

أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَقُولُ الْمَوْلَى عَرَّ وَجَلَّ فِي مُحْكَمِ تَرْبِيهِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ

الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْكَ

الآيَةُ (32) - سُورَةُ الْبَقَرَةِ

الإهداء

إلى أمي وأبي... سائلا المولى عزوجل أن ينير قبريهما وأن يرحمهما
برحمته الواسعة....

إلى الوالد / عبد الهادي حسن عبد الهادي...بارك الله في عمره
والذي كان لي نبراسا من بعد وفاتهما.

إلى/أسرتيالكريمة ...زوجتي العزيزة (لمياء) وأبنائي: أمجد،
أحمد،أواب،أبرار ...الذين تحملوا في سبيل إكمال هذا العمل
الكثير...راجيا أن تكون هذه الرسالة نقطة انطلاق لمسيرتهم
الأكاديمية.

إلى/أخواتي الكريمات ...حفظهم الله وبارك فيهم.إلى / أخي محمود
السيد النقاش

إلىالسعادة/العميد عبد الله خليفة سالم المفتاح...مدير إدارة
العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة قطر(2017م) الذي أتاح لي
فرصةالإبداع في عملي (مشرفا على الإعلام الرقمي) فكانت هذه
الرسالة تطبيقا لواقع أعيشه بشكل يومي.

إليهم جميعا أهدي هذا الجهد...سائلا المولى عزوجل أن ينفع به
طلبة العلم.

شكر

الحمد لله ثم الحمد لله ثم الحمد لله الذي وفقني لإكمال هذا العمل بعد جهد متصل وبحث مضني أخذ من الوقت الكثير، سائلا المولى عز وجل أن ينفع به كل من يطلّع عليه...

ثم الشكر لأسرة كليتي الدراسات العليا وعلوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا لإتاحة الفرصة لي لاستكمال درجة الدكتوراه، وعلى ما استفدته من آراء وأفكار خلال مراحل السماعات التي سبقت استكمال هذه الرسالة.

والشكر موصول للدكتور/ معتصم بابكر مصطفى المشرف على هذه الدراسة لكريم تعاونه وحسن اهتمامه ومتابعته الدقيقة وحرصه على أن تكون هذه الدراسة عملا متكاملًا تستفيد منه الأجيال ويقدم فائدة علمية ملموسة للمتخصصين وطلبة العلم.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر للدكتور سيف الدين حسن العوض – عميد كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية 2017-أخي وصديقي الذي لا أستطيع أن احصر جهوده المخلصة معي وهذا ليس بغريب عليه.

والشكر والتحية والتقدير للأساتذة الأجلاء الذي شاركوني بأرائهم ونصائحهم القيمة خلال السمنارات التي عقدت لهذه الدراسة وعلى رأسهم بروفيسور/حسن الزين، وبروفيسير/ بدر الدين أحمد، والأخ الدكتور / مهدي سليمان وبقية الأساتذة الأجلاء الذين لم يبخلوا عليّ بالنصح والمشورة والرأي السديد.

وأختتم بالشكر إلأولئك الجنود المجهولين الذين وقفوا معي؛مساعدة، وتواصلا وفي مقدمتهم أخي/عبد القادر عبد الهادي حسن وجميع موظفي قسم الرأي العام بإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية القطرية إليهم جميعا أتوجه بالشكر والتقدير.

المستخلص

تناولت هذه الدراسة بالتحليل موضوع التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية ودورها في تشكيل الرأي العام... وذلك انطلاقاً من العصر الذي نعيشه المعتمد كلياً على تكنولوجيا الاتصال المتطورة والمعتمدة على شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة غيرت من معالم العملية الاتصالية والإعلامية وحوّلت المستقبل إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل في تفاعل مستمر ينتج عنه رأي عام وردود أفعال وقتية بالإضافة إلى الدراسات التحليلية الدقيقة التي تستهدف قياسه وتأثيره.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الإعلام الجديد وما يتميز به من خصائص ومميزات أفرزت العديد من المسميات كالإعلام التفاعلي والإلكتروني وغيره من أنماط الإعلام والنماذج الاتصالية الجديدة، بجانب تناول مفهوم التفاعلية وخصائصها باعتبارها مفهوماً حديثاً سعت المواقع الإلكترونية للاستفادة منه لجذب أكبر عدد من المستخدمين. بالإضافة إلى تقييم مدى استفادة المواقع الإخبارية الإلكترونية في توظيفها لخصائص التفاعلية عبر إتاحتها فرصاً من المشاركة التي تجعل من "الزائر" مشاركاً فعلياً فيما تطرحه من قضايا وموضوعات. وأخيراً التعرف على دور التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى إسهامها في الرأي العام في مختلف القضايا التي تهتمه.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، كما استخدمت أدوات (الاستبيان، والمقابلة المقننة، والملاحظة) لجمع معلومات وبيانات الدراسة، وفي الجانب التطبيقي تم اختيار عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة الذين يمثلون الإعلاميين الذين يعملون في المؤسسات الإعلامية بدولة قطر، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع عدد من الخبراء والممارسين (استمارة خبراء).

