدة الكلمة اصغر وحدات التحليل وقد تكون رمزا أو مصطلحاً مثل الحرية، الإرهاب، السلام، الاستقلال، وتعتبر من اصغر وأسهل الوحدات التي يمكن التعامل معها.

فئات تحليل الجزء الثابت:

1. فئة أساليب الإقناع:
2. فئة مضمون الموضوع:

دليل الجزء الثابت من الإستمارة

- يشير الرقم 1/1 إلى إستعمال الكلمات ذات القدرة على الجذب ولفت الانتباه من اجل الإقناع.
- يشير الرقم 2/1 إلى استخدام العناصر التيبوغرافية من صور أو شعارات أو رسومات وغيرها.
- يشير الرقم 1/2 إلى الأفراد المذكورين داخل المنشورات على موقع فيسبوك والذين يكونون فاعلين في الموضوع
- يشير الرقم 2/2 إلى كمية المعلومات التي يقدمها لنا الموضوع المطروح داخل الجزء الثابت من المنشور
- يشير الرقم 3/2 إلى الأفكار التي يطرحها المنشور في جزءه الثابت والتي توضح وتصورات وخلفية الموضوع المطروح.

• الجزء التفاعلي من الموضوع:

وحدة التحليل في الجزء التفاعلي: هي فكرة التعليق: وذلك بحكم أن كل تعليق يعالج فكرة معينة، ولكل تعليق خلفية وسياق ومنتج خاص به، كذلك إن كل مستخدم يقوم بعملية التفاعل يحاول أن يصيغ فكرته ويعبر عنها داخل تعليق خاص به وان مجموع الأفكار داخل هذه التفاعلات (التعليقات) هو ما يشكل لنا الجزء التفاعلي.

فئات تحليل الجزء التفاعلي:

1. فئة خيار التفاعل: 1/1 2/1 3/1
2. فئة تعدد الوسائط: 1/2 2/2 3/2
3. فئة الإضافات الجديدة للموضوع: 1/3 2/3 3/3
4. فئة خلفية التفاعل: 1/4 2/4 3/4 4/4
5. فئة اتجاه التفاعل: 1/5 2/5 3/5
6. فئة موضوع التفاعل: 1/6 2/6 3/6

دليل الجزء التفاعلي من الإستمارة

- يشير الرقم 1/1 إلى الرد حول الموضوع.
- يشير الرقم 2/1 إلى استخدام الأيقونات التعبيرية الجاهزة لتجسيد عملية التفاعل.
- يشير الرقم 3/1 إلى الرد حول الرد.
- يشير الرقم 1/2 إلى استخدام الرموز النصية داخل المشاركة.
- يشير الرقم 2/2 إلى استخدام أيقونات الايموجي داخل المشاركة.
- يشير الرقم 3/2 إلى إدراج صور أو فيديو أو روابط خارجية داخل المشاركة.
- يشير الرقم 1/3 إلى الفاعلين الجدد في الموضوع.
- يشير الرقم 2/3 إلى معلومات جديدة عن الموضوع
- يشير الرقم 3/3 إلى أفكار جديدة حول الموضوع.
- يشير الرقم 1/4 إلى الخلفية السياسية للرد.
- يشير الرقم 2/4 إلى الخلفية الدينية للرد.
- يشير الرقم 3/4 إلى الخلفية الاجتماعية للرد.
- يشير الرقم 4/4 إلى خلفيات أخرى للرد.
- يشير الرقم 1/5 إلى أن رأي الرد يحمل إتجاه مساند لرأي الموضوع.
- يشير الرقم 2/5 إلى أن رأي الرد يحمل إتجاه معارض لرأي الموضوع.
- يشير الرقم 3/5 إلى أن رأي الرد يحمل إتجاه حيادي.
- يشير الرقم 1/6 إلى أن التفاعل موجه نحو الموضوع المطروح في الجزء الثابت.
- يشير الرقم 2/6 إلى أن التفاعل موجه نحو موضوع خاص بأحد الردود.
- يشير الرقم 3/6 إلى أن التفاعل يطرح موضع جديد لم يظهر من قبل.

الملحق رقم: (08)

نموذج جداول التفرغ الخاصة بإستمارة تحليل المضمون: الجزء التفاعلي

ملاحظات	الاصفاقات الجديدة			إتجاه التفاعل			جانبية الرد			موضوع التفاعل			تعدد الوسائط			تجارب التفاعل		الوقت المؤشرات						
	أخرى	معلومات	افكار	التفاعلين	محايد	معارض	مستند	أخرى	اجتماعية	دينية	سياسية	أخرى	التفاعل	الموضوع	صورة	أصوتي	نص		رد	الإجاب	الرد			
سيستم كمنظرات وأثير		1	1		1			1	1				1	1	1	1	1		2	1	1	الصديق رقم 1		
جذب العلق بالتهديد			1					1	1		1	1	1				1	1				3	الصديق رقم 3	
									1			1	1			1	1	1	1				4	الصديق رقم 4
							1					1	1				1	1	1				5	الصديق رقم 5
									1			1	1				1	1	1				6	الصديق رقم 6
									1			1	1			1	1	1	2				7	الصديق رقم 7
			1					1			1	1					1	1	1				8	الصديق رقم 8
									1		1	1					1	1	1				9	الصديق رقم 9
												1	1				1	1	1				10	الصديق رقم 10
												1	1				1	1					11	الصديق رقم 11
												1	1				1	1					12	الصديق رقم 12

فهرس المحتويات

.....	الإهداء	
.....	التشكرات	
.....	ملخص الدراسة	
.....	قائمة المحتويات	
.....	قائمة الجداول	
.....	قائمة الأشكال	
1.	مقدمة	أ
I. الفصل الأول: الإجراءات المنهجية		
2.	الإشكالية	10
3.	أهداف الدراسة	12
4.	أهمية الدراسة	12
5.	أسباب اختيار الموضوع	13
1.5.	الأسباب الموضوعية	13
2.5.	الأسباب الذاتية	13
6.	مصطلحات الدراسة	13
7.	الدراسات السابقة	17
1.7.	الدراسات الأجنبية	18
2.7.	الدراسات العربية	25
8.	منهجية الدراسة	27
9.	أدوات الدراسة	27
1.9.	استمارة تحليل المحتوى	29
2.9.	إجراءات الصدق	30
3.9.	إجراءات الثبات	30
10.	مجتمع البحث وعينة الدراسة	31
1.10.	مجتمع البحث	31
2.10.	عينة الدراسة	31
3.10.	مجال الدراسة	32
11.	المقاربات النظرية	35

II. الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

43	1. بطاقة فنية عن صفحات المواضيع محل الدراسة
44	2. التحليل الكيفي للموضوع
46	3. تحليل المحتوى الثابت
52	4. تحليل المحتوى التفاعلي
81	5. الإستنتاجات العامة للدراسة
86	خاتمة
89	قائمة المراجع
94	الملاحق
103	فهرس المحتويات