

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

واقع صحافة المواطن لدى الطلبة الجزائريين من خلال موقع الفيس بوك
- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل -

مذكرة مكّلة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الصحافة المطبوعة والإلكترونية

إشراف الأستاذ:
د. مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين :
شويط خولة
رايس بشرى

السنة الجامعية 2021 / 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الشكر الأول والأخير لله عز وجلّ الذي ييسر لنا هذا، ثمّ أتقدّم بشكري إلى الأستاذ المشرف
الدكتور **مسعود بوسعيدية**، وكلّ الشكر والإحترام للأستاذ محمد **بوقرة** على
نصائحه وإرشاداته ومساندته لنا، والذي منحنا الكثير من وقته وجهده ... جازاه الله خير جزاء.
كما نشكر كل من ساهم في إنجاز وإنجاح هذا العمل المتواضع من أساتذة قسم الإعلام بجامعة
محمد الصديق بن يحيى _ جيجل. ولا ننسى الأصدقاء المساندين لنا.



إهداء



الحمد لله عز وجلّ الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل.

أهدي هذا العمل إلى معلمي الأول والأخير الذي علّمني دون قلم ... إلى "أمي".

إلى "أبي" الذي حملته الأقدار منّا إلى الرفيق الأعلى، تمنيت لو كنت اليوم حاضرا بيننا.

إلى سندي المتين أخي "وليـد" وكل عائلته الكريمة.

إلى كل "أخواتي" ... وإلى أعزّ النَّاسِ إلى قلبي ... لكل من تمنى لي الخير والنجاح.

خوالة

الفهرس

البسمة

شكر و عرفان

إهداء

أ المقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1 إشكالية الدراسة
- 2 تساؤلات الدراسة والفرضيات
- 3 أهداف الدراسة
- 3 أهمية الدراسة
- 3 أسباب اختيار الموضوع
- 4 منهج الدراسة
- 5 مجتمع الدراسة وعينتها
- 7 أدوات جمع البيانات
- 7 تحديد المفاهيم
- 8 الدراسات السابقة
- 12 عرض المقاربة النظرية "الإستخدامات والإشباعات" وإسقاطها على الدراسة...

الفصل الثاني: الإعلام الجديد وصحافة المواطن

- 16 تمهيد
- المبحث الأول: ماهية الصحافة المواطن
- 17 1. تعريف الإعلام
- 17 2. تعريف الإعلام الجديد
- 18 3. خصائص الإعلام الجديد
- 21 4. صحافة المواطن النشأة التاريخية
- المبحث الثاني: أساسيات صحافة المواطن
- 24 1. أشكال صحافة المواطن
- 25 2. أهداف صحافة المواطن
- 26 3. سمات وملامح صحافة المواطن
- 27 4. إيجابيات وسلبيات صحافة المواطن
- المبحث الثالث: إشكاليات صحافة المواطن
- 28 1. صحافة المواطن وعلاقتها بالصحافة التقليدية
- 29 2. مرجعيات صحافة المواطن

- 31 3. الرؤى الناقدة لصحافة المواطن
32 4. مستقبل صحافة المواطن

الفصل الثالث: إشكاليات صحافة المواطن

- 36 تمهيد
المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
37 1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
38 2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
39 3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
40 4. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
41 5. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
43 1. الفيس بوك
44 2. تويتر
44 3. اليوتيوب
45 4. الواتساب
46 5. الأنستغرام

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- 48 1. تحليل وتفسير الجداول
70 2. نتائج الدراسات العامة
73 3. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
74 4. نتائج الدراسة في ضوء والمقاربة النظرية
75 5. التوصيات والإقتراحات
76 الخاتمة
قائمة المراجع
الملاحق
فهرس الجداول

المقدمة

المقدمة

عرفت البشرية تغيرات وتطورات كبيرة في مختلف الميادين بفعل الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة لدرجة أنه أصبح أي حديث عن التطور والتقدم لا يخلو من التطرق إلى دور التكنولوجيا، وهذا ما سمح ببروز مشهد صحفي جديد أطلق عليه بصحافة المواطن والذي يهدف إلى إبراز أهم الظواهر الإعلامية التي ترتبط بالمواطن، ومن هذا المنبر سيكون للمواطن دور كبير في عملية النشر عامة من خلال تحوله التدريجي من مجرد موطن عادي هاو ذو الميول الصحفي إلى مواطن صحفي بمجرد نشره لمضامين إعلامية. فكل طالب يمتلك هاتفا ذكيا ينشر من خلاله مضامين إعلامية كونه مواطنا صحفيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع الفيس بوك، حيث أصبح الفيس بوك أكبر المنصات الاتصالية الحديثة وأكثرها استقطابا للمستخدمين، وعليه ومن دراستنا هذه التي ستعد للكشف عن واقع صحافة المواطن عبر الفيس بوك لدى الطلبة الجزائريين تطرقت إلى أربعة فصول كما يلي:

الفصل الأول قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة من خلال طرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والفرصيات، أهمية وأهداف الدراسة، وكذلك أسباب الدراسة ومنهجها ومجتمع الدراسة، وكذلك أدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى تحديد مفاهيم الدراسة والتطرق إلى أبرز الدراسات السابقة منها الجزائرية والعربية التي تخدم موضوعنا، وفي الأخير قمنا بعرض المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة.

الفصل الثاني بعنوان "الإعلام الجديد وصحافة المواطن"، تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية صحافة المواطن الذي تناولنا فيه تعريف الإعلام الجديد وخصائصه وتطبيقاته، كما تطرقنا أيضا إلى نشأة صحافة المواطن. أما في المبحث الثاني بعنوان "أساسيات صحافة المواطن"، الذي تطرقنا فيه إلى أشكال صحافة المواطن وأهدافها وخصائصها، وذكرنا أيضا سلبياتها وإيجابياتها. أما المبحث الثالث بعنوان "إشكالية صحافة المواطن" فقد تناولنا فيه قيمة صحافة المواطن وعلاقتها بالصحافة التقليدية، وأيضا مرجعيات صحافة المواطن والرؤى النافذة لصحافة المواطن ومستقبلها.

الفصل الثالث بعنوان "صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب"، تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، الذي تناولنا فيه تعريف مواقع

المقدمة

التواصل الاجتماعي، نشأتها، خصائصها، وأهميتها، وذكرنا أيضا سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي. أما في المبحث الثاني بعنوان "أهم مواقع التواصل الاجتماعي" فقد تطرقنا فيه إلى أهم المواقع وهي مواقع الفيس بوك واليوتيوب والتويتر والواتساب والأنستغرام.

الفصل الرابع والأخير تطرقنا فيه إلى تحليل وتفسير الجداول، وبعد ذلك قمنا بعرض نتائج الدراسة العامة، ثم تطرقنا أيضا إلى عرض نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية، ونصل في الأخير إلى التوصيات والمقترحات.

الفصل الأول الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة والفرضيات
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسباب الدراسة
6. منهج الدراسة
7. مجتمع الدراسة
8. أدوات الدراسة
9. تحديد المفاهيم
10. الدراسات السابقة
11. عرض المقاربة النظرية

1- إشكالية الدراسة

في فترة ليست ببعيدة من القرن الماضي كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات إذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية التي يستخدمها للوصول إلى الجماهير إيصال الوسائل المختلفة إليهم.

وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك الوسائل إلا أن التطور السريع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرض على المؤسسة الإعلامية لا سيما منها الصحافة، ضرورة التغيير والتأقلم مع المحيط الجديد لهذه التكنولوجيات الحديثة والتي من سماتها السرعة والأنية في نقل الأحداث والأخبار من موقع الحدث والتفاعل وقلة التكلفة.

وأصبحت وسائل الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي تتخطى كافة المسافات والحواجر لتجعل من العالم بمثابة بناية كبيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة وسلاسة، كما أن وسائل الإعلام والاتصال في وقتنا الحالي تعتبر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف خاصة في ظل العولمة الاقتصادية والتي ساهمت في التقريب بين الأمم، وازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع. إذ مكنت هذه الوسائل الحديثة الاتصالية الأفراد من كتابة وإنتاج مضامين إعلامية حتى وإن لم يكونوا صحفيين مهنيين ونشرها على الشبكة العالمية، حيث أدى الانتشار الواسع لوسائل وتقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع وسهولة استعمالها من طرف الأشخاص.

ومع ظهور ما يسمى بصحافة المواطن أدى إلى تبادل الأدوار بين الإعلاميين من جهة وجمهور القراء والمستمعين والمشاهدين من جهة أخرى ، فبعد أن كان الإعلاميون هم من يرسلون الرسالة الإعلامية أصبح الجمهور يشارك في عملية الإرسال أيضا فيما اختفى دور الناشر لأن وسيلة نقل المعلومات أحدثت ثورة هائلة في نقل الصورة والخبر والمعلومات بسرعة كبيرة في وقت قياسي مما جعلها تتفوق على الصحافة التقليدية ، وبدأ الإعلاميون المحترفون يتخوفون من تراجع مكانتهم من تحت أرجلهم ، فاخذوا يخوضون غمار المنافسة مع الوقت الجديد ، وأصبح الجمهور بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص يستخدم هذه المواقع من خلال رصد أحداث معينة تثير اهتمامه ويقوم بتصويرها بإحدى الوسائل التكنولوجية والتعليق

عليها و لمواكبة ما يجري من مختلف مناطق العالم حيث أصبح الطالب الجامعي محترف في موقعه كالصحف أو المراسل الذي ينقل المعلومات أو مرسل الذي ينقل الأخبار عن طريق هذه المواقع ، وبالتالي فقد ساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في صناعة صحافة خاصه به تميزه عن الصحافة التقليدية ، وهذا المصطلح الإعلام الجديد أو الإعلام البديل كله يصب في أن الطالب الجامعي هو أساسه وقد ظهر هذا المفهوم بشكل بارز في ثورة الربيع العربي ، وقد ولدت هذه الأحداث لدى الطالب دفعة قوية في نقلها ، وقد تعددت ذلك إلى مساهمة الجمهور بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع الفيس بوك بشكل خاص في صناعة الحدث عن طريق الدعوة إلى التظاهرات والاحتجاجات، ومن هنا فإن مواقع التواصل الاجتماعي كانت المدخل الرئيسي لبروز صحافة المواطن.

وعلى هذا الأساس تولدت لدينا فكرة تخصيص دراسة لكشف في طبيعة العلاقة التي تربط صحافة المواطن مع الطلبة الجامعيين الجزائريين.

وقد جاءت الإشكالية العامة للدراسة على النحو التالي:

ما هو واقع صحافة المواطن عبر الفيس بوك لدى طلبة الإعلام بجامعة جيجل؟

ويتفرع عن هذا السؤال الإشكالي مجموعة من الأسئلة الفرعية يمكن حصرها.

2- تساؤلات الدراسة وفرضياتها

2-1- تساؤلات الدراسة

- ما هي دوافع استخدام الطالب الجامعيين لموقع الفيس بوك؟
- ما هي أنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع الفيس بوك؟
- ما هي اتجاهات الطالب الجامعي نحو صحافة المواطن؟
- ما هي الإشباعات المحققة لدى الطلبة من خلال استخدام الفيس بوك في صحافة المواطن؟

2-2- فرضيات الدراسة

- استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيس بوك بدافع التعرف على الاخبار والمعلومات.
- استخدام الطالب الجامعي موقع الفيس بوك وخدماته باللغة العربية.

- الإشباعات المحققة من خلال استخدام الطالب الجامعي لموقع الفاييس بوك هي نشر المعلومات والصور وتبادل الآراء والأفكار.
- اتجاه الطالب الجامعي لصحافة المواطن هو اتجاه في توعية الرأي العام.

3- أهداف الدراسة

- معرفة دوافع استخدام الطالبة الجامعية لموقع الفاييس بوك.
- معرفة أنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع الفاييس بوك.
- معرفة استخدام الطالب الجامعي لصحافة المواطن اتجاه سلبي أو إيجابي.
- إثراء الرصيد المعرفي.

4- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوع حديثاً حيث أنها تعتبر من الموضوعات المهمة التي تسلط الضوء على الطالب الجامعي هي المواقع الاجتماعية في المجال الصحفي دون أي احترافية وتتطرق الدراسة للدور الذي لعبه هؤلاء المستخدمين في بروز صحافة المواطن وتفعيلها.

كما تعني هذه الدراسة بمحاولة التعرف على دور الطالب الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفاييس بوك بصفة خاصة.

5- أسباب اختيار الموضوع

إن اختيار أي موضوع للدراسة لا ينشأ من فراغ بل أن اختياره هو نتيجة تظافر مجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية التي تحدد الموضوع وهي:

5-1- الأسباب الذاتية

- الميل والرغبة في دراسة الموضوع دون غيره كونه إطار انتباهي.
- اختيار المعارف المنهجية السابقة من خلال استخدام أداة الاستبيان لمعرفة دور الطالب في تفعيل صحافة المواطن.
- حب المعرفة والبحث العلمي والاطلاع على المواضيع الجديدة والمميزة.

5-2- الأسباب الموضوعية

- أهمية موضوع الدراسة كقضية نوعية أو توجه جديد في مجال الإعلام.
- الموضوع مرتبط بمجال الإعلام، وصحافة المواطن النوع الإعلامي الجديد أصبح مؤثرا بارزا لدى الطالب الجامعي.
- ندرة أو قلة الدراسات التي تتناول دور الطالب الجامعي في تفعيل صحافة المواطن.
- السعي لإثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديدة في مجال الإعلام والاتصال، نظرا لحاجتنا لمزيد من الدراسات حول إعلام المواطن.

