

جامعة الجيلاي بونعامة-خميس مليانة-

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

اعتماد الصحفيين  
الجزائريين على شبكات  
التواصل الإجتماعي كمصدر  
لصناعة الصحافة  
-دراسة وصفية تحليلية على عينة من صحفيي قناة الشروق  
الإخبارية و قناة الحياة خلال فترة الحراك الشعبي 2019م.

مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص إتصال جماهيري و ووسائط جديدة

إشراف الأستاذ:

\*طالب كبحول

إعداد الطالبتين:

\*سقار فادية

\*فداوي بختة

السنة الجامعية: 2018م/2019م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ  
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ  
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

# شكر و عرفان

قبل شكر أي كان نحمد الله أولاً و أخيراً على فضله الواسع و على توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع

لا يسعنا و نحن نضع اللمسات الأخيرة لهذه المذكرة إلا أن نتقدم بفائق الشكر و خالص التقدير إلى الأستاذ الفاضل الدكتور طالب كبحول الذي تكرم بإشرافه على إنجاز هذه المذكرة و الذي كان نعم الأستاذ و نعم الموجه و كان لنا خير مشرف إذ لم يدخر جهداً في التوجيه و المساعدة و لكل ما أبداه من ملاحظات و إرشادات قيمة و الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته السديدة التي ساهمت في تذليل الصعوبات التي واجهتنا في إطار إنجاز هذا العمل و التي انعكست آثارها جلية على هذه الدراسة حيث صوبنا عند الخطأ و شجعنا عند الصواب و بذلك كان نعم المشرف و نعم الأستاذ نسأل الله عز و جل أن يجعلها في ميزان حسناته

كما نتقدم بجزيل الشكر و عظيم الإمتنان لكل من ساهم سواء من قريب أو بعيد في دعم و مساندة هذا العمل و كل من قدم لنا يد العون و المساعدة و لو بكلمة تشجيع كانت لنا حافزاً لمواصلة مسيرة هذا العمل

نشكر جزيل الشكر جميع أساتذة شعبة علوم الإعلام و الإتصال على كل ما قدموه لنا فلهم منا كل الشكر و العرفان

نشكر كل من صنع لنا معروفاً و كل من كان لنا عوناً في أحد الأيام  
إلى كل من قدم لنا يد العون فلکم منا جزيل الشكر  
جزاكم الله خير الجزاء و وفقکم إلى ما يحبه و يرضاه

## إهداء

: أهدي عملي المتواضع

إلى سندي و قوتي و ملاذي بعد الله

إلى من آثروني على أنفسهم و ضحوا لأجلي

ألى من غرسوا في حب العلم و ذلوا الصعاب التي واجهتني

أمي الحبيبة منبع الدفء و الحنان.....أبي العزيز رمز الصبر و الكفاح

أطال الله في عمرهما و بارك في صحتهما و زادهما من خيره و منه و إحسانه

إلى من تميزوا بالوفاء و العطاء  
إلى من معهم سعدت و برفقتهم في دروب الحياة سرت  
إلى من كانوا معي على طريق النجاح و الخير و الحب  
إلى من أظهروا لي ماهو أجمل من الحياة  
إخوتي و أخواتي كل بإسمه حفظهم الله  
إلى كل زملائي و صديقاتي  
إلى كل من سخرهم الله لي عوناً و سندا  
إلى جميع الأصدقاء و الأحبة الذين قضيت معهم أجمل الأيام  
إليكم جميعاً أهدي هذا العمل ..... و لكم مني كل التقدير و الثناء و الحب  
و الوفاء

الطالبة: سقار فادية

## إهداء

..... كأول خريجة لعائلة فداوي أهديه  
إلى تاج رأسي إلى من سعى جاهدا لكي نعيش برفاه و لو إلى حين  
إلى من أفنى عمره حتى يسعد قلوبنا التي كسرنا الزمن  
أبي الحنون  
إلى الشمس التي تضيء حياتنا و تشفي سقمنا  
إلى من تحت أقدامها الجنة  
إلى تلك التي لا تكل و لا تمل من رعايتنا و تضحي من أجل إسعادنا  
أمي الحنونة  
إلى إخوتي محمد و علي و أختاي مريم و عائشة و الكتاكيت عبد الجليل و هاجر و  
عبد الرحيم و كل عائلة فداوي  
إلى أكبر دافع معنوي خلال إعداد المذكرة ابن غزة العزة فلسطين الصمود رمزي  
زعراب ... كل التقدير  
إلى كل من دعمني أصدقائي من قريب أو بعيد زهية مانعة إيمان رمزي راضية  
أحمد  
إلى رفيقة دربي في إعداد المذكرة فادية أتمنى لك التوفيق و السداد  
شكراً

**الطالبة: فداوي بختة**

## خطة الدراسة:

مقدمة

### الإطار المنهجي:

- 1- مشكلة الدراسة.
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- أسباب اختيار الموضوع.
- 6- منهج الدراسة.
- 7- أدوات الدراسة.
- 8- مجتمع البحث الكلي للدراسة.
- 9- عينة الدراسة.
- 10- المقاربة النظرية.
- 11- مصطلحات الدراسة.
- 12- الدراسات السابقة.
- 13- التعقيب على الدراسات السابقة.

### الإطار النظري:

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد

المبحث الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي و مراحل نشأتها و تطورها.

المبحث الثاني: أبرز و أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: مجالات استخدام المواقع الاجتماعية.

المبحث الرابع: خصائص و مميزات الشبكات الاجتماعية.

**المبحث الخامس: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.  
خلاصة**

**الفصل الثاني: توظيف الصحفيين لمواقع التواصل  
الاجتماعي كمصادر للأخبار.  
تمهيد**

**المبحث الأول: اعتماد الصحفيين على منشورات مستعملي  
المواقع الاجتماعية.**

**المبحث الثاني: مجالات استخدام المواقع الاجتماعية من  
قبل الصحفيين.**

**المبحث الثالث: توظيف الإعلام التقليدي لصحافة المواطن.  
المبحث الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار  
الصحفية و الإعلامية.**

**المبحث الخامس: مبادئ جمع الأخبار من المواقع  
الاجتماعية.  
خلاصة**

**الفصل الثالث: علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل  
الاجتماعي.  
تمهيد**

**المبحث الأول: آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر  
الإعلام الاجتماعي.**

**المبحث الثاني: آفاق العلاقة بين الإعلام التقليدي و شبكات  
التواصل الاجتماعي.**

**المبحث الثالث: التأثيرات الإعلامية لوسائل التواصل  
الاجتماعي.**

**المبحث الرابع: إنعكاسات استخدام الصحفيين للشبكات  
الاجتماعية على قطاع الإعلام.**

**المبحث الخامس: قواعد استخدام الصحفيين لمواقع  
التواصل الاجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية.**

خلاصة

## الإطار التطبيقي:

تمهيد

التحليل الإحصائي للمحاور:

-محور البيانات الشخصية لأفراد العينة.

-محور أنماط و دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين.

-محور اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري.

اختبار الفرضية العامة

نتائج الدراسة التطبيقية.

النتائج العامة للدراسة.

الخاتمة.

قائمة المراجع.

الملاحق.

## ملخص الدراسة:

الغاية من الدراسة هي الكشف إلى أي درجة يعتمد الصحفي الجزائري على مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة أو كمصدر لاستقاء الأخبار، كما ركزت الدراسة على أبرز المواقع المستخدمة أو المعتمدة من طرف الصحفيين الجزائريين في مهنة الصحافة خاصة في ظل الحراك الشعبي الجزائري منذ 22 فيفري 2019م، و كيفية تعاملهم مع المعلومة المنشورة على شبكات التواصل الإجتماعي و مدى مصداقية الأخبار التي تبث عبرها.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي كونه الملائم و المناسب لمثل هذه الدراسة، كما تم اختيار عينة من الصحفيين في كل من قناة الشروق الإخبارية و قناة الحياة محل الدراسة، و تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الصحفي الجزائري في المجال السمعي البصري لمواقع التواصل الإجتماعي خلال الممارسة الإعلامية، كما تطرقت لموضوع الحراك الشعبي في الجزائر كحدث استثنائي محاولة منا معرفة طبيعة استخدام الصحفيين الجزائريين و اعتمادهم على المواقع الإجتماعية في الحالات الخاصة أو الأزمات الداخلية للبلاد بغية الخروج بنتائج وافية تجيب على تساؤلاتنا.

و من أهم النتائج المتوصل إليها:

- أن المواقع الإجتماعية أصبحت مصدرا هاما لجمع المعلومة.
- ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بشكل لافت من طرف الصحفيين خلال مرحلة الحراك الشعبي في الجزائر.

مقدم

ة

## مقدمة

لقد أحدثت التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الإتصال قفزة نوعية من خلال انتشار شبكة الأنترنت في كافة أنحاء و أرجاء العالم، و في منتصف تسعينيات القرن المنصرم و مع ظهور الجيل الثاني للأنترنت ظهرت وسيلة مهمة من وسائل العولمة التكنولوجية الحديثة، و التي تعد من أهم خصائص ثورة الويب 2 و المتمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي كشكل جديد من الخدمات التي تتيحها شبكة الأنترنت لمستخدميها، و من هنا بدأت تظهر مواقع إفتراضية جديدة مهدت الطريق للأفراد و المجتمعات للتعرف و تبادل مختلف الآراء و الأفكار فيما بينهم، و قام مخترعو التكنولوجيا بابتكار ألوانا شتى من وسائل الإتصال و التواصل، و كان موقع classmates الأول من نوعه في هذا المجال، و بعده توالى ظهور مواقع إجتماعية أخرى كشبكة الفايسبوك، ماي سبيس، يوتيوب، تويتر و غيرها، و بفضل ما تتيحه هذه الشبكات للمستخدمين أصبحت ذات إنتشار واسع في كل المجتمعات الإنسانية و استطاعت خلال فترة وجيزة استقطاب الملايين من المستخدمين من مختلف أنحاء العالم، و أصبحت جزءا من حياتهم في أقل من عقد من الزمن، حيث يتواصلون من خلالها دون أن تفصل بينهم أية عوامل كالسن أو الجنس أو ...الخ، نظرا لكون هؤلاء تجمع بينهم ميول و اهتمامات مشتركة.

بفعل هذه التطورات التي شهدتها مجال تكنولوجيا الإتصال و هذا الإنتشار الواسع لمواقع التواصل الإجتماعي بتطبيقاتها المختلفة حدث هناك تغيير في العديد من المفاهيم و الأدوار، و أدى إلى تحولات عميقة في طبيعة العملية الإتصالية، فالأنترنت لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات و إرسالها فقط و إنما أصبحت هذه المواقع بمثابة منابر للتعبير عن مختلف الأفكار و الإتجاهات و الآراء، و كذلك الجمهور لم يعد مجرد مستقبل للرسائل الإتصالية المحتكرة من المؤسسات الإعلامية الرسمية أو الخاصة، و إنما أصبح بإمكان كل فرد في هذا الجمهور من خلال حسابه في أحد مواقع التواصل الإجتماعي أن يمتلك منصة إعلامية يبث من خلالها ما يشاء من رسائل إتصالية إلى ملايين الناس حول العالم.

و تتيح هذه المواقع الإجتماعية عدة تطبيقات للمستخدمين كمشاركة الصور و الفيديوهات و تبادل الأخبار و المعلومات بين الأعضاء و كذا التعليق عليها، الأمر الذي جعلها تكتسح أهمية بالغة لدى

العديد من شعوب العالم، التي أصبحت تعتمد عليها في استقاء المعلومات و تتبع آخر التطورات الخاصة بالأحداث سواء المحلية أو الإقليمية و حتى العالمية.

خلقت هذه الشبكات الإجتماعية الافتراضية إعلاما جديدا مختلفا تماما عن الإعلام التقليدي، سواء في الطرح أو التفاعل و سرعة نقل الأخبار و مختلف الأحداث، و تدعيمها بالصور الحية و المعبرة و بمقاطع الفيديو أيضا، و هو ما يعرف بالإعلام الإجتماعي أو إعلام المواطن.

فبعدها كانت فكرة إنشائها و الهدف منها تحقيق الإتصال و التواصل بين الأصدقاء و الأفراد و تحقيق التقارب بينهم، أصبح الهدف منها إعلامي خاصة بعد أن استطاعت التفاعل مع مختلف الأحداث على مدار الساعة، و قامت بنقل الحدث أولا بأول من مكان حدوثه بسرعة فائقة محققة من وراء ذلك السبق بالأحداث، هذا ما جعلها تحتل مكانة في حياة الصحفيين و الإعلاميين المهنية، بحيث أصبحوا يعتمدون عليها كمصدر بديل عن المصادر التقليدية و أحيانا تعد مصدرا رئيسيا في استقاء مختلف الأخبار و المعلومات، خاصة بعد تمكن المواطنين العاديين من الوصول و الحصول على الأخبار من مصادر يصعب على الصحفيين أنفسهم الوصول إليها، و ذلك بمجرد تواجد أولئك المواطنين في مكان الحدث و الحصول على المعلومة مباشرة، هذا ما جعل مختلف الإعلاميين يقومون بالإحتكاك بمواقع التواصل الإجتماعي و التعامل معها باعتبارها تعد كمصدر بديل و جديد للحصول على الأخبار و الأحداث لدى الصحفي، خاصة بعد أن أصبح بإمكانه استخدام المواقع الإجتماعية بغية اكتشاف موضوعات جديدة، أو الوصول إلى مساهمين فيها أو الترويج لتلك الموضوعات.

و الصحفيين الجزائريين كغيرهم من الإعلاميين أو الصحفيين الآخرين فقد تأثروا بهذا الواقع الجديد الذي فرض نفسه على الساحة الإعلامية.

و من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للكشف عن كيفية اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر لمعلوماتهم الصحفية و مضامينهم الإعلامية المختلفة خاصة خلال مرحلة الحراك الشعبي الجزائري 2019م.

و جاءت هذه الدراسة ضمن ثلاثة محاور رئيسية: الإطار المنهجي و الإطار النظري و الإطار التطبيقي.

الإطار المنهجي: و الذي تضمن إشكالية الدراسة و كل ما يخص المنهجية المعتمدة في إنجازها.

الإطار النظري: إشتهل على 3 فصول بحيث تطرقنا في الفصل الأول إلى ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، في حين تضمن الفصل الثاني توظيف الصحفيين لمنصات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار و المعلومات، بينما إحتوى الفصل الثالث على علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الاجتماعي.

أما الإطار التطبيقي: فتمثل في تفريغ البيانات و الجداول المتعلقة بأسئلة الإستبيان و تحليلها، و الإستنتاجات العامة المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة.

# الإطار المنهجي للدراسة

### 1- مشكلة الدراسة:

نظرا لأهمية الإعلام في عصرنا الحاضر عكف الإنسان يطور وسائل الإتصال و ذلك لتسهيل تواصله مع سائر البشر و إيصال رسالته بطريقة أسرع، خاصة مع تزايد وتيرة الحياة، فظهرت الشبكات الإجتماعية التي مكنت البشر من التواصل، و نظرا لأهمية ما تقدمه هذه الأخيرة للمجتمع أصبحت لدى الكثيرين منبرا حساسا و هاما لفرض نقاشاتهم و اهتماماتهم، حيث تمكنت من أن تصبح مصدرا مهما لمختلف الأخبار و المعلومات، انتشرت في مختلف بقاع العالم دون استثناء، و الجزائر من ضمن الدول التي أحدثت فيها ثورة الشبكات الإجتماعية قفزة اتصالية هامة، فأصبحت عاملا رئيسيا في تمكين الصحفي من تحقيق السبق الصحفي من خلال استقاء المعلومات.

ففي الفترة الأخيرة عرفت الجزائر حراكا شعبيا واسعا في مختلف ولايات و مدن الجزائر مطالبا هذا الأخير بتنحي رئيس الجمهورية و رفض العهدة الخامسة، وكان لمواقع التواصل الإجتماعي دور كبير في تعبئة الجمهور من خلال منشورات تدعو الأفراد للتجمهر، و بعد تلبية هذا الطلب من طرف الشعب في 22-02-2019 كأول جمعة للمسيرات السلمية المطالبة بعود الرئيس بوتفليقة عن الترشح، سارعت وسائل الإعلام لنشر صور حية و فيديوهات من موقع الحدث ينشرها المتظاهرون عبر مواقع التواصل الإجتماعي، و اتخاذها كمصدر للمعلومة خلال فترة حساسة في تاريخ الجزائر.

**وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية التالية: كيف اعتمد صحفيو قناة الشروق الإخبارية و قناة الحياة على منصات التواصل الإجتماعي خلال مرحلة الحراك الشعبي الجزائري 2019؟**

### 2- تساؤلات الدراسة:

من أجل فهم الإشكالية بشكل أوضح و ضبطها و الإحاطة بكل جوانبها قمنا بتقسيمها الى التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي عادات و أنماط استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين الجزائريين؟.

- ماهي دوافع استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين الجزائريين؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متغير الجنس والدرجة الكلية للمقياس؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متغير المستوى العلمي والدرجة الكلية للمقياس؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متغير الوظيفة والدرجة الكلية للمقياس؟.

## الإطار المنهجي

-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متغير الخبرة المهنية والدرجة الكلية للمقياس؟.

-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متغير مؤسسة العمل والدرجة الكلية للمقياس؟.

