



جامعة الجيلالي بونعامة



خميس - مليانة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

صحافة المواطن في الجزائر

دراسة في الاستخدام و الاعتماد

موقع اليوتوب و الفايسبوك نموذجا

دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس - مليانة

مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري

و الوسائط الجديدة

إشراف:

بلعموري نعيم

إعداد:

كريمي آمنة لميس

العام الجامعي

2020/2019

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى نور حياتي والدي العزيزين أطال الله
عمرهما و متّعهما بالصحة و العافية

و إلى أغلى الناس إخوتي حفظهم المولى من كل شر و سوء

دون أن أنسى جميع أفراد عائلتي الأعزاء كل باسمه و على رأسهم جدي
الحبيب أحمد أطال الله عمره

و إلى معلمي السيّد عبد اللطيف شفاه الله و نفعنا بعلمه.

-لميس-

الشكر

تم هذا العمل بفضل الكريم المَنَّان ذو الفضل و النعم
الأولى بالشكر و الأئني عنه فلولا فتحة و توفيق منه ما تكلفت رحلة البحث
بانجاز هذا العمل المتواضع الذي أسأل الله أن يجعله علما نافعا و صدقة

جارية

كما أخص بأسمى عبارات الشكر و التقدير الأستاذ الفاضل نعيم بلعموري
الذي كان نعم المشرف حيث صوبني عندا لخطأ و شجعني عند الصواب
و الذي منحني من ثمين وقته وجهده فأسال الله أن يجعله في ميزان حسناته
و الشكر أجزه لعائلي الكريمة التي كانت نعم المشجع و السند على انجاز

هذا العمل

دون أن أنسى كل من أعانني من زملاء و أساتذة

جزاكم الله عنا كل خير.

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة صحافة المواطن في الجزائر و تحديدا على طلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس- مليانة عبر دراسة في الاستخدام و الاعتماد لدى هذه الفئة مستعملين موقعي الفايسبوك و اليوتوب كنماذج. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة التي تتدرج ضمن الدراسات الوصفية تم إتباع المنهج المسحي حيث قمنا بتصميم استمارة بحثية لغرض جمع و معرفة مختلف المعلومات التي تؤطر استخدام و تعرض الطلبة لصحافة المواطن و تم توزيعها على عينة قصدية طلابية قدرها مئة وثلاثة و خمسون مفردة و استمارة مقابلة اهتمت بالبحث في الاتجاهات، التعرض و الممارسات الخاصة بسبعة من الطلبة الناشطين على كل من منصات التواصل الاجتماعي سابقة الذكر كمسيرين و مدونين عليها. و تمت عملية معالجة البيانات بالاستعانة ببرنامج المجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. الكلمات المفتاحية: صحافة المواطن، الطلبة، الفايسبوك، اليوتوب.

abstract:

this study aims at highlighting the phenomenon of citizen journalism in Algeria, mainly on the students of Djilali Bounaama Khemis-Miliana university, through the study of use and reliance pertaining to this category using facebook and youtube as examples.

and in order to reach the intent of this study that falls within the descriptive studies, the survey method was utilized where we have designed a research form to gather and identify the different information that concerns the use and exposure of students to citizen journalism and it has been distributed on a non-probable sample of students estimated by one hundred and fifty three, in addition to an interview form that inquested the orientation, exposure and practice of seven administrators and bloggers that are active on the aforementioned social platforms, while the processing of data was done by using the statistical package for social sciences.

key words: citizen journalism, students, facebook, youtube.

منذ قرابة عقدين من الزمن، غير ظهور شبكة الانترنت العالم و أحدث ثورة في كيفية نشر المعلومة، استهلاكها، تخزينها، وطريقة البحث عنها، و انتشر تأثيرها إلى نطاق واسع تعدى مجالي التجارة و الصناعة ليشمل السياسة، الطب، و الإعلام مخترقا المواقع الجغرافية و الحدود الثقافية و حتى حياة الناس اليومية. حيث جاءت موجة الابتكارات الحديثة منذ تأسيس موقع google سنة 1998 متمثلة في الإعلام الجديد أو كما يشار إليه أيضا كمواقع التواصل الاجتماعي.

إن مفهوم هذه المواقع متعلق بالتواصل و التفاعل عبر الصور، الفيديوهات، المنتديات، تحديثات الحالة على مواقع مثل الفيسبوك، مايسبايس، اليوتوب و غيرها. و ما يجعل وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية خاصة للصحافة هو كيف أصبحت أداة مؤثرة بعمق في التواصل و الإعلام، حيث لم يعد استهلاك الأخبار كما كان قبل ظهور الأقمار الصناعية عندما انتظر الناس صدور صحفهم الصباحية أو قاموا بانتظار موعد النشرة المسائية على التلفاز، إن استهلاك الأخبار اليوم ليس كما كان قبل ظهور شبكة الانترنت أين كان الناس يتابعون مجريات الأحداث حول العالم عبر القنوات الإخبارية على مدى 24 ساعة، إذ يتجه في الآونة الأخيرة عدد متزايد من القراء و المشاهدين إلى الويب لاستقاء الأخبار، و رغم طول هيمنة الإذاعة، الصحف و التلفزيون إلا أن هناك منافسة متنامية من طرف الإعلام الإلكتروني التفاعلي. يسمح الويب 2.0 بالانفتاح و تشكيل مجتمعات، و بات الناشر ينشئ المنصات بينما ينشئ المستخدمون المضامين عليها، و تعرض مواقع اليوتوب، الفيسبوك، و الويكيبيديا قوة الويب 2.0 خصوصا لمستعملي الانترنت العاديين مشكلا بذلك مقاربة لخلق و توزيع مضمون الكتروني يتصف بالتواصل المفتوح، ، لامركزية السلطة، حرية النشر و إعادة الاستعمال بالمقارنة مع نموذج الويب 1.0 أين ينشر أي شخص مضمونا على الانترنت فيقرأه الآخرون و تنتهي العملية الاتصالية هناك. و لا يسمح النموذج الثاني للقراء بالتعليق عليه فحسب بل يسمح

لهم أيضا بإضافة محتوى أصلي عليه. و أحدث هذا التطور في ثقافة الويب نظاما جديدا يقوم على التفاعل الاجتماعي عبر استعمال منصات التواصل الاجتماعية.

كان النشر في الإعلام التقليدي قائما على الطباعة و كان التوزيع محدودا برقعة جغرافية معينة بينما اعتمد البث عبر الإذاعات و التلفزيون على أجهزة عالية التكلفة لنقل الإشارات عبر مساحات واسعة و الآن بإمكان أي مستخدم للانترنت مزود بكاميرا أو بلوحة مفاتيح الولوج إلى منصة عالمية و مجانية لينشر عليها أي مضمون يريده حيث لا تؤثر تكنولوجيا الإعلام الجديد على الصحافة التقليدية فحسب. إن الطريقة التي يتغير بها الإعلام أكثر أهمية من ظهور صحافة المواطن أو عالم المدونات المستقل، اللذان يقدمان معًا الفرصة لتحويل وسائل الإعلام إلى حقل أكثر انفتاحًا للمعلومات والنقاش. بفضل الاتصال الأفقي و خاصية التفاعلية لتمكين جميع الفئات الاجتماعية من التعبير عن رأيها و تسليط الضوء على مواضيع لم تتل حصتها من الاهتمام الوافي.

و على اثر هذا وقع الاختيار على دراسة موضوع صحافة المواطن في الجزائر في محاولة لمناقشة الاتجاهات نحوها و الادراكات و الممارسات المتعلقة بها مستعملين موقعي الفايسبوك و اليوتوب كنماذج في دراستنا مما دفعنا لرسم خطة الدراسة التالية :

تتكون الدراسة من ثلاث جوانب أولها الجانب المنهجي الذي يتضمن مشكلة الدراسة التي تنتهي بطرح التساؤل الرئيسي لتليها الفرضيات و الأهداف لنذكر بعد ذلك أسباب اختيار الموضوع العلمية و العملية ليأتي بعده تحديد المفاهيم بأنواعه اللغوي، الاصطلاحي،

و الإجرائي، كما يضم هذا الجانب أيضا نوع الدراسة و منهجها و الأدوات التي تستعملها بالإضافة إلى مجتمع البحث و العينة المدروسة فيه.

أما الجانب الثاني و هو النظري و يضم مبحثين يعنى الأول منها بماهية صحافة المواطن و يتكون من أربعة مطالب تنظر في مفهوم صحافة المواطن، أبرز أشكالها، مقارنتها مع نظيرتها الكلاسيكية و الخطابات التي تحتفي بها ، ليليه المبحث الثاني المعنون بتحديات صحافة المواطن المتكون من أربعة مطالب تنفرع إلى صحافة المواطن و أخلاقيات المهنة الصحفية ،التحديات التشريعية التي تواجه هذا النوع بالإضافة إلى مستقبلها و النقد الذي تواجهه.

انتهاءً بالجانب التطبيقي الذي يناقش الأدوات البحثية المستعملة و هي الاستمارة و المقابلتان كما تتم فيه مناقشة استنتاجات الجانب الميداني للدراسة و التحقق من صحة فرضياتها.

خطة البحث

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية صحافة المواطن

المطلب الأول: مفهوم صحافة المواطن

المطلب الثاني: أبرز أشكال صحافة المواطن

المطلب الثالث: صحافة المواطن و الصحافة الكلاسيكية

المطلب الرابع: الخطابات الإحتفائية بصحافة المواطن

المبحث الثاني: تحديات صحافة المواطن

المطلب الأول: صحافة المواطن و أخلاقيات المهنة الصحفية

المطلب الثاني: صحافة المواطن و التحدي التشريعي

المطلب الثالث: مستقبل صحافة المواطن

المطلب الرابع: نقد صحافة المواطن

الإطار التطبيقي للدراسة

الصفحة	قائمة المحتويات
أ	مقدمة الدراسة
4	الجانب المنهجي للدراسة
5	مشكلة الدراسة
6	تساؤلات و فرضيات الدراسة
7	أهمية الدراسة
7	أسباب اختيار الموضوع
8	تحديد المفاهيم
10	د- منهجية الدراسة
11	ذ- أدوات الدراسة
13	ر- مجتمع و عينة الدراسة
14	ز- الدراسات السابقة
20	الجانب النظري للدراسة
21	المبحث الأول: ماهية صحافة المواطن
23	المطلب الأول: مفهوم صحافة المواطن
28	المطلب الثاني: أبرز أشكال صحافة المواطن
29	المطلب الثالث: صحافة المواطن و الصحافة التقليدية
34	المطلب الرابع: الخطابات الإحتفائية بصحافة المواطن
37	<u>المبحث الثاني: تحديات صحافة المواطن</u>
39	المطلب الأول: صحافة المواطن و أخلاقيات المهنة الصحفية
46	المطلب الثاني: صحافة المواطن و التحدي التشريعي
53	المطلب الثالث: مستقبل صحافة المواطن
59	المطلب الرابع: نقد صحافة المواطن
65	الجانب التطبيقي للدراسة عرض وتحليل نتائج الدراسة

103	مناقشة فرضيات الدراسة
115	قائمة المراجع
120	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	المعدلات الإحصائية لمتغيرات الاستمارة.	66
02	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.	69
03	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الأكاديمي.	69
04	توزيع إجابات المبحوثين حسب ممارسات صحافة المواطن.	70
05	توزيع إجابات المبحوثين حسب اتجاههم نحو صحافة المواطن.	71
06	توزيع إجابات المبحوثين حسب تعرضهم و اهتمامهم بصحافة المواطن.	72
07	توزيع إجابات المبحوثين حسب تعرضهم و اهتمامهم بالصحافة الكلاسيكية.	76
08	توزيع إجابات المبحوثين حسب مستوى اهتمامهم بصحافة المواطن في وقت الأزمات.	77
09	توزيع إجابات المبحوثين حسب مستوى تعرضهم لصحافة المواطن في وقت الأزمات.	78
10	توزيع إجابات المبحوثين حسب تصنيفهم للصحفيين المواطن.	79
11	توزيع إجابات المبحوثين حسب دوافع تعرضهم لصحافة المواطن.	79
12	توزيع إجابات المبحوثين حسب دوافع ممارستهم لصحافة المواطن.	80
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .	81
14	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الأكاديمي	81

81	توزيع أفراد العينة حسب التخصص الجامعي	15
82	توزيع أفراد العينة حسب.	16
83	توزيع إجابات أفراد العينة حسب متغير السن	17
83	توزيع إجابات أفراد العينة حسب التصنيف	18
84	توزيع إجابات أفراد العينة حسب العناصر الخبرية	19
84	توزيع إجابات أفراد العينة حسب أخلاقيات النشر	20
85	توزيع إجابات أفراد العينة حسب دوافع النشر	21
85	توزيع إجابات أفراد العينة حسب اتجاه مواضيع صحافة المواطن	22
86	توزيع إجابات أفراد العينة حسب اهتمام صحافة المواطن بقضايا تتحاشاها الصحافة التقليدية.	23
87	توزيع إجابات أفراد العينة حسب اتجاه صحافة المواطن مع القضايا.	24
87	توزيع إجابات أفراد العينة حسب الاتجاه نحو صحافة المواطن.	25
90	توزيع إجابات أفراد العينة حسب عوامل التعرض لصحافة المواطن	26
91	توزيع إجابات أفراد العينة حسب تضمينهم للقيم الإخبارية في نشاطاتهم الإعلامية.	27
94	توزيع إجابات أفراد العينة حسب انخراطهم في ممارسات معينة و حجم التفاعل الذي تلقاه.	28
101	توزيع إجابات أفراد العينة حسب نشاطاتهم مع الجماهير.	29
103	توزيع إجابات أفراد العينة حسب تصنيفهم للصحفيين المواطنين	30

104	متغيرات الفرضية الأولى قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية	31
105	متغيرات الفرضية الثانية، قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية	32
105	توزيع إجابات أفراد العينة حسب اعتمادهم على مصادر و ضامين صحافة المواطن	33
109	متغيرات الفرضية الرابعة، قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية	34
109	متغيرات الفرضية الرابعة قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية	35
110	توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم التعرض لصحافة المواطن	36
111	توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم الاهتمام بصحافة المواطن	37
112	توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم التعرض لصحافة المواطن	38

الإطار المنهجي

مشكلة الدراسة :

شهد المجتمع تحولات هائلة في الأعوام الأخيرة في ميدان الإعلام و الاتصال بالإضافة إلى زيادة في عدد مستعملي شبكة المعلومات الدولية. الأمر الذي أدى إلى تغيرات محسوسة في طرق إنتاج و توزيع المعلومات لا سيّما بعد ظهور الويب 2.0 الذي قام بنقل الانترنت إلى ما بعد التفاعلية و مكن مستخدميها من المشاركة في إنتاج و نشر المحتويات الاتصالية المختلفة و نشرها و التعليق عليها أين بزغ نوع إعلامي جديد في ظل الثورة المعلوماتية الهائلة عُرف بصحافة المواطن و هو نوع حديث النشأة و غير مستقر على المستوى المفاهيمي فيسميه البعض إعلام المواطن، الإعلام التفاعلي، صحافة الشارع، أو الصحافة التشاركية، كما يُطلق عليه أيضا اسم الإعلام البديل.

صحافة يقوم بإنتاجها وسائل الإعلام الرسمية و كذلك عامة الشعب على حد سواء، حيث يمتاز هذا إعلام جديد بتقنيات اتصال حديثة غيرت مفهوم الجمهور إذ بيد كل شخص يحوز على مهارات استخدام المحمول و حساب على أحد المواقع التواصلية و كذلك اتصال بالانترنت، صنع مضمون إعلامي وصوله لفئة جماهيرية كبيرة شيء مؤكد، خصوصا مع النمو الذي تحقّقه الأجهزة الذكية في دمجها لمختلف الوسائط المتعددة

و اختصارها للتكلفة و الوقت و الجهد لتبث آخر الأخبار و المستجدات من مواقع الحدث متجاوزة بذلك الجدود الزمنية و المكانية، من خلال تميزها بالسرعة و التفاعلية الأمر الذي جعلها تنافس مؤسسات إعلامية كبرى ما جعل جماهير واسعة تنضم لكنف هذا النوع الإعلامي لأنهم يرونها صحافة مكملة لنظيرتها الكلاسيكية و هناك من يراها بأنها البديل المطلق لها معبرين بذلك عن رفضهم لمصادقيتها أو لتضارب في الآراء مع سياستها الافتتاحية و خلفياتها المالية المؤسساتية.

ما دفعهم نحو الشبكات التواصلية رغبة في التعبير عن آرائهم و تسليط الضوء على قضايا تجاهلها الإعلام التقليدي بعمد أو بغير عمد.

و بناء على ما تم ذكره أردنا الوقوف عند الوظائف التي تقوم بها صحافة المواطن من تسليط الضوء على مختلف القضايا و تشكيلها للرأي العام من خلال حجم ممارستها و جماهيرها، و هذا ما أدى إلى طرح السؤال الرئيسي : كيف يستخدم رواد منصات التواصل الاجتماعي صحافة المواطن و مالذي يحدد اعتمادهم عليها؟

الفرضيات و التساؤلات:

- من هم الصحفيون المواطنون؟
- كلما زاد تعرض المواطنين للصحافة الكلاسيكية زاد تعرضهم لصحافة المواطن.
- تعرض المبحوثين لصحافة المواطن يرتبط بدوافع معينة.
- يتفاوت الاعتماد على صحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها.
- يتفاوت اهتمام المواطنين بصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها.
- يرتبط تعرض المبحوثين لصحافة المواطن بموقفهم منها .
- يزداد الاعتماد على صحافة المواطن في وقت الأزمات.
- ما هي دوافع التعرض لصحافة المواطن؟

- أهداف الدراسة :

- على كل بحث علمي الإلمام بكافة المعطيات و الاهتمام بكل الجوانب التي قد يكون لها أثر على نتائج الدراسة، ولذلك على الباحث تسطير مجموعة من الأهداف والسعي لتحقيقها و هذا لكي لا يقع في التكرار و الأخطاء :
- التعرف على طرق استخدام مستعملي منصات التواصل الاجتماعي لصحافة المواطن
 - الكشف عن دوافع و أسباب تعرض رواد منصات التواصل الاجتماعي إلى صحافة المواطن .
 - التعرف على هوية الصحفيين المواطنين.
 - معرفة اتجاه المواطنين نحو صحافة المواطن.

أهمية الدراسة :

أ- الأهمية العلمية للدراسة :

تبرز أهمية هذه الدراسة في إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت حول صحافة المواطن كمصدر للمعلومات والتي تعد من أحد المواضيع الحيوية والهامة نظرا للدور الفعال الذي يؤديه المواطن الصحفي في عملية جمع وتحليل ونشر الأخبار.¹

ب- الأهمية العملية للدراسة :

وتكمن أهمية الدراسة في شقها العملي في الانتشار الكبير لصحافة المواطن كظاهرة إعلامية فريدة من نوعها، بقلبها لموازين الأطراف الفاعلة في العملية الاتصالية و تمكينها من جعل الأفراد العاديين من الهواة و المهتمين مرسلين ليتقمصوا دور الصحفيين على منصات التواصل الاجتماعية، محدثين بذلك سابقة إعلامية.

أسباب اختيار الموضوع :

أ-الموضوعية :

- 1- الانتشار الكبير لصحافة المواطن و أهميتها كظاهرة إعلامية فريدة.
- 2- دراسة التأثيرات التي تحدثها مصادر و مضامين صحافة المواطن المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- جدة الموضوع، الذي تقل المراجع و الدراسات العربية حوله.
- 4- الرغبة بإثراء المكتبة الجامعية و ميدان البحوث الإعلامية.

ب- الذاتية:

- 1- الاهتمام بظاهرة صحافة المواطن كون الباحثة طالبة إعلام و اتصال.

²-عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص183.

2- الرغبة بإثراء الرصيد المعرفي و التعرف أكثر على ظاهرة صحافة المواطن.

3- الرغبة بمعرفة ممارسات المبحوثين و اتجاهاتهم نحو صحافة المواطن.

4- الرغبة بمعرفة المضامين التي تعتبر صحافة مواطن لدى المبحوثين.

تحديد المفاهيم:

1- صحافة المواطن :

أ-اصطلاحا:

يعرفها الدكتور جمال الزرن : صحافة المواطن مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على مستوى المفهوم. وتُعرف صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي. وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية.¹

ب- إجرائيا:

تعتبر صحافة المواطن جل المضامين الإعلامية التي ينشرها رواد مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، بشكل مستقل عن المؤسسات الإعلامية و باستعمال وسائلهم و مجهوداتهم الخاصة بغرض الإعلام و التواصل مع بقية المستعملين.

2- الاستخدام:

أ- لغة: من الفعل استخدم، يستخدم استخداما أي اتخذه خادما.²

ب- اصطلاحا: هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بسبب التكرار و القدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر و يندمج في ممارسات و عادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.¹

2 جمال الزرن، صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، وحدة النشر بمعهد الصحافة وعلوم الأخبار، 2009، ص2.

²قاموس المعاني [http:// www.almaany.com](http://www.almaany.com) اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15 .17:07.

ت - إجرائياً: طرق الممارسة و النشاطات المفتعلة على مواقع التواصل الاجتماعي.

3- **الاعتماد:** اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بشكل مباشر، من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع ما، وتُعرف أيضاً بأنها عبارة عن المصادر التي تساعد على توفير الأخبار المرتبطة بمجالٍ مُعيّن يهتمون بمتابعته، أو التي تنقل الأحداث المحلية، والدولية اليومية².

أ- **لغة:** من الفعل عمد أي الاستناد إلى الشيء، الركون إلى الشيء و منه الاعتماد على أي الموافقة عليه.

ب- **اصطلاحاً:**

ت - **إجرائياً:** هو اعتبار الشيء مرجعاً و الرجوع إليه بعد التثبت منه والمصادقة عليه.

4- **منصات التواصل الاجتماعي:**

أ- **اصطلاحاً:**

الشبكات الاجتماعية مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض³.

ب- **إجرائياً:**

تعد شبكات التواصل الاجتماعية عوالم رقمية تشكل فضاء عمومياً بغير أبعاد حقيقية

¹مقال عن التأثير و استخدامات و إشباعات وسائل الإعلام <http://audience-studies.over-blog.com/> اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15، 18:35.

²مقال عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، <http://www.mawdoo3.com> : اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15، 19:03.

³ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 199 .

منهجية الدراسة:

1- نوع الدراسة :

تتضم هذه الدراسة لمجموعة البحوث الوصفية الهادفة لدراسة وقائع الأحداث والظواهر ومحاولة تحليلها وتفسيرها حيث يرى محمد زيان عمر: أن الدراسات الوصفية دراسات مسحية في أساسها بل أن كثيرا من المهتمين بمناهج البحث يعتبر أي دراسة مسحية دراسة وصفية ويصنف فان دالين البحوث الوصفية إلى:

1-دراسات مسحية.

2-دراسات العلاقات المتبادلة.

3-الدراسات التطويرية.

و عليه تم في هذه الدراسة وصف و مسح متغيري الاستخدام و الاعتماد على صحافة المواطن لدى عينة البحث و كذلك الممارسات التي يقومون بها و اتجاهاتهم نحو صحافة المواطن.

2-منهج الدراسة :

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي لكونه أكثر المناهج استخداما في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية ويؤكد أحمد بن مرسل على ذلك بقوله: المنهج المسحي يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية لاسيما في أبحاث الإعلام والاتصال في مجالات متنوعة.¹

وباختصار شديد، فإن الدراسات المسحية تعتبر أساسية لفحص الظواهر الاجتماعية الموجودة في كل مهنة معينة أو فئة من السكان أو موضوع اجتماعي حساس، والتركيز في هذا النوع من الدراسات ينصب على معالجة قضايا حقيقية ومعاشة، لأن الغاية من

¹-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص289.

ذلك هي الحصول على الحقائق الخاصة بالوضع الموجود والتي تساعد على فهم مشكلة معينة.¹

2- أدوات جمع البيانات :

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع،² تم الاعتماد على المقابلة والاستبيان كأداتين رئيسيتين، لكونها أكثر الأدوات مناسبة لجمع المعلومات و استخراج البيانات من المبحوثين .

أ-الاستمارة:

تم اختيار الاستبيان كأداة لكونه أداة من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره للبحث بها. والاستبيان عادة يوظف في الإطار الميداني وذلك في شكل أسئلة التي توجه إلى المهنيين صحفيين مخرجين تقنيين... الخ الخاصة بممارسة المهنة ومدى تأقلم هؤلاء بالتقنيات الجديدة للإعلام والاتصال.³ حيث يتمتع الاستبيان بمجموعة من الخصائص أهمها:

-إن جمهور المتلقين يتميز بضخامة العدد والتنشيت، بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى من المقابلة والملاحظة لهذا العدد الضخم بينما يمكن الاستقصاء أن يغطي عددا كبيرا من الأفراد في أماكن جغرافية متباعدة. -يوفر الاستقصاء درجة أكبر من الصدق الداخلي، نظرا لتجنب التحيز الناتج عن تأثيرات تدخل الباحث أو مساعديه في استقصاء البيانات المطلوبة.

-عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، 3شارع زيروت
1يوسف الجزائر، ص29.

-موريس أنجريس(2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، تر. بوزيد صحراوي، الجزائر: دار
2القصة، ص107.

3-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، مرجع سابق، ص2.

-تتميز الاستمارة بسهولة التقنين والتفريغ لأن إجابات المبحوثين تكون مرتبة ومنظمة حسب وجودها في الاستمارة.¹

ب-المقابلة:

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية في جمع البيانات في دراسات الأفراد والجماعات الإنسانية. وهي أكثر الوسائل شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية، وعادة ما تبدو المقابلة الشخصية بالنسبة للشخص العادي مسألة بسيطة للغاية. وهي في الواقع بعيدة عن هذا إذ أن طريقة المقابلة الشخصية مسألة فنية ترقى إلى شيء أكثر من مجرد الاقتراب من عدد الأفراد، وسؤالهم بعض الأسئلة العريضة.

و المقابلة أنواع فمثلا من حيث العدد هناك المقابلة الفردية والمقابلة الجماعية سواء أكان ذلك من ناحية عدد الفاحصين أم المفحوصين. ومن حيث المضمون فهناك المقابلة الاستفهامية فقط وهي النوع التقليدي، والمقابلة الاستفهامية مع الملاحظة، والمقابلة التأثيرية. ومن حيث ميدان المقابلة فهناك الميدان الإكلينيكي وميدان التفاعلات الاجتماعية السوية. ومن حيث التقنين فالمقابلة تتفاوت ما بين مقابلة حرة ومقابلة مقننة (محددة الأسئلة) تبعا لما تتطلبه خطة البحث، بمعنى أن أفضلية المقابلة من حيث أنها حرة أو مقننة تتوقف على الهدف المقصود منها وطبيعة الدراسة. أما في بحوث المسح فتفضل المقابلة التي تتصف بدرجة عالية من التقنين.²

كما يعرفها موريس أنجرس: على أنها أداة بحث مباشرة تستخدم في مسألة الأشخاص المبحوثين بكيفية منعزلة وفي بعض الحالات مسألة جماعات بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف بعمق على المبحوثين³

¹-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص354.

²-محمد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، مرجع سابق، ص291.

-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص³220.

و وقع الاختيار على المقابلة المقننة (الموجهة) التي توجه فيها الأسئلة بنفس التركيب لجميع الأفراد المبحوثين، وهذا لجمع المعلومات حول موضوع الدراسة حيث استعملت للقيام بمجموعة من المقابلات مع الطلبة الناشطين كمسيّرين و مديرين لصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي.