6- منهج الدراسة

تدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية لدراسة الظواهر والمشاكل التي تتعلق بالإنسان، وتهدف بها للوصول إلى المعلومات الكافية ودقيقة حول مدى إسهام صحافة المواطن في صناعة المضامين الإعلامية لدى الطالب الجامعي وذلك بدراسة عينة من طلاب الإعلام.

أما عن المنهج المستخدم في الدراسة فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتبر أكثر المناهج استخداما في العلوم الإنسانية فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وهو أحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية خاصة، ويتميز بالدراسة العلمية للظواهر الموجودة. (1) (مسعد، 2000، ص 23)

يعرف " مورييس انجرس " المنهج مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول الى نتيجة. (2) (مورييس، 2006، ص 65)

ويعرف اصطلاحا الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصية الحقائق العلمية، في أي فرع من فروع المعرفة وفي أي ميدان من الميادين النظرية والعلمية. (3) (بن مرسل، 2005، ص 182)

كما عرفه "عبد الرحمن بدوي" بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. (4) (بدوي، 2010، ص 286)

أما المنهج الوصفي ويعرف على أنه من المناهج المستخدمة في الدراسات العلمية ورسائل الماجستير والدكتوراه، ومناهج البحث العلمي بوجه عام تساهم في التعرف على الظاهرة المدروسة ووضعها في إطارها الصحيح.

كما يعرف أيضا «بأنه طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن تم الوصول إلى تفسيرات منطقيه لها دلائل وبراهين.⁽¹⁾ (إحسان، 2015، ص 11) ويعتبر المنهج الوصفي طريقه منتظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، أو أحداث أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو تحقق من صحة حقائق قديمة.⁽²⁾ (سلاطنية والجيلاني، 2002، ص 95)

كما عرف أيضا بالسبيل للوصول إلى الحقائق العلمية، ويعرف أيضا: الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها ومن الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها.⁽³⁾ (الطائي، 2002، ص 65)

ويعتبر المنهج الوصفي من المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث السلوكية والاجتماعية ويعتمد عليه اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ويعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقعة أو الظاهرة، كما توجد في الميدان ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو كمياً ويعتمد الوصف كطريقه للتجريب عن الأسلوب العلمي حيث يقيس متغيرات معينة وبذلك تكون دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية وليست ظروف صناعية كما هو في المجتمع التجريبي، كما يعتبر دراسة إما لظاهرة موجودة في جماعة ما.⁽⁴⁾ (عبيدات وآخرون، 2012، ص 180)

7- مجتمع الدراسة وعينتها

7-1- مجتمع الدراسة

إن تحديد مجتمع البحث المراد دراسته خطوة أساسية في أي بحث علمي، حيث أن مجتمع الدراسة وهو مصطلح علمي منهجي يراد به جميع المشاهدات موضع للدراسة، وهي كافة مفردات مجتمع الدراسة.⁽⁵⁾ (السعدي الغول، دس، ص 3)

ويطلق على كل عضو من مجتمع الدراسة بالمفردة أو عنصر أو وحدة الدراسة والتي تعرف على أنها تلك الجزء الأساسي المكون لمجموع البحث، أي يمثل مجتمع البحث الأفراد أو الأشخاص مجموع البحث.⁽¹⁾ (بن مرسل، 2005، ص 182)

يتمثل مجتمع دراستنا في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والبالغ عددهم 986 طالب ينتمون لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويتوزع عدد أفراد المجتمع دراسة حسب السنة الدراسية أو المستوى الدراسي على الشكل كالتالي واخذنا عينة 5% من مجتمع الدراسة حيث بلغ عددهم 50 مفردة.

الجدول 1: توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي.

الإناث	الذكور	عدد الطلبة	المستوى الدراسي
263	67	330	السنة الثانية إعلام واتصال
236	52	288	السنة الثالثة إعدادي
88	30	118	السنة الأولى ماستر صحافة
105	17	122	السنة الأولى ماستر سمعي بصري
48	11	59	السنة الثانية ماستر صحافة مطبوعة
58	11	69	السنة الثانية ماستر سمعي بصري
798	188	986	المجموع

7-2- عينة الدراسة

عند تحديد مجتمع البحث المراد دراسته نختار عينة تناسب دراستنا والمراد منها على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء دراسة عليها.⁽²⁾ (موسى نبيل، 2018، ص 5)

حيث استخدمها في دراستنا العينة القصدية، وهي أكثر العينات استخداما في المواضيع المتعلقة بدراسة الجمهور واتجاهاته خاصة عندما يكون مجتمع الدراسة يتكون من فئات متجانسة معلومة العدد، بحيث أخذنا عينة من طلبة الإعلام بكلية العلوم الإنسانية بجامعة " محمد الصديق بن يحيى " - جيجل -.

8- أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات

8-1- الاستبيان

يعتبر الاستبيان من أكثر الأدوات استعمالاً في بحوث الإعلام والاتصال: حيث عرفه "جود" بأنه قائمة من الأسئلة تعد بشكل جيد لمعرفة آراء ومعتقدات واتجاهات الآخرين نحو موضوع معين.

كما عرف أيضاً أداة لجمع البيانات المتعلقة بحدث معين عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب. (1) (بلقاسم وفرحاني، 2012، ص ص 281 282)

كما تعرف أيضاً أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو العمل الخبير التي يطلب منها المفحوص الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.

كما أنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بإعلاء الاستمارة بالمستجيب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها. (2) (قنديلجي، 2008، ص 105)

9- تحديد المفاهيم

9-1- صحافة المواطن

يعد مفهوم صحافة المواطن أحد أكثر المفاهيم إثارة للجدل نظراً لحدائته من جهته واختلاف الباحثين حول معناه من جهاز أخرى فهو يشير عند البعض منهم إلى إعلام المواطن وعند مجموعة أخرى من الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو التعاضدي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية.

بذلك يمكننا القول بأن صحافة المواطن هي مفهوم يرمز لمجموعة من العامة يلعبون دوراً نشيطاً في عملية جمع ونقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات باستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال الرقمية. (3) (الرحبة، 2020، ص 2)

أ. التعريف الإجرائي

صحافة المواطن هي الصحافة التي يقوم بها المواطن على أنه الصحفي الذي ينقل الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعرضه بصورة واقعية، فكل شخص لديه هاتف ذكي يمكنه التقاط وتسجيل الأحداث اليومية وبنها من خلال الأنترنت في موقع مثل: الفيس بوك أو الأنستغرام وغيرها من المواقع.

ب. تعريف الفايس بوك

هو عبارة عن موقع اجتماعي يشير الى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في مجموعة معينة. فهو موقع يجمعك بأصدقائك ويتيح لأصدقائك. ليس بالضرورة هم الأصدقاء الذين تتعرف عليهم في طريق موقع الفايس بوك. (1) (بلعربي، فيخ، 2016، ص94)

ت. التعريف الاجرائي

هي عبارة عن صفحة شخصية على الأنترنت تتواصل مع الأصدقاء من خلاله ويزودك بأخبار والصور وتبادل المعلومات بين الأفراد وهو موقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء.

9-3- تعريف الطلبة الجامعيين

هي فئة من الشباب الذين تحصلوا على شهادة البكالوريا، ويواصلون مسارهم الدراسي الجامعي وينتمون لكليات وأقسام مختلفة لمختلف التخصص وتكون أعمارهم عادة ما بين 18 و25 سنة، ويتميزون بالمستوى العلمي والنشاط والقوى والقدرة على اكتساب المعارف وتبني الأفكار الجديدة والقدرة الكبيرة على التواصل، كما يتصفون بحب المغامرة والتحدي والتصدي للواقع ومشكلته ويطمحون للعمل. (2) (بن شعبان وبوجميلة، 2016، ص 23)

10- الدراسات السابقة

10-1- الدراسة الجزائرية (محلية)

أ. " محمد أمين عيوب " صحافة المواطن: من ملتقى إلى منتج المضامين الإعلامية
،، (1) (عيوب، 2015)

ركز الباحث في هذه الدراسة على التغيرات التي أحدثتها صحافة المواطن من حيث الفاعلين في العملية الاتصالية والمساحة الحرة التي أصبح يوفرها المستخدمين وكذا الكثير من التطبيقات

التي تجسد معنى صحافة المواطن بسياقتها الجديدة، وكانت الإشكالية تتمحور حول المواطن الملتقى عندما يصبح مرسلا وتندرج نحو مجموعة من التساؤلات الفرعية:

– ما هي صحافة المواطن؟

– ما هي أدواتها وتطبيقاتها؟

– كيف تمكنت من تحويل الملتقى إلى فاعل في ميدان صناعة وإنتاج المواد والمحتويات الإعلامية على شبكة الأنترنت؟

وقد اعتمد الباحث " محمد أمين عيوب " في دراسته بعض المواقع الفرنسية التي تعتبر نماذج لصحافة المواطن وذلك من خلال اعتماده على المنهج الوصفي وأداة الملاحظة وخضعت الدراسة أن صحافة المواطن إلى حد كبير من تكريس الديمقراطية الإلكترونية وحرية التعبير المباشر وإعطاء المستخدم صفة الفاعلية في خلق وإنتاج محتويات ونشرها عبر تطبيقات الويب والذي جعل من العمل الصحفي أكثر إمكانية لكل مستخدم لهذه الوسائط وتشابه هذه الدراسة مع دراستنا لتناولها لمفهوم صحافة المواطن والتعرض للخصائص والمميزات التي تقدمها وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في العينة المدروسة فالباحث " محمد أمين عيوب " وصل إلى نتائج انطلاقا من عينة متمثلة في بعض المواقع الفرنسية المحسوبة على صحافة المواطن اعتمدنا في دراستنا الحالية على دراسة ميدانية على عينه من طلبة الاعلام جامعة جيجل.

ب. رابح صادق، المواطن بين الخطابات الاحتفالية والرؤى المعارضة، المحلية الجزائرية في علوم الاتصال

ركزت دراسة رابح صادق على ممارسة حقل معرفي في مفهوم إعلام المواطن وتجلياتها والمضامين التي يجسدها، وقد استرشد الباحث في ذلك لمنهج الاستقصائي وركز على ما توفر من رؤى وتحليلات الفاعلين المهتمين بهذه الإشكالية، واستعرض الخطابات المختلفة به الرؤى والمعارضة له ، كل ذلك مشفوع بقراءة أولية تقييمية تروم التعرف على هذه الممارسة وعلاقتها بقضاء الوسائط الإعلامية التقليدية، مستاء عن موقف هذه العلاقة ، هل ستكون السيادة فيه لنمط إعلام المواطن القائم على التشارك بحيث يدفع بالنمط التقليدي أما الأمر سيتخذ صيغة هجينة تأليفية تجمع بين أفضل ما في نمط وقد أسس الباحث في هذه الدراسة لمجموعة من الأهداف:

- مسائلة مفهوم "إعلام المواطن" وبحث مشروعية المعرفة، مع التركيز على إظهار على أنه ممارسة تبنت سياقات تحميل إلى الاختفاء بالتحديد والعراك المتواصل والتنوع.
- تبيان السياقات التي احدثت هذه الظاهرة والممثلة تحديدا في تراجع الوسائط الإعلامية التقليدية وبروز الانترنت كآلية جديدة للتواصل.
- التعرف على التصورات ورؤى الفاعلين بعلام المواطن والرافضين.
- تقصي انعكاسات ممارسة اعلم المواطن على الوسائط الإعلامية التقليدية وآثارها على مكان هذه الأخيرة داخل القضاء الثقافي والاعلامي على وجه التحديد. (1) (صادق، 2008)

10-2- الدراسات العربية

- أ. حنان كامل اسماعيل "دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الراي الاعلامي العربي" الاردن الكويت ومصر نموذج جامعة الشرق الاوسط

2011- 2012

تهدف هذه الدراسة إلى عرض نشأة وتطور ظاهرة صحافة المواطن في المشهد الإتصالي الحديث وذلك من خلال بيان خصائصها الفكرية والاجتماعية وإبراز دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من خلال وجهة نظر قادة الراي الاعلام العربي، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والتعرف على مفهوم صحافة المواطن وشملت عينة البحث عشوائية عنقودية من قادة الراي الاعلام العربي في جمع البيانات على الاستبيان والمقابلة الشخصية ومن أبرز النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

- أن الحرك الاعلامي الجديد أسس لنشوء ظاهرة شاهد العيان ومع ظاهرة المواطن الصحفي وانتشار ظاهرة وسائل الاعلام على شأهدي العيان هنا تكون الأخبار التي تبناها القنوات التلفزيونية مشكوك فيها حول ما يجري في سوريا.
- المواطن الصحفي هو من يزود القنوات التلفزيونية حول ما يجري في سوريا.
- مهمة المواطن الصحفي لنا تنتهي بانتهاء الحدث الذي ساهم في وجوده. (2) (كامل إسماعيل،

(2011، 2012)

ب. عبد الله ممدوح مبارك الرعود "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيون الأردنيون- جامعة الشرق الأوسط 2011-2012"

اعتمدت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر ومن وجهة نظر الصحفيين الأردنيين واعتمدت في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي وتكونت عينة الدراسة من 342 مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة وتحليل الاستبيانات ونؤكد من صدق الأداة وثباتها وتم استخدامات الإحصاء المتقدم للإجابة عن أسئلة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج من أبرزها:

- مقاومة الرقابة في الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول لمتوسط حسابي (2.75).
- والتأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي بمتوسط حسابي بلغ (2.68).
- التهيئة والتحريض على الاحتجاجات بمتوسط حسابي بلغ (2.67).
- أشار التحليل العملي إلى أن هذه المجالات قد ساهت في تفسير التغيير السياسي في مصر وتونس بنسبة 52.8%.