واستكشفت الدراسة في جانبها النظري آفاق التفاعلية الحالية والمستقبلية وعلاقتها بالرأي العام التقليدي والرأي العام الإلكتروني وكيفية توظيفهما، كما قُمت الدراسة قواعد أساسية في إدارة المحتوى الإلكتروني للمواقع الإلكترونية عبر تقسيمه إلى أشكال وقوالب تساعد على جذب القاري (المستخدم) ليكون أكثر تفاعلاً مع الموضوعات المطروحة.

وأُسفرت الدراسة عن عدد من النتائج والتوصيات الهامة من بينها أهمية أن تهتم المواقع الإلكترونية الإخبارية ببناء استراتيجيات إعلامية بناءة تقوم على توظيف التقنيات والابتكارات التي تسهم في زيادة جمهورها ومتابعيها من خلال تنظيم المحتوى الإلكتروني على صفحاتها وإدارته وفقاً لأسس علمية مدروسة بناءً على رغبة مستخدمي تلك المواقع مع توظيف أدوات الاستطلاع والتحليلات التي توفرها برامج النشر الإلكتروني المستخدمة كبرامج لإدارة المحتوى.

بجانب أن تسعى إدارات التحرير وهيئاته المختلفة والمشرفة على تطوير وترقية محتوى المواقع الإلكترونية العربية لبذل قصارى جهدها في طرح القضايا المعاصرة وتوضيحها للرأي العام ودفعه للمشاركة فيها، وأيضاً تبني نشرها ومشاركتها على صفحاته الشخصية في المدونات والمنديات ومواقع التواصل الاجتماعي.

وأوصت الدراسة بأهمية أن تتبنى كليات الإعلام بالجامعات والمعاهد العليا تدريس الإعلام التفاعلي والكتابة للمواقع الإلكترونية وإدارة المحتوى الإلكتروني في جميع المساقات مع ربطها بالجوانب العملية والتطبيقية لأهمية هذا المجال وما يرتبط به من موضوعات مثل الاتصال الرقمي، والتحرير الإلكتروني، وفن الكتابة لمواقع التواصل الاجتماعي والتعامل مع بيئة الإنترنت الرقمية.

كما أوصت الدراسة بأهمية إعادة النظر في التقسيم الدراسي الحالي لبعض كليات الإعلام (صحافة ونشر، إذاعة وتلفزيون، علاقات عامة وإعلان) ليكون أكثر استيعاباً للمستجدات الحديثة والمرتبطة

بالاتصال والإعلام التفاعلي الحديث سواء بتعديل تلك المسميات أو بإضافة مسميات جديدة قادرة على استيعاب تطورات العصر الرقمي بكافة مكوناته.

Abstract

This study analyzed the theme of ‘interactivity’ in websites and their role in shaping public opinion, ...The age in which we live, is entirely evolving on advanced communication technology based on the Internet as a new Media of communication that changed the parameters of communication and information process, and transformed the receiver to the sender and the sender to the receiver in constant interactions which in turn creates public opinion and temporary reactions, without waiting for precise analytical studies targeting its measurable impact.

The study aimed to identify the concept of the new media and its own characteristics and advantages that produced many titles such as interactive media and e-media and other forms of media and communication models. While understanding the concept of ‘interactivity’ and its characteristics as a modern concept, websites have sought to take advantage of it to attract the largest number of users. In addition to assessing the extent of news websites, benefit in employing interactive features that were made available for website visitors by making them real participants in the issues and topics that are published therein.