3-مجتمع وعينة الدراسة :

ينحصر مجتمع البحث في هذه الدراسة في طلبة جامعة الجليلي بونعامة بمدينة خميس مليانة من مختلف التخصصات كمبحوثين أساسيين و مصدر للبيانات في هذا البحث. و تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، ويقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشرا، أم مؤسسة، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك. أما عينة البحث فتعني: تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جمع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه. وتتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس عملية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.¹

عينة الدراسة :

تُعد عينة البحث في هذه الدراسة مستخدمو موقع الفايسبوك و كذلك اليوتوب من طلبة جامعة الجليلي بونعامة، و لا يقصد استجواب أو سؤال فئة أخرى لذلك فإن نوع العينة هو القصدي و تعرّف العينة العمدية بأنها: تلك التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريق تحكّمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداته بطريقة مباشرة.²

¹-سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص43.

-أحمد بن مرسلي(2007)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، صص 197-198.

الدراسات السابقة

الدراسات المحلية:

1/بوغازي فتيحة، صحافة المواطن و الهوية المهنية للصحفي، دراسة ميدانية على صحفيين جزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام.

الأهداف:

- دراسة مواقف الصحفيين من حيث رؤاهم بشأن ظاهرة "صحافة المواطن".
- رصد التغييرات التي أحدثتها ظاهرة "صحافة المواطن" باعتبارها تعتمد على أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الهوية المهنية للصحفي.
- محاولة تحديد معالم صحافة المستقبل وبالتالي شكل صحفي المستقبل في ظل ظاهرة "صحافة المواطن".

الإشكالية: كيف يتمثل الصحفي الجزائري هويته المهنية في ظل بروز وتطور ظاهرة "صحافة المواطن"؟

-التساؤلات:

1. ما مدى إجرائية مفهوم- الهوية المهنية -في واقع الصحافة الجزائرية؟
2. ما هو التمثل المألوف للصحفي الجزائري عن ذاته في المهنة؟
3. ما هو التمثل الجديد الذي بناه الصحفي لظاهرة "صحافة المواطن"؟
4. ما هو التمثل الذي يحمله الصحفي عن مستقبل الصحافة في ظل ظاهرة "صحافة المواطن"؟

المنهج: المسحي

العينة: 182صحفي في الصحافة المكتوبة النوع: قصدية طبقية

النتائج:

- الصحفيون الجزائريون يعتبرون المواطن الذي ينشر أخبارا على شبكة الانترنت، مساعدا لهم على أداء مهنتهم، بالأغلبية الساحقة، حيث سجلنا نسبة 87,4%.
- معظم الصحافيين على اختلاف جنسهم وسنهم وخبرتهم المهنية، يتفوقون وبأعلى النسب على أن المواطن الصحفي يعتبر مساعدا لهم على أداء مهنتهم الصحفية، مما يؤكد أن

متغيرات الدراسة لم تؤثر في تمثل الصحفيين وفي قناعتهم بأن المواطن الذي ينشر الأخبار على شبكة الانترنت يعتبر مساعدا لهم على أداء عملهم.

• الصحفيون الجزائريون من خلال العينة المدروسة، يرون أنهم سيصبحون في المستقبل معالجين للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن، وذلك بأعلى نسبة والمقدرة ب57,1%.

• متغيرات الدراسة لم تؤثر على موقف الصحفيين الموحد والذي يرى أن الصحفي في المستقبل سيصبح معالجا للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن، وذلك بأعلى النسب لدى جميع الصحفيين مع مختلف متغيرات الدراسة (الجنس، السن والخبرة).

• الصحفيون الجزائريون من خلال العينة المدروسة، يرون أن سعي المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها لتوظيف صحافة المواطن يعتبر مكسبا لمهنة الصحافة بالدرجة الأولى، وذلك بأعلى النسب 54,4%.

• اتضح لنا من خلال الدراسة أن متغيرات الدراسة لم تؤثر كثيرا على موقف الصحفيين الموحد والذي يرى أن سعي المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها إلى توظيف صحافة المواطن يعتبر مكسبا لمهنة الصحافة.

أكدت النتائج الجزئية للدراسة، وبأعلى نسبة 43,4% على أن الصحافة ستحافظ على طابعها العلمي والأكاديمي، بعبارة أخرى فإن الصحافة بالنسبة لصحفي العينة المدروسة ستحافظ على خصوصيتها.

• أثبتت النتائج الجزئية وبأعلى النسبة أن الصحفيين لا يوافقون على الرأي القائل بأن المواطن الصحفي يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف وذلك ب62,6%.

• أما نسبة الصحفيين الذين رفضوا تماما الفكرة وأجابوا ب"لا أوافق أبدا" فقد بلغت 18,7% .
• معظم الصحفيين لا يوافقون على تنبؤ الخبراء في مجال المستقبلات القائل بأن "خمسين بالمائة من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021" إلا أن الأغلبية الساحقة من الصحفيين 42,3% لا يدرون كيف سيكون مستقبل الإنتاج الصحفي في ظل ظاهرة صحافة المواطن.

• الصحفيون الجزائريون، من خلال العينة المدروسة يرون أنه لا يمكن الاستغناء عن معاهد ومدارس الصحافة، حيث سجلت أعلى النسب لدى الصحفيين الذين لا يعتقدون أنه لن تصبح هناك معاهد ومدارس للصحافة 92,9%.

2 /سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة الإعلامية، دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة، مذكرة لنيل درجة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الصحافة و النشر.

الأهداف:

- التعريف بصحافة المحمول ومدى اعتبارها نوعا صحفيا حديثا
 - تقويم مدى استفادة الإعلاميين العرب من إمكانيات المحمول في أداء مهامهم الإعلامية.
 - الكشف عن التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي والمفاهيم الجديدة التي أدخلتها إلى مجال العمل الإعلامي ؟
 - الكشف عن التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في أساليب ممارسة المهنة؟
 - التوصل إلى نتائج وتوصيات تمكن الإعلاميين من الاستفادة القصوى من مزايا وإمكانيات المحمول في التغطيات الإعلامية.
 - إثراء المكتبة العربية، خاصة وإن هذا البحث يعد من البحوث القليلة التي تصدت لدراسة صحافة المحمول.
 - الإشكالية: ما هي صحافة المحمول؟ وما انعكاساتها على الممارسة الإعلامية؟ وما التغيرات التي أحدثتها في بيئة العمل الصحفي وما تأثيرها على مستقبل العمل الصحفي وأساليب ممارسة المهنة.
- التساؤلات:

- ما مدى اعتبار صحافة المحمول نوعا صحفيا حديثا ؟
- ما انعكاساتها صحافة المحمول على أداء الإعلاميين ؟
- ما مدى التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في أساليب ممارسة المهنة؟
- ما هي المفاهيم الجديدة التي أدخلتها صحافة المحمول إلى مجال العمل الإعلامي ؟
- ما انعكاس صحافة المحمول على مستقبل الإعلاميين المحترفين وبقائهم في المهنة؟
- ما التغيرات التي أحدثتها صحافة المحمول في بيئة العمل الصحفي ؟
- ما دوافع استخدام الإعلاميين العرب لصحافة المحمول ؟

• إلى أي مدى استفاد الإعلاميون العرب من مزايا المحمول " في ممارسة مهامهم الإعلامية؟

• ما هي التحديات التي تواجه صحافة المحمول ؟

• ما مزايا صحافة المحمول ؟

• ما سلبيات صحافة المحمول ؟

فرضيات البحث:

• يفترض البحث أن صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث تمثل المرحلة الأولى لـ "صحافة الذكية".

• هناك دلالات إحصائية تؤكد ضعف استفادة الإعلاميين من صحافة المحمول.

• يوجد تأثيرات كبيرة لصحافة المحمول على أداء الإعلاميين.

المنهج: الوصفي التحليلي و التاريخي

العينة: 80 فردا من الإعلاميين العرب النوع: عمدية

النتائج:

• صحافة المحمول كغيرها من الأنواع الصحفية، لا يمكن حصرها في تعريف واحد جامع مانع.

• صحافة المحمول هي نوع صحفي حديث، تمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية.

• عبرت صحافة المحمول المرحلة الأولى من دورة نموها وتعيش حاليا المرحلة الثانية.

• أكدت الدراسة أن صحافة المحمول تمتلك قدرة كبيرة على تحقيق السبق الصحفي.

• صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال و قوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة و المدة الزمنية القصيرة و المعلومة المختزلة.

• صحافة المحمول استبدلت غرف الأخبار التقليدية، بغرف ذكية متنقلة على الأجهزة المحمولة.

• سهلت وصول المستخدمين إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وأي زمان.

• أكدت الدراسة أن صحافة المحمول غيرت المفهوم التقليدي للإعلامي، واستبدلته

بالإعلامي الشامل الذي ينجز في الغالب كل مراحل التغطيات الإعلامية بمفرده

- دون الاعتماد على زملائه ، مما يعني تطور إيجابيا في مهارات أداء المهنة.
- أكدت الدراسة وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين استخدامات صحافة المحمول وتطور الممارسات الإعلامية للصحفيين العرب.
 - كشفت الدراسة بأن صحافة المحمول تمارس من قبل الذكور أكثر من الإناث، مما يعني أن مهنة الصحافة يسيطر عليها الذكور.
 - بينت الدراسة أن النسبة الغالبة من ممارسي صحافة المحمول هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (من 21 وأقل من 25 سنة)، ما يؤكد أن صحافة المحمول هي في الغالب صحافة الشباب.
 - كشفت الدراسة بأن تقسيمات العمل (صحفي، منتج، محرر) لاتزال موجودة رغم استخدام صحافة المحمول.
 - أوضحت الدراسة أن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية و أنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.
 - أوضحت الدراسة أن صحافة المحمول تتجز مهام (الإنتاج والتحرير والنشر) عبر وسيلة واحدة وهي المحمول مما يعني تطورا إيجابيا في طريقة أداء المهنة.
 - أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أكثر اهتماما بالشكل الخبري وأقل اهتماما بالتحقيقات الإعلامية.
 - تمارس صحافة المحمول من قبل الإعلاميين العرب بمستوى أقل احترافية، حيث تركز استخدامهم لها في تسجيل التغطيات الصحفية وبنها لاحقا، وإجراء المقابلات الإعلامية ما يعني أنها لا تزال ضمن الاستخدامات التقليدية.
 - تساهم صحافة المحمول في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر إلي وجود مراسلين، مما يؤكد الانعكاسات الإيجابية لصحافة المحمول على مهنة الصحافة.
 - اختصرت صحافة المحمول زمن إنتاج وبث التغطيات الإعلامية.
 - تهدد صحافة المحمول مستقبل الإعلام المحترف، بتشجيعها للهواة على ممارسة المهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء مؤسسات إعلامية رقمية.
 - تسهم صحافة المحمول في تقليل هيمنة الحكومات على وسائل الإعلام.
 - أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أدت إلى تضائل دور الإعلاميين المحترفين كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات.

- تفرض صحافة المحمول شروطا جديدة لتوظيف الإعلاميين، تتضمن مهارات تقنية إلى جانب المهارات الإعلامية ، مما يؤكد ما ذهب إليه نظرية الانتقالات أو الحتمية التقنية، بأن التغيرات والتحويلات الثقافية تقودها التطورات في الوسائل التكنولوجية وتؤدي تدريجيا إلى خلق بيئة حضارية جديدة.
- أكدت الدراسة أهمية التحقق من مصادر وصدق المحتوى المرسل من الصحفيين الهواة قبل النشر، للحفاظ على مكانة وسمو مهنة الصحافة.
- اعتبرت الدراسة أن أكبر تحدي يواجه صحافة المحمول، هو إنتاج محتوى يلائم طبيعة المحمول وجمهوره، الأمر الذي يميزها عن الأنواع الإعلامية الأخرى.
- أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول، لا تخلو من السلبيات، أهمها أن المحمول عرضة للضياع مما قد يفوت على الصحفي تغطية الحدث.
- أكدت الدراسة أن صحافة المحمول أحدثت تغيرات جوهرية في طرق ممارسة المهنة فأصبحت أكثر سرعة وأقل تكلفة.
- صحافة المحمول سرّعت عملية رجع الصدى، ومكنت الإعلاميين من تلقي ردود أفعال سريعة تجاه تقاريرهم الإعلامية، ما يعني أن لها انعكاسات إيجابية على أداء المهنة.
- صحافة المحمول جعلت مستقبل الإعلام أكثر ارتباطا برغبات الجمهور، وتطلعاته، وما تفرضه عاداته وأذواقه وليس بالسياسات الحكومية.
- أكدت الدراسة وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين استخدام المحمول وتطور الممارسات الإعلامية من حيث سرعة الوصول إلى مكان الحدث والتقرب إلى الناس.
- جعلت الصحفي متنقلا بوسيلته.
- كشفت الدراسة أن نسبة % 87 من أفراد العينة يعتقدون أن صحافة المحمول زادت عبء العمل على الصحفيين المحترفين.

الإطار النظري

المبحث الأول

ماهية صحافة المواطن

تمهيد:

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى ماهية صحافة المواطن أين سيتم التعريف بها و ذكر أبرز الأشكال التي تأتي عليها بالإضافة لمقارنتها بـمـثـيلـتـها الكلاسيكية و انتهاءً بالخطابات التي احتفت بها.

المطلب الأول: مفهوم صحافة المواطن

يعرف عالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام عموماً، و عالم الصحافة المكتوبة بصفة خاصة، فالنظام الرقمي جمع بين تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصال، و بذلك ظهر سوق حقيقي للوسائط المتعددة، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة -نصوص، صور و أصوات هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة و الجذابة لمنتجات الوسائط المتعدد التفاعلية، و دفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية و بصفة خاصة التلفزيون و الإذاعة و الصحافة، في ظل بحث المستخدم على فضاءات أفضل للتعبير و الاتصال و هذا ما ينطبق أكثر على فئة الشباب أساساً، و هذا أيضاً بالفعل ما خلقتة هذه الثورة من أنماط إعلامية جديدة، في مقدمتها الإعلام الإلكتروني على شبكة الانترنت.¹

ما تناولناه في هذا الفصل من حقائق التطور الكبير الذي شهده العالم في ميدان الاتصالات و المعلومات، و ما ترتب على هذا التطور الشامل من تحولات جوهرية في البيئة الاتصالية المعاصرة انعكست بمظاهر شتى على واقع الإعلام الذي نشهده اليوم، و الذي يمكن أن نصفه بأنه إعلام جديد، و هي تسمية لا ندعي ابتكارها، فقد أُطلقت هذه التسمية و غيرها من المسميات على الإعلام المعاصر، كإعلام الرقمي، و الإعلام التفاعلي، و إعلام المعلومات، و إعلام المعلومات و إعلام الوسائط المتعددة، و الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال online media ، و الإعلام السيبروني، و الإعلام التشعبيي hyper media، و الإعلام الجديد، استناداً لما تناولناه في هذا الفصل هو ناتج العملية الاتصالية المتشكلة من اندماج عدة عناصر: الحاسوب و الشبكات و الوسائط المتعددة و تكنولوجيا الهاتف النقال و كذلك تقنية الأقمار الصناعية، و هو إعلام استند إلى بنية تحتية معرفية و صناعية و مهارية تفوقت على ما كان سائداً منها

¹ صلاح عبد الحميد، الإعلام و الفضاء الإلكتروني، ط1، أطلس للنشر و الإنتاج الإعلامي، الجيزة: مصر ،

قبل ظهور هذه التكنولوجيات، و تأسست على تفاعل هذه التكنولوجيات فيما بينها من جهة أخرى على نحو صار معه الجمهور عنصرا محركا بعد أمن كان عنصرا متلقيا و حسب في المراحل السابقة.¹

أحدثت صحافة الانترنت انقلابا واضحا في بنية الإعلام و الاتصال، تغيرت معه الكثير من المفاهيم الإعلامية و الاتصالية التي تسيدت بيئة الإعلام و الاتصال طوال عقود كثيرة من الزمن، إذ استطاعت صحافة الانترنت و لأول مرة في التاريخ الإنساني أن تدمج و تزوج بين وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية المطبوعة و المسموعة و المرئية، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال و محتواه و اتجاهاته، إذ مع صحافة الانترنت تحول الإعلام إلى اتصال، و أصبح الاتصال أكثر ديمقراطية، و تراجعت الرقابة، و انتعشت الحرية و سادت التفاعلية، و فتح باب التواصل، و سمع صوت من لم يكن متاحا له أن يسمع.²

ظهر مفهوم الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة و الراديو و التلفزيون، و ذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج و توزيع المضامين الإعلامية.

و من المهم الإشارة إلى أن الجودة التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جودة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم و لا يكون جديدا في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديدا بالأمس.³

¹ حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 69.

² حسين علي ابراهيم الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص 197.

³ شمس ضيات خلفاوي، الإعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة، مجلة علوم الانسان و المجتمع، العدد 15، جوان 2015، ص 293.

و حاليا استقر الوضع عند الكثير من الباحثين الإعلاميين على إطلاق مصطلح الإعلام الجديد على مجموعة من التقنيات و التطبيقات الحديثة التي...تلقى إقبالا كبيرا من الجمهور في استخدامها و الاستفادة منها.

و حاليا استقر الوضع عند الكثير من الباحثين الإعلاميين على إطلاق مصطلح الإعلام الجديد على مجموعة من التقنيات و التطبيقات الحديثة التي تتصف بالصفات المذكورة أعلام، و تلقى إقبالا كبيرا من الجمهور في استخدامها و الاستفادة منها.

و أهم هذه التقنيات و التطبيقات ما يأتي عن طريق الانترنت خاصة في تطبيقاتها العامة و التفاعلية مثل الأخبار الإلكترونية online news و تطبيقات الإرسال الإذاعي

و التلفزيونية مثل تقنية اليوتوب youtube و كذلك المنتديات و مجموعات النقاش، و استخدام محركات البحث، و مواقع التواصل الاجتماعي، و الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك facebook و تويتر twitter، و كذلك مواقع الألعاب الإلكترونية الجماعية.

و أهم ما يميز هذه الوسائل أنها يمكن أن توصف بأنها وسائل اتصال شخصية personal media، لأنها تعطي المستخدم القدرة على السيطرة و التحكم في شكل

و نوعية و محتوى و توقيت الاتصال الذي يرغب المشاركة به.¹
وقد كان ومازال يُشار إلى هذه الظاهرة الإعلامية باستعمال مصطلحات متنوعة من قبيل الصحافة التشاركية والإعلام مفتوح المصادر و الإعلام الديمقراطي و صحافة الشارع و الإعلام البديل و الصحافة الشعبية إلى غير ذلك من التسميات والمصطلحات التي كانت قد طُورت من طرف الباحثين في هذه الظاهرة الإعلامية والمنظرين لها مثل : (كليمينسيا رودريغيز) صاحبة مصطلح إعلام المواطن، (وبومان و ويليس) صاحبي مصطلح الصحافة التشاركية ، و(دان جيلمور) صاحب مصطلح الصحافة الشعبية ، و(هاكيت و كارول) صاحبي مصطلح الإعلام الديمقراطي.²

¹ نفس المرجع، ص 296.

² تقرير مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، تأثير صحافة المواطن و مستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، القاهرة 2016 ص 9.

إلا أن صحافة المواطن بمصطلحها الحالي والمرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي، كانت لها مسميات أقدم وفق استخداماتها وتطور وسائل الاتصال في ذلك الوقت، فبدأت من مفهوم الإعلام التشاركي، الذي يتيح للمواطن أن يجمع ويحلل ويقدم المعلومات، ثم أطلق عليها صحافة الشارع، إلى أن ارتبطت بالناشطين في حملات الضغط والمناصرة العاملين خارج محطات الإعلام التقليدي والرسمي، حتى انتهى المطاف باستخدام مصطلح "صحافة المواطن" لتمييزه عن عدة أنواع أخرى ينخرط فيها الصحفي الممتحن للصحافة في منتج إعلامي مجتمعي. وباختصار، تنطبق صحافة المواطن على كل "محتوى من صنع المستخدم" والمعروف عالمياً بـ user-generated content أي المحتوى الذي ينتجه أي مستخدم للانترنت دون شروط مهنية أو معايير صحفية.

ولعل أبرز المصطلحات التي تؤدي إلى التطور النهائي لصحافة المواطن، هي الإعلام التشاركي، و إعلام الشارع والإعلام الشعبي و إعلام المصادر المفتوحة والإعلام البديل وغيرها الكثير من المصطلحات التي في فحواها تحمل المعنى نفسه، وهو مشاركة المواطن في المحتوى الإعلامي.

من ناحية أخرى، يرى ألفرد هرميدا، أن مواقع التواصل الاجتماعي منحت المواطن السلطة للتعبير ومن ثم التأثير على محيطه من المواطنين، حتى إن بعض المواطنين أصبحوا مصادر للأخبار ومرجعية للصحفيين العاملين في الميدان¹.

ويعتقد بعض خبراء الإعلام أن كلاً من صحافة المواطن والصحافة التشاركية والمحتوى المقدم من المستخدمين، هي مفاهيم تدعو إلى إشراك القراء والمشاهدين في إعداد التقارير ونشر الأخبار، وهذا الإشراك هو محاولة من جانب المؤسسات الإعلامية لزيادة تفاعلها مع الجمهور، أما المساهمون في هذه العملية من الجمهور، فغالباً ما يطلق عليهم اسم) صحافيون مواطنون (، لأنهم ليسوا من موظفي المؤسسة الإعلامية بالرغم من أنهم قد ينشرون محتويات على أساس منتظم، على المدونات التي قد تحتضنها المؤسسة الإعلامية.

¹ تالا حلاوة، صحافة المواطن و تأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، سلسلة بحوث و سياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، رام الله، فلسطين، 2015 ص 5 .

وليس هناك تعريف توافقي لمفهوم صحافة المواطن، الشيء الذي يعكس اختلاف رؤى ومواقف الأكاديميين والمهتمين بدراسة صحافة المواطن، ولكن على ما يبدو أن التعريف الذي قدمه دجاي روزن، وهو ناقد صحفي وأستاذ للصحافة والإعلام بجامعة نيويورك، يبقى التعريف الأكثر استخداماً اليوم إذا ما رجعنا إلى الدراسات والأبحاث التي تتناول صحافة المواطن.

ويعرف دجاي روزن صحافة المواطن كما يلي: « صحافة المواطن هي حينما يوظف عامة الناس، المعروفون شكلياً بالجمهور، الأدوات الصحافية التي في حوزتهم لإخبار أناس آخرين عن حدث مهم. هذه هي صحافة المواطن».¹

و من أوائل الذين تصدوا لدراسة صحافة المحمول و اهتموا بتعريف مفهومها الباحثان الإعلاميان غوين و بروم، عبر كتابهما (صحافة الموبايل - موجو) و يعرفانها بأنها شكل مبتكر لعملية إنتاج قصص إخبارية و سرد الأحداث باستخدام الهواتف المحمولة، و تأخذ في الغالب شكل فيديو أو تقارير صوتية أو عروض للصور مع النص و تنقل مباشرة من موقع الحدث باستخدام شبكات الانترنت.

و يمضي الباحثان في التعريف، و يبلغا بعدا أكثر عمقا عندما يصفانها "بأنها تمثل ثورة في المجال الإعلامي أتاحت للمواطنين إنتاج محتوى مقنع يشاركون به في صناعة الإعلام عبر المنصات الإفسيرية".²

¹ تقرير عن تأثير صحافة المواطن و مستقبلها في ظل التطور التكنولوجي صادر عن مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة ، 2016، ص 9 .

² سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة الاعلامية، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، السودان، بحث منشور على الويب، 2018، ص 95 .

المطلب الثاني: أبرز أشكال صحافة المواطن

إعلام الانترنت يتخذ أشكالاً عدة منها ما له أصل في الإعلام التقليدي كمواقع الصحف التي تصدر طبقات ورقية و محطات الإذاعة و التلفزيونات التي تبث من خلال النت فقط و شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و غيرها.

أما لاسيكا فيصنف صحافة المواطن من حيث ممارساتها إلى الأصناف التالية:

أولاً : مشاركة الجمهور المتمثلة في التعليقات المرفقة بالمقالات الإخبارية، المدونات الشخصية، الصور، لقطات الفيديو التي يتم تسجيلها باستعمال كاميرا الهاتف الشخصية، والأخبار المحلية التي تتم صياغتها من طرف مقيمين في تجمع ما. ثانياً : الأنباء المستقلة ومعلومات المواقع الإلكترونية.

ثالثاً : الأخبار التشاركية تماماً للمواقع الإخبارية الإلكترونية مثل

NowPublic, OhmyNews, DijitalJournal Ground Report

رابعاً : المواقع الإعلامية المساهمة والمتعاونة مثل Slashdot, Kuro5hin و Newsvine

وأخيراً :أنواع أخرى من الإعلام مثل القوائم البريدية (mailing lists) والرسائل الإخبارية (news letters إضافة إلى مواقع النشر الشخصية .

وحسب ما يرى، فإن صحافة المواطن تعتبر من قبل البعض تريباقاً للفجوة الإعلامية الآخذة في الاتساع في المجتمعات التي أخذت فيها وسائل الإعلام التقليدية- المطبوعة والمذاعة -في التراجع).¹

يقسم ديوز هذه الصحافة إلى عدة أنواع:

1- مواقع أدلة الانترنت :مثل مواقع التصنيف والأدلة التي تتمثل أساساً في محركات

البحث مثل قوقل وجهات متخصصة في الأخبار مثل نيوز اندكس) تضع مادتها الرئيسية

وتوفر وصلات إلى مواقع الأخبار الرئيسية.

2- صحافة المواقع الشخصية: أو الصحافة الفردية أو blog ضمن هذا التصنيف

¹ تقرير عن تأثير صحافة المواطن و مستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، نفس المرجع السابق، ص 10.

و أقوى مثال على ذلك تقرير درج حول فضيحة كليبتون.

3- صحافة مواقع التعليق: أنشأ أساساً لمناقشة ما يرد في أجهزة الإعلام الأخرى،

و تعمل كرقيب مثل ميديا شانيل أو فريدم فورم.

4- صحافة مواقع الحوار أو المشاركة: توفر مجالاً لتبادل الأفكار و تركز على بلد أو

جالية أو موضوع معين، و لا تعتمد على جهاز تحريري و لا توفر مادة صحافية.¹

تنقسم صحافة المحمول إلى ثلاثة أنواع من حيث المنتجين لها و هي:

- صحافة المحمول التي ينتجها الصحفيون المحترفون و تنشئ في وسائل الإعلام.
- صحافة المحمول التي ينتجها المواطنون و الهواة و تنشر في مدوناتهم و وسائل التواصل الاجتماعي.
- صحافة المحمول التي ينتجها المواطنون و الهواة و تنشر في وسائل الإعلام الاحترافية.²

المطلب الثالث: صحافة المواطن و الصحافة التقليدية

أحدثت صحافة الانترنت انقلاباً واضحاً في بنية الإعلام و الاتصال تغيرت معه الكثير من المفاهيم الإعلامية و الاتصالية التي تسيدت بيئة الإعلام و الاتصال طوال عقود كثيرة من الزمن، إذ استطاعت صحافة الانترنت و لأول مرة في التاريخ الإنساني أن تدمج و تتزوج بين وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية المطبوعة و المسموعة و المرئية، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال و محتواه و اتجاهاته، إذ مع صحافة الانترنت تحول الإعلام إلى اتصال، و أصبح الاتصال أكثر ديمقراطية، و تراجعت

¹ حمداوي عمر، رمضان خامسة، صحافة المواطن و الإعلام التقليدي... علاقة تكامل أم تنافس؟، الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الديمقراطية، ورقة، 12-13 ديسمبر، 2012 ص 6 .

² سناء يوسف محمد شاهين ص102.