- توجد فروقات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر. (1) (ممدوح، 2011، 2012)

ت. أحمد منصور محمود هيبية، "دور صحافة المواطن في تفعيل القضايا الاجتماعية لدى طلاب الجامعات" دراسة ميدانية

ركز الباحث في هذه الدراسة على دور صحافة المواطن في تفعيل القضايا الاجتماعية لدى طلاب الجامعات وذلك في إطار تعدد أشكالها ما بين المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وأقسام صحافة المواطن في الصحف الإلكترونية، وهدفت الدراسة إلى تحديد أهم القضايا الاجتماعية التي تشغل المبحوثين عينة الدراسة والتعرف على أسباب تفضيلهم لصحافة المواطن كمصدر للمعلومات.

واعتمد "أحمد منصور أحمد هبة" في المنهج المسحي وكما اعتمد على نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة واعتمد الباحث في جمع بياناته على صحيفة الاستقصاء وتم تطبيقها خلال الفترة منة 2018/01/01 حتى 2018 /3/ 31 على عينة من طلاب الجامعة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- أن القضايا الاجتماعية جاءت في مقدمة القضايا التي يحرص المبحوثون عينة الدراسة متابعة بنسبة 92.7%.
- أن القضايا المتعلقة بالعنف بكافة أشكالها جاءت في مقدمة القضايا الاجتماعية التي يحرص المبحوثون متابعتها بنسبة 69.5%.
- أن شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات وأقسام صحافة المواطن في الصحف الإلكترونية احتلت المركز الأول كأكثر أشكال صحافة المواطن التي يفضلها المبحوثون.
- وجاء الفيس بوك في مقدمة أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثون بنسبة 89.3% (1) (منصور محمود، 2018)

10-3- تعقيب على الدراسات السابقة

- في البداية تمت الاستفادة من الدراسات السابقة لمعرفة واقع صحافة المواطن بشكل أكثر تفصيل، حيث أنه يعتبر من المجالات الحديثة.
- كما تمت الاستفادة منها أيضا في بلورة المشكلة البحثية وتساؤلات الدراسة بشكل أكثر تفصيلا، من خلال التعرف على المتغيرات التي كانت مستخدمة وكيف تمت صياغة التساؤلات التي تقيس تلك التغيرات.
- تمت الاستفادة من منهجية الدراسات السابقة ومحاولة طرح أداة منهجية مدعمة من لإجراء هذه الدراسة.
- أيضا عند الاستدلال في النتائج سيتم مقارنتها بما تم التوصل إليه من المعلومات المأخوذة من الدراسات السابقة، لنرى مدى وملاءمتها لها. ما هي المجالات التي تحكم صحافة المواطن ودور الفيس بوك في تطور هذا النوع من الإعلام.

11- عرض المقاربة النظرية "الإستخدامات والإشباعات" وإسقاطها على الدراسة

11-1- نظرية الاستخدامات والإشباعات

1-1-11- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات

بأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الاعلام وبحث في كيفية استخدام الناس والجمهور لوسائل الاعلام بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، والإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل حيث تعني النظرية باختصار تعرض للجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة واستجابة للدوافع والحاجات. (1) (خير الله، دس، ص155)

حيث تقوم هذه النظرية على الخلفية الاجتماعية للأفراد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقا بين الإشباعات المتوقعة والإشباعات التي لم تحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال. (2) (الطرايبيشي والسيد، 2006، ص 242)

1-1-11-2- عناصر النظرية

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية وهي كالتالي:

أ. الجمهور الناشط

يزعم "هويث" ان النظريات القديمة كانت تنظر للجمهور باعتباره متلقيا سلبيًا امام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم "الجمهور العنيد" الذي يبحث عما يزيد ان يتعرض اليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى. (3) (هادف، 2008، ص 88)

ب. الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاعلام

نظر الان هناك فروقات واختلافات فردية، فان الأنماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وتفسيرهم لوسائل الاتصال الجماهيري مما يعني ان العوامل النفسية يمكن ان تلعب دور في تحديد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الاعلام في الدراسة – "لودنهي وبالمجرين درايبون" - حول الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاعلام وأشارت الدراسة الى ان العوامل الاجتماعية والسياسية والنفسية والاقتصادية تعمل كلها في تناسق كي يؤثر في استخدام وسائل الاعلام. (4) (مكاوي السيد، 2001، ص 243)

ت. واقع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام

ان نظرية الاستخدامات والإشباعات تقوم على أساس ان دوافع التعرض لوسائل الاعلام الجماهيري تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد والجمهور وتؤدي الى توقعات يمكن اشباعها من خلال استخدام وسائل الاعلام ومضامينها ترتبط بمتغيرات وبمعرفية كالسن، النوع، التعليم والمستوى.

ث. توقعات الجمهور من استخدام وسائل الاعلام

ان الافراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها وهو ما تشير اليه نظرية القيمة المتوقعة، حيث انها تقدم تفسيراً واضحاً له واقع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام فهي ترى ان الشخص يختار من بدائل ووسائل، والمضمون طبقاً لقيمتها في اشباع حاجاته حسب توقع الافراد كهذه القيمة، ومن ثم فإن اشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الافراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح. (1) (إسماعيل، 2003، ص 354)

11-1-3- افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباعات

إن أفراد الجمهور مشاركون وفاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

ينتقي جمهور وسائل الاعلام والمضامين الإعلامية التي تشبع حاجاته وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجيات.

للجمهور القدرة على تحديد دوافع تعرضه لوسائل الاعلام والحاجات التي يسعى الى تلبيةها من خلال هذا التعرض. (2) (كراش باوة، 2015، ص 11)

يمكن استدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس محتوى الرسالة فقط. (3) (دليو، 2003، ص 31)

11-1-4- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

يرى عدد من الباحثين بان نظرية الاستخدامات والإشباعات لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.

يتبنى مدخل الاستخدامات والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل دافع الإشباع حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي الى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث اثناء تطبيقه لهذه النظرية. (1) (عبد الحميد، 2004، ص 292)

11-2- اسقاطات نظرية الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباع على استخدام الجمهور بصفة عامة والطالب الجامعي بصفة خاصة لصحافة المواطن عبر الفايس بوك، حيث اعتمدنا على هذه النظرية كون ان مبادئها وفروضها تخدم دراستنا والتي تدور حول واقع صحافة المواطن عبر الفايس بوك لدى الطالب وهذا راجع للاستخدام الكبير من قبل الطلبة الجامعيين لموقع الفايس بوك من اجل اشباع حاجاتهم وضروريات حياتهم، وقد تفيدنا نظرية الاستخدامات والإشباع في التعرف على استخدامات الطلبة بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل للفايس بوك كموقع يمارسون من خلاله صحافة المواطن، ومعرفة عادات وانماط الطلبة في هذا الاستخدام كمعرفة اللغة المستخدمة والوسيلة المستخدمة كذلك، ومعرفة اهم الخدمات المفضلة لدى الطلبة وكذلك معرفة دوافع استخدام طلبة الاعلام كمواطنين صحفيين لموقع الفايس بوك لنشر المعلومات والصور وتبادل الأفكار والخبرات وغير ذلك، كما ستفيدنا نظرية الاستخدامات والإشباع في معرفة المداخل الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه الوسيلة وهل اتاحت هذه الوسيلة فعلا لطلبة الاعلام بان يصبحوا طلبة مواطنين صحفيين.

الفصل الثاني الإعلام الجديد وصحافة المواطن

- المبحث 1: ماهية صحافة المواطن

- المبحث 2: أساسيات صحافة المواطن

- المبحث 3: صحافة المواطن ومواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد

لقد بلغ الإعلام ذروة من الأهمية لما له من تأثير بالغ على الجمهور أو المواطن ، لذلك فمع التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وظهور الأنترنت أصبح للجمهور المساحة الواسعة للكتابة والتعبير عن آرائه حول ما يحصل حوله من جهة وحول ما يحدث في العالم بشكل عام من جهة أخرى ، فظهر شكل جديد من أشكال الإعلام هو الإعلام الجديد فأصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكا للجميع وفي متناول الجميع وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء ، وذلك من خلال ما يسمى بصحافة المواطن الذي يمكن لأي شخص أن يكون صحفيا ينقل رأيه ومشاهدته للعالم أجمع ...

المبحث الأول: ماهية الصحافة المواطن

1- تعريف الإعلام

أ. لغة: كلمة إعلام مشتركة من الفعل علم أي خبر، وتقول العرب استعمله الخبر أعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته.

ب. اصطلاحاً: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه أو مشكلة وهو يعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

كما يعرف بأنه نقل المعلومات والمعارف والتفافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر لظاهرة والمعنوية، ذات شخصية حقيقية أو اعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعي أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها.

بمعنى أن الإعلام هو نقل مختلف المعلومات والمعارف بطريقة ما بواسطة مجموعة من الوسائل والتطبيقات المتعلقة بالإعلام حيث يعمل هذا الأخير على نشر الظواهر بهدف التأثير على الجماهير لمخاطبة عقولهم أو غرائزهم. (1) (بوالقابل وقسيمة، 2017، 2016، ص 441)

2- تعريف الإعلام الجديد

لا بد من الاعتراف منا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، يمكننا القول أن الإعلام الجديد هو إعلان عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجير المعلومات (Information Explosion) وظاهرة الاتصالات عن بعد (Télécommunication) (2) (شيخاني، 2010، ص 442)

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة (High- Tech Dictionary) الإعلام الجديد بشكل مختصر وبصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

وبحسب ليستر " Lester: الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير والفتوغرافي والصوت والفيديو. (1) (عباس، دس، ص 31)

الإعلام الجديد في علوم الإعلام والاتصال مصطلح لم يعترف به من قبل الباحثون لأن كلمة إعلام بحد ذاتها هي موضوع جدل ، ويفضل بعض الباحثين استخدام مصطلح " الإعلام البديل " بظهور أشكال جديدة من الإعلام والاتصال لم نشهدها من قبل ، وبظهور فاعليين جدد على الساحة الإعلامية ، لذلك من المفضل استخدام مصطلح الوسائط الجديدة ووسائل الاتصال، مع إبقاء " الإعلام الجديد " بين ملايين فهو شكل من أشكال الاتصال الإلكتروني وأصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر، كعكس للإعلام القديم تشتمل الصحافة المكتوبة على الأنترنت من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو، وغيرها من الوسائل. (2) (العبد الله، 2014، ص46)

3- خصائص الإعلام الجديد

فرض الإعلام الجديد بتنوع أشكاله مواقع إعلامية على شبكة الأنترنت صحافه إلكترونية إذاعات وتلفزيونات ومدونات إلكترونية وبتعدد الوسائط كالفيديو والصور والنص بخصائصه المميزة واقعا إعلاميا جديدا من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء الأرض دون اعتبار الحدود المكانية والزمانية ومن أبرز هذه الخصائص نذكر :

3-1- التحول من النظام التماثلي (Analag) إلى النظام الرقمي (Digital)

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات في شكل أرقام منفصلة وهي صفر وواحد ، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك ويقوم من ناحية أخرى بنقل المعلومات على شكل موجة متسلسلة والنظام الرقمي يكون أشد نقاء وخاليا من التشويش، وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماما أو أنها لا توجد أصلا وذلك بالعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين الصفر والواحد (3) (بوعزيز، 2015، ص 50) وسهولة الوصول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين. (4) (بن عبد الله، 2012، ص 61)

3-2- التفاعلية (Interactivity)

وهي تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل أي هل هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق ومن التفاعل. (1) (فادن، 2015، ص 60)

وهي خاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو إعلان أو معلومات، وأن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا ومضيفا أو موضعا أو عن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع ضياع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء (2) (المشابعة، 2001، ص 60)، وأيضا هذه الخاصية سنحت للجمهور أو الفرد المتلقي أن يكون عنصرا إيجابيا نشيطا متفاعلا مع الوسيلة الإعلامية بتخصيص المساحة لإبداء آرائها في البرامج المعروضة والتعليق عليها ونقدها. (3) (شقرة، 2013، ص 55)

3-3 - المرونة

والتي تبرز بشكل جيد بالنسبة للمتلقي عبر الوسائل الجديدة المتاحة وفي مقدمتها الأنترنت في المتلقي من خلال معرفته بالحد الأدنى من التفاعل مع الأنترنت (4) (فادن، 2015، ص 60) ويستطيع أن يتجاوز عدد من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، ومن جانب آخر فإنه كلما ازدادت قدرات الحاسوب المستخدم من قبل المتلقي تزداد مرونة الاستخدام والتعامل مع الأنترنت ومحتوياته من الناحية التقنية، ومن جانب آخر فإنه على المستوى الاعلامي تبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع بسهولة (5) (قندجيلي، 2010، ص 75)، بالإضافة الى مجموعة من الخصائص الأخرى نذكر منها :

– توفر مصادر معلومات واسعة ومتنوعة مثل الكتب الإلكترونية المكتوبة والمنطوقة والمكتبات الرقمية.

– توفر الوقت والجهد والتكلفة في كثير من مهام التعلم وأنشطته.