### 3-أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في كونه يعتبر من المواضيع المهمة في المجتمعات المعاصرة، كونه يسلط الضوء على وسيلة مهمة من وسائل العولمة التكنولوجية الحديثة، و التي تتمثل في مواقع التواصل الإجتماعي التي باتت الوسيلة الإعلامية الأكثر إنتشارا في كل المجتمعات الإنسانية في الوقت الراهن، و التي أصبح يطلق عليها بالإعلام الإجتماعي أو إعلام المواطن، و هذا الموضوع يعتبر من المواضيع المهمة بالنسبة لوسائل الإعلام، من جهة أخرى تمثل هذه الدراسة إضافة جديدة للبحوث العلمية التي أنجزت من قبل حول شبكات التواصل الإجتماعي.

### 4-أهداف الدراسة:

-الكشف عن أبرز المواقع الإجتماعية التي تداولت الحراك الشعبي في الجزائر 2019-02-22م.

-معرفة كيفية تعامل الصحفيين الجزائريين مع الحراك الشعبي الجزائري 24-02-2019 من خلال مواقع التواصل الإجتماعي.

-رصد أكثر المواقع الإجتماعية المعتمدة من طرف الصحفيين خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري.

### 5-أسباب اختيار الموضوع:

-قابلية الموضوع للدراسة و إمكانية البحث فيه سواء من ناحية الجانب المنهجي أو المعرفي.

-الرغبة في الإستفادة من نتائج هذه الدراسة لتحصيل معرفة أكبر حول حجم و مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لهذه المواقع الإجتماعية، وكيفية اعتمادهم عليها في تحصيل المعلومات و صياغة الأخبار.

-شبكات التواصل الإجتماعي أصبحت ذات أهمية في الإعلام الراهن، وأصبحت هذه الشبكات تحظى بمتابعة كبيرة من قبل الصحفيين و الإعلاميين.

-الإهتمام الشخصي بموضوع مواقع التواصل الإجتماعي و تأثيرها على عالم الإعلام.

-الرغبة في معرفة طبيعة الإنعكاسات التي تحدثها مواقع التواصل الإجتماعي جراء اعتماد الصحفيين عليها في عالمهم المهني.

## الإطار المنهجي

-الإهتمام بشبكات التواصل الإجتماعي خاصة بعد أن ألفت بضلالها على العمل الإعلامي.

### 6-منهج الدراسة:

باعتبار أن دراستنا تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة وقائع الأحداث و الظواهر و تحاول تحليلها و تفسيرها، فقد اعتمدنا على تطبيق المنهج المسحي أو ما يطلق عليه بمنهج المسح الوصفي، و هذا باعتباره من أبرز و أنسب المناهج المستخدمة في مثل هكذا دراسات في مجال علوم الإعلام و الإتصال خاصة البحوث الوصفية.

وهو عبارة عن منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات و معلومات وافية و دقيقة تصور الواقع الإجتماعي و الحياتي، تسهم تلك البيانات و المعلومات في تحليل الظواهر.

و يعنى المسح الوصفي بوصف الظاهرة و تبرير الظروف و الممارسات أو التقييم و المقارنة<sup>1</sup>.

و الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية الوصفية هي جمع البيانات و المعلومات، التي يمكن فيما بعد تحليلها و تفسيرها و من ثم الخروج باستنتاجات منها<sup>2</sup>.

### 7-المقاربة النظرية:

#### نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

#### -نشأة و تطور نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، و أيد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور و خصائصه المختلفة، كما أوضح في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام و النظم الإجتماعية و مؤسساتها، في المجتمع على أساس من الإعتماد المتبادل.

و نظراً للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام، ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات، والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية و خارجية، و من أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الإقتصادي و السياسي و الديني، حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام و هذه الأنظمة.

1 - عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي و النوعي، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2010م، ص 187-188.  
2 - نفس المرجع، ص 189.

## الإطار المنهجي

و من ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندر روكيتش و زملائها عام 1974م، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان: منظور المعلومات، و طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي، يستمد من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام و الأنظمة الإعلامية الأخرى.

ومن ثم ظهر مفهوم الإعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين ديفلور و ساندر بول روكيتش، بعد أن قاما بملأ الفراغ الذي خلقه نموذج الإستخدامات و الإشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام.

اتخذ الباحثان منهج النظام الإجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور و وسائل الإعلام و النظام الإجتماعي، حيث كانت البداية الأولى لهذه النظرية، ومن هنا وضع ديفلور و روكيتش نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام و القوى الإجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الإعتماد<sup>1</sup>.

### -فرضيات النظرية:

ترتكز نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفرضيات أهمها:

1- يترواح تأثير وسائل الإعلام بين القوة و الضعف، تبعاً للظروف المحيطة و الخبرات السابقة.

2- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الإجتماعي للمجتمع، و لهذا النظام علاقة بالأفراد و الجماعات و النظم الإجتماعية الأخرى.

3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الإجتماعي الذي يكون فيه الجمهور و وسائل الإتصال.

4- كلما زادت التغيرات و الأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع إلى المعلومات.

5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام و تفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع و وسائل الإتصال.

6- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الإستجابة لاحتياجات النظام الإجتماعي أو الجمهور.

7- يختلف الجمهور من اعتماده على وسائل الإعلام، فالصفوة قمة الهرم قد يكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية<sup>2</sup>.

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012 م، ص 207-208.

2 - منال هلال المزاهرة، المرجع السابق، ص 213-214.

### 8- أدوات البحث:

اعتمدت الباحثان في هذه الدراسة على إستمارة الإستبيان كأداة لجمع المعلومات و البيانات كأنجع و أفضل تقنية للتقصي العلمي.

و هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة و الإستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث و ذلك في ضوء موضوع البحث و المشكلة التي اختارها و ترسل أسئلة الإستبيان المكتوبة هذه بالبريد العادي أو أية طريقة أخرى كالبريد الإلكتروني إلى مجتمع البحث أو إلى مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات الذين اختارهم الباحث كعينة لبحثه و من المفروض الإجابة عن الإستفسارات و تعبئة الإستبيان بالبيانات و المعلومات المطلوبة فيها و إعادتها إلى الباحث بنفس الطريقة التي استلمت بها

أما حجم الإستبيان و عدد الأسئلة قد تكون كثيرة أو قليلة تبعا لطبيعة الموضوع و حجم البيانات التي يطلب جمعها و تحليلها لكن المهم أن تكون الأسئلة منسجمة تماما مع هدف أو أهداف البحث و تتناول كل الجوانب المطلوب معالجتها من قبل الباحث<sup>1</sup>.

و في هذه الدراسة تم صياغة أسئلة الإستمارة و توزيعها على ثلاثة محاور حيث تضمن كل محور مايلي:

المحور الأول: و يضم البيانات الشخصية لأفراد العينة.

المحور الثاني: دوافع و أنماط استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين.

المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري.

و قبل الإعداد النهائي للإستمارة تم اختبار صدقها بعرضها على الأساتذة لتحكيمها، بعدها قمنا بتوزيع الإستمارات على أفراد العينة.

### 9- مجتمع البحث الكلي:

لما كانت دراستنا تهدف إلى معرفة كيفية اعتماد الصحفيين الجزائريين على منصات التشبيك الإجتماعي كمصدر للأخبار و المعلومات الصحفية، قامت الباحثان بإحصاء مجتمع البحث الكلي المتمثل في مجمل الصحفيين الجزائريين العاملين في قطاع الإعلام السمعي البصري في كل من قناة الشروق الإخبارية و قناة الحياة من فئة مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار و المعلومات في ممارساتهم الإعلامية.

### 10- عينة الدراسة:

1 - عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 288-289.

## الإطار المنهجي

نظرا لكبر حجم مجتمع البحث و تعذر إجراء دراسة مسحية شاملة و دقيقة على كافة مفرداته قمنا باعتماد أسلوب العينة القصدية، و ذلك من أجل دراسة الموضوع بشكل أدق ثم تعميم النتائج على كافة أفراد مجتمع البحث الكلي، و تمثل عدد أفراد عينتنا في 40 مفردة.

### 11-مصطلحات الدراسة:

#### \*الإعتماد:

**-التعريف الإصطلاحي:** اعتمد الشيء أو اعتمد عليه، أي: اتكأ عليه أو استند اليه أو اتكل عليه<sup>1</sup>

**-التعريف الإجرائي:** المقصود به استخدام صحيفو قناة الشروق لشبكات التواصل الإجتماعي، و اعتمادهم عليها كمصدر للأخبار و المعلومات.

#### \*الصحفيين الجزائريين:

**-التعريف الإصطلاحي:** الصحفي هو كل من يباشر بصفة أساسية و منتظمة مهنة الصحافة في صحيفة يومية أو دورية، أو في وكالة أنباء، أو الذي يعمل بصفة مراسل لصحيفة<sup>2</sup>

**-التعريف الإجرائي:** المقصود بالصحفيون الجزائريين في هذه الدراسة هم الصحفيون الذين يزاولون مهنة الصحافة في المجال السمعي البصري في قناة الشروق الجزائرية.

#### \*شبكات التواصل الإجتماعي:

**-التعريف الإصطلاحي:** هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين

لديهم الإهتمامات و الهويات نفسها، أو جمعهه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية<sup>3</sup>.

**-التعريف الإجرائي:** هي المواقع الإجتماعية المتمثلة في الفيسبوك، التويتر، واتساب و غيرها، التي تسمح للأفراد بالتواصل و تتيح لهم عدة خدمات مثل حرية النشر و تبادل و مشاركة مختلف المنشورات.

#### \*الصحافة:

---

1-جبران مسعود، إرائد الصغير، معجم أبجدي للمبتدئين، الطبعة الأولى، دار العلم للملايين مؤسسة ثقافية للتأليف و الترجمة والنشر، بيروت، لبنان، 1996م، ص 67.

2-محمد منير حجاب، مدخل إلى الصحافة، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2010م، ص 25.

3-جبريل بن حسن العريشي و آخرون، الشبكات الإجتماعية و القيم، رؤية تحليلية، الطبعة الأولى، الدار المنهجية النشر و التوزيع، عمان، 2015م، ص 21.

## الإطار المنهجي

**-التعريف الإصطلاحي:** الصحافة هي مؤسسة من مؤسسات الإقتصاد الحديث، مهمتها التقاط الوقائع و إيصال أنبائها إلى حيث تكون الفائدة أشمل و أثرها أعمق<sup>4</sup>.

**-التعريف الإجرائي:** هي مجال عملي علمي يقوم على جمع الأخبار و الأحداث و الوقائع، و بثها للجمهور عن طريق وسيلة إعلامية مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية أو إلكترونية.

### 12-الدراسات السابقة:

#### -الدراسة الأولى: دراسة أمين منصور وافي:

بعنوان مدى اعتماد الإعلاميين الفلسطينيين على شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للأنباء و المعلومات، و انطلق من الإشكالية التالية: مامدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على شبكات التواصل الإجتماعي أو أدوات الإعلام الجديد كأحد أشكال الخدمات الإعلامية التي يعتمد عليها كمصدر للأنباء للتعرف على أهم المعلومات، الأنباء و الأحداث.

توصل من خلالها إلى النتائج التالية:

-ان غالبية أفراد عينة الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بشكل دائم و متواصل بنسبة 93.06%، و يعود ذلك إلى تحديات العمل الإعلامي.

-بينت الدراسة أن سبب ضعف استخدام بعض أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الإجتماعي يعود إلى الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى، أو ليس لدى الإعلاميين وقت فراغ لمعرفة كل ما هو موجود على الشبكات.

-بينت الدراسة أن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الفيسبوك بالمرتبة الأولى بنسبة 48%، و من ثم تويتر بالمرتبة الثانية بنسبة 24%، و جوجل بلس بالمرتبة الثالثة.

#### -الدراسة الثانية: دراسة بو بكر بو عزيز:

تحت عنوان استعمال وسائل الإعلام الإجتماعية كمصدر للأخبار، انطلق من إشكالية عامة هي: ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار؟ و من أهم النتائج المتوصل إليها مايلي:

-أكثر من نصف الصحفيين لا يعتمدون على مواقع التواصل الإجتماعي في مجال عملهم بنسبة 51.92%، في حين نسبة 48.08% أجابوا بأنهم يعتمدون عليها.

-أغلبية الصحفيين الجزائريين لم يسبق لهم أن نشروا أخبار تحصلوا عليها من مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بنسبة 53.85%.

4-هلال ناتوت، الصحافة نشأة و تطورا، الطبعة الأولى، الدار الجامعية للطباعة و النشر، الإسكندرية، 2006م، ص 16.

### -الدراسة الثالثة: دراسة بن عمار سعيدة خيرة:

بعنوان تمثلات و استخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الإجتماعية، ارتكزت إشكالياتها على السؤال المحوري التالي: ماهي تمثلات و استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الإجتماعية؟ و توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى النتائج التالي:

-الذكور هم أقوى استعمالاً لمواقع التواصل الإجتماعي في المعالجة الإخبارية.

-صحفيي المؤسسات الخاصة تفوق نسبتهم صحفيي المؤسسات العامة في استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار و أداة مساعدة في التغطية الإخبارية.

-خلصت الدراسة إلى أن الصحفيون المبتدئون هم أكثر اعتماداً على مواقع التواصل الإجتماعي مقارنة بالصحفيين الذين لديهم خبرة مهنية.

### -الدراسة الرابعة: دراسة فلاح سلامة حسن الصفدي:

تحت عنوان استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي و الإشباع المتحققة، و تمحورت مشكلة الدراسة حول التعرف على استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي، و التعرف على مدى استفادته من شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات و كأداة لاستطلاع الإتجاهات و الآراء، و الإشباع المتحققة من استخدامه لها، و من أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة مايلي:

-الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 98.7% بينما 1.3% لا يستخدمونها.

-مكان العمل هو أكثر الأماكن الذي يستخدم فيه المبحوثين شبكات التواصل الإجتماعي.

-شبكة الفيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر استخداماً من طرف المبحوثين.

-أما من ناحية الموضوع جاءت المواد السياسية في مقدمة المواد أو الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاركتها عبر شبكات التواصل الإجتماعي.

### -الدراسة الخامسة: دراسة محمود يوسف أحمد اللوح:

## الإطار المنهجي

بعنوان اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات و انعكاسها على أدائهم المهني، تمحورت مشكلة الدراسة حول التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن و انعكاسها على أدائهم المهني، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

-درجة اعتماد الصحفي الفلسطيني على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات عالية، و جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 46.7%

-أن أهم أنواع صحافة المواطن التي يعتمد عليها الصحفي الفلسطيني كمصدر للمعلومات كانت على النحو التالي: 1-شبكات التواصل الإجتماعي، 2-مواقع بث الفيديو، 3-المواقع الإخبارية التساهمية، 4-القوائم البريدية الإلكترونية، 5-مواقع التحرير الجماعي، 6-تطبيقات الهاتف الذكي، 7-التطبيقات الإخبارية، 8-المدونات الإلكترونية.

-إن ما نسبته 90.8% من الصحفيين سبب اعتمادهم على صحافة المواطن يرجع إلى السرعة في نقل المعلومات و الأخبار دون معيقات.

### -الدراسة السادسة: دراسة نعيمة خلايفية:

بعنوان استخدام صحفيي التلفزيون الجزائري للمعلومة الإلكترونية كمصدر في أداء المهام، و انطلقت من الإشكالية التالية: مامدى استعمال صحفيي قسم الأخبار في التلفزيون الجزائري للمعلومة الإلكترونية كمصدر لأداء مهامهم؟.

و أبرز ما توصلت إليه صاحبة الدراسة من نتائج مايلي:

-أنه لم يتلق أي صحفي من قسم الأخبار للتلفزيون الجزائري أي تدريب أو تكوين نظري في ميدان البحث عن المعلومة الإلكترونية.

-يلجأ صحفيي قسم الأخبار إلى الموقع الإلكتروني كمصدر معلومة في غياب مصدر وكالة الأنباء الجزائرية، أو تأخر المعلومة عن الوصول لهذه الوكالة.

-أغلب الصحفيين يعتبرون المعلومة الإلكترونية إيجابية في العمل المهني و ذلك راجع لكون هذه الأخيرة أصبحت من ضروريات العمل الصحفي في القرن العشرين.

### -الدراسة السابعة: دراسة عبد الرحمان محمد الشامي

و التي تحمل عنوان: اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الإجتماعي مصدرا للأخبار في أثناء الحروب و الأزمات: دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم،

## الإطار المنهجي

و تمحورت مشكلة الدراسة حول مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار و المعلومات في أثناء الحروب و الأزمات و ذلك بالتطبيق على عاصفة الحزم، و خاصة في ظل إغلاق عدد من الصحف الورقية و مصادرة ممتلكاتها، و حجب عدد من المواقع الإلكترونية، و من ثم تصبح هذه الشبكات منصة نشر مهمة في وضع كهذا، و مصدرا للحصول على الأخبار و المعلومات و خاصة ما يتعلق بالمواجهات العسكرية الدائرة في مختلف محافظات اليمن، و قد توصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

-أكدت نتائج الدراسة مدى انتشار الفيسبوك بين الصحفيين اليمنيين، فجميع الصحفيين الذين شملتهم هذه الدراسة يحرصون على تصفح هذه الشبكة، كما كشفت الدراسة عن أهمية الواتس آب و سيلة اتصال تكنولوجية حديثة، و وافدا جديدا إلى العمل الصحفي يعمق التفاعلية التي تميز الإعلام البديل و يعزز السرعة و الآنية في توصيل الخبر، و تبادل المعلومات و غيرها من وظائف العمل الصحفي الأخرى، فقد برز هذا التطبيق ضمن قائمة أهم مصادر الأخبار و تبادل المعلومات بالنسبة للصحفيين اليمنيين.