الرقابة، و انتعشت الحرية، و سادت التفاعلية، و فتح باب التواصل، و سمع صوت من لم يكن متاحا لصوته أن يسمع.¹

يثور خلاف كبير بين الباحثين حول طبيعة العلاقة بين صحافة المواطن والإعلام التقليدي، بين من يعتبرها منافسا له، أو حتى بديلا عنه. "نشأ مصطلح" صحافة المواطن "في إطار ما يعرف بالإعلام الجديد كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها، كل هذا يؤكد أن ممارسة الصحافة والإعلام التقليدي بصفة عامة لم يعد مهنة نخوية، مما جعل جماهير واسعة تتجذب إلى هذا النوع الجديد من الإعلام الذي أصبح يمثل منافسا حقيقيا للإعلام التقليدي من خلال تميزه بالسرعة والتفاعلية حتى تفوق على الكثير من الفضائيات التي أصبحت تعتمد على مختلف الفيديوهات والأخبار المنشورة على هذه المواقع كمصادر لأخبارها.² ويذهب بعض الباحثون إلى أبعد من ذلك حيث يعتبرون صحافة المواطن لا تمثل منافسا للإعلام التقليدي بل بديلا لها، فهي عبارة عن صحافة بديلة، ملتزمة ومختلفة عن الصحافة السائدة تعبر عن حالة من النقد الذاتي الداخلي لمهنة الصحافة التقليدية وأدائها الإعلامية، فهي مقاربة في التأسيس لاتجاه فكري ومهني يحذر مما آلت إليه الصحافة منذ نهاية القرن الماضي من احتكار وتوظيف وتزكية، ومن التأثيرات السلبية للعولمة على قطاعات الإعلام والاتصال، في الأصل صحافة المواطن هي رد فعل قد يكون ف نفس الوقت عفوي وواع عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الإنترنت والإعلام الإلكتروني.

¹ حسين علي الفلاح، نفس المرجع السابق، ص 197.

² حمداوي عمر، رمضان خامسة، نفس المرجع السابق، ص 6.

إن الإجماع على نقد مخرجات الإعلام الجماهيري تدفعه حقيقة باتت ظاهرة في المشهد الإعلامي الغربي يمكن إيجازها في تحول المؤسسات الإعلامية إلى إمبراطوريات تجارية تهدف إلى إرضاء المساهمين من همكة يوميا في قراءة حركة الأسهم في البورصات المحلية والدولية، أدت هذه التغيرات إلى حالة من الانحلال في هيئة لمؤسسة الإعلامية وتنازل أكثر عن دورها الإخباري الاستقصائية وظيفتها الاجتماعية، وغابت الموضوعية والمصادقية في دهاليز مكاتب الشركات المتعددة الجنسيات...بدأت إذن في التبلور وبشكل فوري أزمة بين الباث-الوسيلة-والمستقبل-الجمهور-والتي تعود إلى التسبب المهني والأخلاقي الذي شهده خاصة قطاع الإعلام في مجالات الإعلام والاتصال من جهة، و حضورا أكثر للمتلقى في المشهد الاتصالي الرقمي الجديد.¹

يتفق الكثير من الباحثين أن أهم ما يميز الإعلام الجديد هو التفاعلية و القدرة على دمج المحتويات الإعلامية و معالجتها و تنسيقها و إرسالها و استقبالها و تخزينها بمرونة عالية، و هناك عدة جوانب في الإعلام الجديد تميزه عن الإعلام القديم و تجعله منافسا قويا و بديل له في الكثير من الأحيان. و قد ناقش مكويل mcquail نقاط المقارنة بين الإعلام الجديد و الإعلام القديم من أربعة جوانب رئيسية هي كالتالي:

أ- من حيث النفوذ و عدم التكافؤ: يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي بأنه أكثر انفتاحا و أقل احتكارا، فتمكين الوصول للإعلام الجديد أسهل و أسرع منه في الإعلام التقليدي. كما أن المعلومات فيه لا تتدفق من مركز واحد إلى الأطراف، ولا من أعلى إلى أسفل فقط، فحركة المعلومات في الإعلام الجديد تصدر من عدة اتجاهات، و تستقبل في عدة إتجاهات أيضا. كما أنه من المعروف أن الحكومات لا تتحكم بالانترنت و وسائل الإعلام الجديد، و لا تضع لها التشريعات و الأنظمة بنفس القدر الذي تضعه للإعلام الجماهيري التقليدي.

و لكن بالمقابل هناك من الباحثين من يرى أن السيطرة و الرقابة على الانترنت و الإعلام الجديد قادمة لا محالة، بسبب انتشارها المتزايد و رواجها الكبير في المجتمعات الحديثة،

¹ نفس المرجع السابق، ص 7.

بالإضافة إلى عوائدها المادية الكبيرة للشركات العالمية ذات النفوذ. على سبيل المثال، يقول الباحث دالبيرغ أن سيطرة الشركات ستكون أكبر بداعي حفظ حقوقها التنافسية و زيادة معدلات أرباحها و حفظ حقوق ملكيتها الفكرية. و يضيف دالبيرغ أنه من ناحية أخرى، سيكون للحكومات فرصة السيطرة و الرقابة على مستخدمي الانترنت من خلال تتبع أنماط استخداماتهم و تحركاتهم في الإعلام الجديد. و لكن في النهاية، من الواضح أن الإعلام الجديد، إلى الآن، يتمتع بخصائص الانفتاح و سهولة الوصول و المشاركة بقدر أكبر بكثير من الاتصال الجماهيري التقليدي.¹

ب- من حيث التلاحم الاجتماعي و الهوية الثقافية: نظرا لاستخدامات الإعلام الجديد المتنوعة، و التنوع الكبير في المستخدمين من حيث هوياتهم و أماكن تواجدهم و ثقافتهم المتعددة، فإنه يمكن الاستنتاج بأن الانترنت و الإعلام الجديد يؤدي إلى زيادة في التفكك و التشتت الاجتماعي. و لكن بالمقابل/ الإعلام الجدي يتيح ظهور أنواع جديدة من العلاقات الاجتماعية، و يساعد على تشكيل جماعات و شبكات من الأفراد الذين تربطهم اهتمامات و أهداف مشتركة بطريقة لم تكن متوفرة في الماضي.

ففي السابق كان الإعلام التقليدي يخاطب الحاجة للتلاحم الاجتماعي و تعزيز الهوية من خلال منظور الدولة الواحدة، أو القومية الواحدة التي يحدها نطاق جغرافي محدد. فكان أهم عنصر يحدد الهوية هو الموقع الجغرافي، أما في عصر الإعلام الجديد فالهوية و الاهتمام الثقافي يتجاوز حدود الدولة الواحدة بسهولة.

ت- من حيث القدرة على إحداث التغييرات الاجتماعية و المساهمة في مشاريع التنمية: من زاوية النظر التقليدية، حملات التنمية و التغيير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي و تنظيم ذو اتجاه واحد و مجهودات جماعية مركزية بالإضافة إلى ميزانيات ضخمة في أغلب الأحيان. هذه الخصائص غير موجودة في الإعلام الجديد، حيث يغلب عليه طابع اللامركزية و تعتمد كثيرا على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة. و لكن أدوات

¹ شمس ضيات خلفاوي، نفس المرجع السابق، ص 301.

و مضامين الإعلام الجديد قد تتفوق في هذا المجال نظرا لتنوعها و جاذبيتها لدى الجمهور و خواصها التفاعلية. كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية أو تطوعية و هي طريقة أكثر فاعلية من طريقة الإلقاء من طرف واحد.¹

ث- التعامل مع المكان و الزمان: فيما يتعلق بتخطي حواجز الزمان و المكان، نجد أن الإعلام التقليدي في الواقع، وصل إلى مرحلة من القدرة على تخطي حواجز المكان قبل ظهور و انتشار الإعلام الجديد. فالتلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبت الحي عبر الأقمار الصناعية، ويتخطى حواجز الدول و البلدان، وحقق بذلك تفوقا ملحوظا على وسائل النقل التقليدي التي سبقته مثل السيارات و القطارات و الطائرات. و لكن انتشار الإعلام الجديد ضاعف من هذه القدرة و خفف من أعباء الإرسال التقليدي الذي يتطلب تجهيزات و ميزانيات ضخمة لتشغيله. كما أن الإعلام الجديد تحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز بث محددة و أماكن استقبال محددة. فالرسائل الإعلامية تصدر من أي مكان و تصل إلى مكان آخر في العالم بسرعة فائقة. و لكن من جانب العوائق الثقافية و الاجتماعية، لا نستطيع القول أن الإعلام الجديد قد تغلب عليها جميعا أو تجاوزها بالكامل. فالملاحظ أن معظم الشركات الكبرى المسيطرة تقنيا و فنيا على مضامين الإعلام الجديد متمركزة في أمريكا و أوروبا، كما أن اللغة الإنجليزية هي لغة التخاطب الأولى على الانترنت.

أما من حيث التحكم بالوقت، نجد أن الإعلام الجديد يتفوق على الإعلام القديم من حيث سرعة إرسال و استقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة، منها مواقع مخصصة للأخبار و مواقع الشبكات الاجتماعية، علاوة على مواقع المحادثات و الدردشة. كما أن أدوات الإعلام الجديد توفر خاصية الأرشفة لاسترجاع المضامين من فترة زمنية سابقة قد تكون بعيدة جدا. فيمكن استرجاع الأعداد القديمة من الصحف في أي زمن مضى من تاريخ

¹ نفس المرجع ص 302 .

صدور الجريدة. و يمكن كذلك استرجاع البرامج الإذاعية و التلفزيونية القديمة و إعادة الاستماع لها و مشاهدتها، بطريقة يصعب على الإعلام التقليدي توفيرها.¹

المطلب الرابع: الخطابات الإحتفائية بصحافة المواطن

أصبح للفضاء الإلكتروني دور في صناعة و تشكيل الرأي العام ليس فقط على المستوى المحلي بل العالمي، و ساعد على ذلك زيادة الارتباط العالمي بتكنولوجيا الاتصال و المعلومات، و أبيض هناك ما يزيد على مليار مستخدم للإنترنت و ما يزيد على 4 مليار مستخدم للهاتف المحمول عالميا و خاصة بين فئة الشباب الأكثر نشاطا و دراية بها، و بما انعكس في ظهور فاعلين كثيرين في تشكيل الرأي العام، و ذلك بعد تفكك سيطرة الدولة لوسائل الإعلام و الحد من قدرتها على التعبئة و حشد للجماهير، و ساهم الإعلام الجديد في بروز دور الأفراد و الجماعات الذين يمكنهم من استخدام الفضاء الإلكتروني لنقل و تبادل و إنتاج المعلومات و نشرها بين قطاع عريض من الجمهور، و بما يفتح ذلك المجال للتأثير في أولويات القضايا لدى الرأي العام و طبيعة المساهمين فيه، و ذلك مع بروز الإعلام الإلكتروني بطابعه الفردي أمام الإعلام الحكومي الذي كان يسيطر و يؤثر في تشكيل الرأي العام و من ثم حدوث التعبئة و التجنيد و التأييد لسياسات الحكومة المحلية، و مكن الإعلام البديل الأفراد من صنع وسيلة إعلامية خاصة بهم سهلة الإنتشار و رخيصة التكلفة، و تتميز بالتنوع الإعلامي على شكل نص أو صوت أو صورة أو فيديو كليب.²

و دفعت تلك الأدوات الجديدة إلى استخدامها بشكل ايجابي في تحقيق نوع من التواصل الإنساني بين العديد من التجمعات البشرية و الأفراد من كافة أنحاء العالم، و أصبحوا يجتمعون حول قضايا مشتركة تؤثر فيهم و يؤثرون في انتشارها و دعمها، و ذلك في ظل حوار ندي بين العديد من الأفراد حول العديد من القضايا المحلية و العالمية، و من جاني آخر كان لاستخدام تلك الأدوات جانب سيء في استغلال طابع الإعلام الإلكتروني

¹ نفس المرجع السابق، ص 303.

² صلاح عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص 5 .

الفردية في تغذية العنف و الكراهية و بث الشائعات و الحرب النفسية و تضليل الرأي العام بالإضافة إلى المساهمة في إظهار نمط جديد من الجرائم.¹

و جاء هذا مع المساعدة في توفير أدوات للرأي العام و التعبير أمام الجمهور تتميز جميعها بالسهولة و الانتشار و قلة التكلفة سواء أكانت في شكل إنشاء مواقع على الانترنت أو الرسائل النصية القصيرة أو المدونات أو غرف الدردشة أو المجموعات البريدية، أو استخدام الهاتف المحمول أو استطلاعات الرأي الإلكترونية أو التعليقات الإلكترونية على الأخبار أو الأحداث أو عن طريق نشر المقالات عبر الفضاء الإلكتروني أو ما يتعلق بالتطور في تقنية استطلاعات الرأي العام عبر الاستثمارات الإلكترونية أو الاستطلاع عبر المواقع.

و عبرت تلك الأدوات عن ثورة في الأداء الديمقراطي ما بين الحاكم أو المحكوم أو ما بين الرأي العام المحلي و الآخر الدولي أو حتى ما بين المختلفين عرقياً أو دينياً أو ثقافياً بشكل يعكس ثورة معلومات متدفقة مقابل رأي عام سريع التلقي و التأثير و بروز العديد من القضايا التي تشكل أجندة الرأي العام و في نفس الوقت بروز العديد من الفاعلين في التأثير و ذلك مع اتساع القاعدة الجماهيرية التي تشكل أجندة الرأي العام و في نفس الوقت بروز العديد من الفاعلين في التأثير و ذلك مع اتساع القاعدة الجماهيرية التي تشكل المستقبل للرسالة الإعلامية.²

رفض المبحوثون بالإجماع اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كـ "مصدر" للخبر بل رأوا فيها أداة تلهم الصحفي وتزوده بقصص تستحق التغطية الإعلامية فتسلط له الضوء على قضية ربما لم يكن مطلعاً عليها سابقاً، أو تشكل طرف خيط "الخبر يحتاج التحقق وكتابة قصة حقيقية حوله فيما لو تأكدت مصداقيته.

تقول سائدة حمد: "سابقاً، كان على المراسل أن يكون دائماً في الميدان لصنع الخبر، الآن ومع كم المعلومات الهائل الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح تبادل المعلومات أسهل وأسرع، لكن التحقق منها ما زال يشغل بالنا كصحفيين." ويشاركها الرأي وليد نصار الذي يرى أن الحوسبة والالكترونيات سهّلت من عمل الصحفيين وطوّعت الأدوات

¹ نفس المرجع السابق.

² نفس المرجع السابق، ص 6 .

التكنولوجية لخدمة المهنة"، ويضيف نصار: "اليوم إذا لم نستخدم مواقع التواصل الاجتماعي نشعر وكأن لا أحد وصله أخبارنا."

من ناحيته يرى عبد الرحمن عثمان أن الغالب الأعم في أخبار "صحافة المواطن" هو أن تحمل كما هائلا من المبالغة، لكنها تأتي من مواطن يعيش الحدث بنفسه، فلم يعد بالإمكان الاستغناء عن صحافة المواطن على حد تعبير عثمان، وذلك "خاصة للعاملين في مواقع محلية مثل موقع دوز المختص بمحافظة نابلس، فهو يغطي كل القرى والأحياء في المحافظة وليس بإمكان موقع دوز مثلا أو غيره توظيف مراسل في كل مكان، وهذا يزيد من أهمية صحافة المواطن."

يتفق المبحوثون على أن الصحفي المهني هو الذي يستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي والمواطن الصحفي كشاهد عيان أو ضوء مسلط على قضية أو حدث ما، لكن الصحفي المهني يحقق بالمصادر وفقاً للآليات والطرق التقليدية التي اعتاد عليها، فخلود عساف مثلاً ترى أن "المجلس القروي في قرية ما هو طريقة للتحقق من خبر في منطقة لا

مراسل فيها "وتضيف أنه" مهما كثرت مصادرنا من المواطنين، فالمصادر الرسمية هي المرجعية في النهاية وما يردنا من مواقع التواصل الاجتماعي هو معلومة أولية من السهل الوصول إليها لكن عليّ التحقق منها ومع الكمّ الهائل من المعلومات الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي، صارت متابعتها جزءاً لا يتجزأ من روتين الصحفي، فهي توفر له منصة تفاعلية مباشرة مع جمهوره تمنحه القدرة على الحصول على تقييم فوري لمادته الإعلامية. وهذه النقطة تحديداً أثارها حمد كإيجابية لا يمكن تجاهلها في هذا السياق.

ويبقى التميز هو الشغل الشاغل للمبشرين والمؤسسات التي يمثلونها، ففي ظل سيل المعلومات الهائل الذي يجتاح الفضاء الإلكتروني، يبحثون عن التميز في تغطية الخبر وصنعه لتثبيت هويتهم كمرجعية أولى للجمهور المحلي.

ورغم سرعة المعلومة التي يوفرها الإعلام الاجتماعي، إلا أن الصحافة الحقّة هي التي تصنع الخبر وتحقق فيما وراءه¹.

¹ تالا حلاوة، نفس المرجع السابق، ص 14.

المبحث الثاني

تحديات صحافة المواطن

تمهيد:

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى أخلاقيات الصحافة في ظل صحافة المواطن كما سنقوم بمناقشة التحديات التشريعية التي تواجه هذا النوع المستحدث من الإعلام مروراً بأهم الانتقادات التي تتعرض لها ليتم النظر في الأخير إلى المستقبل الذي سيواجهها.

المطلب الأول: صحافة المواطن و أخلاقيات مهنة الصحافة

ارتبطت أدبيات أخلاقيات الإعلام تاريخيا بالإعلام الغربي، حيث ظهر الحديث عن هذه الأخلاقيات media ethics، بفعل تلك التجاوزات التي أفرزتها الممارسة الإعلامية التي كانت تتحرك في إطار النظرية الليبرالية، التي تقوم على مبدأ حرية التعبير و حق الجمهور في المعلومة، لإرساء قيم الديمقراطية، بدون وجود أية قوانين تفرض على الحصول على المعلومات وتداولها، وبدون وجود أية تجاوزات مضرّة، هنا ظهر السؤال الجوهرى: كيف يمكن أن يكون الإعلام حرّاً ومسؤولاً؟ و تم الاعتماد على مبدأ المسؤولية و ذلك من خلال التزام الصحفي بمجموعة من الضوابط الذاتية التي تسمى أخلاقيات الصحافة و هو ما عُرِف بـ " الصحافة الحرة والمسئولة"¹ " free and responsible Press".¹

أخلاقيات المهنة هي "مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح وموضوعي في العمل الإعلامي"، وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي.

وتحظى أخلاقيات الممارسة الصحفية بأهمية قصوى على الدوام نظرا لعمق تأثيرها على المهنة وممارسيها وعلى المجتمع برمته، فإذا فقدت الصحافة أخلاقها فقدت قيمها وقيمتها، مبادئها وثقة الناس فيها، فأخلاقيات الممارسة الصحفية هي عروة العمل الصحفي، عماده وإطاره، و لا يمكن أن تبلغ وسائل الإعلام مستوى رفيع برسالتها و تقوم بدورها في نقل الأنباء و الآراء قيما حسنا إلا إذا توافرت في أشخاص المشتغلين بها المزايا المهنية و العلمية و الخلقية الكافية.²

الإعلام أداة هامة و وسيط فعال للتربية و التنشئة الاجتماعية و لذلك فإن للإعلام دورا أساسيا في تنمية الأخلاق و القيم الخلقية و لما كان الإعلان مرتبطا بالإعلام فإنه بالضرورة يكون ذا دور أخلاقي بناء أو هدام.³

¹مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، <http://www.academia.edu>، اطلع عليه بتاريخ 2020/05/16 الساعة: 23:25.

²مقال عن أهمية النزاهة في الإعلام، <http://www.ABAHE.uk>، اطلع عليه بتاريخ 2020/03/29، الساعة: 03:48.

³ إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع القاهرة، 2014، ص 106.

منذ أن ظهرت الصحافة إلى الوجود قبل أكثر من قرن من الزمان و ربما أكثر، وهي تؤسس لنفسها لتكون لها شخصيتها الاعتبارية التي تسهم في خلق الوعي وتوجيهه و بعد ظهور الإذاعة و التلفزيون و السينما و تطور الطباعة، أخذ الإعلام يؤثر بشكل أكبر، غير أن العقود الأخيرة شهدت تطوراً هائلاً و متسارعاً في وسائل الإعلام بدخول التكنولوجيا عليها بوسائلها الحديثة.¹

الإعلام الراهن المعاش الذي يتعامل معه الناس كقائمين بالاتصال محترفين أو هواة ومتلقين ووسطاء ومتفاعلين، و هو نتاج تطور الإعلام التقليدي باستخدام التكنولوجيا الرقمية، و في بعض الجوانب ناتج اندماج الإعلام التقليدي مع الإعلام الرقمي.² فأدت حرية الانترنت إلى نشوء صحافة الهواة Amateur reporting، حيث يمكن لكل فرد عادي أن يكون مراسلاً صحفياً من خلال تحميل مواد على الويب web loggin هو ما يصل إلى جماهير عريضة، أو ما يُعرف من الجميع إلى الجميع. إنها ممارسة مواطنة جماعية و تشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحد. فأصبح بإمكان أي كان أن يكتب في أي موضوع يشاء، إنها اللامركزية الإعلامية. كما اتجه العديد من الصحفيين بالتعاون مع شباب الانترنت إلى إنشاء مواقع إلكترونية على شكل صحف و مجلات و إذاعات و مدونات إلكترونية و مواقع اجتماعية. و تلك محاولة أولى للتخلص من هاجس الرقابة و التراخيص و كل ما يعترض العمل الصحفي تنظيراً و ممارسة. وقد ساهمت هذه الفضاءات في إيجاد متنفس للصحفيين المغلوبين على أمرهم، من خلال الكتابة على المواقع الإلكترونية التي لا تحاسبهم على ما يكتبونه، سواء بأسمائهم الحقيقية أو بأسماء مستعارة وبحرية أكبر دون رقابة قبلية ولا بعدية، ودون خطوط حمراء كالتالي كان حارس البوابة حريصاً دائماً على التذكير بها إما تلميحاً أو تصريحاً.

جاء ذلك نتيجة عدم اقتناع العديد من الصحفيين خاصة التابعين للقطاع العام بما يكتبونه أو يقولونه، نتيجة الكذب والتزييف و قلب الحقائق الممارس من قبل المالكين الحقيقيين لهاته الوسائط. كما ظهرت مشاركة العديد من الصحفيين في التعليق و آرائهم في مدونات ذائعة الصيت التي أنشأها زملائهم من الصحفيين أو الشباب المدونون.

¹ إبراهيم اسماعيل ، الإعلام المعاصر وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، قطر، 2014، ص9.

² نفس المرجع، ص11.

و لكن تبرز عدة إشكالات و منها: من هو الصحفي في هذه البيئة الإعلامية المستحدثة؟ وهل هؤلاء الهواة يعدون صحفيين؟ وعلى أي أساس نصنّفهم؟ ذلك أن البعض يعترف أنهم صحفيون هواة و يدّعي البعض الآخر أنهم شيء آخر مختلف أدى إلى تمييع العمل الصحفي.¹

وإن كانت المتابعة القريبة لما يدور في المجتمعات ميزة إيجابية تحسب لصالح صحافة المحمول، فإن سوء توظيفها يضعها موضع الاتهام و التسبب في الانفلات الأخلاقي في الساحة الإعلامية، كما تلاحق صحافة المحمول اتهامات بأنها السبب في عودة النقاش حول أخلاقيات الممارسة الصحفية إلى الواجهة بقوة .

رغم القناعات السائدة في القطاع الإعلامي بأهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة، إلا أنها تعد من الجوانب المثيرة للجدل خاصة في حالة صحافة المحمول لصعوبة ضبطها. و الواقع ألا يوجد تشريعات قانونية محددة بشأن صحافة المحمول، لكنها بالضرورة تدخل ضمن الأخلاقيات و التشريعات التي تحكم العمل الصحفي بشكل عام.²

يعد الالتزام بمعايير المهنة ضرورة قصوى لكل من يمارس الصحافة، سيّما صحفيو المحمول الذين هم أكثر قربا من المجتمعات و الناس. إلا أن إلزام صحفيو المحمول (موجوس) بضوابط أخلاقية رغم أهميتها، تبدو مهمة عسيرة، لأسباب عديدة و معقدة أبرزها أن نسبة كبيرة من العاملين أو الناشطين في المجال، هم من الهواة و مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين يمارسون المهنة بحرية دون قيود أو انتماء لأي مؤسسة تلزمهم بضوابط ممارسة المهنة.³

و قد كشفت دراسة حديثة عن صعوبات تواجه تطبيع أخلاقيات الإعلام التقليدي على وسائل الاتصال الجديدة و صحافة المحمول جزء منها، رغم أن معظم أخلاقيات الإعلام تطورت من خلال تراث الصحافة المكتوبة.

حيث فرضت البيئة الإعلامية الحديثة تحديات جديدة تختلف عن التقليدية فيما يتعلق بالجوانب الأخلاقية في ممارسة المهنة، فهي نتاج تحولات عديدة أحدثتها تكنولوجيا

¹مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، <http://www.academia.edu> اطلع عليه بتاريخ

2020/05/16، الساعة: 23:25 ص 87.

²سناء يوسف محمد شاهين، نفس المرجع السابق، ص 162.

³نفس المرجع، ص 166.

الإعلام و الاتصال في تقنيات و طرق الممارسة الإعلامية انتقلت على إثرها من طابعها التقليدي إلى وضع جديد غير آليات العمل الإعلامي و أسقط حاجز المكان و الزمان من أجندة الصحفي، بل وغير مفهوم و دور الصحفي القائم بالاتصال في العملية الإعلامية و الاتصالية. يقول كريستيانز أن النصوص القديمة لأخلاقيات الإعلام تملك القليل أو لا تملك أجوبة للمشكلات و القضايا المستجدة لمهن وسائل الإعلام، فالقوانين الأخلاقية لقوانين الإعلام في العديد من الدول فيها من القصور و النقائص ما يعجز عن التصدي للقضايا الأخلاقية التي تثيرها صحافة المحمول.

و لا تزال الآمال معقودة بأن تتمكن تكنولوجيا الإعلام من تحويل ثورة المعلومات إلى ثورة أخلاقية مهنية، عبر إيجاد آليات يمكن من خلالها لوسائل الإعلام و الاتصال الجديدة أن تلتزم بالمبادئ التقليدية، أو تجد لنفسها مبادئ مهنية جديدة تنظم الفضاء الإعلامي الذي يساهم في الخط بين الأدوار التقليدية و الجديدة للصحفي في صناعة المضامين الإخبارية و المساهمة في مختلف القضايا التي تهم المجتمع.¹

يظل التحري عن المعلومات تحدياً أمام صحافة المحمول التي تقوم على مبدأ سرعة النشر مما يصعب عملية تدارك الخطأ. إلى جانب صعوبة ضبط أخلاقيات صحفي المحمول الهاوي الذي يعمل بشكل منفرد في الشوارع، و لا يوجد من يوجهه و يقول له ماذا يفعل، وحده المسؤول عن اختيار المشاهد يقوم بتصويرها و من ثم تنقيحها، يدقق في كل جوانبها وصولاً للمرحلة الحاسمة و هي البث أو النشر. بالطبع فإن الأمر مختلف مع صحفي المحمول من محترفي مهنة الصحافة، فهم لديهم وعي مسبق بالتشريعات القانونية المنظمة لمهنة الصحافة و أخلاقياتها. فبينما يستطيع المواطنون الهواة استخدام الهواتف الذكية للإبلاغ عما يشهدونه، أو استغلال النشر لتحقيق أغراض غير واضحة، فإن الصحفيين المحترفين ملتزمون بأخلاقيات المهنة في استخدام هواتفهم لتقديم معلومات موثوقة مدعومة بالحقائق، و لا يستطيع الصحفي المحترف الارتجال في وصف الحدث، كما قد يفعل الهواة.²

و بعد كتابات و أبحاث كل من ريببكا (R.Blood) و دوب (Dube)(2003) و مارتين كون (M.Kuhn)(2005) حول الحاجة إلى الأخلاقيات في التدوين و اقتراح مبادئ عامة في هذا الشأن، جاءت دراسة أندي كوه (A.Koh) و زملائه باعتبارها أولى الدراسات التي

¹ نفس المرجع، ص 167 .

² نفس المرجع ، ص 168.