– تنمية مهارات التعلم الذاتي والحصول على مصادر التعلم المختلفة. (6) (الدليمي، 2002، ص 34)

– كما يتميز بعدة خصائص أخرى التزامنية والكونية حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث

تصاحب المتلقي والمرسل في الكونية يصبح بيئة الاتصال بيئته عالمية تتخطى حواجز

الزمان والمكان كما هنالك اندماج الوسائط فيها يتم استخدام كل وسائل الاتصال. (7)

(<https://dr.m.wikipedia>)

4- تصنيفات الإعلام الجديد

4-1- الإعلام الجديد الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة

يرى الباحثان الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف ، ويشران إلى راديو وتلفزيون الحوار TV TALK RADIO الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي ، فد كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث الى الناس وكانت أحاديته مسموعة بشكل واسع ، التلفزيون أيضا مع الراديو يوجد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحية Talk-Show والمجلات الإخبارية Television news magazine مثل Date time و 60 minutes برامج الأخبار الحية live shows والبرامج المسائية مثل night line وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا Good America وبرامج التابلويد مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة تابلويد الورقية ، ويشمل التجديد في حالات أخرى النموذج برنامج اوبرا oprah Winfrey وقنوات مثل ام . تي . في MTV المتخصصة في الموسيقى والتي مددت فوقها للتغطية الإخبارية ساعة بساعة.

– بعض البرامج المذكورة مثل Today يعود إلى الخمسينات من القرن الماضي، ولكنها تمثل نمطا جديدا في الإعلام.

– وقد مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة، الذي أتهم في منتصف التسعينات بقتل طليقته " نيكول براون " فتغطية التغيرات كثيرة في الشكل وطريقة المتابعة واستخدام وسائل الاتصال والعرض والجغرافيك الإحصاء بواسطة الكمبيوتر. (1) (عباس، دس، ص39)

4-2- إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة

يشير إلى الوسائل التي تعمل على منصة الأنترنت بأشكالها كافة كشبكات التواصل الاجتماعي ((social network site مثل الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب، المدونات فضل على الصحف الإلكترونية.

وكالات الأنباء الإلكترونية، والوسائط المتعددة وغيرها من الوسائط التي اعتمدت على التقنية الرقمية واستمتت بخصائص اتصالية أتاحت للأفراد التعبير عن أنفسهم بعيدا عن رقابة السلطات،

فضلا عن التفاعلية ومقدرة الأفراد على إنتاج المحتوى الإعلامي وبثه واستقباله بصيغ جديدة، وأصبح الأفراد في ظل هذه التكنولوجيا يملكون مقدرة كبيرة في إيصال صوتهم للعالم، والتعبير عن آرائهم بواسطة استخدامهم الوسائل الإعلامية وانتهت مع ظهورها الحدود الجغرافية وأسهمت في دمج تكنولوجيا مع بعضها البعض. (1) (الدعيمي، 2017، ص 68)

4-3- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد فقط أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود اصطناعية *Artificiel* وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، وكما يعترف الأفراد تعترف المؤسسات القديمة أيضا بأهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست نيويورك تميز لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وتكمل مشروعاتها الإعلامية وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة. (2) (عباس، دس، ص ص 13 14)

5- صحافة المواطن النشأة التاريخية

تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار المعلومات بسرعة فائقة وظهرت صحافة المواطن لتشكل ظاهرة إعلامية جديدة مثيرة لكثير من الجدل، وبنفس الوقت أصبحت وسيلة هامة لاكتمال المشهد الإعلامي وانتقال الخبر من المصادر التي يصعب الوصول إليها عن طريق الوسائل التقليدية. (3) (الرحبة، 2020، ص 5)

ولقد نشأت صحافة المواطن أو ما أطلق عليه اندرو ليونارد تعبير صحافة المصدر المفتوح *Source journalist open* التي تتكون مادته من قبل القراء والذي نشر فكرة في مقال له عام 1999 في موقعه *solan.com* على خلفية استخدام الكاتب جوان انغرردود وتعليقات القراء على مقال على "الارهاب السيراني" نشره في موقع "سلاش دوت" ثم إعادة نشره في مجلة "جيرا انجلير ريفيو" معتمدا على تعليقات القراء وقام بمنحهم حقوقا مادية. (4) (عباس، دس، ص 17)

وفي ضوء هذه المعادلة الزمنية المزدوجة تأسست حقيقة ما يعرف بصحافة الفرد أو صحافة المواطن ، وهو الشكل الإعلامي والاتصال المنبثق في التدوين ينفرد إلى حد بعيد بأسلوب جديد في إنتاج الرسائل والمضامين ، ذلك أن الأفراد الاجتماعيين أصبح بإمكانهم تحميل تفاعلاتهم وإنتاجاتهم الفكرية ، ولقد كانت هذه المعادلة الزمنية التي فرضتها تكنولوجيا رقمية متطورة ، أساس ظهور صحافة المواطن ، ومنحت المدون صفه الصحف ، والصحف المخبر الناقل للصورة ، وظلت بمقتضى ذلك المدونات ومواقع الويب ومنتديات الحوار الوسط الجديد لصناعة المضمون ، والذي وضع حدا لنماذج الإعلام والاتصال الخطية .⁽¹⁾ (بوعزيز، 2015، ص35)

وأول من طرح فكرة " صحافة المواطن هو " دان غيلبور" في عام 2003 في كتابه " نحن وسائل الإعلام: الصحافة الشعبية من الشعب إلى الشعب " عندما أكد على أن الأخبار لم تعد محاضرة، بل أصبحت محادثة، وكان هذا هو الرأي الذي يجادل " غيلبور " به ويشبهه فلسفة موسوعة الانترنت ويكيبيديا أي: أن المعرفة والحكمة الجماعية تفوق كثيرا ما يتوفر لأي فرد واحد في أي موضوع تقريبا.

ولقد توسعت فكرة صحافة المواطن كثيرا في الفترة الأخيرة بسبب التطورات التكنولوجية، حيث أصبح مع كل شخص تقريبا كاميرا رقمية مزودة بهاتفه الجوال وفرت شبكة الأنترنت منصة عرض تتسع للجميع، ولعل أكبر دليل على الأهمية المتزايدة في صحافة المواطن هو " دعوه اعداد متزايد " من مدوني الأنترنت للجلوس في مقاعد مخصصة لوسائل الإعلام في النشاطات المتنوعة التي يدعى إليها صحفيون فمثل شكل المدونون هذا العام نسبه 10% تقريبا من قائمة المدعوين من حل مراسلي وسائل الإعلام إلى شيوع الأزياء في نيويورك.

ولقد زادت أهمية هذا النوع من الصحافة على مرحلتين خلال كل من حرب العراق والانتخابات الأمريكية لعام 2004 في عام 2004 كانت أشرطة الفيديو وصور الهواة شهودا على كارثة سونامي في آسيا التي تابع العالم وقائعها و بثت المحطات التلفزيونية معظم مداتها الأولى من الأفلام التقطتها الهواة ، و أثناء الانتخابات الأمريكية أصدر الحزبان الديمقراطي والجمهوري أوراق اعتماد صحفية إلى المدونين لتغطية مؤتمرات ونشاطات الحزبين ، ما يؤشر وقتها إلى مستوى جديد من التأثير والمصدقية للصحفيين الغير تقليديين.⁽²⁾ (حمداوي، دس، ص 4 - 5)

لكن المرحلة الحاسمة في بروز صحافة المواطن كانت مع تفجيرات لندن 2005 التي مثلت فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، فمعظم انفجارات لندن والأفلام كذلك التقطها هواة نقلوها فيما بعد إلى الصحف والتلفزيونات عبر " فيلكر " وحصلت لـ " BB في 245 ساعة على 20 ألف رسالة الكترونية وألف صورة و20 فيلم تصويريا، وعرفت أوجه ازدهار في الوطن العربي في الفترة الأخيرة، حيث حصلت صحافة المواطن المصدر الأساسي للخبر. (1)

(حمداوي، دس، ص 5)

المبحث الثاني: أساسيات صحافة المواطن

1- أشكال صحافة المواطن

نقدم أشكال صحافة المواطن الموجودة حالياً، وهي تتطور بشكل دائم وكبير، مما يجعلها تنافس الأشكال التي سبقتها إلى الظهور حتى أنها باتت تنافس وسائل الإعلام التقليدية، وأبرز هذه الأشكال:

أ - المدونات الإلكترونية (les blogs)

هي مواقع إلكترونية يمتلكها أفراد (غالبا)، ومؤسسات، وجماعات تتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب بعضهم معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائما إيجاد سبب صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة، مما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيب كرونولوجي، ويمكن للقراء والمستخدمين التعليق عليها. (1) (الرحبة، 2020، ص70)

ب- وسائل الإعلام الاجتماعي (social media)

وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي (social networking sites) وهي عبارة عن مواقع تستعمل، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات

افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحة خاصة، وينشر فيها سيرته وصورته ومعلوماته الخاصة ويكتب مقالات ونصوص وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع: الفيس بوك الأنستغرام تويتر.....

ج- مواقع بث الفيديو

وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة أو مرئية ويمكن حتى تعميم تحميلها ومشاهدتها، هناك عدة مواقع مشهورة جدا لدرجة أنها أصبحت تباع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها:

اليوتيوب، ماي فيديو. (2) (علاونة، 2017، ص233)

د - المواقع الإخبارية التساهمية

وهي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون، من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقيقيون وهواة لمهنة الصحافة، ومن أشهرها موقع " أو ماي نيوز " الكوري.

هـ - مواقع التحرير الجماعي (participatory sites)

هي مواقع تعتمد على البرمجيات (wiki) التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي يتيح إمكانية التعديل والتفتيح، وأشهرها موسوعة 'ويكيبيديا. Wikipédia' (1) (الرحبة، 2020، ص 8)

2- أهداف صحافة المواطن

تهدف صحافة المواطن إلى تمكين المواطن، والصحف، من المهارات التحريرية والتقنية والأخلاقية الأساسية لدخول عالم التدوين والإعلام البديل بشكل عام، وينهل هذا الدليل من المنظومة الكونية لحقوق الانسان والمواثيق الأخلاقية المرجعية وجملة المعاهدات الدولية المتعلقة بحرية التعبير والصحافة والنشر ويعتبرها مرجعا أساسيا له.

ويسعى من خلاله الى زرع ثقافة المشاركة في قضايا الشأن العام الذي عموم المواطنين وبشكل خاص لدى فئة الشباب بممارسة رقابة مدنية إعلامية على أداء السلطات المحلية على وجه الخصوص والتبليغ في قضايا الفساد ونقل صوت المواطنين ومشاكلهم الى المسؤولين. (2)

(https://ar.mdc.tn/9.36)

كما تهدف صحافة المواطن إلى :

– **توصيل الأخبار:** هو الهدف الأساسي من أهداف الصحافة بحيث يتم تقديم المعلومات والأخبار بقدر الإمكان من الشفافية، وذلك لخلق مواطن مثقف ومتطلع على جميع ما يدور من حوله كما تساعد الصحافة بالتركيز على القراءة والكتابة أيضا والمساعدة بتنميتها، وذلك إضافة لتحليل ما وراء الأحداث وما يليها من أخبار وتطورات.

(3) (شليبي <https://mawdoo3>)

– **الربح المالي:** لا شك بأن الصحافة تنتمي لأحد أنواع الاعمال، بالتالي وبعض النظر عن أي من الأهداف الأخرى فالربح المالي يمكن وراء المقصد من الكثير من الأعمال

الصحفية كما تحتاج طبيعة العمل الصحفي إلى المال أيضا بحيث يجب تغطيته الأحداث ونشر القصص وغيرها مما يحتاج إلى إنفاق مالي يلبي جميع تلك الاحتياجات.

– **بناء الثقة العامة:** يرتكز العمل الصحفي بشكل كبير على جمع المعلومات وتحليلها ثم نشرها إلى العامة، إذ يجب أن تكون هناك ثقة ما بين العمل الصحفي والعام وذلك لضمان جمع معلومات صحيحة بعيدة عن أي خطأ، وبالتالي وصول تلك المعلومات إلى العامة مره أخرى في أماكن أخرى. (1) (<https://mawdoo3.com>)

3- سمات وملامح صحافة المواطن

هناك سمات وملامح كثيرة لصحافة المواطن خاصة في مجال الأخبار ونقل المعلومات ونذكر منها:

- **الملفات الصوتية وملفات الفيديو:** أن يحتوي النص الذي يقوم المواطن الصحفي بتحريره ونشره على أصوات بحيث يمكن سماعها عن طريق زر التحميل.
- **المحتوى الديناميكي:** وعليه تتميز الأخبار الذي يمتلكه المواطن الصحفي على التحديث بحيث أصبح أكثر سهولة في البيئة الافتراضية للإعلام الجديد.
- **الوسائط الجديدة:** أي التكامل الذي يكون ما بين الوسائل الإعلامية حيث تحتوي النصوص والمحتويات على أصوات، فيديوهات، أو كلمات منطوقة.
- **ترشيح المحتوى:** وعليه فلقد كان تصميم الأنترنت مبنيا على أسس من شأنها تسهيل عملية الوصول للمعلومات بكافة أنواعها.
- **الوصول العالمي:** ويقصد بها انتشار المحتويات الإخبارية عالميا على اعتبار أن صحافة المواطن شعبية وتنتشر على الشبكة العنكبوتية وهو ما جعلها تصل الى العالمية.
- **البحث عن طريق الانترنت:** هنا يتم توفير محركات تساهم في قدرة الصحف في البحث عن التقارير التي تساهم في توسيع نطاق العمل الذي يقوم به، وليس كما هو الحال في الوسائل التقليدية.
- **السعة المحدودة:** ويقصد بها قدرة صحافه المواطن غير المحدودة في تناول القضايا والاحداث. (2) (مهدي de.23a Kabi.com)