- كما تستأثر شبكات التواصل الإجتماعي بأهمية خاصة في أثناء الأزمات و الحروب و الصراعات، للحصول على معلومات حول الأحداث و الموضوعات المحلية خاصة، و الأحداث و الموضوعات العربية عامة، فقد برزت هذه الشبكات بوصفها مصدر أخبار للأحداث المحلية بالنسبة لجميع الصحفيين اليمنيين.

-أما بالنسبة لاتجاهات الصحفيين حول شبكات التواصل الإجتماعي، فهم يدركون الإضافة الحقيقية و المهمة التي تمثلها هذه الشبكات للعمل الصحفي، و لكنهم في المقابل يعون ما تمثله من تهديد للقيم الصحفية التي استقرت في العمل الصحفي طوال العقود الماضية، فضلا عن المخاطر المحدقة بالنسيج الإجتماعي من جراء الإستخدام غير الرشيد لشبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأوقات من بعض أفراد الجمهور.

### الدراسة الثامنة: دراسة حاتم سليم علاونة

بعنوان: صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، و تتجسد مشكلة الدراسة في مايلي: هل يمكن أن تكون مخرجات هذه الصحافة مصدرا للمعلومات من قبل العاملين في الإعلام التقليدي على الرغم من التحديات التي تواجه صحافة المواطن، منها التحديات المفاهيمية و الإقتصادية و القانونية و الأخلاقية.

و من بين أهم النتائج التي توصل إليها الباحث في دراسته نذكر:

-80% من أفراد العينة المبحوثة يرون أن على وسائل الإعلام أن تقوم أولا بمراجعة و تحرير المواد المرسله من المواطن الصحفي ثم نشرها.

## الإطار المنهجي

-أشارت النتائج إلى أن 44% من أفراد العينة المبحوثة اتخذوا اتجاه الحياد حول ما إذا كانت صحافة المواطن أقل قيمة من الصحافة التقليدية.

-تشير نتائج الدراسة إلى أن 79% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن التكنولوجيا الحديثة تساهم في إيجاد أنماط جديدة للرسالة الإتصالية.

### الدراسة التاسعة: دراسة عبد الله ممدوح مبارك الرعود

و التي تحمل عنوان: دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، و تمثلت مشكلة دراسته في مايلي: ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في مصر و تونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

و ابرز ما توصلت إليه هذه الدراسة مايلي:

-أن لشبكات التواصل الإجتماعي دورا مرتفعا في مقاومة الرقابة و الحجب و الدعاية في الإعلام الرسمي.

-أن لشبكات التواصل الإجتماعي دورا مرتفعا في التأثير على وسائل الإعلام التقليدية، و هذا الإرتفاع يعزى إلى مستوى ادراك العينة لتأثير تكنولوجيا الاتصال.

### 13-التعقيب على الدراسات السابقة:

تتضمن الدراسات السابقة مجموعة من العناصر المهمة التي استفادت منها الدراسة الحالية أهمها:

-ساعدتنا الدراسات السابقة في الوصول إلى منهج مناسب و ملائم للموضوع محل الدراسة.

-تحديد عينة البحث و ضبط الأدوات العلمية الملائمة و التي تساعد في جمع أكبر قدر من المعلومات.

-التمكن من ضبط خطة الدراسة وكيفية صياغة الفصول و المباحث

ومن خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة لاحظنا وجود نقاط تشابه و اختلاف مع دراستنا نبينها في مايلي:

-كل الدراسات بما فيها دراستنا الحالية اعتمدت على تطبيق نفس المنهج و المتمثل في منهج المسح الوصفي، و الذي يعد الأنجع في مثل هكذا دراسات.

-كما أنها اشتركت في مجتمع البحث و المتمثل في مجموع الصحفيين الذين يعتمدون على مواقع التواصل الإجتماعي في عملهم الصحفي، بينما اختلفت في مفردات العينة.

-أغلب الدراسات السابقة ركزت على معرفة مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي في العمل الإعلامي، بينما تهدف دراستنا إلى معرفة كيفية استخدام هاته المواقع في العمل الإعلامي.



الإطار  
المنظري  
للدراسة

الفصل

:الأول

مدخل

مفاهيمي

لشبكات

# التواصل الاجتماعي

### تمهيد:

إن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإتصالات و كذا تطور و شيوع استعمال الأنترنت أدى إلى بروز الجيل الثاني من الأنترنت أو ما يعرف ب "الويب 2"، الذي قلب كثير من المفاهيم و أعاد تشييد مفاهيم جديدة، أين برزت ضروب جديدة من وسائل الإعلام و الوسائط و في مقدمتها المواقع الإجتماعية أو وسائل التواصل الإجتماعي، و هذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل من خلال تعريف هذه الشبكات الإجتماعية و إعطاء لمحة عن مراحل نشأتها و تطورها، مع ذكر أبرز و أشهر هذه المواقع بالإضافة إلى خصائصها و مجالات استخدامها، لتتطرق في الأخير إلى الآثار السلبية و الإيجابية لهاته المواقع الإجتماعية.

### المبحث الأول: تعريف شبكات التواصل الإجتماعي ومراحل نشأتها و تطورها

#### أولاً: تعريف شبكات التواصل الإجتماعي

هي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية افتراضية يجمع بين أفرادها إهتمام مشترك أو شبه انتماء(بلد، مدرسة، جامعة، شركة.....)، يتم التواصل بينهم من خلال

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية، و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض، و هي وسيلة فعالة للتواصل الإجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية<sup>1</sup>.

و تعرف أيضا بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون و في أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات، و تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيرها من الإمكانيات التي توصلد العلاقة الإجتماعية بينهم<sup>2</sup>.

### ثانيا: مراحل نشأة و تطور شبكات التواصل الإجتماعي

عند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الإجتماعية في الفضاء المعلوماتي، تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

#### المرحلة الأولى:

يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للشبكات الإجتماعية، و هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب **web1**، و من أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع **sixdegrees.com**، و هو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم، و إدراج أصدقائهم، و بدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998م، و قد أخفق هذا الموقع عام 2000م، و من المواقع التأسيسية للشبكات الإجتماعية أيضا موقع **classmates.com**، الذي ظهر في منتصف التسعينيات، و كان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، و شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع **live.journa**، و موقع **cyworld** الذي أنشئ في كوريا..... الخ، و كان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الإجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء، و على الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الإجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء<sup>3</sup>.

#### المرحلة الثانية:

يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجة الثانية للويب **web2**، و المقصود أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، و تعتبر مرحلة إكمال الشبكات الإجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع **my space**، و هو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع **الفيس بوك** و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الإجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات

1 - ابتسام دراحي، شبكات التواصل الإجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد الأول، جوان 2017م، ص 203.

2- نفس المرجع، ص 205.

3- جبريل حسن العريشي و آخرون، الشبكات الإجتماعية و القيم، رؤية تحليلية، الطبعة الأولى، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، 2015م، ص 24-25.

العالمية، و يتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم<sup>1</sup>.

## **المبحث الثاني: أبرز وأشهر مواقع و شبكات التواصل الإجتماعي**

### **1-لينكدين: linkedin**

أنشئ موقع **linkedin** سنة 2003م، وهو مزيج بين الفايسبوك و غوغل بلاس، لكن بدلا من إضافة الأصدقاء و العائلة و نشر صور .....الخ، سيكون للتواصل مع الشركات و زملاء و أرباب العمل، و يعمل الموقع على مستوى الفرد كسيرة ذاتية الكترونية، حيث يضيف معلومات عن دراساته و شهاداته و الخبرات التي اكتسبها، كما يتيح إضافة صورة شخصية، معلومات التواصل، الأوراق البحثية، الهوايات و أشياء أخرى، ليتسنى للموظفين الإطلاع عليها، و اختيار ما يناسب الوظائف الشاغرة بشكل دقيق، كما يؤمن لأرباب العمل بحثا واسعاً ضمن السير المهنية للأشخاص، و يعطي الموقع للشركات منصة لتقديم معلومات عن الشركة للمهتمين، و عرض الوظائف المتوفرة، كما يعمل كمنصة أخبار للموظفين بالشركة، كذلك يمكن أن يعمل كصفحة شخصية للأخبار الشخصية المهمة، فمثلا من الممكن لرب العمل أن ينشر أخبار و مناسبات الشركة على صفحته، و يمكن للموظفين رؤيتها على شكل news feed بدلا من إرسالها على بريدهم الإلكتروني<sup>2</sup>.

### **2-فيسبوك: facebook**

هو موقع تواصل اجتماعي مجاني يمكن المستخدمين من التواصل مع الأصدقاء و إضافة أصدقاء جدد، و كذلك التحدث بسهولة عن طريق إرسال رسائل إليهم و التواصل معهم من خلال نشر صور و كتابة تعليقات، و نقل أفلام أو موسيقى من أي موقع على شبكة التواصل، كما يؤمن المحادثات سواء كانت صوتية أم فيديو صوتا و صورة، هذا فضلا عن الكثير من الخدمات المميزة التي تجعله شبكة التواصل الأفضل من غيره<sup>3</sup>، تم إنشاؤه في فبراير عام 2004م بواسطة مارك زوكربورغ في جامعة هارفارد.

يرى مؤسس الموقع أن فيسبوك حركة اجتماعية و ليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، و يوصف بأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما، من خلال الإدلاء و المشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم و إهتماماتهم، و مشاعرهم و صورهم الشخصية، و لقطات الفيديو الخاصة بهم، و بلغ العدد الشهري للمستخدمين النشطين للموقع 1.44 مليار نهاية مارس

1- نفس المرجع، ص 25.

2- خضر إبراهيم حيدر، المبدا مفهومها المعاصر و علاقتها بالإعلام الكلاسيكي، الطبعة الأولى، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العتبة العباسية المقدسة، 2018م، ص 158.

3- نفس المرجع، ص 140.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

2015م بحوالي 75 لغة<sup>1</sup>. و يقدم الموقع مجموعة من الخدمات كلوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات و إرسال الرسائل، و خدمة تحميل الصور و الألبومات، و التعليق على الصور و الفيديوهات.

وامتدت شهرة الموقع لتصل المجال الإقتصادي و الخدماتي كوسيلة ناجحة للتسويق كما دخل المجال الإجتماعي و السياسي بقوة، من خلال المجموعات الكثيرة التي وجدت فيه ضالتها من خلال اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر وصولا إلى ضرب المواعيد و الدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أيا كانت طبيعتها<sup>2</sup>.

و الموقع في دوره الرئيسي هو شبكة للتواصل الإجتماعي، فهو أدنى إلى كونه وسيلة إتصال من كونه وسيلة إعلام، إلا أنه في الإطار الإعلامي يمكن الإستفادة منه من خلال ثلاث وظائف:

الأولى أنه وسيلة لزيادة مساحة إنتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من خلال وسائل أخرى، و في هذا السياق تعيد وسائل إعلامية نشر موادها -المقروءة والمرئية و المسموعة- على صفحاتها على فيسبوك، بالإضافة إلى قيام بعض كتاب الرأي بإعادة نشر مقالاتهم على صفحاتهم الخاصة، و كذلك الأمر بالنسبة إلى القائمين على برامج تلفزيونية و إذاعية، و في السياق ذاته يحصل الناشرون على رجع صدى إضافي من خلال المرتبطين بهذه الصفحات، غير ذلك الذي تتيحه وسائل النشر الأصلية.

الوظيفة الثانية هي أن عددا من الجهات العامة و الخاصة و الشخصيات العامة له صفحات على فيسبوك، الأمر الذي يوفر فرصة للصحافيين للحصول على أحدث المعلومات عن هؤلاء، و عن نشاطاتهم الجديدة، فضلا عن إمكانية التواصل معهم، و توجيه إستفسارات لهم، و إجراء حوارات معهم، الأمر الذي قد يتحول على مادة إعلامية منشورة.

أما الوظيفة الثالثة فهي أن فيسبوك يتيح المجال لإنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شأن مشترك، بما يجعله بمثابة نقطة إلتقاء إفتراضية تتجاوز حدود الإدارة المؤسسية محليا و دوليا، و قد يكتفي هؤلاء بالتعبير عن حجم التأييد أو المعارضة، و قد يمضون إلى سلوك ميداني، و في الحالتين تمثل هذه الصفحات مقدمة لتغطية إعلامية، كل هذا فضلا عن أن الفيسبوك يوفر لكل مشترك فيه الفرصة لتغطية الأحداث-بوسائط متعددة- و بالتالي إمكان إذاعتها لجمهور واسع من دون الحاجة إلى الإلتزام بمعايير وسائل الإعلام التقليدية أو الصحافة

1-مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الإجتماعي في الإحتساب، توتير نموذجاً، الطبعة الأولى، دار المحتسب للنشر و التوزيع، الرياض، 1438هـ، ص 26-27.

2 -دليلة غروية، الأنترنت، الشبكات الإجتماعية و ثورة الإعلام الجديد، مجلة الباحث الإجتماعي، المجلد 11، العدد 11، الجزائر، مارس 2015م، ص 135-136.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

الإلكترونية، و الواقع أن بعض هذه التغطيات تنتقل إلى وسائل الإعلام التقليدية و الصحافة الإلكترونية<sup>1</sup>.

### **3-يوتيوب: youtube**

هو موقع متاح للعموم على شبكة الأنترنت لمشاركة ملفات الفيديو، يمكن مستخدميه من تحميل و مشاهدة اللقطات المصورة بل و التعليق عليها، بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها، و يعتمد الموقع برنامج "أدوبي فلاش فيديو"، و قد تم إنشاؤه في فيفري من عام 2005م بوصفه موقعا شخصيا لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل الاسم نفسه في نوفمبر من عام 2005م بولاية كاليفورنيا الأمريكية، و في نوفمبر من عام 2006م قامت شركة "غوغل" بشراء موقع يوتيوب، و بالإضافة إلى الملفات العامة يتيح الموقع تصنيف بعض مواده إلى قنوات تخص أنماطا محددة مثل قنوات الكوميديا و الموسيقى و النشاطات الخيرية، و الأخبار الدولية و المحلية<sup>2</sup>.

و من الناحية الإعلامية يمكن تصنيف الملفات على يوتيوب إلى نمطين رئيسيين "الأرشيف" و "العرض الأول"

الأرشيف و هو الملفات التي تم نشرها عبر وسائل أخرى ثم نقلت إلى يوتيوب، و هذه الملفات -المنقولة غالبا عن التلفزيون- تمثل أرشيفا عاما يتيح للمستخدم مراجعة أي مادة لم يتسن له الإطلاع عليها في وقت أو على وسيط عرضها الأول، بعض هذه الملفات يتم رفعه من قبل أفراد بغرض توسيع نطاق الإطلاع عليها، و بعضها الآخر يتم رفعه بصفة منتظمة عن طريق مؤسسات إعلامية تملك قنوات بث تلفزيوني، و فيما تشمل هذه القنوات عموم البرامج، فإن بعض هذه القنوات على يوتيوب تخصص لبرنامج تلفزيوني محدد.

أما ملفات العرض الأول أي الملفات التي تعرض للمرة الأولى على يوتيوب فيمكن تصنيفها إلى نوعين: الأول ملفات يتم إعدادها لتكون رسالة إعلامية إلى العموم، و قد امتنع لأسباب مختلفة نشرها عبر مؤسسات الإعلام التقليدية بأدوات النشر التقليدية و الجديدة<sup>3</sup>.

أما النوع الثاني فتمثله لقطات التوثيق التي يقدمها أفراد لأحداث و تصريحات تعذر على وسائل الإعلام بلوغها، و هذا النوع و إن لم تشكل مواده ممارسة إعلامية إلا أنها بمثابة مواد خام يمكن تطويرها إلى أعمال إعلامية تبنى على هذا التوثيق<sup>4</sup>.

1 -سعد بن محارب المحارب، الإعلام الحديدي في السعودية، الطبعة الأولى، جداول للنشر و التوزيع، لبنان، 2011م، ص 116-117.

2 -سعد بن محارب المحارب، المرجع السابق، ص 113.

3 -نفس المرجع، ص 114.

4 -نفس المرجع، ص 115.

#### **4-تويتر:twitter**

هو عبارة عن موقع الكتروني يقدم خدمة تدوين مصغر، يسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات "tweets" عن حاليهم، بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق رسالة نصية قصيرة "sms"، أو عن طريق برامج المحادثة الفورية.

ظهر موقع تويتر في أوائل عام 2006م كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية في سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للإستخدام العام في أكتوبر 2006م، وفي أبريل 2007م قامت شركة odeo بفصل الخدمة، وتكوين شركة جديدة باسم twitter وبدأ الموقع في الإنتشار عالمياً كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، ومنذ مارس 2012م أصبح تويتر متوفراً باللغة العربية.

تطور موقع تويتر كثيراً خلال السنوات القليلة الماضية، ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسة و الكتاب و الرياضيين و غيرهم من جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق، كما أنه أصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يحسن استخدامها بشكل سليم<sup>1</sup>.

#### **5-واتس آب:whats app**

هو تطبيق تراسل فوري و متعدد المنصات للهواتف الذكية، و يمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو و الوسائط.

تأسس عام 2009م من قبل الأمريكي بريان آكتون و الأوكراني جان كوم، و كلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهوو، و قد قامت شركة فيسبوك بشراء واتس آب عام 2014م<sup>2</sup>.

#### **6-إنستغرام:instagram**

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، و شبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر 2010م، يتيح للمستخدمين التقاط صورة و إضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الإجتماعية، في البداية كان دعمه على الآيفون و الأيباد و الأيبود، وفي أبريل 2012م أضيف لمنصة الأندرويد، ثم تطور في جوان 2013م ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين<sup>3</sup>.

#### **7-ماي سبيس:my space**

1- مركز المحتسب للإستشارات، مرجع سبق ذكره، ص 41-42.