اهتمت بإبراز المعايير الأخلاقية الأساسية من وجهة نظر المدونين أنفسهم، قام بها طلاب و أعضاء هيئة التدريس بكلية الاتصال و المعلومات بجامعة نانيانج التكنولوجية بسنغافورة و نشرت عام 2005. هدفت هذه الدراسة المسحية الدولية للمدونين إلى الكشف عن الاختلافات بين المدونات الشخصية وغير الشخصية حيث طرحت العديد من الأسئلة و التي من بينها المعايير الأخلاقية التي يثمنها المدونون. و اقترحت الدراسة أربعة أسس أخلاقية شاملة هي: قول الحقيقة "Truth Telling" و تشمل الصدق، و الإنصاف،

و المساواة، و الشمولية في الطرح ، و المساءلة "Accountability" و يقصد بها المسؤولية تجاه الجمهور، الصدق في شخصية المدون، الكشف عن التعارض في المصالح، تحمل عواقب و نتائج ما ينشر على المدونة. و تخفيف الضرر عن الآخرين "Minimizing harm" و تشمل احترام الخصوصية، السرية و احترام مشاعر الآخرين و الفئات المهمشة، و أخيرا الربط أو الكشف عن الانتساب "Attribution" من خلال احترام حقوق الملكية الفكرية و تجنب السرقة العلمية و حماية المصادر.¹

ويعتقد دان جيلمور (Dan Gillmor) أن على الصحفيين المدونين أن يعملوا بشكل فردي أو جماعي على تنمية قيم المسؤولية الاجتماعية في نشر الأخبار في فضاء الانترنت الذي ينشطون فيه وبالتالي ضرورة تبني المدونين مشروع أخلاقيات الانترنت وهو عبارة عن التزام ذاتي، يقترحه المدونين على مدوناتهم الخاصة ويكون عادة بطريقة تشاركية ويمكن تحسينه و مراجعته كلما دعت الحاجة إلى ذلك من قبل متصفح شبكة الويب،

و أخلاقيات الانترنت قريبة من متصفح شبكة الويب، و أخلاقيات الانترنت قريبة من المبادئ الأخلاقية المعتمدة في وسائل الإعلام الكلاسيكية كالتثبت من الخبر و احترام الحياة الخاصة و قابلية المعلومات للنشر و غيرها، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات النشر في المدونات و شبكات التواصل الاجتماعي.²

و تكتسب التشريعات الأخلاقية و ميثاق الشرف الصحفي قيمتها عندما تترجم إلى واقع من خلال الممارسة العملية للصحفيين أو تأدية الصحفيين الواجبات المنوطة بهم، مثل إجراء المقابلات الصحفية أو تغطية الأحداث و المؤتمرات الصحفية. حيث يستخدم

¹ حنان علان، مصداقية المدونات: بين المعايير التكنولوجية و الضوابط الأخلاقية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 26، جوان 2019، ص 147.

² نفس المرجع، ص 148.

صحفيوا المحمول كاميرات هواتفهم في النقل المباشر للحدث أو تسجيله و عرضه في وقت لاحق، و في كلا الحالتين فإنهم محكومون بمعايير مهنية أبرزها :

• تجنب انتهاك حرمة الشخصية

• مراعاة القوانين و التشريعات

• تجنب استفزاز و إثارة مشاعر الآخرين

• التزام الحياد في نقل الأحداث

كما يجب أم يراعي قول الخف و توكي الأمانة فيما يعرضه من معلومات، و الحرص على عدم تشويه الحقائق أو السعي وراء منفعة شخصية و احترام آراء الآخرين و خصوصياتهم و ثقافات الشعوب الأخرى و المساواة و الإنصاف في تبادل المعلومات و تحمل المسؤولية الإجتماعية لتعزيز قيمها الإيجابية.¹

و عند الحديث عن أخلاقيات صحافة المحمول ينبغي أن نفرق بين الصحفيين المهنيين و الصحفيين الهواة "المواطن /المستخدم فالصحفي المهني يعمل في الغالب تحت مظلة أخلاقيات تفرضها هيئات إعلامية رسمية إلى جانب أخرى تفرضها عليه مؤسسته و الواقع أنه يتحتم على كلاهما "المهني و الهاوي" التثبث بالمعايير الأخلاقية.² "أخلاقيات الانترنت" هي عبارة عن مدونة سلوك، فهي مدونة للعيش المشترك و دعوة للسلوك الأخلاقي المسؤول عند استعمال الشبكة، إنها إعلان عن شكل من أشكال التحضر في الفضاء الافتراضي. مصطلح يتعلق بالمجتمع المدني، و هو عبارة عن مدونة سلوك أخلاقيات مستعملي الانترنت من مواقع التواصل الاجتماعي، صحافة إلكترونية، مدونون و غيرهم كثر. فكل مبحر على شبكة الانترنت أو لأي صاحب موقع أو مدونة أن يعتمد أو يحترم ميثاق أخلاقيات الانترنت، فكل مستخدم للشبكة مسؤول على الفضاء الذي يتواصل من خلاله و أن يحترم ميثاق أخلاقيات الانترنت و أن يتابع مع احترامه له في تعاليقه و أخباره التي ينشرها فهو مجموعة من المبادئ التي تعبر عن شكل جديد من التعديل الذاتي المواطن لمخرجات الشبكة.³

فيما تنامت القضايا المتصلة بالتجاوزات الأخلاقية لمستخدمي صحافة المحمول خاصة الهواة، حيث يعمل الصحفي الهاوي بحرية دون قيود تفرضها عليه مؤسسة إعلامية أو

¹ نفس المرجع ص 169.

² سناء يوسف محمد شاهين، نفس المرجع، ص 181.

³ مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، <http://www.academia.edu>، اطع عليه بتاريخ

2020/05/16، الساعة: 23:25 ص 105.

جهة اعتبارية، الشيء الوحيد الذي يتحكم فيه هو الوازع الأخلاقي و ثقافته، لذا فقد تجد من هو ملتزم بالقيم الأخلاقية و أعراف المجتمع، و من يمارس المهنة دون ضوابط مما يسهم في انتشار الأخبار الكاذبة و الفبركة الإعلامية و مقاطع الفيديو المفبركة. إن مشاركة الهواة جعلت صحافة المحمول أكثر عرضة للتجاوزات الأخلاقية.¹ و ظهرت ما يعرف ب: "إتيكيت الانترنت"، و من بين الآداب التي يجب على المستخدمين الانترنتيين احترامها:

- أن يراعي الأدب و مشاعر الغير باختلاف البيئات و العادات فيما يكتب.
- أن لا يكون الكلام الذي يكتبه يحمل معنيين مختلفين.
- أن يراعي الأدب العام في اختيار الألفاظ و التعامل مع الغير.
- عدم التطفل و التجسس.²

في مؤلف يحمل عنوان «دليل المدونات» تميز ريببكا بلود بين العمل الصحفي الحرفي و صحافة المواطن وتعتبر أن ما يميز الاتجاهين هو مدونة السلوك و موثيق الشرف وهو ما دفعها إلى اقتراح ميثاق شرف معدل خاص بالمدونين:

- إذا كانت مادتك التي تعتمد عليها توجد على شبكة الانترنت أذكر مصدرها
 - لا تتردد إذا ما صدر منك خطأ في الاعتذار من العموم
 - لا تلغي أية معلومة نشرتها سابقا للعموم و إذا ما لاحظت أية إخلالات حاول أن تضيف إليها الجديد أو أن تصوبها، فأعادة كتابة أو حذف معلومة نشرت لا يستقيم
 - لا تخشى النقد تجاه مصادرك. عندما يعتمد المدون على مصدر لأخباره و يكون ذلك المصدر محل نقد و جدل فعليه أن يذكره بكل وضوح في بقية كتاباته و آرائه.³
- إن هذه القواعد و المبادئ الأخلاقية تلتقي فيما يتعلق بالثبوت في المصادر، و حق الرد و إنارة الجمهور والتي يعتمدها المدونون مع ميثاق شرف الصحفي المحترف، وهو ما بات يدفع بالمدونين الراغبين في لعب دور الصحفي إلى الدعوة صراحة إلى تطبيق هذه المبادئ والدفاع عنها.⁴

¹ سناء يوسف محمد شاهين ، نفس المراجع، ص 177.

² نفس المرجع، ص 106.

³ جمال الزرن، من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت ط 01، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية،

أكاديمية" دوتشفيلا"معهد الصحافة و علوم الإخبار، تونس ، 2013، ص 60.

⁴ نفس المرجع، ص 61.

و على الرغم من أن العديد من المدونين يرون انه لا يوجد مجال لوضع ميثاق موحد يلزمون به، و يرى قليل منهم أن الحل هو أن تكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد، و أن تكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة و يتجاهل منها ما يسئ إليه، غير أنه ظهر تيار ينادي بضرورة وجود أخلاقيات تنظم سلوك الصحفي الجديد، و بغض النظر عن الاختلاف بين البيئتين الإعلاميتين، هناك إطار مشترك بينهما، يتعلق بالمعلومة، البحث عنها و نقلها. إنها التركيبة المعيارية للمعلومات، فالممارسات الأخلاقية عامة - و في قطاع الصحافة بشكل خاص - قيم إنسانية عامة.

إن عملية التنظيم في أخلاقيات الإعلام هي بوجه خاص مثيرة للمشكلات، عند الوضع في الاعتبار الحاجة من جانب إلى درجة عالية من الاستقامة الأخلاقية، و من جانب آخر التحرر من التدخل الحكومي، و هذا يجعل التنظيم الذاتي أكثر جاذبية، بل ربما الشكل الوحيد المناسب لتعزيز السلوك الأخلاقي في الإعلام فأخلاقيات الإعلام الجديد تدعونا للتخلص من المفهوم المعياري للأخلاق و الانخراط في مفهوم جديد قائم على ثقافة الامتناع الذاتي بعيدا عن كل أشكال الرقابة و العقاب و الجزاء، و على تمكن المتلقي /القارئ من التعاطي بوعي و بخلفية منهجية على هذه الطفرة الإعلامية، و إن ظهرت بعض الموثيق و البنود الخاصة بالانترنت و المعلومات، فهي لا تتعدى كونها سياسات استخدام ليس إلا Policies Acceptable Use الشائعة التداول بين مختلف المواقع الإخبارية و الشركات المعنية بالالكترونيات.¹

2.المطلب الثاني: صحافة المواطن والتحدي التشريعي

في الإعلام التقليدي، الصحفيون هم من "يصنعون الخبر".هم من يقررون ما الذي تجب تغطيته، ما هي المصادر التي تستعمل، ما يكتب أو يقال أو يصور، بأي شكل يقدم الموضوع حال جهوزه (حسب رأيهم) للاستهلاك العام. باختصار، يتحكمون بكل شيء يخص القصة. هم حراس البوابة الذين يحرصون على أن المجتمع سيسمع فقط تلك الأحداث التي يعنقد الإعلامي، كمثل ثقافته، أنها حقيقية.

¹مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، <http://www.academia.edu>، اطلع عليه بتاريخ 2020/05/16، الساعة: 23:25، ص 108.

إذن لا يقتصر كون المرء حارس بوابة على كمية ما يصنع الأخبار فقط - كما تتسع له الصفحات المتوفرة في الجريدة أو الدقائق في البث الإخباري- بل يشمل جودته. الصحفيون مسؤولون ليس فقط اتجاه مقدار المعلومات التي يوفرونها للجماهير بل حول مستوى جودتها، وتحديدًا حول مدى صدق تلك المعلومة.

مع انتقال المعلومة للإنترنت واختفاء القيود الفضائية الخاصة بالإعلام التقليدي، أصبحت الجودة أكثر أهمية مما سبق. يأخذ الصحفيون بعين الاعتبار جانبين متداخلين للجودة لتحديد ما يصنع الأخبار. الأول مرتبط بتقدير قيمة شيء كمعلومة، هذا يخص " الحكم على الأخبار".

والثاني مرتبط بمدى حسن مراعاته للمعايير الأخلاقية والقانونية. وهو صحيح بشكل يمكن التحقق منه، وهل نحن على استعداد لمساندته بعد أن "يتم نشره"؟ أهو متحيز أم يمثل آراء متنوعة لحد ما - بدون فرض رأينا-؟ هل سيقوم بأذية أناس أبرياء؟ أهو تشهيري أو على شكل خطاب كراهية، أو انتهاك لحقوق النشر؟¹

القانون و الأخلاق شيان مختلفان. القوانين شكل للقيود الخارجية، هي قواعد فُرضت من خارج البيئة الوظيفية أو الاجتماعية، عادة من طرف الحكومة.

عادة ما تسعى الدول ذات الصحافة الحرة إلى تقليص القيود الخارجية عن الإعلام لغرض حفظ حرية الصحافة. تحمي الديمقراطيات حرية التعبير والصحافة لأن كليهما يعد ضروريا للتقدم بالمعرفة واكتشاف الحقيقة بالإضافة إلى تحقيق مشاركة واسعة في اتخاذ القرارات المدنية.و لكن لدى كل هذه الدول قوانين إعلامية، و تتباين الحدود التي تفرضها على الصحافة.²

ومن جهة أخرى، فإن الأخلاق مبدئيا ضوابط داخلية، رغم أن القواعد الأخلاقية قد تكون مكتوبة ومنظمة كرموز رسمية متاحة للجماهير العامة، الالتزام بتلك القواعد يكون في الأساس مراقبا من الداخل -من طرف الصحفيين، من طرف محرريهم ومن طرف أشخاص آخرين من المهنة.

¹Jane.B.Singer:Participatory journalism guarding open gates at online newspapers,Wiley-Blackwell,vol1,2011, p 122.

²Ibid,p 123.

على الرغم من أن الباحثين قد وجدوا تنوعا وطنيا في القواعد الأخلاقية و تجاوبات الصحفيين لمواقف أخلاقية، أشارت الدراسات أيضا لاتساقٍ في أهمية مفاهيم المعايير الأساسية مثل المصدقية و قول الحقيقة.¹

و بالنظر إلى الجوانب الأساسية للممارسة الإعلامية نجد أن هناك ثلاث أمور ينبغي أن تؤخذ في عين الاعتبار عند الحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية وهي أولا:

الحقيقة: التي يجب إعادة فحصها والتحقق منها، وهي جزء أساسي من أخلاقيات العمل الصحفي، وثانيا: الاستقلال عن قوى السياسة والمجتمع وعن الضغوط التحريرية أو الملكية، وثالثا: فهم العواقب المترتبة عن العمل الصحفي والإعلامي مع الأخذ في الاعتبار بأن الرسالة الإعلامية تسعى في المقام الأول إلى تحقيق أهداف مجتمعية وتنموية ولا يشكل الربح هدفا استراتيجيا بالنسبة لها.

و إن كانت المتابعة القريبة لما يدور في المجتمعات مهمة وميزة إيجابية تحسب لصالح صحافة المحمول، فإن سوء توظيفها يضعها موضع الاتهام بالتسبب في الانفلات الأخلاقي في الساحة الإعلامية، كما تلاحق صحافة المحمول اتهامات بأنها السبب في عودة النقاش حول أخلاقيات الممارسة الصحفية إلى الواجهة بقوة.

ورغم القناعات السائدة في القطاع الإعلامي بأهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة، إلا أنها تعد من الجوانب المثيرة للجدل خاصة في حالة صحافة المحمول لصعوبة ضبطها. والواقع أنه لا يوجد تشريعات قانونية محددة بشأن صحافة المحمول، لكنها بالضرورة تدخل ضمن الأخلاقيات والتشريعات التي تحكم العمل الصحفي بشكل عام.

وعليها أن تلتزم بمعاييره و أهمها: النزاهة/ الدقة /الحياد / الموضوعية / المسؤولية الاجتماعية/ حماية سرية المصادر/ احترام خصوصية وكرامة الآخرين/الحصول على موافقة المصادر قبل النشر/عدم وصف الجرائم بالتفصيل /الاعتراف بالخطأ وتصويبه.²

وفيما يدرك ممارسو صحافة المحمول من المهنيين أهمية الجانب الأخلاقي والقانوني عند أداء أعمالهم، فإن الاهتمام به يقل عند الهواة الذين لا يكثرثون كثيرا إلى المسائل

¹idem.

²سناء يوسف محمد شاهين، نفس المرجع، ص 162.

الأخلاقية أو القانونية المتعلقة بعملية النشر والبت، حيث يعملون في الفضاء الأثيري المفتوح بحرية غير مسؤولة أحيانا. فضلا عن أن التكنولوجيات (المحمول) تستخدم في مجال الحصول على المعلومات ومعالجتها ونقلها بدون نظرية أو ميثاق يرسم لها وظيفتها تجاه المجتمع وبقية المؤسسات، وبدون أخلاقيات ومعايير تحدد سلوكها وأدائها. في هذه البيئة الإعلامية المستحدثة وفي ظل حرية الإنترنت و الهويات المجهولة والمواقع الشخصية، ظهرت عدة تجاوزات في الممارسة الإعلامية في مقدمتها التعدي على الخصوصية ونشر الأخبار الخاطئة والمغرضة. و انتشرت في المجال الإعلامي نتيجة تحولات عديدة أحدثتها تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تقنيات و طرق الممارسة الإعلامية انتقلت على إثرها من طابعها التقليدي، إلى وضع جديد غير آليات العمل الإعلامي و أسقط حاجزي المكان و الزمان من أجندة الإعلامي و القائم بالاتصال في العملية الإعلامية و الاتصالية.¹

فهذا الصحفي الجديد، الذي قد يبدو "أكثر تملصا مما قد تفرضه لغة الصحافة من طقوس المهنة و أعرافها، الصحفي "البري" و "المتوحش" حسب البعض ،غير الخاضع للضوابط المهنية، مما يستلزم رسم الحدود لهذه الحرية الجامحة. فهذه التدوينات و غيرها التي لا ترتبط بحرية الرأي و التعبير،إنها فوضى رقمية يجب الحد منها و كبها، و هذه المرة ليس بقوة القانون ،إنما بسلطة الأخلاق.²

و لا يعد ميثاق الشرف في أي مجال بدعة، بل هو ضروري للالتزام بحد أدنى من الأخلاقيات و المسؤولية الاجتماعية في ممارسة أي مهنة، فالتدوين باعتباره مهنة أو هواية يخضع للقانون كتنظيم خارجي و للأخلاقيات كتنظيم ذاتي.³

و تُعتبر ميثاق الشرف الصحفي من بين أهم آليات التعديل الذاتي للعمل الصحفي، فهي علامة فارقة تقدمها المهنة لكل محاولة للتأثير عليها كذلك من قبل الفاعلين السياسيين أو من المتنفذين اقتصاديا في السوق. و يعتبر ميثاق الشرف وثيقة مركزية

¹ نفس المرجع.

² مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، <http://www.academia.edu>، اطلع عليه بتاريخ

2020/05/16، الساعة: 23:25. ص 91.

³ نفس المرجع، ص 92.

حتى و إن كان الصحفيون وحدهم المطالبين باحترامه، فهذا النص يوفر أرضية دنيا لكل القيم المشتركة التي تجمع الصحفيين و من بين خصائص موثيق الشرف تعددها و تنوعها محليا و إقليميا و دوليا من اتفاقيات و مدونات سلوك و موثيق داخلية خاصة.¹

بدأ الاهتمام بأخلاقيات الصحفي في البيئة الإعلامية الإلكترونية منذ 1995، أين ظهر النشر الإلكتروني لبعض الصحف و القنوات التلفزيونية و الإذاعية، و ظهرت العديد من النماذج لموئيق شرف أخلاقية تتعلق بالصحفي الإلكتروني سواء كان هاو أو محترف، أو ما يُعبر عنه بالفرنسية *les règles du jeu des nouveaux medias*، فالهدف من وضع هذه المبادئ هو دعم حرية الرأي و التعبير و الحق في الاتصال دون المساس بمصلحة عامة أو خاصة.

تحضر الخلفية الأخلاقية في جميع مراحل إنتاج الخبر عند العينة المدروسة، و ذلك من خلال تحري الدقة و الموضوعية ابتداء من الصدر وصولا إلى مرحلة النشر، و عند الوقوع في مشكلة أخلاقية يتم اتخاذ القرار الأصح بناء على الخبرة الصحفية بالأساس، و هنا تشير الباحثة إلى أن التفكير الأخلاقي اعتمادا على نماذج معينة كالتالي يتم إيرادها في الإطار النظري يجعل القرار المتخذ مبررا و مستندا إلى أسس متينة تبرر الاختيار المتخذ من طرف إدارة التحرير، فقرار النشر من عدمه أو النشر مع التعديل، قد يوصف أحيانا بالانحياز أو التعطيم الإعلامي أو اتخاذ قرارات بناء على العاطفة بشكل أساسي، في حين أن القرارات التي تعتمد إدارة التحرير في اتخاذها على نماذج ممنهجة تكتسي طابع المصادقية في اتخاذ قرار يمكن تبريره نظريا أو كذلك من حيث أثره على الفرد أو المجتمع ... لا يمكن الحسم بشكل قاطع في جدلية الإشكاليات التي تواجه الصحافة الإلكترونية، و هذا ما يجعل الحسم في اتخاذ قرارات صائبة أخلاقيا أمرا صعبا، ذلك أن المدافع عن قرار معين يكون مقتنعا بمدى صحة قراره خاصة في حال تضارب القيم الإخبارية، كالسبق في مقابل الدقة، و نقل الواقع بكل مصادقية في مقابل إلحاق ضرر معنوي بجهات معينة أو تعريض المشاهد لمشاهد صادمة. عموما، تعمل شبكة الجزيرة على تقنين المجال الإعلامي من خلال الدلائل تحريرية تمثل بوصلة للصحفي

¹ جمال الزرن، نفس المرجع، ص 54.

العامل بالشبكة، و بهذا الصدد، أصدرت شبكة الجزيرة الإعلامية سنة 2015 كتابا في نسخته الثانية بعنوان ضبط الجودة و المعايير التحريرية و يشمل 79 بابا خاصا بالمبادئ التحريرية التي يؤكد فيها على ضرورة الالتزام بالدقة و الحياد و التحقق من مصادر الأخبار، فضلا عن احترام الملكية الفكرية و مناهضة العنف. كما أنه يؤكد على ضرورة الدقة في استسقاء الأخبار من الانترنت.¹

يروج عدد كبير من مؤسسات الصحافة، كالجرائد، الجمعيات المحترفة، و مدارس الصحافة لأخلاقيات الصحافة. إلا أن الكثير من الصحف ترفض تأسيس ميثاق رسمي للأخلاق، لحماية نفسها قانونيا. ومع ذلك طلبت معاهد الصحافة ملزمون بدراسة أخلاقيات الصحافة كشرط للاعتماد. بالإضافة إلى ذلك تملك العديد من وسائل الإعلام و المؤسسات الصحفية مواثيق أخلاقية أو تصرح بأهداف، قيم، أو مهام أخلاقية. و على العموم تُعتبر المصادقية و إسناد المصادر عوامل أساسية، بالإضافة إلى واجب تقليل الضرر.

إن إطار ميثاق الشرف ضمن منظور المسؤولية الاجتماعية يفسر وجودها في مجال الأخلاق و الفلسفة الأخلاقية بدلا من القانون و السوابق، بالإضافة إلى هذا تبيين المواثيق مجموعة قواعد خاصة ب"ممارسة صحفية سوية" إلى جانب التطلع لأسمى المعايير في المهنة.²

وقد يتطلب السياق الإلكتروني عددا من التعديلات بخصوص ممارسات وسلوكيات الصحفيين سواء كانوا محترفين أو لا. وتشير سيسيليا فريند إلى أن الدقة، التحقق من المعلومات، و شفافية المصادر عوامل تتطلب اهتماما أكبر عند استعمال الصحفيين لمعلومات من مصادر الكترونية. كما يواجه الصحفيون صعوبات جديدة في الفصل بين المحتويات التحريرية و التجارية في البيئة الرقمية التي تجمع بين المعلومات الإمتلاكية، المحتوى المُمول، و المعلنين. بالفعل فإن التعرف بصريا على التحليل

¹سكينة الملاكي، إشكالية الأخلاقيات الإعلامية للصحافة الإلكترونية، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، 2015، ص 26.
²Article about citizen journalism sites ,<http://www.academia.edu>,viewd on 26/06 /2020,at 05:03 am, P 08.

و التعليق منفصلا عن الأخبار يظهر في جريدة مطبوعة بينما يضع في نسخته الإلكترونية.¹

و وفقا لديبرا جونسون فإن السبق الصحفي، إخفاء الهوية، و قابلية إعادة إنتاج الاتصالات الرقمية تطرح مشكلات أخلاقية جديدة و بالتالي تتطلب رعاية خاصة من طرف الناس الناشرين للمعلومات على الانترنت، إذ تقوم الشبكة بتكبير تأثير أي فعل بعدة مرات، أولا الاستعمال الأخلاقي للسبق الصحفي أو السلطة، من المتوقع من الأفراد المنخرطين في نشاطات سلطوية إبداء عناية أكبر. ثانيا، على الرغم من أن إخفاء الهوية يتطلب جهدا خارج البيئة الرقمية فهي الحال الطبيعية داخلها، ثالثا، "يمكن أن يُعاد إنتاج المعلومة على الانترنت بدون أن تنقص قيمتها و بعيدا عن ملاحظة منتجها".²

لقد تم تطوير بضعة ميثاق شرف لصحافة الانترنت والتي لديها الكثير من القواسم المشتركة مع ميثاق شرف الصحافة المحترفة. المباديء الثلاث لميثاق شرف المدونين الخاص بموقع Cyberjournalist.net هي التحلي بالصدق و العدل، و تقليل الأذى. اقترح مارتن كوهن مجموعة من الإرشادات الأخلاقية والعملية للمدونين: تشجيع التفاعلية، حرية التعبير والعنصر "البشري"، و السعي للحقيقة و الشفافية. ميثاق شرف آخر خاص بصحافة الانترنت تم تطويره بجامعة southerncalifornia ينص على الصدق، التصريح بالمصادر، مصالح و دوافع النشر.

كما اقترح لي سالتر فهما لعلاقة القانون بصحافة المواطن، بالرغم من صعوبة تطبيقه رقميا كنتيجة لتجاوزه الأقاليم القضائية و أشار كمثال إلى أن الصحفيين المواطنين قد يطالبون بحقوق كسائر الصحفيين بالإضافة للمطالبة بالحماية في الخفاء و شعور بالحرية نابع من التحرر من الحدود الذي توفره الانترنت، إلا أنه غالبا ما تتجاهل الإحتفائية بصحافة المواطن أسئلة حول مسؤوليات روادها. إن مشاركة المواطنين مفيدة حتى و إن لم تكن أخلاقية. إلى جانب هذا، ينافي الفشل في مواجهة أخلاقيات المواطنين منطق أهمية ظاهرة صحافة المواطن و هذه حجة يستعملها معارضوها و مؤيدوها.³

¹ Idem.

² Ibid, p09 .

³ Ibid, p10 .

حيث تتطلب صحافة المواطن نقاشات فلسفية متينة حول الأخلاق لفائدة المواقع و المجتمعات التي تخدمها، بالإضافة إلى المواطنين المنخرطين في نشاطات صحفية.¹

المطلب الثالث: مستقبل صحافة المواطن

لم يكن أحد يدري أن المراهنة التي جرت بين واينر ديف Winer Dave، أحد مخترعي آليات الخلاصات RSS "really simple syndication" و api و نيزنهلتز مارتن Nisenholtz Martin، مسؤول موقع صحيفة نيويورك تايمز على شبكة الانترنت، ستؤطر النقاش حول مستقبل الصحافة لمدة طويلة من الزمن. لقد تتبأ نيزنهلتز في السنة 2003، بأن المدونات الإلكترونية Blogs كأحد أبرز أنواع صحافة المواطن، ستفرض نفسها خلال السنوات الخمس القادمة، وتكسب سمعة تفوق سمعة صحيفة نيويورك تايمز. و أكد على أن وسائل الإعلام ستتغير بعمق، إلى درجة أن الأشخاص سيتجهون للبحث عن المعلومات التي يحتاجونها في مدونات الهواة الإلكترونية التي يثقون فيها. رغم أن واينر نظر إلى التغيير الحاصل في الصحافة ضمن الايكولوجية الجديدة التي فرضها بروز نمط الاتصال الأفقي في عالم وسائل الإعلام، و التي لا تؤدي إلى القضاء على الجرائد، إلا أن الحديث عن تأثير المدونات على العمل الصحفي ظلّ منحصرا في إمكانية القضاء على الصحافة الورقية.