4- إيجابيات وسلبيات صحافة المواطن

4-1- إيجابيات صحافة المواطن

لصحافة المواطن إيجابيات كثيرة تخدم المجتمع من بينها:

- سرعة الوصول إلى الحدث وقدرة التأثير على الرأي المحلي والعالمي.
- سرعة انتشار المعلومات حيث يتميز بالفورية والأنية في نقل الأحداث ونشرها.
- كثافة التعامل مع الجمهور مع المعلومة التي تعد العمود الفقري للحدث والكلفة المادي البسيطة في إنتاج المادة الإعلامية. (1) (بن الباز، 2020، ص125)
- كما تعمل صحافة المواطن على التأثير في الرأي العام تجاه المحتويات المقدمة، سواء كان ذلك محليا أو دوليا.
- كما يكون دور الجمهور في التفاعل مع المعلومات التي يقدمها المواطن الصحفي.
- صحافة المواطن دائما ما تكون ذات تكاليف مالية منخفضة. (2) (d223akabi.com. proposé)

4-2- سلبيات صحافة المواطن

- افتقار المواطن الصحفي لمهارات الصحفي: بحيث تكون معلوماته محدودة وليس كالصحفي المتدرب والمؤهل علميا وإعلاميا.
- ثقافة منخفضة لمجموعة كبيرة للصحفيين المواطنين.
- التحيز وعدم الحيادية لبعض من الصحفيين والمواطنين في مواضيع ذات علاقة ببيتهم أو تقاليدهم.
- المبالغة والتطرف الفكري الذي يرتكبه المواطن الصحفي فهم فئة محاربة للإعلام الأكاديمي.
- كما أنها تعتبر من أكثر أشكال الصحافة التي ترغب بإرضاء جمهورها، فهي لذلك تفتقر أساسيات الإعلام بالإضافة إلى أنها تعتبر إعلام شعبي يشارك.
- يشارك المواطن الصحفي بدور وضع الحلول ومناقشتها فيما يتعلق بالأحداث التي يقوم بالتحيز الذي ترفضه وسائل الإعلام بكافة أشكالها. (3) (بن الباز، 2020، ص 125)

المبحث الثالث: إشكاليات صحافة المواطن

1- صحافة المواطن وعلاقتها بالصحافة التقليدية

يثور خلاف كبير بين الباحثين حول طبيعة العلاقة بين صحافة المواطن والإعلام التقليدي بين من يعتبرها منافسة له، أو حتى بديلا عنه.

نشأ مصطلح "صحافة المواطن" في إطار ما يعرف بالإعلام الجديد في ظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة للتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بتطور التكنولوجيا الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر عيوب إمكانيات الإعلام التقليدي ومحدوديتها كل هذا يؤكد أن ممارسة الصحافة والإعلام التقليدي بصفة عامة لم يعد مهنة نخبوية، مما جعل جماهير واسعة تنجذب إلى هذا النوع الجديد من الإعلام الذي أصبح يمثل منافسا حقيقيا للإعلام التقليدي من خلال تمييزه بالسرعة والتفاعلية حتى تفوق على الكثير من الفضائيات التي أصبحت تعتمد على مختلف الفيديوهات والأخبار المنشورة على هذه المواقع لمصادر الإخبارية⁽¹⁾ (حمداوي، دس، ص7)

ويرى الباحثين أنه الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية التي تعادي مثل هذه المواقع أن تدمجها في أهدافها الإعلامية وأن تتنازل عن مفهوم السيطرة الكاملة على الإعلام والمعلومات. كما تقتضي مسألة التحولات الراهنة من منظور تواصل إلى طرح إشكالية علاقة الإعلام بالمجتمع، في الانتقال من نموذج إعلام تحتكره الدولة والنخبة والزعيم وتتأسس شرعيته على أيديولوجيا التنمية والهوية والوفاق إلى إعلام فقد فيه هؤلاء القدرة على الاستثمار بحق الكلام وتحولت من خلاله الجماهير الصامتة إلى أفراد ومجموعات نشيطين يكتبون في المدونات ويتجادلون حول القضايا العامة باستمرار في المنتديات بأشكالها المختلفة التلفزيونية والإلكترونية.⁽²⁾ (بلباي ولمريني، 2003، ص19)

يرى الباحثان أنه على المحررين والصحافيين أن يستفيدوا من هذا المنهج الجديد في الإعلام، وبمتابعتهم لمثل هذه المواقع فإن تفاعلتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا لأن الفرصة المتاحة للتعرف على حوارات الناس وهمومهم واتجاهاتهم وأفكارهم، وتضع هذه

المواقع وسائل الإعلام والصحفيين في وضع أشبه ما يكون بالمأزق ، حين يتم طرح قضايا وموضوعات في مثل هذه المواقع فلا نجد الصحافة التقليدية بدل الدخول فيها والتجاوب معها ، وهذا يرفع من مستوى الشفافية لدى وسائل الإعلام التقليدية في تناول موضوعات جديدة ما كانوا ليتناولوها ومناقشة آراء وموضوعات قائمه ماكنوا ليفسحوا لها المجال.

وفي مجالات الشدة من قبل بعض المؤسسات الإعلامية لاستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة - صحافة المواطن سعت بعض هذه المؤسسات إلى إدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الإعلامية التقليدية ويتم في ذلك دمج الإعلامية المتاحة من خلال صحافه المواطنين من أخبار وصور فوتوغرافية وصور تلفزيونية في مجمل الخدمة الإعلامية التي تقدمها المؤسسات، وهذه محاولة من هذه المؤسسات للاستفادة من واقع الإعلام قائم ، و خدمة اخبارية متاحة وهذا ما يعطي إدراك وشرعيته في مثل هذه الجهود التي يقوم بها مواطنون ماديون في خدمة الشأن العام مما يفرز مزيد من الديناميكية في العلاقة بين الإعلام والجمهور. (1) (مرسي، 2003، ص 227)

2- مرجعيات صحافة المواطن

يمكن بيان مرجعية صحافة المواطن انطلاقا من قاعدة تفعيل دور المواطن في العملية السياسية وذلك من خلال استغلال وتوظيف تكنولوجيات الاتصال الحديثة مجسده في شبكة الانترنت، أما المستوى الثاني من مرجعيات صحافة المواطن فيتغدى من العنصر الأول الديمقراطية ويمكن في نقل خصائص الإعلام التقليدي الذي بدوره يحيلنا إلى مرجعية ثالثة أساسها الدعوة إلى إعلام بديل.

1-2- الديمقراطية في تناول الجميع

إن نقد وسائل الاعلام السادة من قبل صحافة المواطن والمدونات هو مقدمة لنقد حالة الديمقراطية وهيمنة وسائل الإعلام على المجال العمومي وخضوعها للولبيات الضغط السياسي والاقتصادي وإقصاء المواطن من حقه في الحصول على المعلومات الضرورية لصياغة مستقبله تعتبر كلها قضايا أخلاقية وذلك لمالها من تأثير على تطور الديمقراطية.

إن الصحافة وفي كل المجتمعات ليست بمعزل في سناريوهات التلاعب والتوظيف القسري لوسائل الاتصال الجماهيري، فيكفي أن تكون لديك إمكانيات مادية لتأسيس صحيفة ما أو لشراء صحيفة.

وإن وجود إنسان حر رهن وجود الديمقراطية سليمة، والصحافة المحايدة تكون أعمالها في خدمة الصالح العام، وأن قيم الديمقراطية قائمه على قاعدة المساواة بين الناس وإنما يميز بينها دينيا أو طبقيًا أو ايديولوجيا لذلك تقوم المواطنة على قاعده احترام الآخر.

وأن الصحافة التي تشخص بأنها مرتشيه وغير محاذية علامة على أن الديمقراطية القائمة في خطر، وفي هذه المرحلة بالتحديد على المواطن، أن يتدخل ويتفاعل بشكل ملتزم مع هذا المعطى الجديد وذلك من خلال تفعيل حقوقه وواجباته، الصحافة في النهاية لا تكون ولا تعد وأن تكون اليوم على مستوى الشعار مجرد سلطة رابعة. (1) (صحافة المواطن للمنتقي عندما يصبح مراسلا، مقالات المواطن)

2-2- تفاعلية الوسيط الجديد

إذا كان لتبسيط التقنية في شبكة الانترنت من دور في ظهور فرص جديدة في فضاءات التعبير عن الرأي وحرية التعبير للجماهير العريضة فإن كل ذلك لا يفهم في غياب التساؤل عن السياق الاجتماعي الذي فيه تبلورت ظاهرة صحافة المواطن، وتعتبر صحافة المواطن ظاهرة تواصلية وجزء لا يمكن تجاهله من المجال الاجتماعي العام أنها ظاهرة اتصالية اجتماعية يمكن تأثيرها في سياق تفاعلات مكثفة ضمن فضاء للتبادل والتفاعلية بين الجمهور المتعدد وصحافة المواطن شكل من أشكال الوسائطي والتفاعلات عبر وسيلة الانترنت تمكن الفرد من التملك المنفرد برموز جماعية فهي توفر فرصة التجاذب بين بعد فردي للموضوع وعمق جماعي فشبكة الانترنت والمدونات في فلسفة صحافة المواطن، فضاء يوفر للفرد فرصة التعبير في الرأي من خلال الحفاظ على رمزية جماعية ظاهرة في هذا السياق الاجتماعي المستحدث أن صحافة المواطن و من خلال سهولة الوصول إلى شبكة الانترنت عبر الهاتف الجوال تساهم و بشكل فعال في دفع التمثيلات الاجتماعية الجديدة للممارسة الديمقراطية لوسائل الإعلام التقليدية نقدا فعلا فهي بالنسبة لها وسيط أحادي للبحث من الجزء في اتجاه الكل شبكة الانترنت خاصة الفيس بوك عبر وسائل التواصل الاجتماعي كفرصة تجاوز هذا النقد، فهذه الوسائل تمنح امكانية

التواصل الأفقي فالجميع يتجه نحو الجميع فاسحة بذلك المجال لصحافة المواطن.(1)
(<https://ar.m.wikipedia.org.0940>)

2-3- نقد الإعلام السائد

تعتبر صحافة المواطن ذات المنشأ الغربي وخاصة الأمريكي في الأصل عبارة عن صحافة بديلة ملتزمة ومختلفة عن الصحافة السائدة تعبر عن حالة من النقد الذاتي الداخلي لمهنة الصحافة التقليدية وادائها الاعلامي فهي مقاربة في التأسيس لاتجاه فكري ومهني فصحافة المواطن هي ردة فعل قد تكون في نفس الوقت عفوية وواعية عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام ، وتأكيد لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة فهي بذلك تعكس ظرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الانترنت والاعلام الالكتروني.

وتبدو إشكالية انحصار وغياب الثقة بين وسائل الاعلامية والمواطن قضية قديمة قدم وسائل الإعلام، لكن اهتزاز الثقة في هياتها الحديثة تعود بالأساس إلى مسالة التوازن بين وسائل الإعلام وخاصة علاقة الصحافة بالانترنت.

والنتيجة وبغض النظر عن التوظيفات هي وجود حالة لا يمكن تجاهلها من عدم الثقة لدى المواطن تتمثل في عدم قابليته لتصديق كل ما تقدم به وسائل الإعلام من أخبار وتحليل ومدى حياديه ما تقدمه وهو ما يستدعي من المؤسسات الاعلامية التقليدية ضرورة مراجعة أدائها وقواعد العمل الاعلامي التي تعتمدها، كما أن كل هذا النقد والتشخيص لمواقع الممارسة الديمقراطية لأداء الاعلام التقليدي يعتبر إعلان عن البحث في إعلام بديل تجسده صحافة المواطن. (2)

(<https://ac/2bonon.wrdpr2ss.com.11:00>)

3- الرؤى الناقدة لصحافة المواطن

تحصل معظم الانتقادات الموجهة للإعلام المواطن صبغة إعلامية يجب الإشارة بداية إلى أن هذا النمط من الإعلام يجب أن يعالج اشكاليتين رئيسيتين إذا كان يبحث عن التجذر والازدهار مستقبلا. التحدي الاقتصادي الذي يواجهه كل إعلام ذو طبيعة تشاركية : فالطابع غير معروف للمضامين التي ينتجها تثير مخاوف المعنيين حيث يمكن أن يجد هؤلاء إعلاناتهم معروضة إلى جانب مضامين مقرصنة أو إباحية او عنصرية ، أو بها قذف و تشهير و إذا كان البعض يذهب الى

الاعتقاد بان هذا الامر سيتم للتقليل منه أو تجاوزه مستقبلا ، اعتمادا على التحديات التكنولوجية فإن التخوف يضل قائم ما دام المستخدمون هم الذين يتلون إدارة المضامين هناك اشكاليات قانونية يجب ان تأخذ بعين الاعتبار عند النظر إلى إعلام المواطن عموما بداية فإن هذا الإعلام القائم على الغربة الجماعية يمثل حقل إشكاليا عندما يتعلق الامر بمسألة حقوق المؤلفين. فبالرغم من أن مثل هذا الموقع يؤكد أنه على استعداد لسحب أي مضمون لا يحترم حقوق التأليف إلا أن المؤكد أيضا إن ظهور المتابعات القضائية ليست إلا بمسالة وقت وقد سعت بعض المواقع مثل اليوتيوب إلى الالتفاف على هذا الأمر، ففي سبتمبر سنة 2002 تمت إدانته من طرف محكمة بلجيكية وذلك تحت دريعة التعدي على حقوق المؤلف فقد اعتبرت المواقع الإعلامية أن جوجل يحصل على عائدات إعلامية. (1) (بوعزيز، 2015، ص86)

وتعتبر مسألة مصداقية "إعلام المواطن" من المسائل التي غالبا أن يتكأ عليها منتقوه لنفي صفة الإعلام عنه فهم يؤكدون أنه يفتقد إلى المسؤولية والمحاسبة ولا يختلف الامر عندما تتعلق الغربة وعلاقتها بالمصداقية فاذا ما أخذنا "الويكيز" التي تجسد التعاون في أحسن صورة حيث يفترض أن تتم إزالة الأخطاء بسرعة اعتمادا على تعدد لعيون نجد أن غياب المصداقية عن مضامينها مرتبط بغياب المراقبة التحريرية و يورد المشكوكون كدليل على ما يقولون -. من مأخذ المنتقدين " للإعلام المواطن " أيضا مسألة الشمولية باختياراته لتغطية اذ يذهب الصحفي الأمريكي.....بخصوص المدونات مثلا : إلى القول بأن الجمهور سيحتاج دائما إلى التوجيه و الغربة اللذين يقوم بهما الصحفيون المحترفون.