2- خضر إبراهيم حيدر، مرجع سبق ذكره، ص 148.

3- مركز المحتسب للإستشارات، نفس المرجع، ص 30.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

هو شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، و يقدم خدمات أخرى كالمدونات و نشر الصور و الموسيقى و مقاطع الفيديو على المجموعات البريدية، و ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، و يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا بكاليفورنيا<sup>1</sup>.

### **8- سناب شات: snapchat**

يعتبر تطبيق سناب شات من أبرز التطبيقات الحديثة، حيث إنتشر بين الشباب و مستخدمي الهواتف الذكية، وأصبح له شعبية كبيرة، خصوصا بعد الإعلان عن ميزة رسائل الفيديو لأجهزة الأيفون، التي تجعل الشخص قادرا على تسجيل مقطع فيديو، كما تم إطلاق تلك الميزة في الأجهزة التي تعمل بنظام "أندرويد"، لكن التحديث الجديد على نظام iOS يتميز بإء ادة الرسالة و إمكانية مشاهدتها مرة أخرى، حيث أصبح هذا التطبيق يمكن مستخدميه على أجهزة أبل الذكية من مشاهدة رسالة واحدة فقط يوميا من الرسائل الواردة مرة أخرى، و بعد ذلك يقوم خادم سناب شات بمسحها، كما يتصف التطبيق بميزة المرشحات الذكية التي تجعل المستخدم قادرا على وضع درجة الحرارة الحالية على الصور التي يقوم بإرسالها لأصدقائه، و يتميز التطبيق بالمرشحات البصرية التي تضيف مؤثرات على الصور، بالإضافة إلى إمكانية كتابة تعليق على الصور المرسلة، كما يتميز بإمكانية تحديد وقت معين لأصدقائك لمشاهدة الصور التي قمت بإرسالها، و بعد إنتهاء هذا الوقت يتم مسح تلك الصورة و حذفها بشكل نهائي<sup>2</sup>.

### **9- جوجل بلس: google plus**

شبكة إجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل، و تم إطلاقها تجريبيا في 28 يونيو 2011م، وفي 20 أيلول أصبح متاحا لأي شخص فوق 18 عاما التسجيل بدون دعوة، يقدم جوجل بلس عدة خدمات مثل الدوائر، و مكالمات الفيديو، و الإهتمامات، و المحادثات الجماعية و المنتديات و الصفحات و غيرها، مع دمج خدمات بعض خدمات جوجل القديمة مثل صدى جوجل، الملف الشخصي.....، و تتيح الدوائر للمستخدمين القيام بعملية تقسيم الأصدقاء و الأقارب في حلقات، وفقا لتصنيفاتهم فمثلا يمكن وضع الأهل و الأقارب في حلقة خاصة بهم... وهكذا، ثم يمكن للمستخدم أن يقوم بتحديد المعلومات التي يمكن أن تراها كل مجموعة، كما تضمن مكالمات الفيديو للمستخدم التعرف على الأشخاص الموجودين على شبكة الأنترنت، وهي تشبه إلى حد ما المكالمات المرئية، فبمجرد الإنضمام إلى إحدى حلقات مكالمات الفيديو ستتمكن من الدخول في محادثة مرئية مع كل الموجودين، من ناحية أخرى فالخدمة مزودة بخدمة ( instant upload)، والتي تقوم تلقائيا برفع كل الصور و مقاطع الفيديو

1- خيرة محمدي، إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة مسحية استطلاعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإنصالية، المجلد 5، العدد 10، الجزائر، جوان 2017م، ص 174-175.  
2- خضر ابراهيم حيدر، مرجع سبق ذكره، ص 151-152.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

الموجودة على الهاتف الشخصي للمستخدم إلى ملفه الشخصي في الخدمة، بحيث يمكنه تحديد الأشخاص الذين يمكنهم تبادل و رؤية هذا المحتوى<sup>1</sup>.

كما تتيح خاصية الإهتمامات للمستخدم كتابة و إدخال إهتماماته، لكي يتم تزويده بكافة الموضوعات ذات الصلة، بما في ذلك الأخبار و مقاطع الفيديو و غيرها من أنواع المحتوى.

### **المبحث الثالث: مجالات استخدام الشبكات الإجتماعية**

#### **-التعارف و الصداقة:-**

و هو أهم أوجه استخدامات الشبكات الإجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

#### **-إنشاء صفحات خاصة بالأفراد و الجهات:-**

وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الإجتماعية في بيئة الويب 2، فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير و الشخصيات المتميزة ، وكذلك الجهات و المؤسسات و يقوم محبي صاحب الصفحة بالإشتراك فيها للتعرف على أخباره و أنشطته.

#### **-إستخدامات ترفيهية:-**

تضم الشبكات الإجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

#### **-وسائل الإتصال بين أفراد المجتمع:-**

توفر الشبكات الإجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، من أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الإجتماعية، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

#### **-الدعاية و الإعلان:-**

يمكن إستخدام الشبكات الإجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها، كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الإجتماعية<sup>2</sup>.

### **المبحث الرابع: خصائص و مميزات الشبكات الإجتماعية**

تتميز شبكات التواصل الإجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

1 - مركز المحتسب للإستشارات، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.  
2 -ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الإفتراضية الجديدة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، 2014م، ص 379-380-381.

## **1-التعريف بالذات:**

و هي الخطوة الأولى للدخول لمواقع التواصل الإجتماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية، و هي الصفحة التي يضعها المستخدم و يطورها و يقوم بالتعريف بنفسه، من خلال النص و الصورة و التعليقات و الفيديوهات و غيرها من الوظائف الأخرى<sup>1</sup>.

## **2-التفاعلية و التشاركية:**

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضة، أزياء، موسيقى....)، أو ما يتعلق بمواطنه (أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينة أو بعض المعالم الأخرى) التي يرغب بتقديمها للآخرين، و تسمح شبكات التواصل الإجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها، أو إبداء الإعجاب بها، و يكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين و مدى تفاعلهم و الرد عليهم مباشرة، و قد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل و مشاركة المضامين مع الآخرين.

## **3-التلقائية:**

يتسم التواصل عبر الشبكات الإجتماعية بأنه تلقائي و غير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، و كذلك عدم وجود لوائح و قيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل، فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الإتصال<sup>2</sup>.

## **4-سهولة الإستخدام:**

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي، و معظم هذه الشبكات توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

## **5-الحضور الدائم غير المادي:**

إذ لا تتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الإتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات أو غيرها من مجالات إهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الإتصال مباشرة، و هذا لا يتوفر في وسائل

1 - أحمد قاسمي، سليم جدي، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية و السياسية و الإقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019م، ص 20.

2 - حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الإجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015م، ص 85.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

الإتصال التقليديّة التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الإتصال.

### **6-دعم التجمعات:**

تتوافر في شبكات التواصل الإجتماعي خدمة تتيح للأشخاص إمكانية إنشاء مجموعات تشترك بالإختصاص أو الإلتواء الديني أو الإجتماعي مثل الفيسبوك<sup>1</sup>.

### **7-تكوين مجتمع افتراضي:**

تسمح مواقع التواصل الإجتماعي للأفراد من تكوين و خلق صداقات يبادلونهم الإهتمام و المحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت، غير أن مواقع التواصل الإجتماعي دعمت الإتصال و طورته في منظومة شبكية إلكترونية عالمية<sup>2</sup>.

### **9-الإنتتاح:**

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الإجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول و الإستفادة من المحتوى.

### **10-الترباط:**

تتميز مواقع التواصل الإجتماعي بأنها عبارة عن شبكة إجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الإجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك و هكذا، مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات<sup>3</sup>.

## **المبحث الخامس: آثار استخدام مواقع التواصل الإجتماعي**

### **أولا إيجابيات شبكات التواصل الإجتماعي:**

#### **1-تلبية حاجة إنسانية و إجتماعية طبيعية و فطرية للتواصل:**

حيث حلت شبكات التواصل الإلكتروني مشكلة ضعف التواصل الإجتماعي و المدني و الإنساني في المدن و التجمعات السكانية المكتظة، و لهذا نجد أن

1 - نفس المرجع، ص 86.

2 - أحمد قاسمي، سليم جدي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

3 - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، ماهية مواقع التواصل الإجتماعي و أبعادها التقنية، الإجتماعية، الإقتصادية، الدينية و السياسة على الوطن العربي و العالم، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، 2013م، ص 26-27.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

نسبة التواصل الإلكتروني الإجتماعي في الضواحي و المدن المكتظة تزيد بأضعاف عن القرى النائية، حيث التواصل الإجتماعي و الإنساني الطبيعي متوفر و متيسر بصورة أكبر.

### **2-تكوين الصداقات و البحث عن الأصدقاء:**

فالتواصل مع الأصدقاء و الأقارب من خلال مواقع التواصل الإجتماعي يساعد الشخص على توطيد علاقاته الإجتماعية من خلال التهئة بالمناسبات و النجاح...، و بث كلمات المودة و التعبير عن المكونات و غيرها، و قد أثبتت الدراسات أن التواصل من خلال مواقع التواصل الإجتماعي الإلكتروني يساعد على تدعيم التواصل و جها لوجه مع الأصدقاء و غيرهم.

### **3-إزدياد فرص الإبداع و الابتكار و التطور التقني و الفني و العلمي:**

تساعد وسائل التواصل الإجتماعي على بناء ورش إفتراضية تؤدي إلى بناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات و المعارف، و تزيد من فرص الإبداع و الابتكار و تبادل المعلومات التقنية<sup>1</sup>.

### **4-سرعة إيصال المعلومات و نشرها و تحول كل فرد إلى إعلامي:**

بينت دراسة أن وسائل التواصل الإجتماعي من أكثر الطرق التي تنتقل عبرها الأخبار في الوقت الحالي، فأكثر من 50% من الناس يعتمدون على المواقع الإجتماعية في معرفة الأخبار الجديدة، بالإضافة إلى أن 65% من الصحفيين و المحررين يعتمدون على موقع فيسبوك و تويتر للحصول على الأخبار.

### **5-المساعدة في البحث عن فرص العمل و الوظائف:**

بحيث تساعد على إيجاد منصة لعرض السير الذاتية، و الإعلان عن الهوية و الكفاءة.

### **6-رفع المكانة الإجتماعية لبعض الفئات العمرية المهمشة و الأقليات:**

أظهرت بعض الدراسات التي أجراها متخصصون أن أكثر من 25% من المراهقين تساعدهم مواقع التواصل الإجتماعي في خفض شعورهم بالخجل، و أن 20% من المراهقين أصبحوا أكثر ثقة بالنفس، هذا بالإضافة إلى دورها الإيجابي في مساعدة الأشخاص بسهولة لإعادة ثقتهم بأنفسهم نتيجة الإنخراط و الإنتماء لوسط و شبكة كبيرة.

1 -مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الإجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، الطبعة الأولى، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، بيروت، لبنان، 2016م، ص 57-58.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

و يمكن اعتبار وسائل التواصل الإجتماعي ملاذاً آمناً تلجأ إليه بعض الفئات الإجتماعية و الثقافية و السياسية المحرومة للتعبير عن آرائها و أوضاعها و مطالبها<sup>1</sup>.

### **ثانياً: سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي:**

بالرغم من الإيجابيات التي تتميز بها الشبكات الإجتماعية، فإنها لا تخلو من السلبيات، من بين أهمها نذكر:

#### **1-الخصوصية:**

هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الأفراد المشاركين في خدمات الشبكات الإجتماعية، إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية، التي قد تتعرض للسرقة من جهات و أشخاص، و كذلك الإعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الإلكترونية، و تعريض المشتركين إلى الأذى.

#### **2-إضاعة الوقت:**

إن الطبيعة الإجتماعية للبشر تدفعهم إلى الإندفاع إلى شبكات التواصل الإجتماعي، و التجول بين الصفحات، و التعليق على المنشورات، و الإعجاب بها...الخ، و هكذا من صفحة إلى أخرى دون أن يشعروا بالوقت.

#### **3-ضعف الثقة:**

لا يستطيع المشترك أن يشعر بالإتناء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها، و لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الإجتماعي هشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي.

#### **4-العزلة الإجتماعية عن العالم الواقعي:**

لهيمنة القيم المادية و إنشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة، لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الإجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين، و نتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي و غياب شبه تام عن العالم الحقيقي، و إذا كان من أهداف شبكات التواصل الإجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي<sup>2</sup>.

#### **5-إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:**

إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية، و الأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم

1 - مركز الحرب الناعية للدراسات، المرجع السابق، ص 62-63.  
2 -حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص 87-88.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

التواصل الطبيعي و قلة النطق باللغة العربية، فالتواصل الإجتماعي الإلكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الإتصال، كلغة الجسد و اللمس و الحركة...

و كما يلاحظ فإن مستخدمي التواصل الإجتماعي لا يتكلمون باللغة العربية لعدم وجود حوار شفهي، و إذا كتبوا النصوص يعتمدون لغة عربية غير صحيحة، و فيها عبارات أجنبية فضلا عن إنتشار كتابة المفردات العربية بأحرف اجنبية<sup>1</sup>.

### **6-إضعاف التركيز الذهني و محو الذاكرة:**

حيث أن التركيز الذهني في قراءة نص إلكتروني موجود على صفحة موقع إلكتروني إجتماعي لا تتعدى 25% بالقياس إلى القراءة الورقية التقليدية من الكتب، و ذلك بسبب خاصية التشعب النصي على صفحة فيس بوك مثلا، التي تتضمن عشرات الفقرات و الأوامر و الروابط المتشعبة، كما تترك عمليات التصفح و التواصل الإلكتروني الإجتماعي أثرا في محو الذاكرة و إستبدالها بذاكرة جديدة بفعل التراكم، حيث يتوقع مع مرور الزمن أن يتشكل ذاكرة جديدة تخزن الصور و النصوص و الأشياء و المفردات اللغوية الجديدة تشوش على الذاكرة القديمة المخزنة، و يمكن للمرء أن يجري تحقيقا علميا على بعض المستخدمين لشبكات التواصل، و أن يكتشف عمليات المحو و الإستبدال الحاصلة، و هي المسألة التي يبحثها الخبراء في إطار دراسة "تقنيات القراءة الرقمية و أثارها في الدماغ و الذاكرة"<sup>2</sup>.

### **7-إضعاف المهارات الجسدية و التواصلية:**

فالمستخدم لشبكات التواصل الإجتماعي لا يستغل سوى مهارتين أو ثلاث، ما يحرمه من تنمية الطاقات الأخرى الكامنة لديه، التي تساعد على النجاح في حياته المستقبلية و الإندماج في المجتمع.

### **8-بناء جيل جديد على نمط عقل "فيسبوك":**

حيث يتم توجيه و برمجة الدماغ البشري نتيجة عامل المداومة و الإدمان اليومي باتجاه قالب ذهني موحد، أي توجيه نمطية العقل الجمعي للمستخدمين، بحيث تصبح أدمغتهم شبيهة في طريقة تفكيرها و نشاطها العصبي بنمط الإتصال و هيكله الأوامر و المهام المعتمدة في صفحة الفيسبوك، و ذلك على غرار أوامر مثل: معجب، بما تفكر، تعليق، لوحة حائط، بطاقة مناسبات، أرسل صورة، أضف صديق، ماهي مفضلاتك، و غيرها من الأوامر<sup>3</sup>.

### **9-دفع المستخدم نحو ارتكاب الجرائم عن بعد:**

1 -مركز الحرب الناعمة للدراسات، المرجع السابق، ص 33.

2 -نفس المرجع، ص 35.

3 -نفس المرجع، ص 38.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

من سلبيات وسائل التواصل السماح بالإخلال بالآداب و الأخلاق، و المدفع نحو سرقة و قرصنة الملكيات الفكرية و المعلوماتية للآخرين، فوسائل التواصل الإجتماعي عالم مفتوح بدون محاسبة أو مسؤولية، و الأبحاث و الأرقام حول هذه النقطة السلبية أكثر من أن تحصى وهي حالات مشهودة في الواقع<sup>1</sup>.

### **10-زيادة الفجوة بين الأجيال:**

إن الفصام بين جيل الفيسبوك و الجيل التقليدي القديم يؤدي إلى عدم التفاعل و التلاحم بين الأجيال على المدى البعيد.

### **11-تدني حس المسؤولية و المصداقية الإعلامية:**

تحول وسائل التواصل الإجتماعي المستخدم إلى مراسل، ما يساعد في تنمية روح الإشاعة و المثرثرة و كشف الخصوصيات، و مثال ذلك الفوضى التي تنشرها أخبار whats app<sup>2</sup>.

### **12-إزدياد نزعة التسلية و هدر الأوقات و عدم استثمار الأعمار و الطاقات:**

حيث تساهم شبكات التواصل الإجتماعي المزودة بخيارات متنوعة لألعاب التسلية و المتضمنة لجوانب سلبية على المستوى القيمي و الأخلاقي، تساهم في هدر و تضييع الأوقات بدل إستثمارها في المعرفة الحقيقية و الإنتاج العملي و تنمية المهارات و التعرف على الواقع بالتجربة الحية<sup>3</sup>.

## **خلاصة الفصل:**

لقد مرت مواقع التواصل الإجتماعي في نشأتها عبر مرحلتين أساسيتين و اب 1 و اب 2 أين ظهرت مواقع التواصل و مكنت الأفراد من التواصل عبر مختلف أنحاء العالم و قد تطورت منذ بداية ظهورها لتصبح أكثر المواقع استخداما و لا تزال مستمرة في التطور إلى يومنا هذا ما جعلها ذات انتشار واسع في كل

1- مركز الحرب الناعمة للدراسات، المرجع السابق، ص 44.

2 - نفس المرجع، ص 46.