لقد وجد الزاعمون بنهاية الصحافة حجتهم في فيلم الفيديو القصير الذي أعده متحف تاريخ وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، الذي نعى الصحافة الورقية، وتوقع نهايتها بعد خمس سنوات، أي في العام 2014، بعد موت صحيفة نيويورك تايمز، التي تعد العنوان الأكثر شهرة في الصحافة المكتوبة.²

من أجل توقع مستقبل محتمل لصحافة المواطن، من المفيد الأخذ بعين الاعتبار معناها من ثلاثة منظورات مختلفة. أولا، عبر منظور الصناعة، يمكن أن تكون صحافة

¹Ibid, p 21.

²بوغازي فتيحة، صحافة المواطن و الهوية المهنية للصحفي، مذكرة ماجستير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010، ص162.

المواطن وسيلة لإنتاج الأخبار و الفرص الإعلانية بتكلفة قليلة أو منعدمة، باستعمال الجهد المجاني للمواطنين-المتطوعين. ثانيا، بإمكاننا الأخذ بعين الاعتبار منظور الجمهور، أين تكون عادة مساهمات الناس الشخصية و المتعنتة لأخبار المواطنين مترجمة كتعايير لارتباطات فردية للغاية و إلى حد ما متوحدة مع المجتمع. على الرغم من هذه الآراء المرتابة، منظور ثالث سيكون بمثابة ملاحظة متفائلة على ثقافة الإعلام التشاركي، التحرر المدني، و ظهور إنسانية جديدة في المهن الإعلامية، أين يمكن التركيز على جهود مؤسسات إعلامية محترفة للتعاون معها (و بالتالي الاستثمار في) مؤسساتهم. هذه الطريقة الثالثة تمثل إطار العمل لثقافة التقارب- مفهوم يُناقش في هذا الفصل من ناحية الاستراتيجيات المحتملة لمستقبل صحافة مواطن أين يقوم المرسلون المحترفون و المواطنون المتورطون معا بخلق حيز عام في حدود مجتمعاتهم.¹

... النتائج التالية تعود لسلسلة من مشاريع أبحاث المعهد الأمريكي pew لبحوث العوام و الصحافة في 2005 : "الجلوس لمشاهدة الأخبار ضمن جدول زمني محدد قد أصبح شيئا من الماضي لكثير من الأمريكيين المنشغلين ...حيث يتجنب العديد من الناس وسائل الإعلام التقليدية ...و في نفس الوقت يتصاعد استياء الجماهير من وسائل الإعلام بشكل ملحوظ. يجد الأمريكيون وسائل الإعلام التقليدية أقل مصداقية مما كانت عليه في منتصف الثمانينات من القرن الماضي. بل أصبحوا أكثر انتقادا للطريقة التي تجمع بها الصحافة الأخبار و تنشرها. كما يتساءل الجمهور أيضا عن القيم و الأخلاقيات الخاصة بوسائل الإعلام." تعود تقارير معظم الديمقراطيات المستقرة حول العالم بنتائج مماثلة. تُجري مؤسسة العلاقات العامة العالمية Edelman استبيانات سنوية حول الثقة

و المصدقية في أوساط الجامعيين، أفراد الطبقة المتوسطة، فطناء وسائل الإعلام في 18 دولة. من بين ما وجدته المؤسسة، انخفاض تدريجي للثقة في الحكومات، المعاهد التقليدية و النخب التي ترى نفسها مصدر المعلومات الأكثر مصداقية. و بالمثل، فإن

¹Mark dueze, *citizen journalism:global perspectives*, Peter Lang publishing, New york, 2009,p 02.

المجموعات الأولية التي يلجأ إليها الناس لمشاركة أو مناقشة معلومات تهمهم هي عائلاتهم أو أصدقائهم، و مع الشبكات المهنية و زملاء العمل بدرجة ثانية.¹

إن الطريقة التي يستجيب بها الناس إلى المؤسسات الاجتماعية عموماً و صناعة الأخبار خصوصاً، إلى جانب الطريقة التي تُعين بها أهمية و امتياز من تُمنح الثقة فيه و نلجأ إليه "للحقيقة" تبدي لمحة عما يوجد خلف صحافة المواطن من وجهة نظر الجماهير. لا يتمحور الأمر حول تفاعل و تعاون الناس مع بعضهم من خلال المؤسسات (أو العلامات التجارية) الإعلامية، ولا حول تفاعل أو تعاون المواطنين مع الصحفيين. بل هو حول انخراط المواطنين في علاقات من نظير لآخر (peer to peer (p2P مع بعضهم البعض بغض النظر عن- و ربما في أغلب الأحيان على النقيض المباشر من- صناعة الأخبار السائدة. هنا يجب الأخذ في عين الاعتبار أن ارتباط الناس مع البنية الاجتماعية من حولهم قد أصبحت انضباطية و في مضمونها انفرادية للغاية، و في نفس الوقت معادية للطبقة. هذه النتيجة النقدية لمثل مشاركة مدنية معينة و تطوعية تتحرك على المستوى الجمعي بعيداً عن التمثيل المؤسسي نحو نوع من تجانس اجتماعي مؤقت و غير متوقع و الذي هو مترسخ في عدم تمكن الناس عبر هوياتهم كمواطنين، مستهلكين، و عاملين " من تشكيل بيئتهم الاجتماعية الخاصة و تطوير قدرتهم على الفعل، ضروري لنجاح مثل هذه التدخلات"، بالإمكان التغاضي عن وعود و ممارسات منتديات النقاش، مواقع الويكي و المدونات (الجماعية) على الانترنت، إلا أنه لا يملك أي شكل من أشكال الحوار هذه، قوة سياسية فعلية، دائمة، أو مستقرة. إلى حد ما يعود هذا خصوصاً إلى واقع أن بيئة الويب 2.0 مبنية على مجموعة من التكنولوجيات التي يمكن إيقافها عن العمل بدون عواقب، و سياق ثقافي يفضل الانخراط الانفرادي.²

يشير زيغمونت بومان في هذا السياق إلى أن " الشبكة ليست بمجتمع و أن الاتصال ليس إدماجاً - كلاهما مجهز بتقنيات إيقاف العمل عند الطلب ".³

بدون شك سيكون هناك نظام جديد مبني - على الأقل جزئياً - على طريقة إنتاج تفاعلية

¹Ibid, p 05.

²Idem.

³Ibid , p 06.

و ارتباطية أين سيتعايش صنّاع الإعلام و مستخدموه مع بعض، يتعاونون، فيتنافسون للعب دور في البناء المشترك للواقع. و في ملاحظة لاحقة، يعتبر البعض نقلة كهذه نحو علاقة ارتباطية، تحررية و تشاركية أكثر بين محترفي الإعلام و جماهيرهم مثالا يُحتذى به لإنسانية جديدة في ميادين العلاقات العامة.¹

محاولة توقع مستقبل لصحافة المواطن بالموازاة مع خطوط الصناعة، الجماهير، و ثقافة التقارب، تظهر وفرة محتومة و لكن إشكالية من الاحتمالات.

ليس هناك سبب لافتراض أن الناس و بتشجيع من حريات النشر المكتسبة لديهم حديثا سيتوقفون، في نقطة ما عن التدوين، النشر، الدردشة، التدوين الصوتي أو المرئي.

كما أنه يبدو من الواضح أيضا أن على الصحافة الانخراط بشكل دائم مع هذه الكتلة من الأفراد بطرق تبدو معقولة بشكل ما لهويات محترفة راسخة و الإيديولوجية المهنية لإعلاميهم. إلا أنه على هذا الانخراط أن يكون معقولا لمعانيه و مسوّقيه- باعتبار صناعة الأخبار كمجال عمل تجاري. و بشكل مشابه، فإن تسليع الأخبار أيضا لا يبدي أية علامات تباطؤ. و عليه و لأسباب تجارية، ثقافية، و كذلك تكنولوجية، سيكون في مصلحة (أغلب) الصحافة أن تصبح جزءا أكبر من المجتمع الذي تزعم أنها تقوم بخدمته. لأجل هذا فقط لا يمكن لأحد دراسة أو ممارسة صحافة المواطن دون اعتبار لخطاب الصناعة، المصطلحات الأكاديمية، و سلوك الجماهير التي تسرد القصص- كما تُسرد اليوم، تبدو و بشكل متزايد حول الاستقراء بمصادر أكثر من الصحافة المأجورة في حقل مواطنة يزداد ارتيابا و تمحورا حول نفسه.

بإمكان هذه المنحى التقدم نحو تأسيس معايير الصحافة و الديمقراطية لتمكين المواطنين من الحكم الذاتي، أو نحو شحن الفصوص الاجتماعية إلى مجالات اجتماعية فردية غير معدودة.²

وفي ضوء التحليلات المختلفة لعلاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، فإن هناك سيناريوهات ثلاث لتحديد العلاقة بينهما:

¹Ibid, p 07.

²Ibid , p 08.

السيناريو الأول : يفترض أن يتفوق الإعلام الجديد، وأن يزداد نموه بن المستخدمين، وفي نفس الوقت يقل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات، وتتحدد ملامح البيئة الإعلامية والاتصالية وفق هذا السيناريو كالتالي:

- 1- انتشار كثيف للهواتف الذكية والحاسب اللوحية والمحمولة والشخصية.
- 2- انخفاض تكلفة استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).
- 3- عزوف قطاعات واسعة من المجتمع عن استخدام الوسائل الجماهيرية التقليدية، كالصحافة الورقية ، والراديو ، والتلفزيون.
- 4- تنامي المؤسسات الإعلامية الشبكية العاملة في مجال الإعلام الرقمي.
- 5- تآكل رصيد بعض المؤسسات الإعلامية التقليدية وتوقف بعضها عن العمل صدورا، أو بئا . السيناريو الثاني: يفترض أن يتفوق الإعلام التقليدي الجماهيري على الإعلام الجديد، وذلك لاعتبارات متعددة ، وأن يتلاشى نمو الإعلام الجديد، أو تخبت جذوته، في مقابل تماسك المؤسسات الإعلامية الجماهيرية وتحديث مضامينها ما يتناسب مع الاحتياجات الإعلامية للجمهور . وتتحدد ملامح البيئة الاتصالية وفق هذا السيناريو كالتالي:

- 1- ضعف البنية التحتية اللازمة لاستخدام تطبيقات ومواقع الإعلام الجديد على نطاق واسع، وهو الحادث بالفعل في بعض الدول الفقيرة، أو التي لم تقطع شوطا كبيرا في التقدم التقني المرتبط بالاتصالات والشبكات.¹
- 2- تطوير وسائل الاتصال التقليدية، مضمونا وشكلا، واجتذابها للعناصر المحترفة القادرة على مضاعفة أعداد الجماهير، إدراكا منها لشراسة المنافسة الإعلامية مع اللاعبين الجدد في مجال الإعلام والاتصال.

¹رضا أمين، الإعلام الجديد ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، البحرين، 2015، ص103.

3-فقدان مواقع وتطبيقات الإعلام الجديد كثيرا من الزخم الذي كانت تتمتع به في بداية ظهورها، نظرا لكونها مرتعا خصبا للشائعات وحملات الكراهية بن أطياف وطوائف المجتمع.

السيناريو الثالث : هو أن يتم تطوير كل من الإعلام الجديد والتقليدي جنبا إلى جنب، وإفادة كل منها للآخر، من خلال إيجاد صيغة تكاملية بن النوعين، بحيث يزداد تعاضم استخدام الإعلام التقليدي للنيوميديا، وهو السيناريو الأقرب إلى الوجود في المجتمعات النامية أو الآخذة في النمو.

وتحدد ملامح البيئة الاتصالية والإعلامية وفق هذا السيناريو في التالي:

1-نمو مطّرد في البنية التحتية التقنية اللازمة لانتشار الإعلام الجديد وتطبيقاته، على مستوى الشبكات، وعلى مستوى البرمجة.

2-تبحث المؤسسات الإعلامية التقليدية لها عن نوافذ جديدة في الإعلام الجديد، للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، كأن تنشئ لها حسابات على كافة أو غالبية مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشهرة كبيرة، لتستفيد من السمات التفاعلية والفورية فيها، وتقوم كذلك بتوظيف تطبيقات الإعلام الجديد لتحقيق أقصى درجة ممكنة من التفاعل بين طاقم العمل الإعلامي بالمؤسسة وبين الجماهير، وكذلك تقوم المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بتعظيم تواجدها في شبكة المعلومات الدولية، مثل البث المباشر عبر الويب، أو إنشاء القنوات الخاصة بها لإعادة بث البرامج والمواد الإعلامية التي تقوم عليها.

3-تقوم بعض المؤسسات التقليدية بالتحول التدريجي إلى الوسيط الإلكتروني، من خلال إتاحة المحتوى المناسب للشبكة أمام المستخدمين، والتقليل من تكلفة الإصدار التقليدي كما هو الحال في الصحافة الورقية، وربما يتحول بعضها إلى الاكتفاء بالإتاحة الرقمية.

4-محاولة وضع أطر تشريعية وقانونية للنشاط الإعلامي والاتصالي في الإعلام الجديد، للتغلب على بعض السلبيات المتعلقة بها مثل الشائعات الهدامة، واستخدام تلك المواقع للوقية بن أطيف وطوائف المجتمع.¹

المطلب الرابع: نقد صحافة المواطن

رغم كل الاحتفالية التي تعيشها صحافة المواطن على المستوى الميداني وإنجازاتها اليومية في صيد الأخبار و كشف العديد من الحقائق و الوقائع ذات الصلة بقضايا الشأن العام فإن هذا الضرب الجديد من الممارسة الإعلامية لا يخلو من النقد و الدعوة إلى تقديم خطاب أكثر واقعية عن ماهية العلاقة المحتملة بين وسائل الإعلام والمواطن والتي يمكن وصفها بأنها إحدى تجليات ما ذكره فيليببروتون في كتابه يوتوبيا الاتصال و يمكن إيجاز ذلك في النقاط الآتية:

-التجاذب الإيديولوجي: ونحن نتحدث عن التجاذب الإيديولوجي بين الإعلام التقليدي و صحافة المواطن علينا أن لا نتجاهل أن المدونات تعتمد في غالبها على المعلومة و الخبر المؤسس القادم من وسائل الإعلام التقليدية و الذي قامت بغربلته لتعيد المدونات صياغته لنشره و التعليق عليه لإبداء الرأي. إن وجود صيرورة جديدة في ممارسة مهنة الصحافة قائمة على قلب النموذج التقليدي "غريل ثم انشر" . أي ترتيب الأخبار والقيام بعملية الانتقاء والفصل بين الرأي والخبر و الاعتماد على نموذج جديد اسمه "انشر ثم غريل" و هو الشعار الذي تمارسه و ترفعه المدونات و صحافة المواطن فإننا بذلك و إذا ما سعينا إلى دفع المواطن في اتجاه ممارسة ديمقراطية تشاركية متقدمة لا يمكننا إلا أن نقع و في كلتا الحالتين في فخ الإيديولوجيا، و إذا كان للإيديولوجيا حضور فإن حضورها

¹نفس المرجع، ص 104.

لا يتمظهر فقط فيما هو عليه حال الميديا بل في كل ماله صلة بمكونات المجتمع (اقتصاد، سياسة، ثقافة...) ¹.

-افتراضية الخلفية التشاركية: في البدء وجب علينا التساؤل هل أن كل من لا يدون لا يعتبر مواطنا تشاركيا؟ إن بين شعار المرجعية التشاركية من خلال حركة التدوين و فلسفة صحافة المواطن مسألة فكرية شاسعة. فلا يكفي أن ندون حتى نكون مواطنين فاعلين في المجتمع. فالواقع هو أن المواطن المدون ينتقد المجتمع و وسائل الإعلام و لا يتحول بالضرورة إلى مواطن يتفاعل بشكل سليم و على المستوى الواقعي - مع مشاكله و مشاكل مجتمعه. يمكن إذن أن تكون حركة التدوين حركة للتشاركية السلبية أكثر منها في الفاعلية الاجتماعية. فلا يكفي أن تنقد المجتمع و الإعلام على شبكة الإنترنت - من خلال المدونات - حتى تتحول إلى مواطن تفاعلي و تشاركي مهتم بقضايا الشأن العام.

-السلبية الاجتماعية للتدوين: يبدو أن الجدل الدائر في المدونات و القائم على قاعدة إمكانية أن تحل ديمقراطية افتراضية محل الديمقراطية الكلاسيكية في حاجة إلى النسبية فمن خلال الخطاب المتناغم لجل المدونين حول إمكانية الوصول إلى ديمقراطية تشاركية عبر المدونات تبدو تشاركية المواطن فكرة مثالية. فالمواطن - بحسب فلسفة صحافة المواطن - يصبح فاعلا في ويكون له موقفا متقدما من مشاكل الواقع المعقدة كلما كان حاضرا في فضاء التدوين. في الأصل فإن المواطن المدون يتفاعل مع الواقع بنظرة نقدية. فهو ينقد المجتمع الذي يعيش فيه. ويكشف بعض التجاوزات. و يتموقع في خانة خارجة عن المجتمع. ليلبي حاجته في الكتابة و النقد، لتتحول عملية الاتصال إلى وهم منتجة لمواطن سلبي. هكذا فإن الخطاب الاحتقالي المتفائل بميلاد ديمقراطية الإعلام والاتصال في حاجة إلى التعقل، فحركة التدوين ليست تلك الظاهرة الجماهيرية و ليس كل مواطن هو مدون أو يهتم بحركة التدوين، كما أن الإطار الإيديولوجي الذي يفعل

¹ جمال الزرن، صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، 2009، ص 25.

شعار حرية التعبير و النشر يوشك أن يؤسس إلى شكل من أشكال السلبية في التفاعل الاجتماعي وحصر الحرية في مجرد توفر إمكانية الكتابة و النشر.¹

-الجيل الثاني في مسيرة التدوين: وجب في هذا السياق ملاحظة أن الجيل الثاني من المدونات والذي يتميز بحضور استعمال تقنيات السمع المرئي (الفيديو، الصورة، الصوت) في حاجة إلى مهارات تقنية لأي مستعمل للمدونة و ذلك حتى يمكنه أن يوصل كاميرا أو آلة تصوير رقمية بالكمبيوتر و تحميل الأفلام لعرضها على المدونات. فالإنترنت عالي الجودة يتيح كل هذه الاستعمالات المتعددة الوسائط في المدونة. إن هذا الاتجاه الجديد نحو التعقيد في الثقافة التقنية للمدونة و التي كانت في الماضي قائمة على قاعدة التحرير و الكتابة و هي تقنيات بسيطة وسهلة يوشك أن يزيح صفة الجماهيرية عن ظاهرة التدوين و انحسارها في فئة قليلة متشعبة بتكنولوجيات الوسائط المتعددة والثلاثية الأبعاد. و تبرز هنا أيضا إشكالية تسعيرة الإبحار و الاشتراك في شبكة الإنترنت و التي مازالت في عديد الدول مكلفة و هو ما لا يحفز عامة الناس على الاشتراك في شبكة الإنترنت أو الانخراط في التدوين. ربما يكون في المستقبل لحركة الاندماج والتقارب بين الوسائط من جهة و شيوع استعمال تقنيات شبكات الويفي المجانية "الإنترنت عن بعد" دور في ديمقراطية الوسائط الجديد. هذا بالإضافة إلى أن الجيل القديم من متصفح ومستعملي الإنترنت لا يمكنهم محاكاة كل هذا التقدم في البرمجيات والتعقيدات الحاسوبية التي تستدعي وعلى المستوى الاجتماعي نوعا من أنواع التفرغ و الفضول و الرفاهية.²

فصحافة المواطن تهدد نوعا ما مصداقية العمل الصحفي، حتى و إن كانت تكمله وتساعد في بعض الأحيان إلا أنها في نفس الوقت تشوش على مدى صحة المعلومة.³

فنسنت ماهر، أحد رواد تكنولوجيا الهواتف الذكية و الاتصالات، يرى أن لصحافة المواطن عدة نقاط ضعف، تتمثل في E's deadly Three مشيراً إلى ثلاث كلمات محورية في عالم الصحافة، و هي الأخلاقيات و الاقتصاد و نظرية المعرفة

¹ نفس المرجع.

² نفس المرجع، ص.26.

³ سكيننة الملاكي، نفس المرجع، ص.21 .

(Ethics ,Economic ,Epistemology). وهي المحاور التي تمثل

هشاشة صحافة المواطن لأنها تشكل غموضا لدى المستخدم غير المطلع على علوم الاتصال، فالصحفي المهني أقل تعرضا لقواعد المعلنين وشروطهم على عكس الإعلام الاجتماعي الذي يهتم بجمع أكبر عدد من المتابعين والمعلنين وفق المواضيع الرائجة في كل مرحلة، فالمعلن لا يتدخل بسياسة التحرير في الإعلام التقليدي.

أما المدخل إلى المعرفة فيتمثل برأي ماهر بفوضوية المحتوى على الانترنت على عكس الإعلام التقليدي المبرمج الذي يمر في مراحل من البرمجة و التحرير وفق مهارات معرفية يمتلكها الصحفي. أما الأخلاقيات فهي محور أساسي يحكم العمل الصحفي المهني ومؤسسته الإعلامية، بينما قد لا يعني شيئا للمواطن الصحفي كما يطرح عباس مصطفى صادق، الباحث في علوم الإعلام، صحافة المواطن كمنتج لحظي ظرفي، يرتبط بالظرف المحيط و وجود الانترنت عززه لكنه لم يمنحه القوة التي تحققها وسائل الإعلام التقليدية و التي يسخر العاملون فيها كل قواهم لإنتاج إعلام مهني وفق أجندات مبرمجة.¹

يجمع الصحفيون معلومات مركبة ليتسنى للآخرين اتخاذ قرارات واعية حول حياتهم و مجتمعهم. غير أنه وجد توتر على مستوى مساهمات المواطنين و الرقابة التحريرية، إذ أن بناء الأخبار و نشرها لم يزل الواجب الرئيسي للصحفيين المدربين مهنيا والمتمرسين في التاريخ الحديث. تتضمن الصحافة حشد، تحضير ، جمع ، تصوير ،تسجيل، كتابة، تحرير، نقل، أو نشر الأخبار أو المعلومات التي تخص الأحداث المحلية، الوطنية، أو العالمية أو مسائل أخرى تخص الشأن العام.

يحمي الصحفيون المحترفون العوامَ من استهلاك معلومات خاطئة عبر الالتزام بالأخلاقيات المهنية الصحفية حين إنتاج مضامينهم، و هناك قلق حول عدم إتباع الأفراد صانعي المحتوى مثل هذه المبادئ السامية. يُدعى الأفراد الذين ينتجون و يشاركون

¹ تالا حلاوة، نفس المرجع السابق، ص 09 .

المحتوى لكن لا يقومون بذلك كممثلين لمؤسسات إعلامية عريقة، غالبا بالصحفيين المواطنين.

في الدراسات الأولى حول موضوع صحافة المواطن، اهتم المختصون على وجه التحديد بمدى التزام إنتاج الصحفيين المواطنين لمحتوى صحفي بالمبادئ الصحفية و عما إن كان مضمونهم يرقى للمعايير الصحفية لجودة الأخبار. استنادا إلى ما سبق، الصحفيون التقليديون أكثر ترجيحاً لتبيان تنوع أكبر و عدد أكثر من وجهات النظر و المصادر المختلفة، التحلي بالشفافية في ذكر خلفيات مصادرهم، و الاعتماد أولاً على مصادر رسمية من أجل معلومات حول قصصهم. الصحفي التقليدي هو من يعمل لدى مؤسسة إعلامية تجارية تركز مبدئياً على التوصيل اليومي للمعلومات التي تُعنى بها جغرافية واسعة كمنطقة (مثلا، محلية، ولائية، وطنية، عالمية) سواء كان ذلك عبر شكل مكتوب، سمعي، أو بصري.¹

المواطنون الصحفيون أقل ترجيحاً لصنع قصص مبنية على استجواب شخص آخر في هيئة مقابلة. إن كان الصحفيون المواطنون يبحثون عن معلومات لقصصهم عبر مصدر بشري، سيكون ذلك الشخص على الأغلب مصدراً غير رسمي مثل أحد معارفهم أو أصدقائهم. و من المثير للاهتمام، الصحفيون المواطنون بخبرة صحفية مهنية سابقة ميالون أكثر لذكر مصادر رسمية. في الواقع، غالبا ما يذكر الصحفيون المواطنون و يقتبسون مواد مصادرهم في محتوياتهم إذا كانوا يؤمنون بأنهم يصنعون محتوى صحفياً.²

إنّ وجود مصدر رسمي عادة ما يكون قليلاً في القصص إذ أن الصحفيين المواطنين غالبا ما يجدون الولوج إلى المصادر الرسمية إما صعباً أو مستحيلاً، جزء من ذلك عائد إلى أن المصادر الرسمية لا تعتبرهم ناشري معلومات شرعيين، أو أن الصحفيين

¹Serena Miller, Oxford research encyclopedia of communication, Oxford university press, Oxford UK, 2019,p 2.

²Ibid. p 2.

المواطنين لا يجرون مقابلات معهم خوفا من تآر تلك المصادر أو هيئات أخرى في مواضع السلطة.¹

إلا أن، محترفي الإعلام، غالبا ما ينتقدون الصحفيين المواطنين، حيث يرونهم كأفراد يفتقدون للتدريب الصحفي، الخبرة، و الانتماء المؤسسي. قد يتضارب أسلوب الصحفيين المواطنين في الإخبار مع معايير النشر الصحفي في بعض الأوجه، إمّا لعدم موافقتهم على بعض تلك القوانين أو لأنهم ببساطة يجهلونّها. يرى البعض الصحفيين المواطنين كصنع ونشر مضمون متعنت، مرتكز على ذاته، اجتماعي بشكل محلي مفرط عبر قنوات التواصل الاجتماعي. بعض من هذه الافتراضات قد دُعمت من طرف أبحاث تبين أن الصحفيين المواطنين أكثر عرضة للانحراف عن نظم النشر الموضوعية و ينشرون بذلك تأويلاتهم لمواضيع ذات أهمية لهم.²

تأتي أفكار قصصهم من كل من الخبرة الشخصية وقصص وسائل الإعلام التقليدي كما فحصت دراسة آخر واسع الانتشار أيضا مصداقية الصحفيين المواطنين. و من المعروف في أبحاث الاتصال أن المصدر له كبير الأثر على الكيفية التي تُستقبل بها المعلومة. لأن الأفراد يقيّمون الرسالة بحد ذاتها على حسب مصداقية المصدر و يؤكد النقاد أن الصحفيين المواطنين يقللون من مصداقية مهنة الصحافة المحترفة لأن المستهلكين غير قادرين على التفرقة بينما يجب و ما لا يجب اعتباره معلومة موثوقة، خصوصا عند مواجهة مواضيع غير مألوفة. هذا الفرع من البحث يتطلب تحليلا دقيقا، لأن النتائج متباينة فيما يخص المصداقية المتصورة للصحفيين المواطنين. كما تشير النتائج أن الطلبة وغير المشككين لا يجدون محتوى الصحفيين المواطنين بنفس مصداقية ما يُنشر بواسطة الصحفيين التقليديين.³

¹Ibid, p 3.

²Ibid, p 5.

³Idem.