إذا ما اتينا الى المأخذ الاخير فإنه يرتبط بمسائل ذات علاقة بالبعد الجمالي البياني للغة: ذلك أن "إعلام المواطن" ونظرا لعدم مركزية ورفعته للنخبوية، يتضمن خطرا حقيقيا يتمثل في أضعاف الصيغة الأسلوبية والجمالية. (2) (بوعزيز، 2015، ص ص 78 79 80)

4- مستقبل صحافة المواطن

يرى الصحفيون أن الصحافة ستحافظ على خصوصيتها من خلال طابعها العلمي والأكاديمي، إلا أن ذلك لا يمنع أنها في احيان كثيرة تعتبر هواية يمارسها الجميع، وعلى هذا فإن الصحفي يؤكد

بأن مهنة الصحافة تقتضي توافر مهارات تعتمد على معارف نظرية وتوافر التعليم والتدريب، وعلى الصحف المهني أن يثبت كفاءته من خلال اجتيازه اختبار معين.

الصحفيين الجزائريين يرون انهم في المستقبل وفي ظل الانتشار ظاهرة صحافة المواطن سيصبحون مجرد معالين للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن (بن زعير، 2017، ص 64). فالصحافة وخاصة المكتوبة منها، تواجه أزمة عميقة في فرنسا، مثلا Amand Lagavre أحد كبار مالكي وسائل الإعلام ، يعتقد أن الصحافة اليومية لن تعيش أكثر من عشر سنوات إذ أن يكون من الممكن تحمل تكاليف الإنتاج ولتجاوز هذا الأفق الذي ينذر بالكثير من الصعوبات ، فإن المؤسسات الإعلامية مجبرة على تكييف وجودها بما يناسب عالم الشبكات لكن هناك إجماع واضح بدت تتجلى معالمه الأولى The economist بالقول أن ما هو مؤكد بلا شك هو أن التحكم في المعلومات بأي شكل من الأشكال سواء أن تعلق الأمر بمضمونها أو كيفية ترتيبها ، أو تحديد الأحداث الحقيقية فيها ، قد تطور من وضعية يعود فيها الحكم الفصل في المؤسسة الإعلامية الى واقع انتقل الحكم للجمهور ، ويبقى أن التساؤل الذي يظل مطروحا ما هو افق وما مدى هذه الظاهرة.

أما عن علاقة الوسيط التقليدي الجديد في المدرسة تتبنى رؤية تقوم على أن اعلام المواطن سوف يزاحم ويقاسم الوسائط الإعلامية التقليدية الفضاء الإعلامي لكنه لن يكون أبدا بديلا عنه. (1) (بوعزيز، 2015، ص 81)

Andrew Heyward الرئيس السابق لـ CBS أحد المدافعين عن الإعلام التقليدي ، يتحدث عن ثنائية النظام مقابل الفوضى فقد أكد في مداخلة له Poynter Institut أن هذا العالم المعقد مازال سوق كبيرا لرؤساء التحرير والإعلاميين على استخراج معاينة ومساعدة الأفراد على فهم بعض ما يجري حولهم على الأقل...ذلك أن هؤلاء الإعلاميين يتوفرون على مصادر ، أن المضامين التي يخلقها المواطنون ستتزايد أهميتها ، لكن لن تكون بديلا بل تكميلا سوف نجد الإعلام المهني إلى جانب إعلام المواطن ، إن العالم قد غدى فوضويا خاصة بالنظر لما تعودنا عليه ، إذ لم يعد منتظما ، و ليس لنا إلا أن نتكيف مع هذا الوضع أن الفوضى ستتعايش مع النظام في عالم الوسائط الإعلامية يتبنى أستاذ..... الإعلام بجامعة كولومبيا نفس التصور، مشير إلى أن الانترنت تتوفر على كم غير محدود من المعلومات والآراء الثانوية ويقارن بينها وبين ظاهرة

الورقيات الرجانية Pamphlet في القرن 18 عشر ويرى أن دم واستهجان الإعلام التقليدي لا فائدة منها، ذلك انه اذا كان الإعلام استبداديا فإن المجتمع استبدادي، وليس العكس كما يعتقد أن إعلام التوجيه خاصة على المستوى غير المحلي، ضمن فضاء الممارسة المهنية تقف المدرسة الاستشراقية موقفا معارضا للمشككين في إعلام المواطن و تتنبأ له بمستقبل واعد فهذا Teny Hearon يدافع عنه بقوله : " و ساء تعلق الامر بالمدونات التي تتنافس من أجل الدولارات السياسية ، او المدونات الفيديوية ' Vlogs ' التي تتنافس من أجل عيون الانترنتيين ، فإن وسائل إعلام المواطن لن تختفي ، إن النصيحة الأكثر أهمية التي يمكن أن أقدمها لأي مؤسسة إعلامية...تتمثل في الانفتاح على الجماعات المحلية للوسائط الإعلامية المواطنة. (2) (بوعزيز، 2015، ص 82)

يتفق Jeff Jarvis مع هذا الطرح مشيرا إلى الإعلام ويصبح أكثر تعاونية وذلك بفضل اعتماده على الأدوات الجديدة والواقع التجاري الجديد، اضافة إلى أنه يجب عليه فعل ذلك بناء علاقات جديدة قائمة على احترام المثقفين وقد طور الباحث أطروحته باتجاه ثلاث تنبؤات.

أن الاعلام لن يتحدد مستقبلا بناء على خاصيته الوسيط، وستتم تجزئته، وهو ما سيؤدي الى انتهاء الادوات لخدمة اعلامية، وسقوط الفوارق بين أنماط الصحفيين " صحفي الصحافة المكتوبة "، أو صحفي تلفزيوني، أو صحفي الانترنت فهذه التوصيفات والتسميات لن يكون لها قريبا اي معنى وستمثل مأزقا لمن يحملها. (3) (بوعزيز، 2015، ص 83)

ملخص الفصل

تناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث، مبحث خاص بماهية صحافة المواطن ثم من خلاله نتحدث عن ماهية الإعلام التي فرزت ما يسمى الإعلام الجديد، ثم تطرقنا إلى خصائصه وتصنيفاته إضافة إلى النشأة التاريخية لصحافة المواطن. أما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى أساسيات صحافة المواطن من أهدافه وأبعاده وسلبياته وإيجابياتها. أما المبحث الثالث تحدثنا فيه عن إشكاليات صحافة المواطن، حيث تطرقنا في هذا المبحث إلى صحافة المواطن وعلاقتها بالصحافة التقليدية، مرجعيتها، الرؤية الناقدة لها ومستقبلها.

الفصل الثالث

صحافة المواطن ومواقع التواصل الإجتماعي

- المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

- المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط بالعلاقات الإنسانية، فتكنولوجيا الأنترنت، و منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا أصبحت من أكثر المواقع استخداما عبر الأنترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتا كبيرا مع الآخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس القضاة ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت مقدمة بذلك عددا هائلا من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر، فظهرت مواقع عديدة منها " الفيس بوك " تويتر " اليوتيوب " ، حيث أن التطور المتسارع الذي يشهده مجال الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت خلق نوع من عدم الاتفاق على حدود هذه الشبكات وخصائصها .

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت أمثارا واسعة خلال السنوات الاخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم من خدمات وتحقيق مختلف الإشباعاات.

حيث يعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والاعلام الالكتروني والمجتمع الرقمي الافتراضي في فكرة التواصل الاجتماعي هو مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي او المواقع الاجتماعية، حيث " عرفه شريف درويش اللوبان " شبكات التواصل الاجتماعي على انها خدمات توجد على شبكة الويب يتيح للأفراد بيانات شخصيه profil عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم للاتصال ورؤية قوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام. (1) (هثمي، 2015، ص82)

ويعكس التعريف الذي قدمه " راضي زاهر " خاصية الاهتمامات المشتركة في التواصل عن طريق الشبكات الاجتماعية لتعرفه لها بأنها منظومة "من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها. (2) (راقي، 2013، ص 23)

كما تعرف أيضا على أنها موقع الكتروني تسمح للأفراد بالتعريف بنافسهم والمشاركة في المواقع الاجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء العلاقات الاجتماعية. (3) (نومار، 2008، ص 47)

في حين يلخص "رضوان بلخيري " إلى تعريف يرى فيه شمولية في تقديم المصطلحات، حيث يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي يشير " إلى حاله من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة في التقليدية لا سيما فيما يتعلق بإعلاء حالات فردية individuality والتخصيص customiction وتأتيان بنتيجة لميزة رئيسية في التفاعلية. (4) (بلخيري، 2014، ص 21)

كما تعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الأنترنت ومن خلالها تربط عند الكثير من المستخدمين من شتى ارجاء العالم حتى يتم التواصل معا لتبادل الافكار ومناقشه قضايا لها وأهمية مشتركة بينهم

ويتمتعون بخدمات الاخبار والمحادثة الفورية والبريد الإلكتروني وغيرها. (1) (المدهون يحي، 2012، ص37)

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يشهد العصر الحالي اتصالات ومعلومات في كافة المجالات وبوتيرة متسارعة، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل من حيث عمليه نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر يدور عبر قنوات مباشرة ضمن شبكات اجتماعية للتواصل الإلكتروني.

ويرى " أبو العطاء " أن ثورة الكمبيوتر الكبيرة Main Forme انطلقت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ثم ظهرت الحاسبات الشخصية Pcs في بداية الثمانينات من نفس القرن، وكانت ذلك ثورة الكمبيوترات الثانية. (2) (أبو العطاء، 2010، ص20)

وظهر الأنترنت في بداية التسعينات واعتبارها البعض ثورت ثالثة ، أما الثورة الرابعة وأخر الصيحات في عالم الكمبيوتر فكل ظهور مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية ، وكانت الشبكات الاجتماعية قد بدأت في ظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 والتي اسسها " رانوي كونرادز " للربط بين زملاء الدراسة وبلغ عدد مستخدميها مليونين مستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية و كندا ، ينتمون إلى 1000 مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانه وحتى الجامعة، ثم تلاه موقع sixdegreese.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، لكن هذه المواقع لم تنجح بالقدر الكافي رغم أنها كانت تتيح عرض الملفات الشخصية. (3) (شقرة، 2014، ص40)

ثم تبعها شبكة التواصل الاجتماعي بين عام 2001/1990 لم تستطع تحقيق النجاح والشهرة ايضا، ومع بداية عام 2005 م حصلت فئة نوعية في شبكات التواصل حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب وجذب الجماهير هما موقع "سبيس" الأمريكي الشهير منافسه الحديث اليوم الفيس بوك التي تضاعف عدد مستخدميه بشكل كبير في الأعوام التالية.

وهكذا جذبت مواقع التواصل الإلكتروني للشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك، وتوتير وفاق منذ انشاءها ملايين المستخدمين، الذين يستخدمها الكثير منهم بشكل يومي، وسبب تسميته هذه الشبكة الاجتماعية هو أنها جاءت من مفهوم " بناء المجتمعات " ولعل هذا سر جاذبيتها للأجيال

المعاصرة، وخاصة جيل الشباب، فهي في واقعها تحاكي أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على أرض الواقع كما أنها باتت تمثل السلطة الخامسة أنها لا تخضع لسيطرة الحكومات ولا لسيطرة المؤسسات. (1) (شقرة، 2014، ص41)

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص ومميزات جعلتها مقننا لمتصفح الانترنت في جميع انحاء العالم، أهمها:

3-1- التعرف بالذات

الخطوة الاولى للدخول الى الشبكات الاجتماعية هي إعداد صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف الجنسي من خلال نصي الصورة، الموسيقى، والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بمعرفة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقائهم. (2) (مهند، 2013، ص37)

3-2- سهولة الإستخدام

طورت شبكات التواصل الاجتماعي حتى تكون سهلة الاستخدام، فهي تحتاج الى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الأنترنت، وكل ما يتطلب الاستخدام هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وفي المقابل يوجد بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التقنيات إلا أنها بسيطة في التصميم والألوان وتعرف المميزات فقط، بحيث تكون المحادثة سلسلة توضيحية وتوفر صور متزامنة مع الوقت والتحديات وإشعار معين يثير انتباه المستخدم. (3) (ترتيم زهيدي، 2015، ص77)

3-3- التفاعلية

فالفرد فيها مستقبل وقارئ فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم وتعطي حيز المشاركة الفاعلة من المشاهدة والقارئ.

3-4- القدرة على تخزين التسجيل

إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة مع عدد من الأجهزة المتنوعة.

3-5- الاستقلالية والتنوع

نتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الاشاعات والمعلومات الكاذبة.

3-6- السرعة (speed)

سمحت مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال او الترابط غير العادي الذي يعني في فحواها عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومة بطريقة كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.

