

المحاضرة التاسعة :جمهور

وسائل الاتصال والإعلام

التفاعلية

إشكالية جمهور وسائل التقليدية والتي  
تتطبق على مجتمع يرتكز فيه الوجود  
السوسيولوجي للجمهور تبقى رهينة  
السياق أو الوجود التقليدي ،بالمقابل فإن  
جمهور وسائل الإتصال والإعلام  
التفاعلية هو جمهور لا يستهان به كوننا  
في مجتمع ميديا إجتماعية بامتياز نتج  
عنها تولد مجتمع تقانة وثورة مفاهيم

ناجمة بدورها عن الانفجار المعلوماتي خالقة مجتمعا إفتراضيا وغالما إلكترونيا أعطى لصفة الجمهور التواجد الكلي في أي زمان أو مكان عبر البيئة الرقمية .

من خلال هاته المحاضرة سنتعرف أكثر على جمهور وسائل الإتصال والإعلام التفاعلية

**تعريف جمهور وسائل الإتصال**

**والإعلام التفاعلية :**

هم مجموع الأفراد الذين يشتركون في إستخدام ومتابعة مختلف المواقع

الإلكترونية ،ويضم جمهور وسائل

**الإتصال والإعلام التفاعلية الجمهور**

**عبر الخط** أي الذي يتابع محتويات

مضمون وسائل الإعلام الجديدة عبر  
الوسائط الجديدة مباشرة أي تزامنيا  
والجمهور خارج الخط هو الذي يتابع  
محتويات مضامين وسائل الإتصال  
والإعلام عبر الوسائط الجديدة بشكل لا  
تزامني .

طبعا ظهور جمهور وسائل الإتصال

والإعلام التفاعلية كان له دور كبير في

تفسير بيئة الجمهور في البيئة الرقمية

خصوصية جمهور وسائل الإتصال

والإعلام التفاعلية :

-الإنتشار الرهيب لهذا الجمهور وتغير  
معدلات إستخدامه للأنترنيت بشكل  
كثيف صعودا ونزولا في الدقيقة  
الواحدة.

-لا يمكن حصر مستخدمي وسائل  
الإتصال والإعلام التفاعلية لكن توجد  
بعض الاليات (السمات) المبدئية لهذا  
الجمهور مثلا العدد التقريبي لمعدلات  
كثافة الإستخدام، تفضيلات الجمهور في  
هاته المواقع.

أبرز المواقع في قياس جمهور وسائل  
الإتصال والإعلام التفاعلية، موقع **أيسكا**

-يتسم جمهور وسائل الإتصال والإعلام  
التفاعلية بالديناميكية ويتعرض لتغيرات

مختلفة على مدار الوقت ولهذا من الصعب تحديد هذا الجمهور بشكل دقيق

هنا مثلا لما يجري باحث دراسة في الفضاء الإفتراضي من الضروري أن يحدد مجتمع البحث والعينة، لأنو بطبيعة الحال جمور وسائل الإتصال والإعلام التفاعلية يختلف عن الجمهور التقليدي -جمهور يشمل عدة فئات أهمها :

\*من يستخدمون المنصات الإعلامية التفاعلية ويشملهم

-المواقع الإعلامية

-تطبيقات الذكاء المرتبطة بالمواقع  
الإعلامية

-حسابات المواقع الإعلامية على مواقع  
التواصل الإجتماعي

\*\*من يستخدمون منصات أو مواقع أو  
شبكات التواصل الإجتماعي .

-جمهور وسائل الإتصال والتفاعلية لا  
يقتصر بالضرورة على جمهور  
مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي  
وهو خطأ شائع للأسف

**خصائص السلوك الإتصالي**

**للجمهور عند استخدامه**

# لوسائل الإتصال والإعلام

## التفاعلية

-جمهور وسائل الإتصال والإعلام التفاعلية هو جمهور متفاعل ومشارك في عملية الإتصال ،يستخدم الإتصال والتفاعل كمطلب رئيسي وليس مطلب تكميلي.

-أحد العوامل التي وفقها يتخذ المستخدم قراره إما بالولاء لوسيلة يستخدمها أو الإنصراف عنها هي تفاعلية هذه الوسيلة معه ،طيب أين تظهر هذه التفاعلية ؟تظهر من خلال قدرة الجمهور على التحكم في المحتوى الذي يتعرض له من

حيث الشكل والمحتوى والوسيط  
الإتصالي الذي يتلقى من خلاله هذا  
المحتوى.

-ينبغي على الجمهور أن يختار الوسيلة  
المناسبة لتلقي هذا المضمون ،هل من  
خلال حسابات لتلقي هذا المضمون ؟أو  
من خلال تطبيقات القنوات عبر هاته  
المواقع ،هل مثلا سيتابع ذلك المضمون  
من خلال الهاتف الخاص أو من خلال  
الكمبيوتر المحمول أو من خلال  
الكمبيوتر المنزلي.

-السلوك المتغير :ويبرز من خلال مدى  
النشاط الذي يمارسه الفرد المستخدم  
لوسائل الإتصال والإعلام التفاعلية

ويختلف باختلاف الوسيلة أولاً وكذا الحالة النفسية والاجتماعية، إضافة إلى مدى ارتباط المضمون أو المحتوى باهتماماته، لذلك من الضروري على الباحث مراعاة تغير السلوك الإتصالي عند إستخدام الفرد لوسائل الإتصال التفاعلية.

ما الأدوار الإتصالية التي يمارسها

الجمهور في إستخدامه لوسائل الإتصال

والإعلام التفاعلية؟

-هو منتج للمحتوى وليس مجرد متلقي له، بحيث قدمت وسائل الإعلام والإتصال التفاعلية فرصة لجمهورها المستخدمين إمكانية لم تكن متاحة لهم

في وسائل الإتصال والإعلام التقليدية  
،فقد منحهم الجيل الثاني من الويب  
تطبيقات تمكنهم من إنتاج المحتوى  
ونشره على ملايين المستخدمين.

-تعزيز إمكانية تفاعل المستخدمين مع  
هذا المحتوى ،معنى ذلك أن الجمهور  
أصبح له دورين منتج للمحتوى ومتفاعل  
معه خاصة وأنا طبيعة الإستخدام مرتبط  
بالتفاعل.

-يأخذ الفرد المستخدم مكانا محوريا في  
إبراز بعض القضايا للتفاعل من خلال  
مايسمى بالترند

-أصبح يطلق على جمهور وسائل  
الإتصال والإعلام التفاعلية قادة الرأي

الجدد أو المؤثرين لما لهم من تأثير من  
خلال المحتوى الذي يقدمونه.