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل نتائج الدراسة

جدول رقم 01 : المعدلات الإحصائية لمتغيرات الاستمارة

الجنس	القيمة الدنيا	القيمة القصوى	المعدل الإحصائي	الانحراف المعياري	معدل التشوه	معدل التفرطح
	1	2	1,63	0,483	-0,562	-1,707
المستوى التعليمي	1	3	1,93	0,539	-0,060	0,436
الممارسة أ	1	5	2,13	1,005	0,483	,3600-
الممارسة ب	1	5	1,86	1,039	0,885	,2290-
الممارسة ج	1	5	2,36	1,201	0,568	,5390-
الممارسة د	1	5	3,39	0,875	,3020-	,2460
الممارسة هـ	1	5	3,06	1,059	,1190-	,5550-
الإتجاه أ	1	5	3,75	0,855	-1,084	1,677
الإتجاه ب	1	5	3,56	0,938	,7440-	,3640
الإتجاه ج	1	5	3,08	1,032	,1720-	,4680-
الإتجاه د	1	5	2,91	,9410	,0550-	,1790-
الإتجاه هـ	1	5	3,62	,9730	,7800-	,4700

,0050-	,3480-	,9370	3,05	5	1	التعرض لص م أ
0,190	,6640-	0,896	3,14	5	1	التعرض ب
,2880-	,2250-	1,035	3,16	5	1	التعرض لص م ج
,1580-	,4770-	,9510	3,10	5	1	التعرض لص م د
,2930	,2060-	,8750	3,10	5	1	التعرض لص م هـ
,2710-	0,057	0,965	2,74	5	1	الاهتمام لص م أ
,4750-	,2930-	0,992	2,90	5	1	الاهتمام لص م ب
,8210-	00,00	1,026	2,78	5	1	الاهتمام لص م ج
,7650-	,0410-	1,051	2,71	5	1	الاهتمام لص م د
,5760-	,1850-	1,043	2,93	5	1	الاهتمام لص م هـ
,3010-	,3320-	1,020	3,30	5	1	التعرض لص تق
,7870-	,3290	,9130	2,12	5	1	التعرض لص تق ب
,4650-	,3510	,9140	2,16	5	1	التعرض لص تق ج

,7150	,8350-	,9670	3,80	5	1	التعرض لص تق د
,4860-	,2870-	1,062	3,19	5	1	الاهتمام لص تق أ
,9360-	,2600	,9230	2,12	5	1	الاهتمام لص تق ب
,9460-	,2130	,9350	2,18	5	1	الاهتمام لص تق ج
,1130-	,6770-	1,071	3,61	5	1	الاهتمام لص تق د
,8350	-1,363	,5950	2,63	3	1	حجم التعرض لص م أ
1,045	-1,471	,6150	2,63	3	1	مستوى الاهتمام لص م ب
1,873	1,750	0,773	1,41	4	1	من هم الص م ؟
-1,136	,0550	,9680	2,25	4	1	دوافع التعرض لص م
,9500-	,7080	1,065	1,90	4	1	دوافع ممارسات م

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن توزع أفراد العينة محدود بدليل أن تشتتها قليل و انحرافها المعياري أي معدل ابتعادها عن المتوسط الحسابي غير ممتد، ومجمل نتائج تشوهها محصورة بين 1 و -1 و بالتالي فهي تتبع قانونا منتظما و بالإمكان إخضاعها لقانون بيرسون للارتباطات .

عرض نتائج الاستمارة:

جدول رقم 02 : توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس
153	97	56	
%100	%63,4	%36,6	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل عدد المبحوثين أن فئة الإناث المسجلة بنسبة 63,4% متفوقة على مثلتها من الذكور والتي تسجل بنسبة 36,6% ، و هذا راجع لأن فئة الإناث تسيطر على استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لدراسة أجرتها مراكز بحث pew .

جدول رقم 03: توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الأكاديمي

المجموع	دكتورا	ماستر	ليسانس
153	17	108	28
%100	%11,1	%70,6	%18,3

يعرض الجدول توزيع الطلبة حسب متغير المستوى الأكاديمي، حيث يتفوق عدد طلبة الماستر المقدر بنسبة 70,6% على طلبة المستويين الآخرين من الليسانس المقدر ب 18,3% كما يلاحظ أن أدنى نسبة ترتبط بفئة الدكتوراه و تقدر ب 11,1%.

جدول رقم 04: توزيع إجابات المبحوثين حسب ممارسات صحافة المواطن

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ممارسات صحافة المواطن
153	52	42	49	7	3	أقوم بإنتاج منشورات لمدونتي والتي أعتبرها كصحافة المواطن
%100	%34,0	%27,5	%32,0	%4,6	%2,0	
153	79	29	34	9	2	أقوم بنشر صوري و فيديوهات معبتر ذلك كصحافة المواطن
%100	%51,6	%19,0	%22,2	%5,9	%1,3	
153	4	15	65	56	13	أنتفاعل مع المضامين التي تقدمها صحافة المواطن من خلال: الإعجاب، التعليق، المشاركة
%100	%2,6	%9,8	%42,5	%36,6	%8.5	

مما يمكن ملاحظته من الجدول أن أغلب المبحوثين (معارضون بشدة) القيام بإنتاج منشورات لمدوناتهم باعتبارها كصحافة مواطن بنسبة قدرها 34,0% كما هو شأن نشر صور و فيديوهات باعتبارها كصحافة مواطن و المقدره نسبتها ب 51,6%، إلا أن التفاعل مع المضامين التي تقدمها صحافة المواطن لقي تأييدا. و يحتمل السبب في كون هذه النتائج على شاكلتها عدم اهتمام المبحوثين بجانب النشر للإعلام لكن بالتواصل الشخصي مع معارفهم على المنصات الاجتماعية فقط، بل يكفي معظمهم (بالموافقة) على التفاعل مع المضامين التي تقدمها صحافة المواطن من خلال الإعجاب، التعليق، المشاركة بنسبة قدرها 36,6%. وهذا راجع لكونها عادة في التعرض لتلك المضامين.

جدول رقم 05: توزيع إجابات المبحوثين حسب اتجاههم نحو صحافة المواطن

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	اتجاه
153	4	9	29	91	20	أجد أن صحافة المواطن تعطي فرصة للمواطن البسيط في التعبير عن رأيه
%100	%2,6	%5,9	%19,0	%59,5	%13,1	
153	17	77	38	16	5	أعتقد أن صحافة المواطن تستند على الرأي أكثر من الخبر
%100	%11,1	%50,3	%24,8	%10,5	%3,3	

153	11	36	68	32	6	من خلال متابعتي لمضامين صحافة المواطن التمتست المصدقية فيما تبثه
%100	%7,2	%23,5	%44,4	%20,9	%3,9	
153	6	13	37	74	23	تساعدني صحافة المواطن في إيصال أفكاري إلى أكبر قدر من الأشخاص
%100	%3,9	%8,5	%24,2	%48,4	%15,0	

يبين الجدول موقف المبحوثين من صحافة المواطن حيث (توافق) الأغلبية على أن صحافة المواطن تعطي فرصة للمواطن البسيط في التعبير عن رأيه بنسبة بلغ قدرها 59,5% ، إلا أنها (تعارض) الاعتقاد القائل بأنها تستند على الرأي أكثر من الخبر و تقدر نسبته ب 50,3% ، و تعبر (بالحياد) عن التماسها المصدقية فيما تبثه مضامينها بنسبة تقدر ب 44,4% ، كما (توافق) على أن صحافة المواطن تساعد على نشر أفكارهم إلى أكبر قدر من الناس بنسبة مئوية تبلغ 48,4%

جدول رقم 06: توزيع إجابات المبحوثين حسب تعرضهم و اهتمامهم بصحافة المواطن

المجموع	أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	المصدر/ المضمون
	لا أهتم إطلاقا	قليلا	نوعا ما	أهتم كثيرا	اهتمام كلي	الاعتماد
153	11	24	70	42	6	التعرض
%100	%1,7	%15,6	%45,8	%27,5	%3,9	المواطنين

							المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
153	16	43	64	25	5	الاهتمام	
%100	%10,5	%28,1	%41,8	%16,3	%3,3		
153	11	24	61	43	14	التعرض	منشورات المواطنين المتعلقة
%100	%7 ,1	%15,6	%39,8	%28,1	%9,1		
153	16	48	46	39	4	الاهتمام	بأخبار على المنصات الرقمية
%100	%10,5	%31,4	%30,1	%25,5	%2,6		
153	11	24	62	51	5	التعرض	منشورات المواطنين المتعلقة بآرائهم على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
%100	%7,2	%15,7	%40,5	%33,3	%3,3		
153	23	40	53	33	4	الاهتمام	
%100	%15,0	%26,1	%34,6	%21,6	%2,6		
153	7	23	77	39	7	التعرض	منشورات

%100	%4,6	%15,0	%50,3	%25,5	%4,6	الاهتمام	الصحافيين المتعلقة بآرائهم على المنصات الرقمية
153	16	33	56	41	7		
%100	%10,5	%21,6	%36,6	%26,8	%4,6	التعرض	منشورات الصحافيين المتعلقة
153	10	19	67	54	3		
%100	%6,5	%12,4	%43,8	%35,3	%2,0	الاهتمام	بأخبار على المنصات الرقمية
153	16	31	62	40	4		
%100	%10,5	%20,3	%40,5	%26,1	%2,6		

يبين الجدول اهتمام الباحثين بصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها، إذ أن أغلب الباحثين يبدون اهتماما (نوعا ما) بمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية بنسبة قدرها 41,8% ، وكذلك منشورات المواطنين المتعلقة بآرائهم على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية بنسبة بلغت 34,6% ، إلا أنه (يقول) عند منشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية و تقدر نسبته ب 30,1%.

أما بالنسبة لمنشورات الصحفيين فيولي معظم الباحثين الاهتمام بها (نوعا ما) أو (كثيرا) سواء تلك المتعلقة بآرائهم أو بأخبار على المنصات الرقمية.

و تُعزى هذه النتائج إلى أن اهتمام الباحثين (نوعا ما) بمنشورات المواطنين المتعلقة بآرائهم أو بأخبار بنسب قدرها 30,1% و 36,6% على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية عائد إلى كونها قد تحتل الصحة أو الخطأ كما أنها ليست مرجعا أوليا للأخبار بالنسبة لأفراد العينة، و ما يؤكد كونها قد نُشرت على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية، إذ يقابلها في هذا الشأن إبداء الباحثين اهتماما (قليلا) بمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية بنسبة

بلغت 31,4% و التي يحول بين صحتها و عدم صحتها وضوح مصدرها و مصداقيتها إلا أنها قد تصدر من قلب الحدث، و تفيد نتائج دراسة الدكتورة فتيحة بوغازي أن معظم الصحافيين على اختلاف جنسهم و سنهم و خبرتهم المهنية، يتفقون و بأعلى النسب على أن المواطن الصحفي يعتبر مساعدا لهم على أداء مهنتهم الصحفية، مما يؤكد أن متغيرات الدراسة لم تؤثر في تمثل الصحفيين وفي قناعتهم بأن المواطن الذي ينشر الأخبار على شبكة الانترنت يعتبر مساعدا لهم على أداء عملهم.

و بالنسبة لمنشورات الصحفيين فقد لقيت اهتماما (نوعا ما) بنسبة قدرها 36,6% أو (كثيرا) بنسبة بلغت 40,5% و ذلك بسبب صفة المهنية التي يتحلى بها مُصدرو هاته المنشورات، احترامهم لأخلاقيات النشر و مصداقيتهم الأمر الذي يتشابه مع نتائج الدراسة سابقة الذكر أيضا حيث أثبتت النتائج الجزئية و بأعلى نسبة أن الصحفيين لا يوافقون على الرأي القائل بأن المواطن الصحفي يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف و يختلف معها في استنتاج آخر يفيد بأن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية و أنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.

كما يبين الجدول أعلاه تعرّض المبحوثين لصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها حيث يتعرّض أغلبهم (أحيانا) بنسبة قدرت ب 45,8% أو (كثيرا) بنسبة قدرها 27,5% لمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية، منشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية بنسب قدرها 28,1% و 39,8%، منشورات المواطنين المتعلقة بآراء على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية بنسب قدرها 40,5% و 33,3%، منشورات الصحفيين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية بنسب قدرها 43,8% و 35,3%، و منشورات الصحفيين المتعلقة بآرائهم على المنصات الرقمية بنسب قدرها 50,3% و 25,5% عليه يمكن القول أنها نسب جد متقاربة.

و ترجع هذه النتيجة إلى طبيعة اللوغارتميات المبرمجة في هاته المنصات الرقمية التي تعرض جميع المضامين المشابهة و المتصلة بالمواضيع الحادثة على المستوى المجتمعي، الوطني و الدولي للمستخدم، سواء أبدى اهتماما بها أم لا على الرغم من انتماء الوسيلة لإطار التأثير المحدود.

جدول رقم 07: توزيع إجابات المبحوثين حسب تعرضهم و اهتمامهم بالصحافة الكلاسيكية

المجموع	أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	التعرض	ما مدى تعرضك/ اهتمامك بهذه الأخبار في هذه المصادر من الصحافة التقليدية؟
	لا أهتم إطلاقا	قليلا	نوعا ما	كثيرا	اهتمام كلي	الاهتمام	
153	8	23	53	53	16		التلفزيون
%100	%5,2	%15,0	%34,6	%34,6	%10,5		
153	11	27	51	50	14		
%100	%7,2	%17,6	%33,3	%32,7	%9,2		
153	44	57	41	11	44		الإذاعة
%100	%28,8	%37,3	%26,8	%7,2	%28.7		
153	46	51	45	10	00		
%100	%30,3	33,6%	29,6%	6,6%	%00		
153	41	57	45	9	1		الصحف
%100	%26,8	%37,3	%29,4	%5,9	%0.7		
153	5	8	35	69	36		صفحات

%100	%3,3	%5,2	%22,9	%45,1	%23,5	هذه الوسائل على مواقع التواصل الاجتماعي
153	7	18	32	66	30	
%100	%4,6	%11,8	%20,9	%43,1	%19,6	

يبين الجدول أن أغلبية المبحوثين تتعرض (كثيرا) أو (أحيانا) بنسبة قدرها 34,6% إلى التلفزيون كما (تهتم كثيرا) بمضامينه بنسبة تصل إلى 32,7% ، و أما بالنسبة للإذاعة فالتعرض إليها يكون (نادرا) بنسبة تقدر ب 37,3% و الاهتمام بها (قليل) بنسبة وصلت ل 33,6% و كذلك التعرض (نادر) قدرت نسبته ب 37,3% بالنسبة إلى الصحف إلا أن صفحات هذه الوسائل تشهد تعرضا (دائما) و (اهتماما كثيرا) بها يصل قدرهما إلى 45,1% و 37,3%.

و يعود السبب في تدني الاهتمام و التعرض لهاته المصادر التقليدية استبدالها بالوسائط الجديدة التي توفر النص الكتابي و المواد السمعية في نفس الأداة بدل اقتناء اثنيهما كما أن المبحوثين يفضلون المصادر المرئية ما يفسر ارتفاع التعرض و الاهتمام ب التلفزيون إذ يحتوي على خاصية الصوت و الصورة الجذابة للمتلقين. و تتشابه هذه النتيجة مع دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في قولها أن الدراسة أثبتت أن صحافة المحمول أدت إلى تضاؤل دور الإعلاميين المحترفين كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات كما أوضحت الدراسة أن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية و أنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.

الجدول رقم 08: توزيع إجابات المبحوثين حسب مستوى اهتمامهم بصحافة المواطن في وقت الأزمات

المجموع	نقص	بقي نفسه	ازداد	كيف تصف مستوى اهتمامك
153	11	34	108	

بصحافة المواطن في وقت الأزمات (الحراك/ كورونا)	%70,6	%22,2	%7,2	100%
---	-------	-------	------	------

يشير الجدول رقم أن أعلى نسبة مئوية تقع ضمن خانة ازدياد التعرض لصحافة المواطن في وقت الأزمات قدرها 70,6% و هي نتيجة تعود إلى حالة الفضول الدائم و الرغبة بالاستطلاع على تطور الأوضاع و استقاء الأخبار من كل المصادر المتوفرة.

الجدول رقم 09: توزيع إجابات المبحوثين حسب مستوى تعرضهم لصحافة المواطن في وقت الأزمات

كيف تصف حجم تعرضك لصحافة المواطن في وقت الأزمات (الحراك/ كورونا)	ازداد	بقي نفسه	نقص	المجموع
	105	39	9	153
	%68,6	%25,5	%5,9	%100

يبين الجدول ازدياد تعرض المبحوثين لصحافة المواطن و هذا راجع لما تتسم به هذه الفترة من قلق و توتر و بالتالي الرغبة للبقاء على اطلاع مستمر على آخر الأحداث و المجريات لاعتبارهم صحافة المواطن مرجعا للمعلومات الأمر الذي يتشابه مع دراسة الدكتورة بوغازي فتيحة في أن معظم الصحافيين على اختلاف جنسهم و سنهم و خبرتهم

المهنية، يتفوقون وبأعلى النسب على أن المواطن الصحفي يعتبر مساعدا لهم على أداء مهنتهم الصحفية.

الجدول رقم 10: توزيع إجابات المبحوثين حسب تصنيفهم للصحفيين المواطن

أشخاص عاديون	أكاديميون	أشخاص ذو تكوين في الصحافة	صحفيون	المجموع
115	17	18	3	153
%75,2	%11,1	%11,8	%2,0	%100

يبين الجدول أن الأشخاص العاديون هم الصحفيون المواطنون في نظر المبحوثين بنسبة مئوية بلغت 75,2% ، و ترجع هذه النتيجة إلى أن انتشار الوسائل التكنولوجية و ظهور خاصية الاتصال الأفقي مكن جل مستخدمي منصات التواصل من أن يصبحوا أفرادا مساهمين في إعلام الجماهير و تفيد نتائج الدكتوراة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المواطن سهلت وصول المستخدمين إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وأي زمان.

الجدول رقم 11: توزيع إجابات المبحوثين حسب دوافع تعرضهم لصحافة المواطن

متابعة الأخبار المحلية	متابعة قضايا تتخطاها الصحافة التقليدية	الإطلاع على وجهات نظر أخرى	أخرى تذكر	المجموع
44	40	56	13	153

28,8	%26,1	%36,6	%8,5	%100
------	-------	-------	------	------

مما يمكن استخلاصه من الجدول أن أكبر دافع للتعرض لصحافة المواطن هو الإطلاع على وجهات نظر أخرى و هذا امتداد للوظيفة التفاعلية على المنصات و كذلك تجسيد للاتصال الأفقي الذي يجعل أي طرف مرسلا و مستقبلا في نفس الوقت.

كما تشابه مع نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في أن صحافة المحمول سرّعت عملية رجع الصدى، ومكنت الإعلاميين من تلقي ردود أفعال سريعة تجاه تقاريرهم الإعلامية.

الجدول رقم12: توزيع إجابات المبحوثين حسب دوافع ممارستهم لصحافة المواطن

التعبير عن الرأي	التواصل مع الآخرين	إعلام الناس	أخرى تذكر	المجموع
80	24	34	15	153
%52,3	%15,7	%22,2	%9,8	%100

مما يُلاحظ في الجدول رقم أن أكبر دافع لممارسة صحافة المواطن لدى المبحوثين هو التعبير عن الرأي، الأمر الذي تشير إليه أكبر نسبة تكرارات من بين الدوافع الأربعة، و هذه النتيجة راجعة لخاصية الاتصال الأفقي الذي يجعل من كل أطراف العملية الاتصالية عنصرا فعالا منفردا بوسيلته لينشر عبرها ما يشاء ليصل إلى عدد كبير من المتلقين، و فوق ذلك خاصية رجع الصدى عبر عديد الخاصيات التفاعلية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أكدت الدراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين استخدام المحمول وتطور الممارسات الإعلامية من حيث سرعة الوصول إلى مكان الحدث والتقرب إلى الناس.

عرض نتائج المقابلة

الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

1-الجنس:	ذكر	أنثى	المجموع
	04	03	07
	%57.14	%42.85	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 1 و الذي يمثل عدد المبحوثين أن فئة الذكور متفوقة على مثلتها من الإناث، الأمر الذي يتشابه مع ما توصلت إليه الباحثة سناء يوسف محمد شاهين التي كشفت دراستها بأن صحافة المحمول تمارس من قبل الذكور أكثر من الإناث و هذا راجع لكونهم الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض العمل بينما تستعملها الإناث بغرض التواصل حسب الإحصائيات الصادرة عن موقع [www. finances.com](http://www.finances.com)

الجدول رقم 14 : توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الأكاديمي

2-المستوى الأكاديمي:	ليسانس	ماستر	دكتوراه:	المجموع
	04	02	01	07
	%57.14%	%28.57	%14.28	%100

يعرض الجدول توزيع الطلبة حيث يتفوق عدد طلبة الليسانس على المستويين الآخرين لكونها أطول زمنيا من مستوى الليسانس كما يلاحظ أن أدنى نسبة ترتبط بفئة الدكتوراه حيث يفضل الطلبة المتخرجون البحث عن وظائف بدل ملاحقة شهادات عليا.

الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الجامعي

3-التخصص الجامعي:	اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة	اتصال و علاقات عامة	علوم اقتصادية	المجموع

07	02	02	03
%100	%28.57	%28.57	%42.85

يبين الجدول أن أغلب المبحوثين من قسم الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة و يُعل هذا بارتباط تخصصهم بدراسة هذه المنصات و استعمالاتها ما يجعل نشاطهم عليها أمراً مسلماً.

الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب متغير موقع النشاط

المجموع	اليوتوب	الفايسبوك	4-موقع النشاط :
07	02	05	
%100	%28.57	%71.42	

مما يُلاحظ من الجدول أن عدد المبحوثين المستعملين لموقع الفاييسبوك أكثر من نظرائهم المستعملين لموقع اليوتوب و هذا راجع لأن موقع الفاييسبوك يحتل المرتبة الأولى في لائحة أكثر التطبيقات تحميلاً في العقد الفائت و المرتبة الثانية في لائحة أكثر التطبيقات استعمالاً في سنة 2020 حسبما تشير إليه الإحصائيات العالمية، كما تُعزى هذه النتائج لسهولة استخدام منصة الفاييسبوك مقارنة بمنصة اليوتوب التي تتطلب جهداً كبيراً في صنع و تحميل فيديوهات تستدعي إماماً كبيراً بتقنيات التصوير و المونتاج بالإضافة لتوفر العتاد الإلكتروني عكس الفاييسبوك الذي يشترط وجود هاتف ذكي متصل بالانترنت فقط .

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

5-السن :	(20-18)	(23 -21)	(26-24)	(+27)	المجموع
	02	02	02	01	07
	%28.57	%28.57	%28.57	%14.28	%100

يعرض الجدول توزيع الفئات العمرية لأفراد عينة البحث و تقارب متغير السن بين المبحوثين حيث كانت الفئة الخاصة بمن هم فوق سن 27 تشكل أدنى نسبة، كما بينته دراسة الباحثة سناء يوسف محمد شاهين أن النسبة الغالبة من ممارسي صحافة المحمول هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (من 21 وأقل من 25 سنة)، ما يؤكد أن صحافة المحمول هي في الغالب صحافة الشباب.

الجدول رقم 18 توزيع أفراد العينة حسب التصنيف.

صحفي:	00	%00	6- في أي خانة تصنف نفسك ؟
أكاديمي:	02	%28.57	
ذو تكوين في الصحافة:	01	%14.28	
هاو:	04	%57.14	
المجموع	07	%100	

يشير الجدول إلى أن أغلب المبحوثين يعتبرون أنفسهم هواة إذ ينشطون على منصات التواصل الاجتماعي و ليس عبر قنوات رسمية كما تعوزهم التكوينات اللازمة في مسارهم الأكاديمي إذ لا تحتوي المقررات جوانب تطبيقية لفائدة الطلبة، و تبين نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المحمول تهدد مستقبل الإعلام المحترف، بتشجيعها للهواة على ممارسة المهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء مؤسسات إعلامية رقمية.

الجدول رقم 19: توزيع إجابات أفراد العينة حسب العناصر الخبرية

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	هناك عناصر خبرية معينة يجب تواجدها في أي مضمون أنشره:
07	00	00	03	03	01	
%100	%00	%00	%42.85	%42.85	%14.28	

يبين الجدول أن المبحوثين يوافقون على وجود عناصر خبرية معينة في مضامينهم و ذلك راجع لكونهم طلبة إعلام و اتصال فهم على دراية بفنيات التحرير و هذا معاكس لما جاءت به نتائج دراسة سناء يوسف شاهين التي أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أكثر اهتماما بالشكل الخبري وأقل اهتماما بالتحقيقات الإعلامية، كما اختارت نفس النسبة من العينة الحياد عن الإجابة لجهلهم بوجود هذه العناصر أو لاختيارهم التحرر عن قيود الإعلام الكلاسيكي باستعمال الحرية التي تمنحها لهم منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 20: توزيع إجابات أفراد العينة حسب أخلاقيات النشر.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	هناك أخلاقيات يجب اتباعها عند القيام بنشر أي مضمون:
07	00	00	00	02	05	
%100	%00	%00	%00	%28.57	%71.42	

يبين الجدول أن أغلبية المبحوثين توافق بشدة على وجود أخلاقيات عند نشر مضامينهم و هذا عائد لكونهم طلبة إعلام و اتصال سابقين ذو معرفة مبدئية بوجود أخلاقيات عند

نشر أي خبر بالإضافة لكونهم شبابا جامعييا واعيا يتحلى بالمسؤولية لاحتزام الآداب العامة في نشاطاتهم الإعلامية .

الجدول رقم21: توزيع إجابات أفراد العينة حسب دوافع النشر .

المجموع	نقل الأحداث الجارية	التعبير عن الرأي	الإعلام و التثقيف	التسلية و الترفيه	الإعلان و الترويج	ما هي دوافعك على النشر؟
07	06	04	05	05	00	
%100	%85.71	%57.14	%71.42	%71.42	%00	

يقوم الجدول بعرض دوافع الصحفيين المواطنين للنشر حيث سجلت فئتي نقل الأحداث الجارية و الإعلام و التثقيف أعلى النسب لتزامن فترة البحث مع أزمة فيروس كوفيد 19 بالإضافة لتحلي المنصات الرقمية بخاصية الفورية و التفاعلية ما يجعلها أسرع في طرح الأخبار و المستجدات.

الجدول رقم22: توزيع إجابات أفراد العينة حسب اتجاه مواضيع صحافة المواطن

المجموع :	ذات اهتمام خاص بفئات معينة:	ذات اهتمام اجتماعي عام :	اتجاه صحافة المواطن من حيث المواضيع :
07	03	04	
%100	%42.85	75.14%	

يبين الجدول أن اتجاه مواضيع صحافة المواطن في الأغلب يكون نحو الاهتمام الاجتماعي العام و هو الهدف الرئيسي لأي وسيلة إعلامية بالإضافة لتصادفه مع أزمة الكوفيد 19 التي سطرت منحى المضامين الإعلامية و هو ما جاء مخالفا لنتائج دراسة الدكتوراة فتحة بوغازي حيث أثبتت النتائج الجزئية وبأعلى نسبة أن الصحفيين لا يوافقون

على الرأي القائل بأن المواطن الصحفي يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف وذلك ب 62,6%. أما نسبة الصحفيين الذين رفضوا تماما الفكرة وأجابوا ب"لا أوافق أبدا" فقد بلغت 18,7% .

الجدول رقم 23: توزيع إجابات أفراد العينة حسب اهتمام صحافة المواطن بقضايا تتحاشاها الصحافة التقليدية.

المجموع :	ذات اهتمام ضعيف:	ذات اهتمام قوي:	اتجاه صحافة المواطن من حيث حجم الاهتمام بالقضايا التي تتحاشاها الصحافة التقليدية
07	03	04	
%100	%42.85	%57.14	

نلاحظ من خلال الجدول أن اتجاه صحافة المواطن قوي من حيث الاهتمام بالقضايا التي تتحاشاها الصحافة التقليدية و هو أمر بديهي نتيجة لكونها وسيلة بديلا لها توفر آخر المستجدات بسرعة كبيرة حسب مقال و تستطيع الولوج لكافة المناطق و المجتمعات بسبب خاصية الاتصال الأفقي فإن المواطنين هم الصحفيون ، الأمر الذي يتماثل مع دراسة الدكتورة فتيحة بوغازي القائلة بأن الصحفيون الجزائريون يعتبرون المواطن الذي ينشر أخبارا على شبكة الانترنت، مساعدا لهم على أداء مهنتهم بالأغلبية الساحقة حيث سجلنا نسبة 87,4% .