3-7- التدفق الحر للمعلومات

قد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب لاستخدام الوسائل المتعددة من " الصور، الموسيقى"، مما يخلق فورية تشارك المعلومات المحدثه بين الوقائع والاحداث. (1) (بلبالة، 2019، ص ص 40 41)

4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تبرز أهمية المواقع الاجتماعية التفاعلية أنها توفر حالة من الغنى بالمعلومات تمنح للمستخدمين فرصة لتبني أفكار جديدة غير وارده في خاطره وكذلك عرض أفكاره على الآخرين ، كما أنه في إطار الثورة المعلوماتية وفرض المواقع الاجتماعية التفاعلية للشباب فرصه للتواصل والحصول على المعلومات بسهولة وتبادل الأفكار (2) (أبو زيد، ص 32) وفرت هذه الشبكات المجال الواسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين خاصة وأنه هناك حقيقة علمية وهي الإنسان بطبيعته وفطرته مع الآخرين لا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الانسان و قد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية، دون التواصل مع الآخرين ، بحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات .

وكذلك تمثلت أهمية الشبكة العنكبوتية عموماً ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص فيما يلي:

- أنها لغة العصر وجزء من التطور العقلي والتقني والنفسي في العصر الذي نعيش فيه وبالتالي التعاطي بلغه العصر ضروري.
 - أعظم شيء بالإعلام الجديد اعتمادها على فلسفة الاتصال المباشر، وتوفير لحظه شعورية واحدة لكل المستخدمين.
 - تجاوز صعوبات الاعلام التقليدي حيث غطت الشبكة العنكبوتية العالم بأسره في كل وقت ووفرت فرصة الاتصال المباشر.
 - تمنح هذه المواقع فرصة لإدارة الوقت بشكل أفضل، حيث تختلف حدود الزمان والمكان.
- (1) (ساحرة، 2017، ص ص 43 44)

5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أ. الإيجابيات

- أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدراً أصيلاً من مصادر الأخبار لكثير من الرواد.
- التواصل مع العالم الخارجي، وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافة الشعوب وتقريب المسافات.
- تفتح أبواب تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق أهداف وتساعد المجتمع على النمو.
- تسريع التواصل بطريقة مريحة وغير مكلفة خاصة بين الأقارب والأهل.
- إمكانيات التثقيف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات.
- التواصل مع صفحات المشايخ والدعاة يسهل على الشباب تصويب بعض المفاهيم الخاطئة. (2) (ساحرة، 2017، ص 56)
- تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال وتوسع دائرة العلاقات الاجتماعية.
- كما أنها وسيلة فعالة للترويج ووسيلة لتشكيل الرأي العام فعالة ومساعدة رجال الأعمال والشركات في توصيل وبيع منتجاتهم. (3) (17:32 <https://mawdoo3.com>)

ب. السلبيات

- إدمان الجلوس عليها مما يعطل كثير من الأعمال.
- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه.
- التعرض للخداع ويبتعدون عن الأصدقاء والأهل.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب كاستخدام حروف اللغة العربية على شكل رموز وأرقام.
- غياب الرقابة وعدم الشعور بعدم المسؤولية او المستخدمين بالمسؤولية.
- كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- تصفح هذه المواقع يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري عن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- انعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي الى أضرار معنوية ونفسية ومادية كما أنها تهدر الوقت. (1) (أبو زيد، 2011، ص ص 35 36)

المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

هناك الكثير من المواقع الاجتماعية، فيوما بعد يوم يتضح لنا أن الشبكات الاجتماعية كالفاسبوك وتويتر واليوتيوب والواتساب والأنستغرام وغيرها الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم، بالإضافة لكمية المعلومات الشخصية التي تحتفظ بها هذه المواقع. فنظرا لكثرتها وتعددتها وصعوبة حصرها ارتأينا أن نختص بدراسة موقع يعتبر الأكثر تصفحا من قبل المستخدمين وهو الفيس بوك.

1- الفيس بوك

هو أكبر الشبكات الاجتماعية من حيث حجم أعضائه والمزايا التي يقدمها للمشاركين والتي زادت من شعبيته المواقع خاصة في الفترة الأخيرة، فهو موقع يعمل على تكوين الأصدقاء وتربطهم علاقات اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (1) (سيد ريان، 2012، ص 60)

نشأت في عام 2004 في جامعة " هارفارد " في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى " مارك زوكربيرج " محظور في الجامعة وبحود أصدقاء الطالب المهوس في برمجته الكمبيوتر. (2) (عفيفي، 2015، ص 60)

كما يتكون الفيس بوك من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الأقاليم ومكان العمل والجامعة والمدرسة، وبإمكان المشترك أن يختار أحد تلك التصنيفات، ولا يختلف الموقع عن المواقع شبيهة استخدامها الا أعضاء لخدمه السياسة او النزوات العاطفية، والفيس بوك يقتصر على مجرد إتاحة الفرصة للتعارف وطرح أفكار والتعبير عن الرأي ، فيوما بعض الآخر يتضح لنا أن الشبكة الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم على دراية بأمور كثيرة عن مستخدميها ، بالإضافة لكم من المعلومات الشخصية التي يحتفظ بها الموقع المستخدم في قاعدة بياناته الضخمة. (3) (محمد الدليمي، 2011، ص 182 186)

حسب إحصائيات موقع Social Backer المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي الفيس بوك وذلك بأكثر من 157 مليون تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل أكثر من 35 مليون أما في العالم فتتصدر القائمة بعدد مستخدميها فاق

9 ملايين مشترك ثم السعودية والمغرب بأربعة ملايين تليها الجزائر في المرتبة الرابعة يقارب الثلاثة ملايين مستخدمين ثم تونس والامارات أكثر من مليونين مستخدم (social backer) ويعتبر الفيس بوك اليوم من أكثر الشبكات الاجتماعية الجماهيرية من تطور خدماته يوما بعد يوم مما يستعمل يوميا مزيدا من المشتركين .

2-التويت

إحدى الشبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعب دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الاوسط واخذ تويت اسم من مصطلح " التويت " التي يعني " التغريد " .

كما أنه يقدم خدمة الكترونية مجانية انشاته شركة (odco) الأمريكية في شهر ايلول عام 2007 تقدم من خلال صفحة الأنترنت ويستطيع أي شخص من المستخدمين ونشر الموقع على شبكة الأنترنت رسميا من نفس العام وصفحة تحتوي نافذه البحث وصفحه مخصصه للتواصل مع الأعضاء والتي تضم تفاعلات الأعضاء لمشاركة صاحب الحساب والإشارات والتي يشار من خلالها اسم المستخدم المتابع في مشاركته ، ثم صفحة المشترك الشخصية و التي تحتوي المعلومات الخاصة بالمشارك وموقعه الجغرافي وأهم الاحداث الإلكترونية تصبح مشترك من الموقع وتستطيع ان تبدأ بتدوين والإرسال ، كما أنه محمول ومتحرك ومجاني فإرسال التدوينات القصيرة عبر التويت وهو مجاني بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر تويت .

فتويت عندهم مميزات التتبع أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لكأولا بأول، وكذلك يمكن للغير ان يتبعك بمجرد الضغط على زر التتبعمع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك. (1) (غانم المري، 2016، ص ص 42 43)

3-اليوتيوب

اليوتيوب موقع الكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها، ويعتبر اليوتيوب أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، ويرى الباحث بأنه موقع لمقاطع الفيديو متفرع من " جوجل " يتيح إمكانية للتحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة لمشاركين فيه وبرز الملايين يوميا وتستفيد من وسائل الإعلام

بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها. (1) (عوش وبوزيرة، 2017، ص37)

نشأ موقع اليوتيوب في بداية عام 2005 كما تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد ستة شهور وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية وفي أكتوبر 2016 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة "جوجل" بالاستحواذ على موقع اليوتيوب بصفقة ضخمة، والان يقدم الموقع خدماته كأحد الخدمات الفرعية لشركة "جوجل"، ويتم موقع الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا.

وقام موقع اليوتيوب بإحداث ثغران في عالم الانترنت فقبله كان مستخدمو الانترنت لا يستطيعون نشر فيديوهات وعرضها للمشاهد أون لاين. (2) (بارش ولعور، 2016، ص 63)

فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثواني محدودة، ولكن مع موقع اليوتيوب أصبح من السهل النشر ومشاركة الفيديوهات ليشاهدها كل مستخدمين الانترنت حول العالم، وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، موسيقية، أو سياسية، بدون أية قيود أو رقابة. (3) (بارش ولعور، 2016، ص 63)

4-الواتساب

لا يخلو اي هاتف من الهواتف الذكية من تطبيق الواتساب الذي أحدث انقلابا سريعا في حياه البشرية وكذلك أحدث انقلابا ضد شركات الاتصالات بما أمنتته من خسائر فادحة خاصة عبر رسائل الوسائط. وقد تأسس هذا البرنامج عام 2009 على يد موظفين كانا يعملان في موقع باهو وانفصلا عنها في العام وهما.

- برين اکتون Brain Acton

- وين كوم Wan Com

والواتساب تطبيق مجاني فوري يتم تحميله على الهاتف لإجراء محادثه بين الأشخاص والأصدقاء الموجودين في قائمة الأسماء، ويشترط أن يمتلك من يستخدمه البرنامج نفسه أيضا لكي يمكنه بإجراء محادثة كتابية معهم ويعد هو بمثابة برنامج مجاني يعمل بمجرد تحميله على الهاتف لإجراء محادثة فورية مع الأصدقاء الموجودين في قائمة الاسماء، ويشترط أن يمتلك من

مستخدمه البرنامج نفسه أيضا لكي يمكنه إجراء محادثه كتابيه معهم، ويستخدم الاتساع لإرسال الرسائل الصوتية والفيديو. (1) (بن عبد الله بن راشد الصوفي، 2015، ص28)

فهذا التطبيق مثله مثل العديد من تطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى، إن سياسة الخصوصية للمعلومات المتداولة قد تكون محل شك من قبل المستخدمين لدى يتضح أن يستخدم التطبيق في المجال التعليمي. (2) (العزيمي، 2017، ص 290)

5- الأنستغرام

هو وسيلة سريعة ومجانية لمشاركة حياتك مع الأصدقاء والعائلة من خلال الصور أو الفيديو ازدادت شعبية هذا البرنامج مع الشباب تقوم أولا بالتسجيل في هذا البرنامج ثم تلتقط صورة أو فيديو ويستخدم " الفلتر " لتحويل مظهر اي منهما ومن تم تصنيف الى " أنستغرام " وحتى يمكننا مشاطرتها على الفيس بوك، تويتر، وأكثر من ذلك.

كما أن لدى هذا التطبيق ميزة تسمى أنستغرام دير اکت تتيح للمستخدمين إرسال الصور ومقاطع الفيديو مباشرة إلى صديق معين أو مجموعة من الأصدقاء بدلا من أن تكون معروضة للبيع. كما يمكن استخدام تطبيق الأنستغرام بشكل مجاني عبر الهواتف المحمولة التي تعمل باي من نظامي تشغيل أندرويد او (iOS)، ويتيح التطبيق كما يمكن من خلاله التعليق على المشاركات المختلفة للمستخدمين وإبداء الإعجاب بها، كما يسمح للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 13 عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله.

وتأسس الأنستغرام في أواخر عام 2010 من قبل كيفن ييستروم ومايك كرايفر ويوفر الأنستغرام العديد من الميزات المختلفة التي يوفرها تطبيق الأنستغرام لمستخدميه... عدى عن ذلك الميزات الأساسية التي تتمثل في نشر الصور ومقاطع الفيديو. (3) (<https://mwado3.com>)

ملخص الفصل

تناولنا في هذا الفصل مبحثين، المبحث الأول خاص بماهية مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحدثنا عن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها، خصائصها، أهميتها، وكذا وإيجابياتها وسلبياتها. أما المبحث الثاني، فتطرقنا فيه إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، اليوتيوب، التويتر والواتساب، حيث ركزنا على الفيس بوك لأنه يخدم دراستنا.

الفصل الرابع الإطار التطبيقي

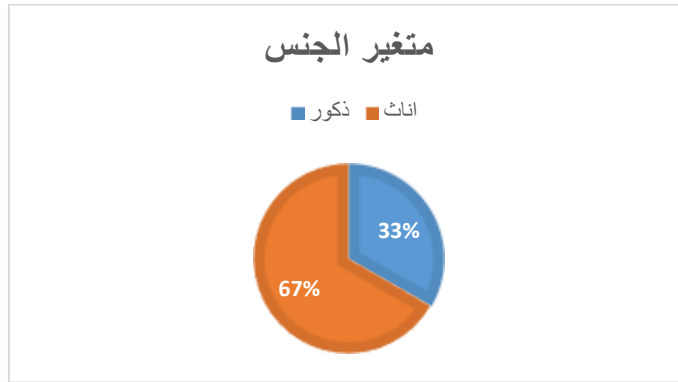
1. تحليل وتفسير البيانات
2. نتائج الدراسة العامة
3. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
4. نتائج الدراسة على ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع
5. التوصيات والإقتراحات

1- تحليل البيانات

1-1 معالجة البيانات الشخصية

الجدول رقم 1: يبين متغير الجنس لعينة الدراسة.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	12	24%
انثى	38	76%
المجموع	50	100%

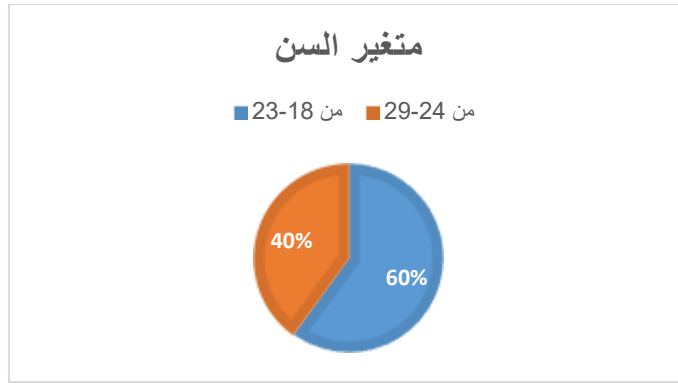


يمثل الجدول رقم 1 متغير الجنس للمبحوثين من طلبة قسم الإعلام بجامعة جيجل، حيث كانت نسبة الرد على هذه الإستمارة 100%.