3 - نفس المرجع، ص 56.

## الفصل الأول..... مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الإجتماعي

---

المجتمعات الإنسانية و المواقع الإجتماعية كثيرة و متنوعة و مختلفة و قد تطرقنا في هذا الفصل إلى أبرزها مثل فيسبوك و تويتر و يوتيوب، أنستغرام...الخ.

الفصل

الثاني:

توظيف

الصحفيين

لمواقع

التواصل

الإجتماعي

# كمصادر للأخبار

### **تمهيد:**

باعتبار أن المعلومة تمثل المادة الخام التي يبنى عليها أي عمل صحفي فإنه في غيابها يفقد المجال الإعلامي لمعناه الحقيقي، و نظرا لصعوبة الوصول إليها في بعض الأحيان، و لأسباب مختلفة وجد الصحفي نفسه في هذه الحالة مضطرا على الإستعانة بمصادر بديلة غير التقليدية للحصول على مختلف الأخبار و المعلومات، و من تلك المصادر البديلة نجد شبكات و مواقع التواصل الإجتماعي و خاصة موقع فيسبوك و تويتر، فأصبح الصحفي يستخدم منشورات مستخدمي هذه المواقع الإجتماعية كمضمون لبناء مادته الإعلامية، هذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا الفصل.

### **المبحث الأول: إعتداد الصحفيين على منشورات مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي**

بعد طول إصرار و معارضة شديدة من قبل بعض وسائل الإعلام التقليدية لصحافة المواطن، و المضامين التي ينتجها الجمهور بحجة إنعدام المصداقية و المهارة الإعلامية فيها، فإنه لم يعد يسعها الآن إلا أن ترضخ للواقع

الإعلامي الجديد المفروض عليها، و تلتحق بسرب الإعلاميين سواء التقليديين أو الجدد الذين لم يعودوا فقط يستهلكون ما ينتجه الأفراد ولكن أيضا يعيدون نشره و بثه عبر وسائلهم الإعلامية، وهذا إن كان إختياريا بالنسبة إلى بعض القنوات، في بعض الحالات فإنه إضطراريا و إجباريا لبعض القنوات الأخرى، لأنها في كثير من الأحيان لا تملك حلولا أخرى لتغطية الحدث ولا تملك مراسلين صحفيين لنقل الوقائع في تلك الأماكن، فتضطر للإستعانة بالجمهور و مضامينه التي يقدمها، و الدليل على ذلك تقديم عدة تقارير و مراسلات أعدها مواطنون من قبل الكثير من القنوات و الوسائل الإعلامية في جملة من الأحداث، فمثلا لاحظنا جميعا أن غالبية القنوات الإعلامية كانت تنقل ما يلتقطه المواطنون من تسجيلات، و ما يكتبونه في المدونات كمادة إعلامية أساسية أثناء أحداث مصر، تونس، البحرين..... في بداية عام 2011م<sup>1</sup>.

## **المبحث الثاني: مجالات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل الصحفيين**

### **-الحصول على المعلومات:**

توفر شبكات التواصل الإجتماعي قدرا معتبرا من المعلومات و الأخبار في مختلف المجالات و الميادين، و في كل أنحاء العالم و المناطق، و لذلك يلجأ إليها الصحفيون لإستقاء هذه الأخبار و المعلومات، و إن كان الكثير من هذه الأخبار يعتبرها اللبس و الغموض علاوة على أنها قد تكون خاطئة أو مضللة، هذا ما زاد عدد المعارضين لفكرة الإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي في الصحافة خصوصا للحصول على معلومات و أخبار، ولكن رغم وجود هذه الفئات من المعارضين إلا أن في الجهة المقابلة هناك فئات لا تجد إشكالا في ذلك بشرط أن يتحقق الصحفي من المعلومات التي يستقيها، و ينتقي المعلومات و المضامين التي يعتمدها<sup>2</sup>.

### **-الحصول على المضامين الإعلامية تسجيلات، فيديووات.....:**

الكثير من الإعلاميين في القنوات التلفزيونية يعرضون برامج تعتمد على تسجيلات و فيديووات نشرت عبر مواقع التواصل الإجتماعي، و تختلف أشكال هذه البرامج من قناة إلى أخرى، فمنها ما يقدم تسجيلات و يعلق عليها، ومنها ما يستخدمها في نشرات الأخبار لتكملة مادة إعلامية أو خبر ما، أو هناك برامج أخرى عديدة تعتمد على هذه المضامين الإعلامية.

### **-التواصل مع الجمهور:**

1 - عبد الرحيم سليمان ،عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، د.ط، منشورات إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2016م، ص 101.  
2 - عبد الرحيم سليمان، المرجع السابق، ص 93.

من أكثر الغايات التي يستعمل من أجلها الصحفيون مواقع التواصل الإجتماعي التواصل مع الجماهير و الأفراد و التفاعل معهم و مناقشتهم حول مختلف المواضيع، ولا سيما تلك المتعلقة بالبرامج و المواد التي تعرضها هذه الوسائل الإعلامية، ومن المعروف أن وسائل الإعلام التقليدية كان ينقصها ميزة التفاعل و التواصل مع الجمهور، ولذلك فإن مواقع التواصل الإجتماعي التفاعلية قد وفرت هذه الميزة للإعلام التقليدي، فأصبح بإمكان الصحفيين التواصل مع جمهورهم.

### **-التعرف على تطلعات الجمهور و اهتماماته:**

لاشك أن ميزة التفاعل و التواصل مع الجمهور تمكن الصحفيين و الإعلاميين و القائمين على المؤسسات الإعلامية من معرفة تطلعات الجمهور و رغباتهم و إهتماماتهم المختلفة، وهذا ما يسمح لهم بتكوين نظرة شاملة و متكاملة على آراء الجمهور حيال ما يقدم لهم من برامج و مضامين، فيمكنها من خلال ذلك إجراء تعديلات و تصحيح أخطائها و ملأ الثغرات فيما تقدمه للجمهور.

### **-الترويج لمضامينها و برامجها الإعلامية:**

تعمل الكثير من وسائل الإعلام على توظيف مواقع التواصل الإجتماعي لإعلام الجماهير بالبرامج التي تقدمها و توقيت هذه البرامج، وما تناوله من مواضيع و غيرها من المعلومات التي تتعلق ببرامجها التي تبثها.

### **-تحسين تغطيتها لمختلف الأحداث:**

من أبرز الغايات التي يعتمد لأجلها الصحفيون على مواقع التواصل الإجتماعي تحميل التسجيلات و الفيديوهات التي تنشر من قبل شاهدي العيان و الأفراد الذين يتواجدون في موقع حدوث الحدث، فمن المستحيل أن يتواجد الصحفي في كل الأماكن خاصة أثناء بعض الظروف الإستثنائية، وهو ما يجعلهم يعتمدون على مضامين مواقع التواصل الإجتماعي.

### **-التهرب من الرقابة و المضايقات:**

فالكثير من الصحفيين يمنعون من نشر مواد إعلامية و برامج في مؤسساتهم الإعلامية، وذلك لأسباب مختلفة وهو ما يدفعهم إلى الإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي لنشر هذه المواد الإعلامية الممنوعة لتجنب الضغوطات<sup>1</sup>.

### **المبحث الثالث: توظيف الإعلام التقليدي لصحافة المواطن**

تحول الواقع الإعلامي إلى ما يمكن تسميته بالمتدمج الشامل، إذ نتحدث عن التكامل الإعلامي مع ولادة جيل جديد من الصحفيين، و نشأة ثقافة تكنولوجية أكثر تقدماً و عصرية للعمل الصحفي، بعد المرور من مجرد الحديث عن وسيلة إعلامية إلى الحديث عن فضاء مشترك، في ظل تطور الوسائل الإتصالية الرقمية التي جعلت المواطن حلقة فاعلة كشاهد على الحدث.

1 - عبد الرحيم سليمان، المرجع السابق، ص 94-95.

## الفصل الثاني .....توظيف الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للأخبار

و تمثل صحافة المواطن حقيقة تستوجب تغيرات على مستوى قواعد العمل الإعلامي و مبادئه، بعد أن أضحت النشر الصحفي أيضا بأيدي المواطنين و ذلك بفضل الأنترنت التي ساعدتهم على المشاركة بالعملية بصفة آنية و حيثما وجدوا، و تتميز هذه البيئة الإعلامية الجديدة بطابعها الفوضوي لغياب الحواجز المهنية و الأخلاقية، لكن هذه البيئة جعلت الصحفيين المحترفين يشعرون بتهديد الإعلام الجديد لهم، لما يتمتع بسرعة في نقل المعلومة و إيصالها إلى قاعدة جماهيرية واسعة.

لكن الأمر تجاوز مجرد إنتقال الصحفيين المهنيين إلى العالم الافتراضي و إندماج وسائل الإعلام، و أصبحت هناك علاقة إتصالية تكاملية بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مما فرض وجود فريق بأكمله في بعض القنوات الإخبارية العالمية مهمته البحث عن المعلومة بالميديا الجديدة.

و بالتالي تعد الميديا الجديدة مصدرا مهما للمعلومات بالنسبة إلى المؤسسات الإعلامية التقليدية لا سيما مع تطور صحافة المواطن، لكن لا ينبغي للفريق الصحفي أن يكتفي بإيجاد المعلومة، بل يعتبر التثبت منها و التدقيق فيها قبل بثها أو إذاعتها أمرا مفروغا منه مع احترام القواعد الصحفية التي يتبعها الإعلام التقليدي في التعامل مع المعلومة.

و كثيرا ما يجد الإعلام التقليدي نفسه مطالبا بتصحيح الأخبار الزائفة التي تنشر عبر الميديا، و لهذا توجد بعض المواقع الإلكترونية التي تتولى التدقيق في الأخبار التي يوفرها ناشطو الأنترنت، و يعتبر موقع Digg نموذجا متطورا إذ يكفي أن يؤكد ناشطوه الخبر المنشور به حتى تصبح المعلومة موثوقا بها<sup>1</sup>.

### المبحث الرابع: شبكات التواصل الإجتماعي كمصادر للأخبار الصحفية

#### **1-الفيسبوك مصدر أخبار الإعلام:**

تجد وسائل الإعلام في الفيسبوك أفكارا و معلومات تجعله مصدرا لتشكيل أخبارها من خلال:

#### **-المقابلات الصحفية و البحث عن المعلومات:**

يتيح الفيسبوك للإعلامي تصفح الصفحة الشخصية لأي شخص و الإطلاع على كافة تفاصيل حياته، لاسيما توجهاته السياسية و الإجتماعية و الفكرية و غيرها، ما يسهل عمله في جمع البيانات لمقابلاته.

#### **-إستطلاع عن الرأي العام حول قضية ما:**

1 -عبد الرحيم سليمان، المرجع السابق، ص 44.

استطاعت الوسائل الإعلامية أن ترصد ردود فعل الرأي العام و تفاعله حول أي قضية عبر تعليقاتهم الفيسبوكية، و إستمدت منهم مصدرا مهما لمعلوماتها لكتابة مقالاتها أو تصوير تقاريرها.

### **-الثورات و النشاطات السياسية و المدنية:**

بعد أن كان الفيسبوك مجرد أداة للتواصل بين الأفراد، توسع إستخدامه ليشمل النشاط السياسي و الفكري عبر تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية، خصوصا الثورات التي لعب الفيسبوك دورا أساسيا في إنطلاقها و نجاحها إثر الصفحات الداعية للمشاركة في التظاهرات، و نقل أخبار الثورات و تفاصيل أي حراك و توقيته، و هذا بالتالي ساهم بتتبع أخبار تفاصيل أي حراك عبر الفيسبوك.

### **-التصريحات على أنواعها:**

إن التصريحات لبعض الشخصيات البارزة أو بعض الأشخاص الذين يصرحون عبر الفيسبوك بخبر مهم، تثير فضول وسائل الإعلام التي تسعى إلى التواصل مع هؤلاء الأشخاص للتأكد من صحة الخبر.

### **-أخبار الشخصيات المهمة:**

كأخبار زواج أو مرض إحدى الشخصيات البارزة، فإذا تم نشر صورة لفنان معين على صفحة الفيسبوك تفيد بأنه مريضا أو تعرض لحادث أو تزوج .....، تسارع وسائل الإعلام الإتصال بالفنان لأخذ تفاصيل عن مرضه أو تفاصيل تعرضه للحادث.....

### **-الفيديوهات و الصور:**

تشكل الفيديوهات و الصور التي تعرض على صفحات الفيسبوك الشخصية أسئلة كثيرة لدى وسائل الإعلام، ما يدفعها إلى التحقق و من ثم صياغة مادة إعلامية تهم الرأي العام<sup>1</sup>.

و لا يشكل الفيسبوك مصدر أخبار لوسائل الإعلام فقط، بل يعتبر مروجاً أساسياً للمواد الصحفية و المواضيع الإعلامية، و لذلك استغلت وسائل الإعلام وجود الفيسبوك لتوسيع نطاق عملها و إزدهاره بهدف إيصال أخبارها و الترويج لها، و ذلك عبر إنشاء صفحاتها الخاصة على الفيسبوك.

و بما أن الفيسبوك مصدر أخبار و مروج للإعلام، تخصص وسائل الإعلام أيضا مساحة لأخباره و غيره من وسائل التواصل الإجتماعي ضمن أخبارها اليومية، فالكثير من المحطات التلفزيونية تخصص فقرات لأبرز أخبار مواقع التواصل الإجتماعي ضمن نشرتها الإخبارية أو ضمن برامجها، و كذلك الصحف التي تحجز

1 - ريم خازم، عندما يصح الفيسبوك مصدر أخبار الإعلام، صحيفة لبنان الجديد الإلكترونية، 23-شباط-2017م، تاريخ الإطلاع على المقال 16-03-2019م، متوفر على الرابط: // [www.newlebanon.info/lebanon-now/305473](https://www.newlebanon.info/lebanon-now/305473)

عددا من صفحاتها للأخبار المتفرقة و المسلية و التي يكون مصدرها الفيسبوك، و بالتالي فإن هذا الموقع أصبح من المؤسسات المهمة لاسيما الإعلامية، و برز مع غيره من مواقع التواصل الإجتماعي كمنافس غير متوقع للمؤسسات الإعلامية و قوته تكمن في سرعة النشر مقارنة بالعملية الروتينية المتبعة في وسائل الإعلام، و يراه البعض منافسا قويا للإعلام التقليدي، و البعض الآخر يجده مجرد امتداد له، حيث أن كافة وسائل الإعلام استخدمته كوسيلة للوصول إلى قطاع كبير من الجمهور عبر فتح حسابات لها على الفيسبوك، و شجعت المواطنين العاديين ليكونوا مصدرا إضافيا للمعلومات، و بالتالي نجحت وسائل الإعلام في جعل الفيسبوك ممتما لها عوضا من أن يكون منافسا أو بديلا عنها، و لكن ذلك لا ينفي أن الفيسبوك يعد الوسيلة الأفضل لتتبع كافة الأخبار بالنسبة للعديد من المستخدمين<sup>1</sup>.

### 2-ماي سبيس للصحفيين و الإعلاميين:

هناك طرق عديدة يمكن للصحفيين أن يستخدموا وفقها شبكة ماي سبيس بدءا بصوغ الأفكار و إنجاز البحوث و إلى الترويج للمقالات و حشد القراء، و يمكنهم كذلك أن ينشروا باستخدام خدمة المدونات في ماي سبيس خلاصات لمقالاتهم في ملفاتهم الشخصية، و تزويدها بوصلات إلكترونية تحيل الراغبين على نصوصها الكاملة، و من إرسال تنبيهات إلى كل من يرغبون في قائمة أصدقائهم حول ما ينشرونه من معلومات جديدة، و يمكن بالطبع استخدام خدمة النشرات لمنح القراء رؤوس أقلام عن المحتويات الجديدة من دون تطبيق خدمة التدوين على الإطلاق، و هناك طريقة أخرى للترويج للمقالات على شبكة ماي سبيس و ذلك بواسطة تخزين وصلاتها الإلكترونية في صندوق أو مربع "ودجة" على واجهة ملفات التعريف بملاحق المستخدمين كي يتمكن القراء من الإنتقال إليها مباشرة بدلا من الدخول إلى المدونة الموجودة في ملفات الصحفيين<sup>2</sup>.

### 3-تويتر مصدر لأخبار الصحفيين:

بوصفه أداة للصحفيين و المنظمات الإخبارية ينطوي التويتر على طاقات كبيرة، مع أن التوصل إلى معرفة الطريقة المثلى لاستخدام التدوين المصغر للأغراض الصحفية قد يغدو عملية معقدة بعض الشيء.

فعند التركيز على طاقاته الكامنة يبدو التويتر أداة مثلى لأولئك الذين يشهدون حدثا إخباريا جديرا بالنقل في 140 حرف أو أقل و إرسال صورة له، و قد برهن التويتر على أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار ساعة وقوعها في مطلع عام 2009م، عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسلة حادث الهبوط الإضطرابي لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 جانفي، و يوفر التويتر للعاملين في مجال صحافة المواطنين الناشئة

1- نفس المرجع.

2 - ماهر عودة الشمايلة و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2015م، ص 214.

## الفصل الثاني .....توظيف الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للأخبار

حول العالم جمهورا في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر، و يمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الإعلام الكبرى.

و عندما لا يستعمل التويتر لتنمية الأخبار ساعة وقوعها أو لتطوير أفكار لأخبار جديدة و مثيرة، يمكن له أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة المقابلات الصحفية، فإذا لم تخطر في بالهم أسئلة مثيرة للإهتمام أو ذات صلة، فيمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم في شبكة التويتر، فالقراء قد يكونون أكثر اهتماما في قراءة المقابلات التي تجيب مباشرة على تلك الأسئلة التي يتوقون إلى طرحها، و يسهل تويتر كذلك المقابلات العامة و استطلاعات الرأي، ذلك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالا كتحديث سريع، ثم ينتظر الإجابات الواردة من متابعيه و من مستخدمين آخرين يتصادف وجودهم على الشبكة.