و هو عكس ماجاءت به نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف شاهين التي اعتبرت الدراسة أن أكبر تحدي يواجه صحافة المحمول، هو إنتاج محتوى يلائم طبيعة المحمول وجمهوره، الأمر الذي يميزها عن الأنواع الإعلامية الأخرى، كما أثبتت الدراسة أن صحافة المحمول أدت إلى تضاؤل دور الإعلاميين المحترفين كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات و أوضحت الدراسة أن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية وأنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.

الجدول رقم 24: توزيع إجابات أفراد العينة حسب اتجاه صحافة المواطن مع القضايا.

اتجاه صحافة المواطن من حيث طبيعة التعاطي مع القضايا:	سلبية تركز على العيوب، تقتصر على الشكليات و تصطاد المواضيع التافهة:	ايجابية بنائة تهدف لنشر مواضيع ذات مصدقية:	المجموع :
04	03	07	
%57.14	%42.85	%100	

يقوم الجدول بتبيان اتجاه صحافة المواطن من حيث طبيعة التعاطي مع القضايا و يرى معظم الطلبة في هذا الشأن أنها سلبية تركز على العيوب، تقتصر على الشكليات و تصطاد المواضيع التافهة فقط و هذا عائد لطبيعتها النقدية فهي صحافة منبعثة من باطن المجتمع الذي يتضمن الفئات المهمشة و الأقليات بهدف كشف قضايا الفساد و الآفات الاجتماعية التي لم تتل حصتها من التغطية الإعلامية بسبب أجندات أصحاب السلطة و القرار من ملاك الوسائل و أطر الدولة، الأمر الذي أكدته دراسة الدكتورة سناء يوسف شاهين في أن صحافة المحمول تساهم في تقليل هيمنة الحكومات على وسائل الإعلام.

الجدول رقم 25: توزيع إجابات أفراد العينة حسب الإتجاه نحو صحافة المواطن.

تمنح صحافة المواطن فرصة للمواطن العادي أن	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
04	01	01	01	00	07	
%57.14	%14.28	%14.28	%14.28	%00	%100	

						يعبر عن رأيه
--	--	--	--	--	--	-----------------

يقوم الجدول بعرض اتجاهات الطلبة نحو إذا ما كانت تمنح صحافة المواطن فرصة للمواطن العادي أن يعبر عن رأيه حيث توافق الأغلبية بشدة على ذلك، و تلك خاصية يوفرها الاتصال الأفقي الذي يجعل المرسل و المتلقي في نفس المستوى بدل انفراد المؤسسات الإعلامية بعملية النشر، كما أشارت إليه دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين بأن صحافة المحمول استبدلت غرف الأخبار التقليدية، بغرف ذكية متنقلة على الأجهزة المحمولة.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	تغطي صحافة المواطن قضايا يجب تغطيتها
07	00	00	00	05	02	
%100	%00	%00	%00	%71.42	%28.57	

مما يلاحظ من الجدول موافقة أغلبية الطلبة بشدة على أن صحافة المحمول تغطي قضايا يجب تغطيتها تغافلت عنها الوسائل التقليدية بما يقع ضمن محط اهتمامات الجمهور و حاجاته و تؤكد دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين ذلك بأن صحافة المحمول جعلت مستقبل الإعلام أكثر ارتباطا برغبات الجمهور، وتطلعاته، وما تفرضه عاداته وأذواقه وليس بالسياسات الحكومية.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	تساعدني صحافة

07	00	00	03	04	00	المواطن على التواصل مع أشخاص آخرين.
%100	%00	%00	%42.85	%57.14	%00	

يبين الجدول موافقة أغلب المبحوثين على مساعدة صحافة المواطن لهم على التواصل مع الآخرين بسبب عرضها لمختلف المضامين و تمكين بنيتها الأفقية المتلقين من فتح أبواب النقاش و عرض وجهات النظر الخاصة بهم بالإضافة إلى أنها سهلت وصول المستخدمين إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وأي زمان كما جاءت به نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	تستند صحافة المواطن على الرأي أكثر من الخبر
07	00	00	02	03	02	
%100	%00	%00	%28.57	%42.85	%28.57	

يوضح الجدول موافقة أغلبية أفراد العينة على استناد صحافة المواطن على الرأي أكثر من الخبر لأن صحافة المواطن وسيلة تعبير عن الآراء أكثر منها صحافة، فهي تتحلى بصفة الذاتية لكونها أداة من المواطنين إلى المواطنين، بالإضافة لصفة العفوية و عدم الاستمرارية في محتوياتها عكس وسائل الإعلام التقليدية.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	صحافة المواطن منحازة
07	01	02	02	02	00	
%100	%14.28	%28.57	%28.57	%28.57	%00	

يبين الجدول الاتجاه نحو انحياز صحافة المواطن حيث تساوت إجابات المبحوثين بين الموافقة، المعارضة و الحياد و ذلك لتوسع مفهوم الانحياز بين كونها منحازة لفئات اجتماعية معينة، فئات مضامين مختلفة، أم آراء معينة و كل ما سبق ينطبق على صحافة المواطن.

الجدول رقم 26: توزيع إجابات أفراد العينة حسب عوامل التعرض لصحافة المواطن

المجموع	أخرى أذكرها:	طبيعة المضمون	مصدر مضمونها	في رأيك أي عامل يحدد حجم التعرض لصحافة المواطن؟
07	00	06	01	
%100	%00	%85.71	%14.28	

يبين الجدول أن طبيعة المضمون أكبر عامل محدد لحجم التعرض لصحافة المواطن و هذا نتيجة لكون التأثير الحاصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي من النوع الانتقائي إذ يقوم الطلبة باختيار المصادر التي يريدون التعرض إليها و هذا عكس ما توصلت إليه نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين التي نصت على أهمية التحقق من مصادر وصدق المحتوى المرسل من الصحفيين الهواة قبل النشر، للحفاظ على مكانة وسمو مهنة الصحافة.

الجدول رقم 27: توزيع إجابات أفراد العينة حسب تضمينهم للقيم الإخبارية في نشاطاتهم الإعلامية.

المجموع	أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	ما مدى تضمينك لهاته القيم الإخبارية في نشاطاتك الإعلامية:
07	00	00	03	02	02	قرب الموضوع من الطلبة والجامعة
%100	%00	%00	%42.85	%28.57	%28.57	
07	00	00	03	02	02	بروز و أهمية الموضوع و الأشخاص المتعلقين به
%100	%00	%00	%42.85	%28.57	%28.57	
07	00	01	01	01	04	جدة /حداثة الموضوع أو المضمون.
%100	%00	%14.28	%14.28	%14.28	%57.14	
07	00	03	02	02	00	احتواء الموضوع على جدل أو نزاع بين طرفين
%100	%00	%42.85	%28.57	%28.57	%00	
07	00	01	02	03	01	إثارة العاطفة والإنسانية

%100	%00	%14.28	%28.57	%42.85	%14.28	
07	01	03	02	01	00	استهداف مواضيع مرتبطة بفضائح
%100	%14.28	%42.85	%28.57	%14.28	%00	
07	00	03	04	00	00	العواقب و التأثيرات الناتجة عن المضمون.
%100	%00	%42.85	%57.14	%00	%00	
07	02	03	02	00	00	الإستثناءات، النوادر والأحداث الغريبة.
%100	%28.5	%42.85	%28.57	%00	%00	
07	00	01	01	03	02	الإشارة للأمم أو الأشخاص الراقية و تقديمها كنماذج يُقتدى بها.
%100	%00	%14.28	%14.28	%42.85	%28.57	
07	00	00	02	02	03	الفورية في انتشار المضمون.
%100	%00	%00	%28.57	%28.57	%42.85	
07	00	00	02	04	01	تواتر/تكرار حدوث الموضوع.

%100	%00	%00	%28.57	%57.14	%14.28	
07	00	00	02	02	03	تداول/رواج الموضوع
%100	%00	%00	%28.57	%28.57	%42.85	

مما يتبين لنا من خلال الجدول رقم أن هناك تباينا في مدى تضمين الصحفيين المواطنين من عينة البحث لمختلف القيم الإخبارية حيث أن القيم التي كان أغلبهم حريصين دائما على شملها في محتوياتهم الإعلامية جده و حداثة الموضوع إذ يسعى الطلبة لإعلام متابعيهم بأحدث المجريات و آخر المستجدات إلى جانب الفورية في انتشار الموضوع التي تساهم كقيمة إخبارية في وصول الموضوع بأسرع وقت إلى القراء مثلما أكدت دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المحمول تمتلك قدرة كبيرة على تحقيق سبق الصحفي بالإضافة إلى تداول و رواج الموضوع الذي يضمن وصوله إلى أكبر عدد من الجماهير كما بينت الدراسة أن صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال و قوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة و المدة الزمنية القصيرة و المعلومة المختزلة، كما أنها استبدلت غرف الأخبار التقليدية، بغرف ذكية متنقلة على الأجهزة المحمولة.

كما ضمنّ الناشرين كثيرا قيمة تواتر و تكرار حدوث الموضوع للبقاء على صلة باهتمامات المتلقين و تلبية حاجياتهم، إلى جانب إثارة العاطفة و الإنسانية بعرضهم لمنشورات تضامنية تسعى للتوعية بحالات اجتماعية مهمشة أو محرومة، كوظيفة نموذجية لصحافة المواطن في الحملات التحسيسية، إذ تنص الدراسة على أن صحافة المحمول تساهم في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر إلى وجود مراسلين، مما يؤكد الانعكاسات الإيجابية لصحافة المحمول على مهنة الصحافة بالإضافة إلى الإشارة إلى الأشخاص و الأمم الراقية كنماذج ليقتدى بها و أخذ المفيد منها كمحاولة لبث الإيجابية لفئة ديمغرافية تحتاج إلى ذلك.

كما اشتملت منشوراتهم أحيانا على قرب الموضوع من الجامعة والطلبة و هي مفارقة يبررها انشغال المبحوثين بتغطية مستجدات الوباء و ابتعادهم عن مقاعد الدراسة خلال

فترة الحجر الصحي، كما كانت العواقب و التأثيرات محط اهتمام المبحوثين أحيانا فقط أو نادرا و هذا عائد لانعدام الرقابة و الحرية التي توفرها المنصات الرقمية للناشرين عليها و طبيعتها المستقلة بينما كان احتواء الموضوع على نزاع و المواضيع المتعلقة بفضائح أندر قيم لتُضمّن في النشاطات الإعلامية للمبحوثين لكونهم طلبة يميلون للاهتمام بالمواضيع العقلانية أكثر من نشر المواضيع المثيرة للجدل.

الجدول رقم 28: توزيع إجابات أفراد العينة حسب انخراطهم في ممارسات معينة و حجم التفاعل الذي تلقاه.

المجموع	أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	أي من هذه الممارسات (يلقى تفاعلا أكبر) / (أنت منخرط فيه)؟
07	00	02	01	02	02	عندما أقوم بإنتاج منشورات لمدونتي والتي أعتبرها كصحافة مواطن.
%100	%00	%28.5	%14.28	%28.5	%28.5	
07	00	01	03	00	03	ممارسة
%100	%00	%14.2	%42.8	%00	%42.8	
07	01	01	02	03	00	عندما أقوم بنشر صوري وفيديوهات ي معتبرا ذلك
%100	%14.2	%14.2	%28.57	%42.8	%00	
07	00	01	02	03	01	ممارسة
%100	%00	%14.2	%28.57	%42.8	%14.2	

							كصحافة مواطن.
07	00	00	04	02	01	تفاعل	عندما أنشر مضمونا
%100	%00	%00	%57.14	%28.5	%14.2		
07	00	01	01	03	02	ممارسة	على الفيسبوك معتبرا إياه صحافة مواطن.
%100	%00	%14.2	%14.28	%42.8	%28.5		
07	00	00	02	05	00	تفاعل	عندما أنتج وأنشر فيديوهات
%100	%00	%00	%28.57	%71.4	%00		
07	01	00	01	03	02	ممارسة	على النت.
%100	%14.2	%00	%14.28	%42.8	%28.5		
07	01	01	01	04	00	تفاعل	عندما أكتب
%100	%14.2	%14.2	%14.28	%57.1	%00		
07	00	00	03	01	03	ممارسة	منشورات ومعلومات على مدونتي.
%100	%00	%00	%42.85	%14.2	%42.8		
07	00	01	01	01	04	تفاعل	عندما أنتج وأنشر
%100	%00	%14.2	%14.28	%14.2	%57.1		
07	00	00	02	02	03	ممارسة	فيديوهات

			%28.57	%28.5	%42.8		وحول الأحداث الجارية والشؤون عامة.
07	00	01	03	03	00	تفاعل	عندما أنشر
%100	%00	%14.2	%42.85	%42.8	%00		صوري الخاصة على النت.
07	00	01	02	03	01	ممارسة	عندما أقوم بإنتاج و نشر مضمون على مواقع شبكات التواصل.
%100	%00	%14.2	%28.57	%42.8	%14.2		عندما أقوم بإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل فيسبوك.
07	00	00	04	01	02	تفاعل	عندما أقوم بإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل فيسبوك.
%100	%00	%00	%57.14	%14.2	%28.5		عندما أقوم بالربط مع
07	00	00	01	03	03	ممارسة	عندما أقوم بالربط مع
%100	%00	%00	%14.28	%42.8	%42.8		عندما أقوم بالربط مع
07	00	00	02	03	02	تفاعل	عندما أقوم بالربط مع
%100	%00	%00	%28.57	%42.8	%28.5		عندما أقوم بالربط مع
07	00	00	03	02	02	ممارسة	عندما أقوم بالربط مع
%100	%00	%00	%42.85	%28.5	%28.5		عندما أقوم بالربط مع
07	00	00	03	00	04	تفاعل	عندما أقوم بالربط مع
%100	%00	%00	%42.85	%00	%57.1		عندما أقوم بالربط مع

							بث وسائل الإعلام في منشوراتي.
07	00	00	02	04	01	ممارسة	
%100	%00	%00	%28.57	%57.1	%14.2		
07	03	00	02	02	00	تفاعل	عندما أنشر أفكار
%100	%42.8	%00	%28.57	%28.5	%00		
07	04	00	02	01	00	ممارسة	حول الأحداث الجارية والسياسة على المدونات micro-blogs
%100	%57.1	%00	%28.57	%14.2	%00		
07	00	00	03	04	00	تفاعل	عندما أقوم بنشر أو مشاركة أفكار
%100	%00	%00	%42.85	%57.1	%00		
07	00	00	03	01	03	ممارسة	حول الأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
%100	%00	%00	%42.85	%14.2	%42.8		

07	00	01	02	01	03	تفاعل	عندما أقوم بنشر أو مشاركة
%100	%00	%14.28	%28.57	%14.2	%42.8		صور، فيديوهات، أو مواد مسموعة
07	00	00	02	04	01	ممارسة	ترتبط بالأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
%100	%00	%00	%28.57	%57.1	%14.2		

يبين الجدول أعلاه الممارسات التي يخطر المبحوثون فيها و كذلك التي تلقى تفاعلا كبيرا من طرف الجماهير حيث يتفاعل أغلب هؤلاء الأخيرون عندما يقوم الصحفي المواطن بإنتاج منشورات لمدونه والتي يعتبرها كصحافة مواطن (دائما، كثيرا، نادرا) بنسب متساوية الأمر الذي يمكن تفسيره باختلاف اهتمامات المتلقين بأنواع تلك المضامين و تنص دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المحمول جعلت مستقبل الإعلام أكثر ارتباطا برغبات الجمهور، وتطلعاته، وما تفرضه عاداته وأذواقه . كما تلقى إقبالا كبيرا على ممارستها إذ تتجه الأغلبية منهم للقيام بها (أحيانا أو دائما) ما يمكن أن نعزوه إلى اعتبار المبحوثين لمنشوراتهم صحافة مواطن بالفعل على اختلاف أنواعها و مواضيعها، و مما يمكن إسناده على صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال و قوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة و المدة الزمنية القصيرة و المعلومة المختزلة كما تقول نتائج الدراسة سابقة الذكر.

أما عندما يقومون بنشر صورهم وفيديوهاتهم معتبرين ذلك كصحافة مواطن فذلك يلقي تفاعلا (كثيرا أو أحيانا) و ذلك عائد لمختلف الوسائط التي يمكن توظيفها على المنصات

الرقمية و تفضيل المستخدمين للمضامين البصرية بدل المكتوبة كما يحبذ أغلب المستخدمين نشرها (كثيرا) لنفس السبب.

و عند نشر مضمون على موقع الفايسبوك معتبرين ذلك كصحافة مواطن، يلاقي ذلك تفاعلا (أحيانا) لكن ليس (أبدا) أو (نادرا) و ذلك راجع لشعبية المنصة و كثرة مستخدميها فلا يمكن أن يكونوا كلهم جماهير لصحافة المواطن و يحتمل أن يكونوا يجولون عليها بغرض التسلية أو ملاً وقت الفراغ. كما أنها تلاقي إقبالا (كثيرا) على ممارستها من أغلبية المبحوثين كذلك لكثرة المستخدمين على المنصة.

و بالنسبة لإنتاج و نشر الفيديوهات على النت فهو يلقي ممارسة و تفاعلا (كثيرا) لتحبيذ المستخدمين للمضامين البصرية التي يمكن تبليغ و إيصال العديد من الأفكار في لحظات، و تفيد دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في هذا الصدد أن صحافة المحمول اختصرت زمن إنتاج و بث التغطيات الإعلامية.

أما عند كتابة منشورات و معلومات على مدوناتهم، يلاقي ذلك ممارسة و تفاعلا (كثيرا) من الأغلبية لأن الإعلام و التثقيف و وظيفة و مسعى أساسيان من و لأي وسيلة إعلامية.

كما يتجه أغلب المبحوثين من ناشرين و متلقين إلى إنتاج و التفاعل (دائما) مع الفيديوهات حول المجريات و الشؤون العامة إذ تساهم صحافة المحمول في تغطية و توثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر إلي وجود مراسلين، مما يؤكد الانعكاسات الإيجابية لصحافة المحمول على مهنة الصحافة حسب نتائج الدراسة السابقة.

و عند نشر صور المعلنين الخاصة على النت يلقي ذلك (كثيرا) من الممارسة، لكن تفاعلا (نادرا)، و هذا راجع لكون المنصات الرقمية وسيلة للتعبير عن الرأي في أي شكل كان، إلا أن اهتمام المتلقين بها نادر لعدم اهتمامهم بالحياة الشخصية لهؤلاء الناشرين. و عند القيام بإنتاج و نشر مضمون على مواقع شبكات التواصل نلاحظ وجود إقبال على هذه الممارسة (دائما أو كثيرا) كما أنها تلقى التفاعل الكثير لكونها وسائل للتعبير عن الرأي و وسائل إعلامية كذلك، و تفيد دراسة الدكتورة فتيحة بوغازي في هذا الشأن أن

صحافة المحمول تهدد مستقبل الإعلام المحترف، بتشجيعها للهواة على ممارسة المهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء مؤسسات إعلامية رقمية. و بالنسبة لإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل فايسبوك، يتجه أغلب المبحوثين إلى ممارسة ذلك و تفاعل الجماهير معه (أحيانا) فقط و ذلك راجع لأن الإعلام إحدى وظائف موقع الفاييسبوك بجانب العديد من دوافع استعماله. و فيما يخص القيام بالربط مع بث وسائل الإعلام في منشورات المبحوثين يمارس هؤلاء الأخيرون هذا (دائما) و يتفاعل جماهيرهم معها (دائما) لكونها مرجعا رئيسيا للجماهير لا يمكن الاستغناء عنه.

و في خانة نشر أفكار حول الأحداث الجارية والسياسة على المدونات micro-blogs فإن أغلبية المبحوثين لا يمارسون (أبدا) هذا النشاط كما لا يتفاعل متلقوه معه أبدا و هذا راجع لعدم شعبية المدونات بين أفراد مجتمع البحث و تحبيذهم للنشاط على مواقع التواصل الاجتماعي .

أما عند القيام بنشر أو مشاركة أفكار حول الأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فهذا العنصر يلقي إقبالا (كثيرا) لممارسته من أغلب المبحوثين و كذلك نفس الشيء بالنسبة للتفاعل معه، و هذا راجع إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بكثرة و مستخدموها كثر، الأمر الذي يتشابه مع نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في أن صحافة المحمول تمتلك قدرة كبيرة على تحقيق السبق الصحفي.

و فيما يخص القيام بنشر أو مشاركة صور، فيديوهات، أو مواد مسموعة ترتبط بالأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي فإن أغلب المبحوثين يقومون بممارستها (كثيرا) و تفاعل المتلقين معها (دائما) و تفيد نتائج الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين بأن صحافة المحمول ذاهبة باتجاه تطوير أشكال و قوالب إعلامية خاصة بها، تمتاز بالسرعة و المدة الزمنية القصيرة و المعلومة المختزلة.

الجدول رقم 29: توزيع إجابات أفراد العينة حسب نشاطاتهم مع الجماهير.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى قدرتك على القيام بالأنشطة التالية
07	00	01	02	04	00	أستطيع المحافظة على النظام و الانضباط عند تفاعل المتلقين مع المضامين المنشورة.
%100	%00	%14.28	%28.57	%57.14	%00	
07	00	01	02	04	00	لدي تأثير على تشكيل العلاقات الإيجابية بين المتلقين .
%100	%00	%14.28	%28.57	%57.14	%00	
07	01	00	01	04	01	أستطيع توفير بيئة افتراضية يسودها الاحترام و التعاون
%100	%14.28	%00	%14.28	%57.14	%14.28	
07	00	01	01	05	00	أستطيع بصفة فعالة إدارة المواقف التي يبدي فيها المتلقين تصرفات سلبية
%100	%00	%14.28	%14.28	%71.42	%00	
07	01	00	01	04	01	أقبل التوجيهات التي يقدمها لي جمهوري بخصوص تعديل المضامين برحابة صدر .
%100	%14.28	%00	%14.28	%57.14	%14.28	
07	02	00	00	02	03	أقوم بمراجعة النفاعل الناتج عن منشوراتي
%100	%28.57	%00	%00	%28.57	%42.85	

مما يمكن أن نتبينه من الجدول رقم أن المسيرين الرقميين من أفراد العينة أن أغلب المبحوثين يوافقون على استطاعتهم المحافظة على النظام و الانضباط عند تفاعل المتلقين مع المضامين المنشورة مظهرين بذلك امتداد سلطتهم على المنصة الافتراضية و تمكنهم من حسن تسيير الجماهير بينما تتبنى فئة أقل منها الحياد لكبر حجم الجماهير أو لفشل محاولاتهم في ذلك.

كما يرى أغلبهم أنه بالفعل لديهم تأثير على تشكيل العلاقات الإيجابية بين المتلقين و ذلك قد يكون راجعا لوجود علاقات شخصية معهم أو لكونها أولوية في ذلك الفضاء أو الحيز الخاص بالمسير، و يرى بعضهم أن الحياد أنسب خيار لاقتناعهم بالحرية الموجودة على المنصات الرقمية و عدم تواجد الرقابة عليها، في حين يجد أغلب المبحوثين أن بإمكانهم توفير بيئة افتراضية يسودها الاحترام و التعاون من خلال الحرص الدائم على مراقبة التفاعلات الحاصلة بين المشتركين و التذكير الدائم بها ، و بالنسبة لاستطاعتهم بصفة فعالة إدارة المواقف التي يبدي فيها المتلقين تصرفات سيئة يوافق الأغلبية على ذلك عبر استعمال الخاصيات التقنية الخاصة بالتطبيقات من حذف و طرد.

كما يتقبل الأغلبية التوجيهات التي يقدمها جمهورهم بخصوص تعديل المضامين و تقول نتائج دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المحمول سرعت عملية رجع الصدى، ومكنت الإعلاميين من تلقي ردود أفعال سريعة تجاه تقاريرهم الإعلامية، ما يعني أن لها انعكاسات إيجابية على أداء المهنة.

و ذلك حرصا على تلبية رغباتهم و ضمان استمرار متابعتهم، كما يوافق معظمهم بشدة أيضا على مراجعة التفاعل الناتج عن المنشورات لمعرفة أي من أنواعها يلاقي تفاعلا ايجابيا، في حين تتجه فئة أصغر منها نحو الرفض القاطع تفاديا لأي انتقادات أو إهانات في حقهم.

مناقشة فرضيات الدراسة

الإجابة عن التساؤل الأول:

من هم الصحفيون المواطنون؟

الجدول رقم 30: توزيع إجابات المبحوثين حسب تصنيفهم للصحفيين المواطنين

المجموع	صحفيون	أشخاص ذو تكوين في الصحافة	أكاديميون	أشخاص عاديون
153	3	18	17	115
%100	%2,0	%11,8	%11,1	%75,2

تشير نتائج الجدول إلى أن أعلى نسبة تكرارات تقع ضمن الفئة الأولى و هذا ما يشير إلى أن الأشخاص العاديين هم الصحفيون المواطنون بنظر عينة البحث كإجابة عن التساؤل الأول.

و يمكن إزاء هذه النتيجة إلى كونها استجابة طبيعية إلى حتمية التطور التكنولوجي في وقتنا الحالي إذ أن انتشار مختلف الوسائل التكنولوجية مكن الناس من كل الخلفيات من أن يصبحوا عاملاً ناشطاً في العملية الاتصالية، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين القائلة بأن صحافة المواطن سهلت وصول المستخدمين إلى المحتوى الإعلامي في أي مكان وأي زمان، و كيف أنها استبدلت غرف الأخبار التقليدية بغرف ذكية متنقلة على الأجهزة المحمولة.

اختبار صحة الفرضيات:

- كلما زاد تعرض المواطنين للصحافة الكلاسيكية زاد تعرضهم لصحافة المواطن.

الجدول رقم 31: متغيرات الفرضية الأولى قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية

متغيرات الفرضية	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية
*التعرض للصحافة الكلاسيكية *التعرض لصحافة المواطن	R=0,272	P=0,001

يبين الجدول وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين متغيرات الفرضية الأولى، بقيمة ارتباط محدود بين 1- و 1 قدره 0,272 و دلالة إحصائية قدرها أقل من 0,05 و بالتالي فهي مؤيدة.

و ترجع صحة هذه الفرضية إلى أن هناك تغيرا متزامنا بين متحولات الفرضية وسببه عائد إلى عدم اكتفاء الجماهير بالمواد التي تقدمها الصحافة الكلاسيكية بل دفعتها الحاجة إلى التعرض إلى صحافة المواطن إذ تساهم صحافة المحمول في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر إلى وجود مراسلين كما تفيد دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين، و كشفت الدراسة أيضا أن صحافة المحمول أدت إلى تضائل دور الإعلاميين المحترفين كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات و هذا راجع إلى رغبة الجماهير في التحرر من سياق الأجندات الإعلامية الصادرة عن مُلاك تلك الوسائل و تخييرها لتغطية ما يناسب مصالحها و أوضحت الدراسة في هذا الشأن أيضا أن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية وأنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.

- تعرض المبحوثين لصحافة المواطن يرتبط بدوافع معينة.

الجدول رقم 32: متغيرات الفرضية الثانية، قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية

متغيرات الفرضية	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية
*التعرض لصحافة المواطن *الاتجاه	R=0,028	P=0,734

يشير الجدول إلى أن الفرضية الثانية غير مؤيدة و ذلك راجع لعدم وجود ارتباطات ذات دلالات إحصائية بين المتغيرات لتجاوز قدر الدلالة الإحصائية 0,05.

و ترجع هذه النتيجة لشساعة مساحة المنصات الافتراضية و اختلاف المواضيع التي تقدمها، فحتى و إن كان استخدامها راجعا لإشباعات معينة و لها تأثير محدود، إلا أن اللوغارتميات المبرمجة فيها و التي تضمن تعرض المستخدم لجميع المنشورات المشابهة أو المتصلة بموضوع ما مهما كان حجم الاهتمام الذي أبداه به تجعل الدافع يغيب عند التعرض لصحافة المواطن.