Finally, the study also identifies the interactive role in the electronic news sites and the extent of its contribution to public opinion on various issues affecting them.

The study relied on a survey method, also used the questionnaire, structured interview and observation to collect the information and data of the study. On the practical side, a stratified random sample was selected from the study group that consists of journalists working in media organizations in Qatar, in addition to an interview with a number of experts and practitioners (experts form).

The study explored in its theoretical part, present and future horizons of 'interactivity' its relationship with the traditional public opinion public and electronic public opinion and how they both can be employed. The study also provided basic rules in electronic content management for websites by dividing it into forms and templates to help attract the audience (the user) to be more interactive with the topics.

The study resulted in a number of important findings and recommendations. The news websites shall take care of building constructive media strategies based on the employment of technologies and innovations that contribute to increasing its audience and followers through the organization of electronic content on their pages and managing them as per the well-studied scientific foundations based on the behest of users of those sites while employing surveying and analysis tools provided by the electronic publication programs that are used as a platform for managing the content.

The editorial board and its various bodies that oversee developing content of Arabic websites shall do its utmost to raise contemporary issues and clarify them for public opinion while pushing them for interactive participation. They shall also be published and shared on their personal pages of blogs, forums and social networking sites.

The study importantly recommended that the media faculties at universities and higher institutions shall teach interactive media, writing for websites and managing electronic content in its all courses connected with its practical and applied aspects given the importance of this area and its associated topics such as digital communication, writing for the Web, writing for social networking sites and news editing and writing in the digital environment.

The study also recommended the importance of revising current academic division of courses subjects at some media colleges (press and publishing, radio and television, public relations and advertisement) to be more accommodating to modern developments that are associated with interactive communication and media, either

by amending those titles or adding new names able to accommodate developments of the digital age with its all components.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع	م
أ	الآية الكريمة	.1
ب	الإهداء	.2
ج	شكر وتقدير	.3
د	المستخلص	.4
و	Abstract(مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية)	.5
ح	فهرس الموضوعات	.6
ك	فهرس الجداول	.7
م	فهرس الأشكال	.8
الفصل الأول: الإطار المنهجي		
2	المقدمة	.9
5	مشكلة الدراسة	.10
6	أسئلة الدراسة	.11
6	فرضيات الدراسة	.12
8	أهمية الدراسة	.13

رقم الصفحة	الموضوع	م
9	أهداف الدراسة	.14
10	التعريفات الإجرائية	.15
14	الدراسات السابقة	.16
25	نوع الدراسة ومنهجها	.17
26	أدوات الدراسة	.18
27	الإطار الزمني والمكاني	.19
28	تبويب الدراسة	.20
الفصل الثاني: الإعلام الجديد والتفاعلي		
35	المبحث الأول: الإنترنت والإعلام	.21
57	المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الجديد والتفاعلي	.22
81	المبحث الثالث: خصائص الإعلام الجديد والتفاعلي	.23
الفصل الثالث: التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية		
115	المبحث الأول: مفهوم أنواع التفاعلية	.24
139	المبحث الثاني: خصائص ومميزات التفاعلية	.25
165	المبحث الثالث: الأدوات التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية	.26
الفصل الرابع: الرأي العام والإعلام التفاعلي		
199	المبحث الأول: الرأي العام. المفاهيم والمدخلات الأساسية	.27

رقم الصفحة	الموضوع	م
217	المبحث الثاني: مكونات الرأي العام وأساليب تشكيله وطرق قياسه	.28
241	المبحث الثالث: الرأي العام... الأنواع، الخصائص والوظائف	.29
262	المبحث الرابع: الإعلام التفاعلي والرأي العام الإلكتروني	.30
الفصل الخامس: الإطار التطبيقي		
292	أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية	.31
306	ثانياً: العرض والتحليل الإحصائي	.32
342	ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة	.33
352	رابعاً: تفسير نتائج الدراسة	.34
359	خامساً: توصيات الدراسة	.35
363	المصادر والمراجع	.36
382	الملاحق	.37