ولم تتأخر منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تايمز أو شبكة CNN في إستعمال التويتر و استخدامه لمتابعة الإتجاهات و تطور الأخبار و إرسال التحديثات الإخبارية الآنية و العناوين<sup>1</sup>.

### **المبحث الخامس: مبادئ جمع الأخبار من خلال مواقع التواصل الإجتماعي<sup>2</sup>**

ترتكز عملية جمع الأخبار و المعلومات في المجال الإعلامي خاصة بما يتعلق بالشبكات الإجتماعية على مجموعة من المبادئ يلتزم بها الصحفي و ذلك لإضفاء المصداقية في مادته الإعلامية التي ينشرها و من هذه المبادئ:

-وجوب تمتع الإعلاميين بالنزاهة و الصدق في عملية البحث عن المعلومات و نشرها و التعليق عليها.

-إختيار دقة المعلومات من كل المصادر و تحري الدقة و الحذر.

-الإجتهاد في البحث عن مواضيع الأخبار التي تتيح لهم الفرصة للرد على مزاعم الفساد.

-التعريف بالمصادر إن أمكن ذلك لتمكين الجمهور من معرفة مدى مصداقية المصدر.

-الإستقلال عن أي أنشطة أو جمعيات لتحاشي التشكيك في النزاهة و المصداقية و الموضوعية.

1 -ماهر عودة الشمالية و آخرون، المرجع السابق، ص 216.  
2 -عيادي منير، إستخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار- الفيسبوك و تويتر نموذجا، دراسة وصفية على عينة من صحفيي القطاع المكتوب و المسموع و المرئي في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، المجلد الأول، العدد الرابع، الجزائر، ديسمبر 2017م، ص 233-234.

-تبني المسؤولية في ما يتم نشره سواء مع الجمهور المستهدف أو الجهات المالكة للوسيلة الإعلامية<sup>3</sup>.

### خلاصة الفصل:

بعد تمكن المواطنين العاديين من الوصول و الحصول على مختلف الأخبار و المعلومات بمجرد تواجدهم في مكان الحدث، و الحصول على المعلومة مباشرة من مصادر يصعب على الصحفيين أنفسهم الوصول إليها، و ظهور نوع صحفي جديد يساهم فيه المواطن بالدرجة الأولى و هو ما يعرف بالإعلام الإجتماعي أو إعلام المواطن، أصبح لزاما على الصحفي الإحتكاك بهذه المواقع الإجتماعية و التعامل معها، خاصة بعد أن أصبحت تمثل مصدرا بديلا و إضافيا للحصول على المعلومات.

الفصل

الثالث:

علاقة

الإعلام

التقليدي

بمواقع

# التواصل الاجتماعي

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

---

### **تمهيد:**

بعد إختراق الميديا الإجتماعية لمجال الإعلام و الإتصال أصبحت تمثل جزءا لا يتجزأ منه، بحيث يعتمد عليها الصحفيون كمصدر لمعلوماتهم و أخبارهم و لصياغة مختلف مضامينهم و موادهم الإعلامية، من هنا نشأت علاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الإجتماعي، هذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا الفصل.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

### المبحث الأول: آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الإجتماعي

#### أولاً: مسار التحقق من الأخبار<sup>1</sup>

##### الخبر المكتوب:

- البحث عن المصدر الرئيسي للخبر.
- التثبت في تاريخ نشر الخبر لأول مرة.
- محاولة الوصول لهذا المصدر و التواصل معه.
- محاولة الوصول لجهات قريبة من المصدر.
- البحث عن مصادر أخرى للخبر ذاته.

##### مقاطع الفيديو:

- الإستماع إلى المقطع و التركيز في كل كلماته.
- استنباط كلمات مفتاحية لاستغلالها في البحث.
- تاريخ النشر و هوية المصدر و مدى القدرة على التواصل.
- مقارنة الأجواء و الطقس و العوامل المناخية و البناءات.
- التثبت ما إذا كانت المنطقة الظاهرة في الفيديو هي ذاتها التي يتحدثون عنها.
- بيان اللغة و اللهجة المستعملة.
- البحث عن مقاطع فيديو أخرى من زوايا مختلفة.
- إستعمال أدوات تقنية مثل: Data minir، و tineye، و storyful و google images للصور الثابتة.

##### المكالمات المسربة:

- إستنباط كلمات مفتاحية لاستغلالها في البحث.
- تاريخ النشر و هوية المصدر و مدى القدرة على التواصل.
- العودة إلى الموضوع المطروح و مدى جديته.
- مقارنة الأصوات بأخرى في فيديوهات قديمة.
- بيان اللغة و اللهجة المستعملة.

1- إيناس بو سعدي، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الإجتماعي، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، 2018م، ص 19.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

### ثانياً: بعض النصائح التي تقدمها شركة ستوريفول storyful للتحقق من الأخبار<sup>1</sup>:

-تابع من أين تأتي المعلومة المفتاح هل هي من شخص متخصص أو إقتباس؟.

-تابع الرابط حتى تصل إلى التقرير أو الخبر الأصلي.

-من هو الكاتب؟ كيف عرف؟ ماذا يدعي معرفته؟ هل قدم خبراً في مجال نطاقه؟.

-إبحث عن مصدر ثان أو عن أشخاص تداول الخبر ذاته.

-دقق في الرابط عبر موقع ويكيبيديا.

-ثبتت في الصور المكونة للفيديو.

-ما مدى معرفتك للحساب الذي قدم الخبر أو الفيديو؟.

-هل نشر قصص سابقة مقبولة و مؤكدة؟.

-هل يحتوي الفيديو على تاريخ؟.

-هل تتفق أوصاف الفيديو مع موقع محدد؟.

-هل يستعمل صاحب الحساب لوغو و هل لديه حساب على يوتيوب أو فيمو؟.

-هل يكتب كلمات عامية أو لهجة يمكن التعرف من خلالها على الرواية؟.

-هل يقدم مقاطع فيديو ذات جودة متناسقة؟.

### ثالثاً: توصيات للتحقق الصحفيين من معلومات و أخبار الشبكات الإجتماعية<sup>2</sup>:

-حاول البحث عن الخبر بأكثر من لغة و لهجة.

-أحرص على الإلتزام بأخلاقيات المهنة و سلامة الآخرين، و لا تأخذك الحماسة بالعثور على شاهد عيان، و لا تقع ضحية العجلة في غرفة الأخبار.كن حذراً.

-إستخدم تويت دك tweetdeck لمراقبة تدفق التغريدات و المواضيع التي تهتمك، و حاول إنشاء قوائم تويتر تناسب اهتماماتك.

-لا تنس هاتفك فشبكات التواصل الإجتماعي لا تعني عن فائدة وجوده، و لا تنس البحث عن أرقام محلية و الإتصال بالمصادر من المحيط الرئيسي على الأرض.

-نزل الفيديو قبل الشروع في التحقق منه فأنت لا تضمن ألا يحذف أو يحجب من الأنترنت بعد رفعه بدقائق.

1 - إيناس بو سعدي، المرجع السابق، ص 20.  
2 -منتصر مرعي، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة، جمع الأخبار و التحقق منها على شبكات التواصل الإجتماعي في العالم العربي، الطبعة الأولى، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، 2017م، ص 44-45.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

-طور مهاراتك في البحث في شبكات التواصل الإجتماعي المختلفة في أن واحد للمقارنة بين المصادر المختلفة.

### المبحث الثاني: آفاق العلاقة بين الإعلام التقليدي و وسائل التواصل الإجتماعي

على الرغم مما يثيره الباحثون من جدل حول انتهاء حقبة الإعلام التقليدي على خلفية تنامي دور وسائل التواصل الإجتماعي، و تحول الإعلام من إعلام مؤسسة إلى إعلام فرد، فإن المرحلة الراهنة على الأقل تشهد تعاوناً و تشابكاً و دعماً متبادلاً بين الإعلام التقليدي و وسائل التواصل الإجتماعي، فمستخدمو موقع مثل يوتيوب يستعينون كثيراً بلقطات فيديو من برامج حوارية، و أحياناً أخرى يقومون بمعالجة هذه اللقطات لإضفاء مسحة من السخرية أو الفكاهة أو النقد على شخصيات سياسية معينة، و في المقابل فإن كثير من الفضائيات باتت تستخدم لقطات منشورة على الموقع ذاته كمادة إخبارية مصورة، كما أن المحتوى الإخباري للإعلام التقليدي يعتمد في بعض الأحيان على معلومات مستقاة من وسائل التواصل الإجتماعي مثل تويتر أو فيسبوك، بل إن مقولات بعض الشخصيات السياسية الشهيرة أو تغريداتهم تنصدر نشرات الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية في كثير من الأحوال، و لاسيما أن هناك شخصيات و قادة باتوا يفضلون التخاطب الأسرع و الأكثر مباشرة و فاعلية مع الجمهور عبر وسائل التواصل الإجتماعي<sup>1</sup>.

### المبحث الثالث: التأثيرات الإعلامية لوسائل التواصل الإجتماعي

لاشك في أن استخدام وسائل التواصل الإجتماعي قد ضاعف بشكل هائل أعداد قادة الرأي المشاركين في تشكيل القناعات و توجيه الرأي العام، و بالتالي فإن هيمنة السلطات التقليدية على القناعات و الإتجاهات السائدة تجاه مختلف القضايا و الموضوعات قد تراجعت بشكل لافت، و بات من الطبيعي أن يلجأ مستخدمو وسائل التواصل الإجتماعي إلى تكوين قناعاتهم الذاتية، سواء عبر تبادل آرائهم أو بناءاً على المحتوى و المعلومات التي يتناقلونها فيما بينهم، بدلا من تلقي المعلومات من المصادر التقليدية، أو الأخذ بالآراء المتضمنة في وسائل الإعلام التقليدية.

و تطرح مساحات الحرية الهائلة التي تمارس عبر وسائل التواصل الإجتماعي تساؤلات حول تأثير ذلك في مصير الخطاب أو النمط الإعلامي الرسمي، و حول إمكانية أن تسهم هذه الوسائل الجديدة في بناء مشتركات بين قطاعات عريضة من الجمهور، و هنا يرى بعض الباحثين أن الجمهور يتسم بالأساس بالإنقسام حول معايير الولاءات الوطنية و القطرية، و هو مختلف بشدة في آرائه و درجات تعليمه و ثقافته، و قد أسهمت وسائل التواصل الإجتماعي في تآكل كثير من المفاهيم الإعلامية مثل: المصادقية و الموثوقية، و مصدر الخبر، حيث أدت هذه الوسائل دوراً بارزاً في تداول الشائعات و إضفاء قدر كبير

1 -جمال سند السويدي، وسائل التواصل الإجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، 2013م، ص 102-103.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

من الموثوقية و الإنتشار عليها، و جعلت من الشائعة خبرا في كثير من الأحيان، ما يعتبر نوعا من التضليل الإعلامي بعد أن غرقت الحقيقة في بحر الشائعات و الخداع المعلوماتي الموثق أحيانا عن طريق برامج تعديل الصور، كما أصبحت صفحات مجهولة على مواقع التواصل الإجتماعي مثل فيسبوك مصدرا لنشر الشائعات، و الأخطر من ذلك أن الصحف و الفضائيات باتت تتسابق على نشر ماتبئه هذه المواقع دون تحري صدقيته، و يشير الواقع إلى أن وسائل التواصل الإجتماعي و عولمة الإعلام ستنافسان الدولة في بعض صلاحياتها أيضا، و لاسيما في مجال الإعلام و تأثيره في الرأي العام إلى حد الإنقاص من السيادة الوطنية، حيث إن هذه الشبكات العملاقة من وسائل التواصل الإجتماعي تؤثر في السيادة الإعلامية المعلوماتية، بعد أن انتهى عصر احتكار السلطات للخبر و المعلومة، و سقط مبدأ إخفاء الحقائق و السماح بما تراه السلطات فقط.

و المستقبل يقود إلى ثقافة جديدة غير مسبوقة يمكن أن نطلق عليها مصطلح الإعلام الشخصي، فكل من يستخدم وسيلة أو أكثر من وسائل التواصل الإجتماعي يمكن أن يمثل قناة إعلامية مرئية أو مسموعة أو مقروءة، و هي قناة يمكن أن يتداولها ملايين المتلقين كما يستطيعون أن يحتفظوا بنسخ إلكترونية منها.

و سوف يتسم إعلام المستقبل بمزيد من التفاعلية بين وسيلة التواصل و المستخدمين، نتيجة تنامي الحرية الإعلامية و سرعة التفاعل و المشاركة، الأمر الذي سوف يوفر للإعلام مجالا أكبر للتحرك لتوافر الكم و انعدام التكلفة المادية، و حرية الإختيار للمتلقي، و سرعة الوصول إلى الموضوع، و اختفاء تأثير الزمان و المكان، ما سوف يترجم بالتبعية إلى مزيد من التأثير و النفوذ الذي ستحققه وسائل التواصل الإجتماعي من زاوية وظيفتها الإعلامية، سوف تنتشر وكالات الأنباء الفردية و الخاصة بشكل يفوق بمراحل ما هو حاصل الآن، حيث ستعزز مقدرة أي مستخدم لمواقع التواصل الإجتماعي على أن يرسل أخبارا و تقارير صحفية وفق رؤيته الخاصة و مكانه من العالم.

و سوف يزداد إنتشار الكتاب الإلكتروني، الأمر الذي سيعزز المعرفة و يطور العلوم، و من ثم تتحقق العولمة الفكرية و العلمية بشكل أكثر وضوحا نتيجة لانتشار الثقافة و تبادل المعلومات العابرة للحدود و الجنسيات، و طرح نتائج التجارب العلمية الخاصة، ما سيفتح أفقا جديدة للإبتكار و الإبداع في مختلف فروع المعرفة و الأدب و الفن، و يعزز الإهتمام بالثقافات المختلفة، و يساعد على المزيد من التقارب الثقافي الإلكتروني بين البشر، حيث يتيح إتساع روابط وسائل التواصل الإجتماعي العابرة للحدود التعرف إلى الثقافات الأخرى وسط بيئة سهلة و سريعة للتقاهم، و من ثم حدوث حالة من التجاوب و التعاطف و التقارب مع هذه الثقافات<sup>1</sup>.

1 -جمال سند السويدي، المرجع السابق، ص 95-96-97.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

### المبحث الرابع: إنعكاسات استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي على قطاع الإعلام

إن توظيف الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي سيحدث لا محالة إنعكاسات عديدة على قطاع الإعلام، و فيمايلي أبرزها:

#### 1-الإنعكاسات السلبية:

-تكاسل الصحفيين و عدم الإنتقال إلى موقع الحدث للتحقق من المعلومات و الأخبار:

فالكثير من الصحفيين اليوم أصبحوا يعتمدون اعتمادا شبه كلي على كل ما تقدمه شبكة الأنترنت من أخبار و معلومات، و بذلك فهم ينقلون الأخبار دون التنقل إلى موقع الحدث للتحقق من مدى صحتها و دقتها.

-إنتشار الشائعات و المعلومات الكاذبة:

أدى استعمال الكثير من الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار إلى انتشار العديد من الأكاذيب و الشائعات، و ذلك بسبب تناقل وسائل الإعلام لمضامين غير موثوقة المصدر، و مشكوك في مصداقية محتواها و أهلية ناشرها.

-تراجع مصداقية الإعلام لدى الجمهور:

لا شك أن هذين العاملين السابق ذكرهما بسهمان بشكل كبير في تراجع مصداقية الإعلام لدى الجمهور، الذي يتولد لديه شك بخصوص صحة ما تنقله وسائل الإعلام من أخبار و مضامين و تسجيلات<sup>1</sup>.

#### 2-الإنعكاسات الإيجابية:

-تعزيز حرية التعبير:

ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز حرية التعبير بشكل غير مسبوق، من خلال توفيرها فضاءات جديدة سواء بالنسبة إلى الصحفيين أو بالنسبة إلى الجمهور، الذي صار بإمكانه إبداء رأيه و انطباعاته حول المضامين و حول أداء الصحفيين.

-الإقتراب من جمهور الوسيلة الإعلامية:

تسهم مواقع التواصل الإجتماعي في تقريب الصحفيين من جمهور قرائهم و متابعي برامجهم، حيث أنها توفر المساحة الكافية للتعبير و التفاعل.

-تحسين التغطيات الإعلامية:

1 - عبد الرحيم سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 105-106.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

إذ أن العديد من الأخبار و التسجيلات و الفيديوهات المتعلقة بالكثير من الأحداث و الوقائع يتم الحصول عليها مما ينشره الأفراد عبر مواقع التواصل الإجتماعي، ففي غالب الأحيان لا يتواجد الصحفيون بموقع حدوث وقائع معينة، فيضطرون للإستعانة بالمواطنين القريبين من الحدث.

### -تسهيل التواصل و التفاعل مع الصحفيين و الإعلاميين الآخرين:

بحيث أصبح بإمكان الصحفيين التواصل بسهولة عبر مواقع التواصل الإجتماعي مع صحفيين آخرين، سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه.

### -توفير فضاءات بديلة للصحفيين:

فكثيرا ما يمنع الصحفيون من نشر مواد إعلامية عبر وسائل الإعلام التي يشتغلون فيها، و ذلك لعدة أسباب سياسية أمنية ....., أو بسبب ضغوطات معينة من السلطة أو مالك الوسيلة أو المعلنين، فيجدون في مواقع التواصل الإجتماعي فضاءات بديلة تمكنهم من نشر ما منع في غيرها من الوسائل<sup>1</sup>.