• **يتفاوت الاعتماد على صحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها:**

- يتفاوت اهتمام المواطنين بصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها.
- يتفاوت تعرض المواطنين لصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها.

الجدول رقم 33: توزيع إجابات المبحوثين حسب اعتمادهم على مصادر ومضامين أفراد العينة

المصدر/ المضمون	الاعتماد					
	دائما	كثيرا	أحيانا	نادرا	أبدا	المجموع
منشورات المواطنين المتعلقة	اهتمام كلي	أهتم كثيرا	نوعا ما	قليلا	لا أهتم إطلاقا	
	6	42	70	24	11	153
	3,9%	27,5%	45,8%	15,6%	7,1%	100%
الاهتمام	5	25	64	43	16	153

100%	%10,5	%28,1	%41,8	%16,3	%3,3		بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
153	11	24	61	43	14	التعرض	منشورات المواطنين المتعلقة
100%	%7,1	%15,6	%39,8	%28,1	%9,1		
153	16	48	46	39	4	الاهتمام	بأخبار على المنصات الرقمية
100%	%10,5	%31,4	%30,1	%25,5	%2,6		
153	11	24	62	51	5	التعرض	منشورات المواطنين المتعلقة بآرائهم على المواقع الرسمية
100%	%7,2	%15,7	%40,5	%33,3	%3,3		
153	23	40	53	33	4	الاهتمام	للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
100%	%15,0	%26,1	%34,6	%21,6	%2,6		
153	7	23	77	39	7	التعرض	منشورات الصحافيين المتعلقة
100%	%4,6	%15,0	%50,3	%25,5	%4,6		
153	16	33	56	41	7	الاهتمام	بآرائهم على

100%	%10,5	%21,6	%36,6	%26,8	%4,6		المنصات الرقمية
153	10	19	67	54	3	التعرض	منشورات الصحافيين المتعلقة
100%	%6,5	%12,4	%43,8	%35,3	%2,0		
153	16	31	62	40	4	الاهتمام	بأخبار على المنصات الرقمية
100%	%10,5	%20,3	%40,5	%26,1	%2,6		

يبين الجدول اهتمام المبحوثين بصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها، إذ أن أغلب المبحوثين يبدون اهتماما (نوعا ما) بمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية، وكذلك بمنشورات المواطنين المتعلقة بأرائهم على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية، إلا أنه (يقول) عند منشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية. أما بالنسبة لمنشورات الصحفيين فيولي معظم المبحوثين الاهتمام بها (نوعا ما) أو (كثيرا) سواء تلك المتعلقة بأرائهم أو بأخبار على المنصات الرقمية. ما يؤكد بالتالي صحة الفرضية في جزئية الاهتمام.

و تُعزى هذه النتائج إلى أن اهتمام المبحوثين (نوعا ما) بمنشورات المواطنين المتعلقة بأرائهم أو بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية عائد إلى كونها قد تحتل الصحة أو الخطأ كما أنها ليست مرجعا أوليا للأخبار بالنسبة لأفراد العينة، و ما يؤكدها كونها قد نُشرت على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية، إذ يقابلها في هذا الشأن إبداء المبحوثين اهتماما (قليلا) بمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية التي يحول بين صحتها و عدم صحتها وضوح مصدرها و مصداقيتها إلا أنها قد تصدر من قلب الحدث و تفيد نتائج دراسة الدكتورة فتيحة بوغازي أن معظم الصحافيين على اختلاف جنسهم وسنهم وخبرتهم المهنية، يتفقون وبأعلى النسب على أن المواطن الصحفي يعتبر مساعدا لهم على أداء

مهنتهم الصحفية، مما يؤكد أن متغيرات الدراسة لم تؤثر في تمثل الصحفيين وفي قناعتهم بأن المواطن الذي ينشر الأخبار على شبكة الانترنت يعتبر مساعدا لهم على أداء عملهم.

و بالنسبة لمنشورات الصحفيين فقد لقيت اهتماما (نوعا ما) أو (كثيرا) و ذلك بسبب صفة المهنية التي يتحلى بها مُصدرو هاته المنشورات، احترامهم لأخلاقيات النشر و مصداقيتهم الأمر الذي يتشابه مع نتائج الدراسة سابقة الذكر أيضا حيث أثبتت النتائج الجزئية وبأعلى نسبة أن الصحفيين لا يوافقون على الرأي القائل بأن المواطن الصحفي يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف و يختلف معها في استنتاج آخر يفيد بأن صحافة المحمول تضعف دور وسائل الإعلام التقليدية و أنها ستهيمن على القطاع الإعلامي خلال المستقبل القريب.

كما يبين الجدول أعلاه تعرّض المبحوثين لصحافة المواطن حسب مصدرها و طبيعة مضمونها حيث يتعرّض أغلبهم (أحيانا) أو (كثيرا) لمنشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية، منشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية، منشورات المواطنين المتعلقة بآراء على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية، منشورات الصحفيين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية، و منشورات الصحفيين المتعلقة بآرائهم على المنصات الرقمية بنسب جد متقاربة، و بالتالي فإن التعرض لهذه المصادر و المضامين الخاصة بصحافة المواطن غير متفاوت، و هو الأمر الذي ينفي صحة الفرضية الثالثة في جزئية التعرض.

و ترجع هذه النتيجة إلى طبيعة اللوغارتميات المبرمجة في هاته المنصات الرقمية التي تعرض جميع المضامين المشابهة و المتصلة بالمواضيع الحادثة على المستوى المجتمعي، الوطني و الدولي للمستخدم، سواء أبدى اهتماما بها أم لا في مفارقة لغياب التأثير المباشر.

- يرتبط تعرض المبحوثين لصحافة المواطن بموقفهم منها.

الجدول رقم 34: متغيرات الفرضية الرابعة، قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية

متغيرات الفرضية	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية
*الاهتمام * الموقف	R=0,461	P=0,000

مما يلاحظ من الجدول أن الفرضية الرابعة مؤيدة في جزئية الاهتمام لوجود ارتباطات ذات دلالات إحصائية بين المتغيرات حيث سجلت قيمة ارتباط محدودة بين 1 و 1 قدرها 0,46 بالإضافة إلى دلالة إحصائية لم تتعدى قيمتها 5%. ترجع نتيجة الفرضية الرابعة في جزئية الاهتمام إلى أن تأييد أو رفض مستخدمي المواقع الاجتماعية لصحافة المواطن عامل مهم للتعرض لها من عدمه، حيث أنها تغطي مواضيع تناسب جميع الفئات الديمغرافية و الاجتماعية، و تقول الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين أن صحافة المحمول جعلت مستقبل الإعلام أكثر ارتباطا برغبات الجمهور، وتطلعاته وما تفرضه عاداته وأذواقه.

الجدول رقم 35: متغيرات الفرضية الرابعة قيمة الارتباط و الدلالات الإحصائية

متغيرات الفرضية	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية
*التعرض *الموقف	R=0,307	P=0,000

يبين الجدول أن الفرضية الرابعة مؤيدة في جزئية التعرض لوجود ارتباطات ذات دلالات إحصائية بين المتغيرات حيث سجلت قيمة ارتباط ب 0,307، و دلالة إحصائية قدرها أقل من 5%.

تبين نتيجة الفرضية الرابعة في جزئية التعرض أن تغير هذا الأخير مرتبط بتغير الموقف سواء انخفض أم ارتفع فكلما استقصى رواد المواقع التواصلية عن مصدر الأخبار ومصادقيتها و تثبتوا منها كلما زاد تعرضهم لها و إقبالهم عليها. و كما أفادت به نتائج

دراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في قولها عبرت صحافة المحمول المرحلة الأولى من دورة نموها وتعيش حالياً المرحلة الثانية و القصد هنا تجسيد التأثير المحدود.

• **يزداد الاعتماد على صحافة المواطن في وقت الأزمات.**

- التعرض:

- الجدول رقم 36: توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم التعرض لصحافة المواطن

كيف تصف حجم تعرضك لصحافة المواطن في وقت الأزمات (الحراك/ كورونا)	ازداد	بقي نفسه	نقص	المجموع
	105	39	9	153
	%68,6	%25,5	%5,9	100%

يشير الجدول رقم أن أعلى نسبة تكرارات تقع ضمن خانة ازدياد التعرض لصحافة المواطن في وقت الأزمات ما يدل على صحة الفرضية الخامسة في جزئية التعرض. و هي نتيجة بديهية راجعة لحالة الذعر و التوتر التي عايشها الناس فترة إجراء الدراسة و رغبتهم الملحة في معرفة التطورات و المستجدات الخاصة بكل المجالات و القطاعات سواء على المستوى المجتمعي أو الوطني. و تضيف الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين في هذا الشأن أن صحافة المحمول تساهم في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي تفتقر إلي وجود مراسلين، مما يؤكد الانعكاسات الإيجابية لصحافة المحمول على مهنة الصحافة.

- الاهتمام:

الجدول رقم 37: توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم الاهتمام بصحافة المواطن

2 كيف تصف مستوى اهتمامك بصحافة المواطن في وقت الأزمات (الحراك/ كورونا)	ازداد	بقي نفسه	نقص	المجموع
	108	34	11	153
	%70,6	%22,2	%7,2	100%

يبين الجدول رقم أن الاهتمام بصحافة المواطن في وقت الأزمات يزداد حسبما تشير إليه أعلى نسبة مئوية في المقياس الثلاثي و هذا ما يؤكد صحة الفرضية في جزئية الاهتمام. و سبب زيادة الاهتمام راجع إلى لا زمنية النشر على وسائل التواصل الاجتماعي و ارتباطها بمواعيد و أجندات محددة سلفاً، فبدل انتظار صدور الصحف أو النشرات الإخبارية تمكن صحافة المواطن رواد مواقع التواصل الاجتماعي من البقاء على إطلاع مستمر على الأوضاع.

الإجابة عن التساؤل الثاني:

- ما هي دوافع التعرض لصحافة المواطن؟

الجدول رقم 38 : توزيع إجابات المبحوثين حسب حجم التعرض لصحافة المواطن

متابعة قضايا تتخطاها الصحافة التقليدية	الإطلاع على وجهات نظر أخرى	أخرى تذكر	المجموع	متابعة الأخبار المحلية
40	56	13	153	44
%26,1	%36,6	%8,5	%100	28,8

مما يُلاحظ في الجدول رقم أن أكبر دافع للتعرض لصحافة المواطن لدى المبحوثين هو الإطلاع على وجهات نظر أخرى، الأمر الذي تشير إليه أكبر نسبة تكرارات من بين الدوافع الأربعة، ما يجيب عن التساؤل الثاني.

و هذه النتيجة راجعة لخاصية الاتصال الأفقي الذي يجعل من كل أطراف العملية الاتصالية عنصرا فعالا منفردا بوسيلته لينشر عبرها ما يشاء ليصل إلى عدد كبير من المتلقين، و فوق ذلك خاصية رجع الصدى عبر عديد الخاصيات التفاعلية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أكدت الدراسة الدكتورة سناء يوسف محمد شاهين وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين استخدام المحمول وتطور الممارسات الإعلامية من حيث سرعة الوصول إلى مكان الحدث والتقرب إلى الناس.

مناقشة النتائج:

بعد الاطلاع على نتائج الدراسة يتبين لنا أن:

- مبحوثي كلتا الأداتين يُعرفون الصحفيين المواطنين كهواة أو أشخاص عاديين.
- أكبر دافع لممارسة صحافة المواطن نقل الأحداث الجارية لدى مبحوثي المقابلة و التعبير عن الرأي لدى مبحوثي الاستمارة.
- يحدد مصدر و طبيعة مضمون صحافة المواطن حجم الاعتماد عليها.
- تمنح صحافة المواطن فرصة للمواطن للتعبير عن رأيه
- صحافة المواطن وسيلة للتواصل مع الآخرين .
- هناك تفاوت في تقدير انحياز صحافة المواطن لجهات معينة من عدمه.
- تلقى المضامين البصرية تفاعلا أكثر من تلك المكتوبة.
- هناك تفاوت في تضمين القيم الإخبارية.
- تلقى المضامين المنشورة على الفايسبوك تفاعلا أكبر من تلك المنشورة على النت.
- صحافة المواطن تضعف الاهتمام بالوسائل الإعلامية الكلاسيكية.
- هناك تفاوت في أولويات المواضيع التي تغطيها الصحافة الكلاسيكية و صحافة المواطن.
- ارتفاع نشاط صحافة المواطن تفاعلا و نشرًا في وقت الأزمات.

الخلاصة

تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي بانتشارها الكبير و مستعملها الكثر، و هي تحظى بأهمية كبيرة لما لها من عديد الخواص و الخدمات التي تقدمها في حياة الأفراد من تواصل و ترويج و نشر أخبار، حتى صارت تنافس في سرعتها و جودة مضمونه المؤسسات الإعلامية الكبرى و تسمى هذه الظاهرة بصحافة المواطن.

أضحت صحافة المواطن تُمارس بكثرة في وقتنا الحالي لتوفر شروط القيام بها و المتمثلة في امتلاك هاتف ذكي، حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، و الاتصال بالانترنت. حيث تمتاز بالخواص المتوفرة في وسائل الإعلام التقليدية و كذلك تلك الموجودة على الوسائط الجديدة فصارت تشكل إعلاما حديثا يدمج بين وظائف الإعلام التقليدي و خواص الوسائط الجديدة و التي هي التفاعلية، التزامن، التكامل، التنوع، الفردية و الكونية.

فجذبت اهتمام المتلقين بسبب الطريقة التي تقوم فيها بعرض المضامين الإعلامية و قريبا من المجتمع و تحررها من السياسات التحريرية و الأجندات السياسية لملاك الوسائل التقليدية.

حيث حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على جانب الممارسة لدى هؤلاء الصحفيين، إلى جانب توجههم و موقفهم نحوها، بالإضافة إلى محاولة معرفة أي نوع من هذه الأنشطة يلقي تفاعلا و دافعا أكبر للتعرض إليه.

و هو ما جعل التعبير عن الرأي و التعرف على آراء الآخرين السبب في ذبوع هذه الظاهرة الإعلامية.

المراجع

قائمة المراجع

الكتب :

أ- العربية

- ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، ط1، قطر، 2014.
- إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2014.
- أحمد بن مرسل (2007)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- تالا حلاوة، صحافة المواطن و تأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، سلسلة بحوث و سياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، رام الله، فلسطين، 2015.
- حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
- حسين علي إبراهيم الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2013.
- جمال الزرن، من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، أكاديمية "دوتشفيلا" معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، ط 01، 2013.
- رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط 1، البحرين، 2015.
- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2017.
- سكينه الملاكي، اشكالية الأخلاقيات الإعلامية للصحافة الإلكترونية، معهد الجزيرة للإعلام. الدوحة، 2015.
- صلاح عبد الحميد، الإعلام و الفضاء الإلكتروني، ط 1، أطلس للنشر و الإنتاج الإعلامي، الجيزة: مصر ، 2014.

- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008.
- عبد العزيز بن عبد الرحمن الربيعة، البحث العلمي: حقيقته مصادره مادته ومناهجه، ج1، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، المملكة العربية السعودية-الرياض، 1418هـ.
- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
- محمد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983 .
- محمد زيان عمر، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، تر بوزيد صحراوي، دار القصة، الجزائر، 2006.

ب-الأجنبية

- Jane.B.Singer: **Participatory journalism guarding open gates at online newspapers**, Wiley-Blackwell, vol1, 2011.
- Mark dueze: **citizen journalism:global perspectives**, Peter Lang publishing, New york, 2009.
- Serena Miller, **Oxford research encyclopedia of communication**, Oxford university press, Oxford UK, 2019.

المقالات و الملتقيات:

- جمال الزرن، صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51 52، 2009.
- حمداوي عمر، رمضان خامسة، صحافة المواطن و الإعلام التقليدي... علاقة تكامل أم تنافس؟، الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الديمقراطية، ورقة، 12-13 ديسمبر، 2012.
- حنان علال، مصداقية المدونات: بين المعايير التكنولوجية و الضوابط الأخلاقية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 26، جوان 2019.
- شمس ضيات خلفاوي، الإعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم و الوظيفة، مجلة علوم الانسان و المجتمع، العدد 15، جوان 2015.

المواقع الإلكترونية:

أ- العربية

- مقال عن أهمية النزاهة في الإعلام، [Http://www.ABAHE.uk](http://www.ABAHE.uk)، اطلع عليه بتاريخ 2020/03/29، الساعة: 03:48.
- مقال عن أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة <http://www.academia.edu>، اطلع عليه بتاريخ 2020/05/16، الساعة: 23:25.
- قاموس المعاني [http// www.almaany.com](http://www.almaany.com) اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15.. الساعة: 17:07.
- مقال عن التأثير و استخدامات و إشباعات وسائل الإعلام - <http://audience-studies.over-blog.com/> اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15، 18:35 .
- مقال عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، : [http// www.mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com) اطلع عليه بتاريخ 2020/10/15 19:03.

- Article about citizen journalism sites
الساعة: , 26/06 /2020 اطلع عليه بتاريخ ,
<http://www.academia.edu>,
05:03.

المذكرات:

- بوغازي فتيحة، صحافة المواطن و الهوية المهنية للصحفي، مذكرة ماجستير
منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010.
- سناء يوسف محمد شاهين، صحافة المحمول و انعكاساتها على الممارسة
الإعلامية، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم
و التكنولوجيا، السودان، بحث منشور على الويب، 2018.

التقارير:

- تقرير عن تأثير صحافة المواطن و مستقبلها في ظل التطور التكنولوجي صادر
عن مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة ، 2016 .

الملاحق

نموذج مقابلة لفائدة مذكرة ماستر بعنوان: صحافة المواطن: الإتجاه، التعرض و الممارسة.

شكرا على موافقتك القيام بهذه المقابلة التي هي جزء من عنوان البحث المدون أعلاه، إن أخلاقيات البحث العلمي تطالب باحترام خصوصيات المبحوثين و عدم استعمال اجاباتك سوى لأغراض علمية. إن المعلومات المتحصل عليها من خلال هذه الوثيقة تفيد إدراك لمعنى مساهمتك كما تعتبر موافقة صريحة لقواعد المشاركة في هذا العمل . في حال قراءتك لما سبق و موافقتك عليه رجاء تفضل بالإجابة على الأسئلة التالية.

الجنس:	
	ذكر:
	أنثى:

	ليسانس :	المستوى الأكاديمي:
	ماستر:	
	دكتوراه:	

	التخصص الجامعي:
--	-----------------

	الفايسبوك :	موقع النشاط :
	اليوتوب:	

	(20-18)	السن :
	(20-18)	
	(20-18)	
	(20-18)	

	صحفي:	في أي خانة تصنف نفسك ؟
	أكاديمي:	
	ذو تكوين في الصحافة :	
	هاو:	

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	هناك عناصر خبرية معينة يجب تواجدها في أي مضمون أنشره:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	هناك أخلاقيات يجب اتباعها عند
------------	-------	-------	-------	------------	-------------------------------------

					القيام بنشر أي مضمون:
--	--	--	--	--	--------------------------

نقل الأحداث الجارية	التعبير عن الرأي	الإعلام و التثقيف	التسلية و الترفيه	الإعلان و الترويج	ما هي دوافعك على النشر؟ (choix multiple)

	ذات اهتمام اجتماعي عام :	اتجاه صحافة المواطن من حيث المواضيع :
	ذات اهتمام خاص بفئات معينة:	

	ذات اهتمام ضعيف:	اتجاه صحافة المواطن من حيث حجم الإهتمام بالقضايا التي تتحاشاها الصحافة التقليدية :
	ذات اهتمام قوي:	

	سلبية تركز على العيوب، تقتصر على الشكليات و تصطاد المواضيع التافهة:	اتجاه صحافة المواطن من حيث طبيعة التعاطي مع القضايا:
--	--	---

	ايجابية بئآة تهدف لنشر مواضيع ذات مصداقية:	
--	---	--

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	إتجاهك نحو صحافة المواطن:
					تمنح صحافة المواطن فرصة للمواطن العادي أن يعبر عن رأيه
					تغطي صحافة المواطن قضايا يجب تغطيتها
					تساعدني صحافة المواطن على التواصل مع أشخاص آخرين.
					تستند صحافة المواطن على الرأي أكثر من الخبر
					صحافة المواطن منحاة

	مصدر مضمونها:	في رأيك أي عامل يحدد حجم التعرض لصحافة المواطن ؟
	طبيعة المضمون:	
	أخرى أذكرها:	

أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	كم تعبر أهمية لهذه القيم الإخبارية ضمن نشاطاتك الإعلامية:
					قرب الموضوع من الطلبة والجامعة
					بروز و أهمية الموضوع و الأشخاص المتعلقين به
					جدة /حادثة الموضوع أو المضمون
					احتواء الموضوع على جدل أو نزاع بين طرفين
					إثارة العاطفة والإنسانية
					استهداف مواضيع مرتبطة بفضائح
					العواقب و التأثيرات الناتجة عن المضمون
					الإستثناءات، النوادر و الأحداث الغريبة
					الإشارة للأمم أو الأشخاص الراقية و تقديمها كنماذج يُقتدى بها
					الفورية في انتشار المضمون

					تواتر / تكرار حدوث الموضوع
					تداول / رواج الموضوع

أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	ما مدى انخراطك في الممارسات التالية :
					أقوم بإنتاج منشورات لمدونتي والتي أعتبرها كصحافة مواطن.
					أقوم بنشر صوري وفيديوهات معبثرا ذلك كصحافة مواطن.
					أنشر مضمونا على الفيسبوك معبثرا إياه صحافة مواطن.
					أنتج وأنشر فيديوهات على النت.
					أكتب منشورات ومعلومات على مدونتي.
					أنتج وأنشر فيديوهات وحول الأحداث الجارية والشؤون عامة.
					أنشر صوري الخاصة على النت.
					أقوم بإنتاج ونشر مضمون على مواقع شبكات التواصل.

					أقوم بإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل فيسبوك.
					أقوم بالربط مع بث وسائل الإعلام في منشوراتي.
					أنشر أفكاري حول الأحداث الجارية والسياسة على المدونات micro-blogs
					أقوم بنشر أو مشاركة أفكاري حول الأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
					أقوم بنشر أو مشاركة صور، فيديوهات، أو مواد مسموعة ترتبط بالأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	من خلال خبرتك أي من هذه الممارسات يلقي تفاعلا أكبر من المواطنين
					عندما أقوم بإنتاج منشورات لمدونتي والتي أعتبرها كصحافة مواطن.

					عندما أقوم بنشر صوري وفيديواتي معتبرا ذلك كصحافة مواطن.
					عندما أنشر مضمونا على الفيسبوك معتبرا إياه صحافة مواطن.
					عندما أنتج وأنتشر فيديواتي على النت.
					عندما أكتب منشورات ومعلومات على مدونتي.
					عندما أنتج وأنتشر فيديوات وحول الأحداث الجارية والشؤون عامة.
					عندما أنشر صوري الخاصة على النت.
					عندما أقوم بإنتاج و نشر مضمون على مواقع شبكات التواصل.
					عندما أقوم بإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل فيسبوك.
					عندما أقوم بالربط مع بث وسائل الإعلام في منشوراتي.
					عندما أنشر أفكاري حول الأحداث الجارية والسياسة على المدونات micro- blogs

					عندما أقوم بنشر أو مشاركة أفكارى حول الأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
					عندما أقوم بنشر أو مشاركة صور، فيديوهات، أو مواد مسموعة ترتبط بالأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى قدرتك على الأنشطة التالية
---------	------------	-------	-------	-------	------------	----------------------------------

						أستطيع المحافظة
						على النظام و الانضباط عند تفاعل المتلقين مع المضامين المنشورة.
						لدي تأثير على تشكيل العلاقات الإيجابية بين المتلقين .
						أستطيع توفير بيئة افتراضية يسودها الإحترام و التعاون

						أستطيع بصفة فعالة إدارة المواقف التي يبدي فيها المتلقين تصرفات سلبية
						أقبل التوجيهات التي يقدمها لي جمهوري بخصوص تعديل المضامين برحابة صدر.
						أقوم بمراجعة التفاعل الناجم عن منشوراتي

صحافة المواطن في الجزائر دراسة في الممارسة، الإدراك و الاتجاه

نضع بين أيديكم استمارة استبيان مقدمة في إطار تحضير مذكرة لنيل شهادة ماستر، لذا نرجو منكم التعاون معنا بالإجابة على جميع الأسئلة نظرا لأهمية آرائكم التي سوف تدلون بها، كما نحيطكم علما أن أيا من إجاباتكم لن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: المقصود بصحافة المواطن هو مصطلح يرمز للمواطن العادي أي فرد من العامة يلعب دور نشط في عملية جمع، نقل، تحليل الأخبار و نشرها عبر استخدامات صحافة الإنترنت (مواقع التواصل الاجتماعي).

الجنس:	
	ذكر:
	أنثى:

	ليسانس :	المستوى الأكاديمي:
	ماستر:	
	دكتوراه:	

أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	ما مدى انخراطك في الممارسات التالية :
					أقوم بإنتاج منشورات لمدونتي والتي أعتبرها كصحافة مواطن.
					أقوم بنشر صوري وفيديوهاتني معتبرا ذلك كصحافة مواطن.
					قوم بإنتاج مضمون على مواقع التدوين مثل الفايسبوك /اليوتوب
					أتفاعل مع المضامين التي تقدمها صحافة المواطن من خلال: الإعجاب، التعليق، المشاركة
					أقوم بنشر أو مشاركة صور، فيديوهات، أو مواد مسموعة ترتبط بالأحداث الجارية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					أجد أن صحافة المواطن تعطي فرصة للمواطن البسيط في التعبير عن رأيه
					أعتقد أن صحافة المواطن تستند على الرأي أكثر من الخبر
					حسب رأبي صحافة المواطن منحازة لجهات معينة
					من خلال متابعتي لمضامين صحافة المواطن التمسست المصدقية فيما تنبئه
					تساعدني صحافة المواطن في إيصال

					أفكاري إلى أكبر قدر من الأشخاص
--	--	--	--	--	-----------------------------------

لا أهتم اطلاقا	قليلًا	نوعًا ما	كثيرًا	اهتمام كلي	
					منشورات المواطنين المتعلقة بأخبار على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
					منشورات الصحافيين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية
					منشورات

					المواطنين المتعلقة بأخبار على المنصات الرقمية.
					منشورات المواطنين المتعلقة بآرائهم على المواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية على المنصات الرقمية
					منشورات الصحافيين المتعلقة بآرائهم على المنصات الرقمية

أبدا	نادرا	أحيانا	كثيرا	دائما	ما مدى
------	-------	--------	-------	-------	--------

					تعرضك لهذه الأخبار في هذه المصادر من الصحافة التقليدية؟
					التلفزيون
					الإذاعة
					الصحف
					صفحات هذه الوسائل على مواقع التواصل الاجتماعي

لا أهتم إطلاقاً	قليلاً	نوعاً ما	كثيراً	اهتمام كلي	ما مدى اهتمامك بالأخبار في هذه المصادر من هذه الصحافة التقليدية؟
					التلفزيون
					الإذاعة

					الصحف
					صفحات هذه الوسائل على مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	صحفيون	أشخاص ذو تكوين في الصحافة	أكاديميون	أشخاص عاديون	حسب رأيك الصحفيون المواطنون هم :

كيف تصف حجم تعرضك لصحافة المواطن في وقت	ازداد	بقي نفسه	نقص	المجموع

الأزمات (الحراك/ كورونا)				
--------------------------------	--	--	--	--

أخرى تذكر	الإطلاع على وجهات نظر أخرى	متابعة قضايا تتجاهلها الصحافة التقليدية	متابعة الأخبار المحلية	ما هي دوافع تعرضك لصحافة المواطن؟

أخرى تذكر	إعلام الناس	التواصل مع الآخرين	التعبير عن الرأي	ما هي دوافع ممارستك لصحافة المواطن؟