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول وموضوعه	م
306	جدول رقم (1) يوضح ملخص حجم العينة	.1
307	جدول رقم (2) يوضح متغير العمر لأفراد العينة	.2
308	جدول رقم (3) يوضح متغير النوع (الجنس) لأفراد العينة	.3
309	جدول رقم (4) يوضح متغير (المؤهل الأكاديمي) لأفراد العينة	.4
310	جدول رقم (5) يوضح (متغير الجنسية) لأفراد العينة	.5
311	جدول رقم (6) يوضح جهات عمل أفراد العينة	.6
313	جدول رقم (7) التواصل مع شبكة الإنترنت	.7
314	جدول رقم (8) وسيلة الاتصال بالإنترنت	.8
316	جدول رقم (9) أهمية الإنترنت كوسيلة اطلاع على الأخبار	.9
317	جدول رقم (10) المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية	.10
318	جدول (11) المتوسطات الحسابية حسب الوسيلة المفضلة للأخبار	.11
320	جدول رقم (12) الوسيلة المفضلة للأخبار بحسب: النوع (الجنس)	.12
322	جدول رقم (13) الوسيلة المفضلة للأخبار بحسب: العمر	.13
324	جدول رقم (14) الوسيلة المفضلة للأخبار بحسب: المستوى التعليمي	.14
325	جدول رقم (15) المواقع الإخبارية المفضلة لأفراد العينة	.15
327	جدول رقم (16) وسائل التفاعل مع الموضوعات المواقع الإخبارية	.16

الصفحة	الجدول وموضوعه	م
329	جدول رقم (17) يوضح وسائل التفاعلية بحسب: النوع (الجنس)	.17
330	جدول رقم (18) يوضح وسائل التفاعلية بحسب العمر	.18
332	جدول رقم (19) يوضح وسائل التفاعلية بحسب المستوى التعليمي	.19
334	جدول رقم (20) يوضح استخدام أفراد العينة للتفاعلية وأبعادها	.20
336	جدول رقم (21) يوضح تقييم دور التفاعلية في تشكيل الرأي العام	.21
338	جدول رقم (22) يوضح ترتيب القضايا التي تساهم المواقع الإخبارية في تشكيل الرأي العام حولها	.22
339	جدول رقم (23) يوضح المشكلات التي تحد من التفاعلية	.23
342	جدول رقم (24) يوضح ملخص لنتائج تحليل اختبار الانحدار	.24
343	(ANOVA) جدول رقم (25) يوضح نتائج اختبار التباين)	.25
345	(لمستوى التفاعلية ANOVA جدول رقم (26) يوضح اختبار)	.26
346	(لتشكيل الرأي العام ANOVA جدول رقم (27) يوضح اختبار)	.27
347	Scheffe جدول رقم (28) يوضح اختبار شيفيه	.28
348	جدول رقم (29) يوضح الدلالة الإحصائية بين استخدام الإنترنت وتشكيل الرأي العام	.29
349	(لاختبار معنوية ANOVA جدول رقم (30) يوضح نتائج تحليل التباين) الانحدار	.30
350	جدول رقم (31) يوضح مستوى الدلالة الإحصائية التي تحد من التفاعلية وتشكيل الرأي العام	.31

فهرس الأشكال

م	رقم الشكل وموضوعه	الصفحة
.1	شكل رقم (1) ملخص حجم العينة	306
.2	شكل رقم (2) متغير عمر أفراد العينة	308
.3	شكل رقم (3) متغير النوع (الجنس)	309
.4	شكل رقم (4) المؤهل الأكاديمي لأفراد العينة	310
.5	شكل رقم (5) يوضح متغير أفراد العينة من حيث الجنسية	311
.6	شكل رقم (6) يوضح رسم بياني لمتغير جهة العمل	312
.7	شكل رقم (7) يوضح التواصل مع شبكة الانترنت	313
.8	شكل رقم (8) يوضح وسيلة الاتصال بالإنترنت	315
.9	شكل رقم (9) يوضح طرق نقاط الاتصال بشبكة الإنترنت	316
.10	شكل رقم (10) المواقع الإخبارية المفضلة لأفراد العينة حسب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري	319
.11	شكل رقم (11) يوضح أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية المفضلة	326
.12	شكل رقم (12) يوضح مشكلات التفاعلية في المواقع الإخبارية	340
.13	شكل رقم (13) الصفحة الرئيسية لموقع الجزيرة نت الإلكتروني	382
.14	شكل رقم (14) الصفحة الرئيسية لموقع العربية نت	382
.15	شكل رقم (15) الأعضاء النشطون في مواقع التواصل الاجتماعي	383
.16	شكل رقم (16) الانفوجرافيكس التفاعلي	384