### المبحث الخامس: قواعد استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية<sup>2</sup>

أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار دليلا إختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين الميديا الإجتماعية أهم ما جاء في هذا الدليل من قواعد نذكر:

-المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضى نشره في الصحيفة، كما لا ينشر على مواقع الشبكات الإجتماعية ما يسيء إليه شخصا أو مهنيا، أو ما يسيء لمؤسسته و على هذا النحو لا يوجد مبرر ألا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه لأن كل ما يكتبه يصبح عموميا، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصة و شخصية و غير مرتبطة بالمؤسسة، و ذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي و الفضاء العمومي.

-لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفيسبوك أو على التويتر على موقع الصحيفة، و من المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار، كما أن إنضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات عبر like لمتابعة الأخبار قد يؤدي في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحفي، و يوصى هنا بعدم الإلتحاق بالمجموعات ذات الإتجاه

1 -عبد الرحيم سليمان المرجع السابق ص 106.  
2 -عيادي منير، مرجع سابق، ص 234-235.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

الإيديولوجي الأحادي، كما على الصحفي التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه نصيرا لمجموعة معينة.

يتأكد الصحفي من أصالة و صحة ما يقرأه على مواقع الشبكات الإجتماعية ذلك أن كل ما ينشر ليس دائما صحيحا، فدور مؤسسات الميديا و الصحفيين هو التأكد من المعلومات المشورة و من مصداقيتها، و على الصحفي أن يكون حارس بوابة جيد يتأكد من أصالة المعلومات عبر تطبيق المبدأ التقليدي، الذي يقوم على استخدام المصادر المزدوجة.

-الميديا الإجتماعية أدوات و ليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة.

-يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة فعليه الإمتناع عن إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير، لأن مواقع الشبكات الإجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة<sup>1</sup>.

1 - عيادي منير، المرجع السابق، ص 235.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

---

### خلاصة الفصل:

لعل أبرز مشكلة واجهت الصحفيين خلال اعتمادهم على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر جديد و بديل للمصادر التقليدية هي مشكلة مصداقية هذه المواقع، إلا أن وجود بعض القواعد تساعد الصحفيين في التحقق من صحة الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الإجتماعي قبل نشرها، بينما في الجهة المقابلة كان لاستخدام الصحفيين للمواقع الإجتماعية تأثيرات و انعكاسات على مهنة الصحافة و قطاع الإعلام عامة، هذا ما تطرقنا إليه من خلال هذا الفصل.

## الفصل الثالث.....علاقة الإعلام التقليدي بمواقع التواصل الإجتماعي

---

الإطار  
التنمطي  
قوي  
للدراسة

## الإطار التطبيقي

### تمهيد:

تعتبر الدراسة الميدانية و التطبيقية أهم مراحل البحث العلمي، فهي الناتج العام لها و هي عبارة عن استخلاص الحلول و النتائج و الإجابة على تساؤلات الدراسة و سنقوم في هذا الفصل بتحليل محاور استمارة الإستبيان:

تحليل محور خصائص مجتمع البحث و المتمثلة في الجنس، المستوى العلمي، الوظيفة، الخبرة المهنية و مؤسسة العمل. و كذا تحليل نتائج المحور الثاني و المتمثل في أنماط و دوافع استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين، أما فيما يخص المحور الثالث فيتمثل في اتجاهات الصحفيين الجزائريين حول أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري.

### تحليل و مناقشة نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
-------	---------	----------------

## الإطار التطبيقي

57.5%	23	ذكر
42.5%	17	أنثى
100%	40	المجموع

من خلال النتائج الواردة في الجدول يتبين لنا أن هناك تفاوت بين عدد أفراد العينة من حيث الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث حيث قدرت نسبتهم ب 57.5% ، فيما بلغت نسبة الإناث 42.5% . و تعزى نتائج الدراسة حسب اعتقاد الباحثين إلى عدة أسباب منها: طبيعة العمل الصحفي باعتباره عمل شاق و متعب فيتطلب وجود الذكور أكثر من الإناث.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث أمين منصور وافي<sup>1</sup> تبين أن هناك اتفاق مع نتائج دراستنا فيما يتعلق بمتغير الجنس حيث تفوق عدد الذكور على عدد الإناث.

### الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى العلمي
57.5%	23	ليسانس
37.5%	15	ماستر
05%	02	دكتوراه
100%	40	المجموع

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول يتبين أن أغلبية أفراد العينة متحصلون على شهادة ليسانس، حيث بلغ عددهم 23 من 40 صحفي بنسبة 57.5% ، تليها في المرتبة الثانية الفئة المتحصلة على شهادة ماستر بنسبة 37.5% ، أما المرتبة الأخيرة فتملكها الفئة المتحصلة على شهادة دكتوراه بنسبة 5% . و تعزى هذه النتائج المتوصل إليها حسب اعتقادنا إلى الأسباب التالية: طبيعة مهنة الإعلام لا تتطلب دراسة دقيقة بل تستلزم الممارسة التطبيقية، كما أن معظم أفراد العينة أنهم دراستهم بالمدرسة العليا للصحافة التي تمكنهم من ولوج عالم الإعلام بسهولة، بالإضافة إلى الموهبة و الدورات التكوينية و التدريبية التي يقومون بها، و بالتالي فإنهم ليسوا ملزمين بمستوى علمي عالي .

1- أمين منصور وافي، مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و المعلومات، دراسة ميدانية على الإعلاميين الفلسطينيين في قطاع غزة، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثاني لعلوم الإعلام و الاتصال ، الجامعة الإسلامية-غزة، ديسمبر 2012م، ص 13.

## الإطار التطبيقي

و بمقارنة هذه النتائج مع نتائج دراسة الباحث الفلسطيني أمين منصور وافي<sup>1</sup>، فإن دراستنا اتفقت معها في متغير المستوى العلمي لدى أفراد العينة، حيث أغلب أفراد العينة متحصلون على شهادة ليسانس و أقل نسبة هم الذين لديهم شهادة دكتوراه.

### الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
صحفي بالمؤسسة	32	80%
رئيس قسم	07	17.5%
نائب رئيس تحرير	01	02.5%
رئيس تحرير	00	00%
المجموع	40	100%

من خلال استقراء بيانات و أرقام الجدول أعلاه نلاحظ تباين و تفاوت واضح، حيث أن أغلبية المبحوثين يشغلون منصب صحفيين بالمؤسسة الإعلامية حيث بلغ عددهم 32 صحفي، و بهذا اكتسحوا المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب 80%، في حين تليها وظيفة رئيس قسم في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 17.5%، أما وظيفة نائب رئيس تحرير فجاءت بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 2.5%، بينما رئيس تحرير فكانت منعدمة 0%.

و حسب اعتقادنا فإن هذه النتائج تعزى إلى عدة أسباب هي: أن الصحفيين الذين يعملون بالمؤسسة هم محررين و منشطيين حصص و برامج و مقدمي نشرات إخبارية، و بهذا فإنه من المنطقي أن يكون عدد الصحفيين أكثر من رؤساء الأقسام أو رؤساء تحرير المؤسسة الإعلامية.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحثة نعيمة خلايفية<sup>2</sup> فإن هناك اتفاق فيما يخص الوظيفة، حيث أن وظيفة الصحفي بالمؤسسة هي أعلى نسبة في كلتا الدراستين.

### الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية

1 - أمين منصور وافي، المرجع السابق، ص 14.  
2 - نعيمة خلايفية، استخدام صحفيي التلفزيون الجزائري للمعلومة الإلكترونية كمصدر في أداء المهام، دراسة مسحية لعينة من الصحفيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة باتنة 2015، ص 193.

## الإطار التطبيقي

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة المهنية
42.5%	17	من 2-4 سنوات
35%	14	من 5-6 سنوات
12.5%	05	من 7-10 سنوات
10%	04	أكثر من 10 سنوات
100%	40	المجموع

تبعاً لما جاء في الجدول حول توزيع المبحوثين تبعاً لأقدميتهم في العمل و خبرتهم في المجال، و من خلال قراءة معطيات الجدول نلاحظ تقارب في الأرقام و النسب حيث أن المرتبة الأولى تعود للصحفيين خبرتهم المهنية ليست بطويلة تتراوح بين 2-4 سنوات و ذلك بنسبة 42.5% ، بعدها على التوالي تأتي فئة الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم ما بين 5-6 سنوات بنسبة تقدر ب 35.5% ، تليها في المرتبة الموالية فئة الصحفيين ذوي خبرة تتراوح بين 7-10 سنوات بنسبة 12.5% ، في حين المرتبة الأخيرة كانت لصالح فئة الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم من 10 سنوات فما أكثر و قدرت نسبتهم ب 10%.

و حسب اعتقاد فإن هذه النتائج ترجع إلى عدة أسباب نوجزها فيمايلي: القنوات التلفزيونية محل الدراسة هي قنوات فنية شبابية حديثة النشأة، إضافة إلى أن جل الصحفيين فيها من فئة الشباب و خريجين جدد من الجامعات، كما أن موضوع دراستنا يتطلب آراء من فئة الشباب أكثر.

و قد اختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة الباحثة نعيمة خلايفية<sup>1</sup>، حيث أن أكبر نسبة في دراستها كانت لصالح الصحفيين الذين تتراوح أقدميتهم ما بين 5-10 سنوات.

### الجدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مؤسسة العمل

النسبة المئوية	التكرار	مؤسسة العمل
47.5%	19	قناة الشروق الإخبارية
52.5%	21	قناة الحياة

1- نعيمة خلايفية، المرجع السابق، ص 195.

## الإطار التطبيقي

المجموع	40	100%
---------	----	------

من خلال النتائج الواردة في الجدول نلاحظ أن النسب متقاربة، حيث أن أغلب أفراد عينة الدراسة ينتمون لقناة الحياة بمعدل 21 صحفي من أصل 40 بنسبة تقدر ب 52.5% ، بينما البقية من أفراد العينة ينتسبون لقناة الشروق الإخبارية، و بلغ عددهم 19 صحفي بنسبة 47.5% .

و تعزى هذه النتائج في اعتقادنا إلى عدة أسباب أهمها أن قناة الحياة هي حديثة النشأة مقارنة مع قناة الشروق الإخبارية و بالتالي فإنها تسعى لتثبيت مكانتها في الساحة الإعلامية و تحقيق سبق الصحفي قبل القنوات الأخرى و بالتالي فإن اعتماد صحفييها على الشبكات الإجتماعية لاستقاء المعلومات و الأخبار أكبر من اعتماد صحفيي قناة الشروق الإخبارية، بالإضافة إلى أن قناة الحياة شبابية أكثر و بالتالي معدل استخدام صحفييها المواقع الإجتماعية و اعتمادهم عليها كان أكبر من قناة الشروق الإخبارية.

و بالمقارنة مع دراسة الباحث بو بكر بو عزيز<sup>1</sup> فإنه يتضح أن هناك اختلاف مع نتائج دراستنا،

حيث أنه في دراسته قطاع الصحافة المكتوبة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي بمعدل عالي بينما في دراستنا فإن أعلى استخدام يعود إلى مؤسسة التلفزيون باعتبار أن كل من قناة الشروق الإخبارية و قناة الحياة محل الدراسة تنتمي لمؤسسة التلفزيون.

### المحور الثاني: أنماط و دوافع استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من طرف الصحفيين

#### **الجدول رقم 06: يمثل كيفية استخدام مواقع التواصل الإجتماعي**

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	36	90%
أحيانا	04	10%
نادرا	00	00%
المجموع	40	100%

1 - بو بكر بو عزيز، استعمال وسائل الإعلام الإجتماعية كمصادر للاخبار، دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام و الاتصال، جامعة باتنة 1، 2017م، ص 229.

## الإطار التطبيقي

تكشف النتائج الواردة في الجدول أعلاه عن التفاوت و التباين الواضح جدا في النسب و الأرقام، حيث أن الأغلبية الساحقة من الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي بصفة دائمة في عملهم حيث قدرت نسبتهم ب 90% بينما الفئة التي تليها هي الفئة التي تستخدم هذه الشبكات أحيانا و كانت نسبتها ضئيلة حيث قدرت ب 10% أما فيما يخص الفئة التي نادرا ما تستخدم هذه الشبكات فكانت منعدمة ما يعادل نسبتها 0% .

و تعزى هذه النتائج في اعتقادنا إلى أن مواقع التواصل الإجتماعي تلعب دورا فعالا في المجتمع حيث أصبحت وسيلة فعالة تساعد الصحفيين في استقاء المعلومات و الأخبار .

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث فلاح سلامة حسن الصفدي<sup>1</sup> فإن هناك توافق مع نتائج دراستنا فيما يخص استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بدرجة عالية و بصفة مستمرة.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث عبد الرحمان محمد الشامي<sup>2</sup> ، فإن نتائج دراستنا اتفقت كذلك مع نتائج دراسة الباحث حول معدل استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي.

### الجدول رقم 07: يمثل أكثر المواقع الإجتماعية المستخدمة من طرف الصحفيين

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
فايسبوك	23	57.5%
تويتر	08	20%
يوتيوب	06	15%
أنستغرام	03	7.5%
ماي سبيس	00	00%
سكاي روك	00	00%

1- فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي و الإشاعات المتحققة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، مذكرة ماجستير في الصحافة، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة ، 2015م، ص 92.  
2- عبد الرحمان محمد الشامي، اعتماد الصحفيين المنسحبين على شبكات التواصل الإجتماعي مصدرا للأخبار في أثناء الحروب و الأزمات، دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، 2018م، 144/36، ص 125.

## الإطار التطبيقي

المجموع	40	100%
---------	----	------

بناءً على معطيات الجدول نستنتج الاختلاف الواضح و التفاوت في النسب بخصوص المواقع الإجتماعية الأكثر استخداماً لدى أفراد العينة، حيث كانت الريادة لموقع الفيسبوك و اتفق الأغلبية على أنه من أكثر وسائل التواصل الإجتماعي استخداماً بنسبة 57.5% ، يليه مباشرة موقع تويتر بنسبة استخدام قدرت ب 20% ، بعد ذلك جاء موقع يوتيوب بنسبة 15% ، ثم موقع انستغرام بنسبة 7.5% ، بينما احتل كل من موقع ماي سبيس و سكاى روك المرتبة الأخيرة بنسبة منعدمة 0%.

و حسب اعتقادنا فإن هذه النتائج تعزى إلى الأسباب التالية: تفوق و اكتساح موقع فيسبوك المرتبة الأولى من ناحية الإستخدام على حساب المواقع الإجتماعية الأخرى باعتباره الأكثر استخداماً من طرف الصحفيين هذا نظراً لأهمية الموقع على المستوى العالمي، و كذا سهولة استخدامه مقارنة بالمواقع الإجتماعية الأخرى، كما أنه الموقع الأول من حيث عدد المستخدمين في العالم، و كونه يحتوي على كم هائل من المعلومات و الأخبار في العالم بأسره، و قد فرض نفسه في الساحة الإعلامية.

و بمقارنة نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحث فلاح سلامة حسن الصفدي<sup>1</sup> فيما يخص أكثر المواقع المعتمدة من طرف الصحفيين، كان هناك اتفاق في كلتا الدراستين على أن موقع فيسبوك هو الأكثر استخداماً.

### الجدول رقم 08: يمثل الغاية من استخدام المواقع الإجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
45%	18	الحصول على الأخبار
27.5%	11	التواصل مع الجمهور و معرفة إتجاهاتهم و إستفساراتهم
15%	06	التواصل مع الأصدقاء
12.5%	05	لأنها أسهل من وسائل التواصل الأخرى
100%	40	المجموع

من خلال الجدول تشير الإحصاءات إلى أن هناك اتفاق بين آراء أفراد عينة الدراسة فيما يخص الغاية من استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، حيث جاءت

1- فلاح سلامة حسن الصفدي، المرجع السابق، ص 101.

## الإطار التطبيقي

غاية الحصول على الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 45.5% ، تليها غاية التواصل مع الجمهور و معرفة اتجاهاتهم في المرتبة الثانية بنسبة 27.5% ، في حين التواصل مع الأصدقاء فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة تقدر ب 15% ، بينما سهولة الإستخدام جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.5% .

و تعزى هذه النتائج المتوصل إليها حسب اعتقادنا إلى عدة أسباب نذكرها فيمايلي: باعتبار أن العينة هي مجموعة من الصحفيين وبالتالي فإن الغاية الرئيسية لهم هي الحصول على الأخبار و المعلومات من هذه المواقع نظرا لطبيعة عملهم، فأغلبيتهم يستخدمون هذه المواقع الإجتماعية بهدف الحصول على المعلومات باعتبارها أصبحت أداة أو مصدر بديل و مساعد للوصول إلى مصادر الأخبار المختلفة، و بالتالي فإن هذه المواقع الإجتماعية كانت ملاذهم في تحقيق غايتهم، خاصة في ظل الحراك الشعبي الذي برز في هاته المواقع التي أصبحت تبث كل مستجداته.

و منا هنا اتفقت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحث بو بكر بو عزيز<sup>1</sup> في الغاية من استخدام هذه المواقع، و المتمثلة في الحصول على الأخبار و المعلومات وذلك بنسبة 96.29%.

### الجدول رقم 09: يمثل المواقع الإجتماعية و ما تمثله بالنسبة للصحفي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
07.5%	03	مصدر أساسي للمعلومة
60%	24	مصدر مساعد لجمع المعلومة
32.5%	13	أداة مساعدة لنشر المعلومة
100%	40	المجموع

من خلال استقراءنا لمعطيات الجدول يتبين لنا أن مواقع التواصل الإجتماعي تمثل مصدرا مساعدا لجمع المعلومات لأغلب أفراد العينة بمعدل 24 من أصل 40 صحفي ما يعادل نسبته 60% في حين 32.5% يعتبرونها أداة مساعدة لنشر المعلومة بينما 7.5% يعتبرونها مصدرا أساسيا للمعلومة.

و تعزى هذه النتائج حسب اعتقادنا إلى الأسباب التالية: كون أن هذه المواقع مكنت الصحفيين من الوصول إلى مصادر المعلومات أو مكان الأحداث عن طريق ما ينشره المستخدمون لهذه المواقع، و بالتالي ساعدتهم في الوصول الى المعلومات المختلفة.

1 - بو بكر بو عزيز، مرجع سبق ذكره، ص 243.

## الإطار التطبيقي

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث بو بكر بو عزيز<sup>1</sup> فإنها توافقت مع نتائج دراستنا المتوصل إليها في أنه لا يمكن اعتبار المواقع الإجتماعية مصدرا رئيسيا للأخبار بنسبة 92.30%. و إنما تعتبر مصدرا مساعدا للصحفي في الحصول على المزيد من الأخبار و المعلومات.

### الجدول رقم 10: هل أفادتك مواقع التواصل الإجتماعي في المجال المهني؟

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	92.5%
لا	03	7.5%
المجموع	40	100%

من خلال معطيات الجدول يتضح لنا أن هناك تفاوت و تباين كبير في الإجابات، بحيث الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة أجابت بأنها استفادت من مواقع التواصل الإجتماعي في مجال عملها و ذلك بنسبة عالية تقدر ب 92.5% ، بينما البقية أجابت بأن هذه المواقع لا تفيدهم في العمل الإعلامي و كانت نسبتهم ضئيلة قدرت ب 7.5% .

و تعزى هذه النتائج إلى عدة أسباب نذكر منها: أن لمواقع التواصل الإجتماعي أهمية بالغة في مجال الإعلام خاصة بعدما أصبحت منبرا جديدا و مصدرا بديلا و إضافيا للوصول و الحصول على المعلومات، و هذا ما يفسر مدى اعتماد الصحفيين عليها و مدى استفادتهم من خدماتها السريعة و الآنية كما أنها يمكن أن تحقق سبق الصحفي للأخبار.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث فلاح سلامة حسن الصفدي<sup>2</sup> فإنهما اتفقتا فيما يخص مدى الإستفادة من مواقع التواصل الإجتماعي في المجال المهني لدى الصحفي، حيث أثبتت نتائج دراسته أن 92.3% استفادوا من مواقع التواصل الإجتماعي.

### الجدول رقم 11: يمثل أوقات تصفح المواقع الإجتماعي

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
------------	---------	----------------

1- نفس المرجع، ص 260.

2- فلاح سلامة حسن الصفدي، مرجع سبق ذكره، ص 108.

## الإطار التطبيقي

57.5%	23	أوقات العمل
42.5%	17	أوقات الفراغ
100%	40	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلب الصحفيين يستخدمون المواقع الإجتماعية في أوقات العمل بنسبة 57.5% ، بينما نسبة 42.5% فإنهم يستخدمونها في أوقات فراغهم.

و حسب اعتقادنا فإن هذه النتائج تعزى إلى عدة أسباب نوجزها فيمايلي: أن مواقع التواصل الإجتماعي تعتبر كأداة مساعدة للصحفي في مجال عمله الذي يتطلب الحصول على الأخبار و تحقيق السبق الصحفي، خاصة في ظل الحراك الذي برز من خلال مواقع التواصل الإجتماعي، و التي كانت وسيلة فعالة للصحفيين لمعرفة كل جديد حول الحراك.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث بو بكر بو عزيز<sup>1</sup> فإن نتائج دراستنا اختلفت فيما يخص الفترة التي يحبذ الصحفي فيها استخدام المواقع الإجتماعية، حيث جاءت أعلى نسبة في دراستنا هي أثناء أوقات العمل، بينما دراسة الباحث أبو بكر بو عزيز فإن هي خلال الفترة المسائية و التي تعتبر وقت فراغ .

### الجدول رقم 12: يمثل أهم المعلومات التي يرغب الصحفيون في الحصول عليها من المواقع الإجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
35%	14	دولية
22.5%	09	إقليمية
42.5%	17	محلية
100%	40	المجموع

يبين الجدول أن هناك تقارب في النسب حيث أن أهم المعلومات التي يرغب الصحفي في الحصول عليها من هذه المواقع هي معلومات محلية بالدرجة الأولى و ذلك بنسبة تقدر ب 42.5% في حين احتلت المعلومات الدولية المرتبة الثانية بنسبة 35% بينما المعلومات الإقليمية جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 22.5% .

1- بو بكر بو عزيز، مرجع سبق ذكره، ص 232.

## الإطار التطبيقي

و تعزى هذه النتائج إلى الأسباب التالية: و هو أن الأوضاع السياسية الحاصلة في الفترة الأخيرة و المتمثلة في الحراك الشعبي تستوجب الإهتمام بكل ما هو محلي حاصل داخل أرض الوطن.

### الجدول رقم 13: يمثل طبيعة الأخبار التي يسعى الصحفيون للوصول إليها

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
25%	10	سياسية
22.5%	09	إجتماعية
07.5%	03	إقتصادية
45%	18	متنوعة
100%	40	المجموع

من خلال معطيات الجدول يتضح لنا أن هناك تفاوت في النسب فيما يتعلق بطبيعة الأخبار التي يسعى الصحفي للوصول إليها من مواقع التواصل الإجتماعي حيث جاءت الأخبار المتنوعة أولا بنسبة 45% بينما الأخبار السياسية جاءت ثانيا بنسبة 22.5% أما أخيرا الأخبار الإقتصادية بنسبة 7.5% .

و تعزى هذه النتائج في اعتقادنا إلى عدة أسباب نذكر من بينها أن الأخبار المتنوعة تشتمل على الأخبار السياسية و الإقتصادية كون أن مهنة الصحفي تتطلب السعي إلى كل ما هو جديد في مختلف الميادين دون استثناء.

و بمقارنة نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحث محمد يوسف أحمد اللوح<sup>1</sup> يتضح أن هناك اختلاف في طبيعة الموضوعات التي يتابعها الصحفيون على المواقع الإجتماعية حيث جاءت الأخبار السياسية في أعلى نسبة في دراسة الباحث 93.1% بحكم القضية الفلسطينية، بينما جاءت الأخبار المتنوعة في دراستنا في المرتبة الأولى نظرا للإهتمام بمختلف الأوضاع الحاصلة في البلاد

### المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري

1- محمد يوسف أحمد اللوح، اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات و انعكاسها على أدائهم المهني ، دراسة ميدانية في قطاع غزة، مذكرة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، مايو 2018م، ص 163.

## الإطار التطبيقي

**الجدول رقم 14: يوضح اختبارات لمعرفة الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير الجنس**

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكر	23	31.043478	6.255748	1.062899	.506
أنثى	17	29.000000	5.656854		

نلاحظ من خلال الجدول التالي الذي يوضح اختبارات لمعرفة الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير "الجنس" أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري لمتغير الجنس لأن مستوى الدلالة المحسوب 0.506 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 .

و تعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحثين إلى عدة أسباب: وهي أن متغير الجنس لا يؤثر على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال العمل الإعلامي في كلا المؤسسات الإعلامية ما يبرر أن المواقع الاجتماعية ليست حكرًا على فئة معينة خاصة في ظل الحراك الشعبي، و نظرا لحساسية هذه المرحلة اشتركت إهتمامات الجنسين فيما يخص الإطلاع على مستجدات الوضع السياسي الراهن، و لأن مرحلة الحراك تمثل شأنًا عامًا و قضية مشتركة لكل أفراد المجتمع سواء ذكورا كانوا أم إناثا.

و بمقارنة نتائج دراسة الباحث حاتم علاونة<sup>1</sup> مع نتائج دراستنا تبين أن هناك إختلاف في النتائج المتوصل إليها، بحيث توصل الباحث في دراسته إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير الجنس، بحيث هناك إختلاف في مدى تعامل الصحفيين الأردنيين مع صحافة المواطن عند الذكور و الإناث، في حين لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند الصحفيين الجزائريين حسب دراستنا.

**الجدول رقم 15: يوضح اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير المستوى العلمي**

1- حاتم سليم علاونة، صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، دراسة مسحية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، 2017م، ص 247.

## الإطار التطبيقي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	71.519	2	35.760	.986	.383
داخل المجموعات	1342.256	37	36.277		
المجموع	1413.775	39			

من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير المستوى العلمي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في درجة تأثير متغير المستوى العلمي على الدرجة الكلية لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.383 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد.

و تعزى هذه النتائج حسب اعتقاد الباحثين إلى عدة أسباب : و هي أنه ليس هناك فروق في تعامل الصحفيين مع أخبار المواقع الإجتماعية حسب المستوى العلمي بحيث يمكن لأي كان استخدامها و استقاء المعلومات منها سواء كان متحصل على شهادة الليسانس أو الماستر أو دكتوراه فالمستوى العلمي ليس بالضرورة هو الذي يحدد مدى التعامل مع المواقع الإجتماعية في مهنة الإعلام.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود<sup>1</sup> لاحظنا أن هناك إتفاق مع نتائج دراستنا، بحيث لا توجد فروق بين الصحفيين في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي رغم اختلاف مستوياتهم العلمية.

**الجدول رقم 16: يوضح اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير الوظيفة**

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
--------------	----------------	-------------	----------------	--------	---------------

1 - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011م، ص 113.

## الإطار التطبيقي

ت	ت	ت	ت	ت	ت
9.043	2	4.521	.119	.888	بين المجموعات
1404.73	37	37.966			داخل المجموعات
1413.77	39				المجموع

نلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير الوظيفة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في درجة تأثير متغير الوظيفة على الدرجة الكلية لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.888 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد.

و تعزى هذه النتائج حسب اعتقادنا إلى عدة أسباب تتمثل في: كون أن رئيس التحرير لم يمارس الرقابة على القصص الخبرية التي ينتجها الصحفيون نظرا لسياسة الموقف و المعلومة خلال مرحلة الحراك، التي كان فيها الجميع يعتمد على مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير، و لأنها صارت المنبر السريع لنشر المعلومة.

**الجدول رقم 17: يوضح اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير الخبرة المهنية**

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	110.070	3	36.690	1.013	.398
داخل المجموعات	1303.70	36	36.214		
المجموع	1413.77	39			

## الإطار التطبيقي

				5
--	--	--	--	---

نلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير الخبرة المهنية أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في درجة تأثير متغير الخبرة على الدرجة الكلية لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.888 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد.

و تعزى هذه النتائج في اعتقادنا إلى عدة أسباب نذكر منها: أن الخبرة المهنية لا تؤثر على كيفية و مدى استخدام المواقع الإجتماعية في المجال الإعلامي فالصحفي الذي خبرته تفوق 10 سنوات و الصحفي الذي لا تتعدى خبرته سنة فكلاهما سواء باعتبار أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت مصدر حساس و هام في مجال الإعلام و لأنها سيطرت على مختلف نواحي الحياة بما فيها الإعلامية.

و بالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود<sup>1</sup> فقد اشتركت مع نتائج دراستنا في أنه لا توجد فروق بين الصحفيين ذوي الخبرة و صحفيين دون خبرة مهنية في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العمل الإعلامي، فعامل الخبرة لا يحدد مدى الإعتماد على هذه المواقع.

**الجدول رقم 18: يوضح اختبار تحليل التباين الأحادي أنوفا one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير مؤسسة العمل**

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	20.572	1	20.572	.561	.458
داخل المجموعات	1393.203	38	36.663		
المجموع	1413.775	39			

1 - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 114.

## الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي one Away Anova لمقارنة فروق درجات أفراد العينة و بنود اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حسب متغير مؤسسة العمل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في درجة تأثير متغير مؤسسة العمل على الدرجة الكلية لاتجاهات الصحفيين نحو أخبار مواقع التواصل الإجتماعي في ظل الحراك الشعبي الجزائري حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.458 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد.

و تعزى هذه النتائج حسب اعتقادنا إلى الأسباب التالية: أن بإمكان كل المؤسسات الإعلامية الإعتماد و استخدام المواقع الإجتماعية في مجال عملها كون أن هذه الأخيرة متاحة للإستخدام من قبل الجميع بما في ذلك المؤسسات الإعلامية باعتبارها ليست حكرا على مؤسسة إعلامية معينة سواء قناة الشروق الإخبارية أو الحياة أو غيرهما خاصة بعد أن أصبحت المواقع الإجتماعية المصدر الرئيسي خلال فترة الحراك.

و قد اشتركت النتائج المتوصل إليها مع نتائج دراسة الباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود<sup>1</sup>، حيث لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من حيث مؤسسة العمل.

1 - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص 115.

# نتائج الدراسة

## نتائج الدراسة:

خلصت دراستنا التي تحت عنوان: إعتقاد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لصناعة الصحافة (عينة من صحفيي قناة الشروق الإخبارية و الحياة الجزائرية) :

- 1- أن أغلبية أفراد العينة ذكور بنسبة 57.5%.
- 2- أن أغلبية أفراد العينة ذو مستوى ليسانس بنسبة 57.5%.
- 3- أعلى نسبة من العينة يشغلون منصب صحفي بالمؤسسة بنسبة 80%.
- 4- أن أعلى نسبة من أفراد العينة هم صحفيون تتراوح خبرتهم ما بين 02-04 سنوات بنسبة 42.5%.
- 5- أن أعلى نسبة من أفراد العينة ينتسبون لقناة الحياة بنسبة 52.5%.
- 6-90% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة.
- 7- أكبر نسبة من المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك أكثر من باقي المواقع بنسبة 57.5%.
- 8- أغلب إجابات المبحوثين فيما يخص الغاية من إستخدامهم للمواقع الاجتماعية هي الحصول على الأخبار بنسبة 45%.
- 9-60% من أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مساعد لجمع المعلومات.
- 10- أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة إستفادوا من مواقع التواصل الاجتماعي في مجال عملهم بنسبة 92.5%.
- 11- أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات العمل بنسبة 57.5%.
- 12- أغلبية المبحوثين يهتمون بالمعلومات المحلية بنسبة 42.5%.
- 13- أكدت نسبة 45% من أفراد العينة أن طبيعة الأخبار التي يسعى الصحفيون للوصول إليها هي متنوعة.
- 14-47.5% من أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عامل مساعد للصحفي الجزائري خلال فترة الحراك.

- 15-أغلبية المبحوثين يتفقون على أن مواقع التواصل الإجتماعي تشكل لهم مصدرا رئيسيا للأخبار خلال فترة الحراك بنسبة 42.5% .
- 16-60% من أفراد العينة تتيح لهم المواقع الإجتماعية التعرف بشكل أوسع على اهتمامات المتظاهرين في الحراك.
- 17-50% من المبحوثين ساعدتهم مواقع التواصل الإجتماعي في الوصول إلى المصادر المختلفة حول آخر مستجدات الحراك.
- 18-معظم أفراد العينة بنسبة 67.5% استفادوا من المواقع الإجتماعية في نشر استطلاعات الرأي بطرح مواضيع مختلفة حول الحراك.
- 19-40% من أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الإجتماعي تشكل أزمة في مصداقية المعلومات لديهم.
- 20-42.5% من أفراد العينة لديهم القدرة على التعامل مع الأخبار الواردة في مواقع التواصل الإجتماعي.
- 21-42.5% من أفراد العينة يتفقون على أن يتلقى الصحفي تكويننا دائما للتعامل مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الإجتماعي.
- 22-40% من أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الإجتماعي نقلت أحداث الحراك الشعبي بعد التعتيم الإعلامي الحكومي.
- 23-45.5% من أفراد العينة ساعدتهم مواقع التواصل الإجتماعي من تغطية الحراك الشعبي بعد منع القنوات الخاصة من ذلك.
- 24-45% من المبحوثين يرون أن القنوات الحكومية و بعض القنوات الخاصة لم تقم بتغطية المظاهرات بشكل واسع أثناء الحراك.
- 25-أغلبية أفراد العينة اتفقوا على أن وسائل التواصل الإجتماعي تلعب دورا في تسهيل التواصل و التفاعل مع المشاركين في الإحتجاجات.
- 26-50% من أفراد العينة كانت المواقع الإجتماعية بالنسبة لهم وسيلة فعالة لنشر أخبار الحراك.
- 27-55% من المبحوثين يؤكدون على أن المستخدم الجزائري أصبح ينشر ما لم تستطع وسائل الإعلام تغطيته خلال هذه الفترة.
- 28-35% من أفراد العينة يعتبرون المواقع الإجتماعية منافس لوسائل الإعلام التقليدية في نقل و تغطية أخبار الحراك.

## النتائج العامة:

\*المواقع الإجماعية أصبحت مصدرا و منبرا هاما و رئيسيا لدى الصحفي في استقاء المعلومة.

\*إن الوضع السياسي الراهن دفع بالصحفيين إلى اللجوء إلى المواقع الإجماعية من أجل استقاء مختلف الأخبار المتداولة عبرها، و التي أتاحت للصحفيين فرصة الإطلاع على آخر مستجدات الحراك.

\*اعتماد الصحفيين بشكل كبير و لافت على المواقع الإجماعية من أجل تحقيق سبق الصحفي من خلال صحافة المواطن.

\*التعتميم الإعلامي هو من دفع بالصحفي الجزائري إلى اللجوء إلى المواقع الإجماعية.