نلاحظ أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور حيث بلغ عددهن 38 طالبة وذلك بنسبة 76%، وعدد الذكور بلغ 12 طالبا أي بنسبة 24%، وهذا راجع لكون أكثر طلاب قسم الإعلام والإتصال إناثا ولهذا نجد هذا التباين بين عدد الذكور وعدد الإناث. (وهذا ما يثبتته الملحق الخاص بتعداد الطلبة المسجلين لقسم الاعلام والإتصال المدرج في الملاحق)

الجدول رقم 2: يبين متغير السن لعينة الدراسة

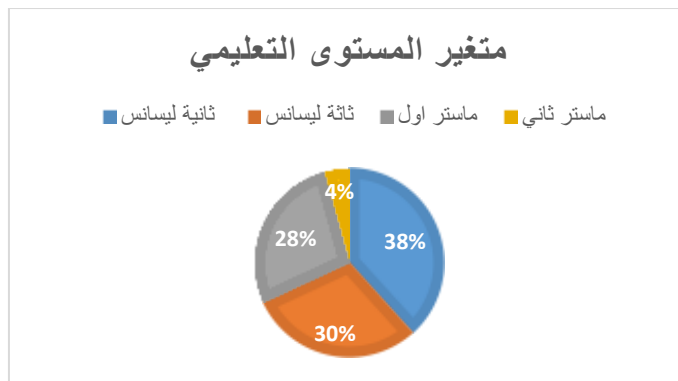
النسبة المئوية	التكرار	السن
60%	30	من 23-18
40%	20	من 29-24
00%	0	من 30 فما فوق



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من العينة 60% كانت أعمارهم تتراوح ما بين 18 إلى 23 سنة أي ما يعادل 30 مفردة من المجموع الكلي لكلا الجنسين، وقد يعود السبب إلى أنها الفئة الطاغية في وسط قسم الإعلام والاتصال. في حين قدّرت نسبة أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم من 24 إلى 29 سنة بـ 40% وهذا ما يعادل 20 فرد من المجموع الكلي، وهذا الشيء طبيعي نظرا لتوافق هذا السن مع المستوى الجامعي لهم. في حين أنه لم يتصادف أن كان هناك طلبة أعمارهم فوق 30 سنة ضمن أفراد العينة.

الجدول رقم 3: يبين متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
سنة ثانية ليسانس	18	36%
سنة ثالثة ليسانس	14	28%
سنة أولى ماستر	13	26%
سنة ثانية ماستر	4	10%
المجموع	50	100%



يمثل هذا الجدول متغير المستوى التعليمي لدى المبحوثين، حيث نلاحظ أن طلبة السنة الثانية ليسانس هم الأكثر بنسبة 36% أي ما يعادل 18 طالبا من المجموع الكلي، تليها السنة الثالثة ليسانس بنسبة 28% ما يعادل 14 طالبا، ثم السنة الأولى ماستر بنسبة 26% أي ما يعادل 13 طالبا، وفي الأخير تأتي السنة الثانية ماستر بنسبة 10% أي ما يعادل 4 طلبة. فقد قمنا بتوزيع الاستمارة بطريقة منتظمة بحساب كل قسم، حيث كان الهدف أن يشارك طلبة من كل المستويات حتى نتمكن من التعرف على واقع صحافة المواطن عبر الفايس بوك لديهم.

الجدول رقم 4: يمثل متغير نوع الإقامة لعينة الدراسة.

نوع الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
داخلي	24	48%
خارجي	26	52%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 المدرج أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد العينة 52% كانوا ذوي إقامة خارجية، حيث تعادل هذه النسبة ما يقارب 26 فردا من المجموع الكلي. أما الأفراد ذوي الإقامة الداخلية فقد قدرت نسبتهم بـ 48% أي ما يعادل 24 طالبا من المجموع الكلي، وهذا شيء طبيعي نظرا لكون القسم يحتوي على طلبة من مناطق مختلفة من داخل الولاية وخارجها.

1-2- تحليل عادات وأنماط استخدام المواطن بالصحفي لموقع الفايس بوك

الجدول رقم 5: يوضح مدة استخدام الطالب الجامعي لموقع الفايس بوك

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
اقل من سنة	4	8%
من سنة الى أربع سنوات	22	44%
من خمس سنوات فما فوق	24	48%
المجموع	50	100%

يتضح من بيانات الجدول أن نسبة 48% من المبحوثين، أي ما يعادل 24 طالبا من العدد الكلي، يستخدمون موقع الفاييس بوك منذ أكثر من 5 سنوات، وأن 44% منهم أي ما يعادل 22 طالبا من المجموع الكلي يستخدمونه منذ حوالي سنة إلى 4 سنوات.

أما الذين يستخدمونه منذ أقل من سنة فكانوا بنسبة 8% أي ما يعادل 4 طلبة، وقد يعود ذلك إلى إدراك المبحوثين لدور وأهمية هذا الموقع منذ نشأته وما يتضمنه من استخدامات لا سيما وأنهم من النشطاء الفاعلين عبره، وبالتالي يواكبون ويسجلون ويشتركون في هذا الموقع منذ بداية نشأته وهذا الاستخدام يحتاج إلى دراسات وبحوث لاستثمارها بما يخدم المواطن الصحفي.

الجدول رقم 6: يوضح الفترات المفضلة لتصفح موقع الفاييس بوك

النسبة المئوية	التكرار	الفترات المفضلة
14%	7	الفترة الصباحية
30%	15	الفترة المسائية
56%	28	الفترة الليلية
100%	50	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن 56% من أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفاييس بوك ليلا، في حين أن 30% منهم يفضلون الفترة المسائية، أما 14% المتبقون فيعتبرون الفترة الصباحية هي الأفضل لتصفح موقع الفاييس بوك.

من خلال ما تم ملاحظته، فإنه من المنطقي أن تكون النتائج بهذا الترتيب، إذ أن الفترتين المسائية والليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص لتصفح الأنترنت، في حين أن الفترة الصباحية تعد وقتا مناسباً لمن لا يزاولون الدراسة صباحاً.

الجدول رقم 7: يوضح المدة المستغرقة من طرف المبحوثين لاستخدام موقع الفاييس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	11	22%
من ساعة إلى ساعتين	20	40%
أكثر من أربع ساعات	4	8%
حسب الحاجة	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أن 20 فردا من المجموع الكلي أي نسبة 40% يقضون مدة حوالي من ساعة إلى ساعتين في تصفح الفاييس بوك، في حين أن 15 فردا منهم أي ما يقارب 30% يتصفحونه حسب الحاجة، بينما كانت نسبة الأفراد الذين يتصفحون الفاييس بوك لمدة أقل من ساعة 22% أي ما يعادل 11 فردا. أما 8% من المبحوثين فقد أعربوا عن استخدامهم لموقع الفاييس بوك لمدة تزيد عن أربع ساعات.

هذا يؤكد أن المواطن الصحفي الجزائري كثير الإستخدام لموقع الفاييس بوك في ظل التطور العلمي والتكنولوجي والإنتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفاييس بوك، مما يدل على أهمية هذا الأخير ودوره في تلبية حاجيات ورغبة الطالب.

الجدول رقم 8: اللغة المستخدمة عند استخدام المواطن الصحفي لموقع الفاييس بوك

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	33	66%
الفرنسية	13	26%
الإنجليزية	4	8%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن اللغة الأكثر استخداما من قبل المبحوثين عبر الفاييس بوك هي اللغة العربية حيث بلغ عدد مستخدميها 66% أي ما يعادل 33 فردا من المجموع الكلي، وهذا ما يدل على الاستخدام الواسع لها. أما اللغة الفرنسية فقد بلغت نسبة مستخدميها 26% أي ما يعادل 13

فردا من المجموع الكلي، وهي اللغة المتداولة لدى المواطنين الجزائريين بعد اللغة العربية. اللغة الإنجليزية يستخدمها فقط 4 أشخاص من العينة أي بنسبة 8%.

الجدول رقم 9: الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام موقع الفاييس بوك

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	28	56%
اللوح الإلكتروني	16	32%
جهاز الحاسوب	6	12%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن 56% من المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف الذكي، وهذا ما يدل على ضرورة استخدام وامتلاك هكذا وسيلة لديهم، حيث يملك كل طالب هاتف خاص به، أما 32% منهم يستخدمون اللوح الإلكتروني، في حين أن جهاز الحاسوب لا يستخدمه إلا نسبة 12% من المبحوثين، وهذا يدل على أنه ليس كل الطلبة يمتلكون جهاز حاسوب على عكس الهاتف الذكي.

الجدول رقم 10: المكان المفضل لاستخدام الفاييس بوك

المكان	التكرار	النسبة المئوية
مقهى الإنترنت	4	8%
الجامعة	8	16%
المنزل	38	76%
مكان آخر	0	00%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام الفاييس بوك في المنزل حيث بلغت نسبتهم 76% أي ما يعادل 38 شخصا من المجموع الكلي، وهذا يدل على توفر شبكة الإنترنت في أغلب المنازل وأن البيت هو المكان الذي يستريحون فيه ويتيح لهم إمكانية تصفح الفاييس بوك بكل أريحية، أما الجامعة فهي تعتبر المكان المفضل لـ 16% من مجموع

المبحوثين، وهذا يشير إلى أن أغلب الطلبة يقضون أوقاتهم داخل الحرم الجامعي، في حين أن فقط 8% ممن يلجؤون لمقهى الأنترنت، وهذا راجع ربما إلى عدم توفر الأنترنت لديهم في البيت.

الجدول رقم 11: كيفية استخدام المبحوثين لموقع الفاييس بوك

النسبة المئوية	التكرار	
76%	38	لوحدهم
20%	10	مع الأصدقاء
4%	2	مع أفراد العائلة
100%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الفاييس بوك أثناء تواجدهم لمفردهم حيث بلغت نسبتهم 76% أي ما يعادل 39 شخصا من المجموع الكلي، وهذا يدل على خصوصية موقع الفاييس بوك.

يتضح أن نسبة 20% تشارك خصوصياتها مع الأصدقاء، في حين أن فقط 4% ممن يفضلون مشاركة أفراد العائلة.

الجدول رقم 12: يوضح عدد مرات تصفح العينة لحساب الفاييس بوك في اليوم

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	6	56%
من مرتين إلى ثلاث مرات	10	32%
أكثر من ثلاث مرات	34	12%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن أغلبية المبحوثين يتصفحون حساباتهم لموقع الفاييس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم، حيث بلغت نسبتهم 68%، وهذا يدل على أنهم من مدمني هذا الموقع، في حين أن 10 أفراد من المجموع الكلي يتصفحونه مرتين إلى ثلاث مرات

أي بنسبة 20%. أما 12% أي ما يعادل 6 أشخاص من المجموع الكلي يتصفحونه مرة واحدة في اليوم.

الجدول 13: يوضح خدمات الفاييس بوك المفضلة لدى أفراد العينة

خدمات الفاييس بوك	التكرارات	النسبة المئوية
مشاركة الصور	15	30%
مشاركة الفيديو	10	20%
مشاركة الروابط	5	10%
الردشة	34	68%
التطبيقات	5	10%
التعليقات	20	40%
المجموع	89	/

يتضح لنا من خلال الجدول أن أكثر خدمة يفضلها المبحوثون وكررها أكثر من طالب هي الردشة حيث بلغت نسبتهم 68%، تليها خدمة التعليقات بنسبة مستخدمين قدرت بـ 40% ثم خدمة مشاركة الصور بنسبة 30%، فخدمة مشاركة الفيديو بنسبة 20%، أما نسبة مستخدمي خدمتي مشاركة الروابط والتطبيقات فكانت 10%.

يمكن تفسير تفضيل خدمتي الردشة والتعليقات بكون المواطنين الصحفيين يميلون إلى التعبير عن آراءهم، وكذلك تفضيل خدمة مشاركة الصور والفيديو بكون المواطن الصحفي يسعى إلى المبادرة والمشاركة في صناعة الإعلام من خلال ما يتم نشره عبر موقعه الخاص.

الجدول رقم 14: يبين الجدول ما إذا كان أفراد العينة أعضاء في مجموعة على الفاييس بوك

النسبة المئوية	التكرار	
82%	41	نعم
18%	9	لا
100%	50	المجموع

يبين الجدول أن المبحوثين منخرطين بنسبة كبيرة ضمن مجموعات عبر الفايس بوك وذلك بنسبة 82% أي ما يعادل 41 فردا من المجموع الكلي، لأن الإنضمام إلى المجموعات من ضمن النشاطات التي يقوم بها المواطن الصحفي والتي تتيح له مجالا أكبر في مواكبة الأحداث والمساهمة في نشر الأخبار ومشاركتها ومتابعة التفاعل. أما النسبة المتبقية 18% قاموا بالإجابة بعدم انخراطهم في أية مجموعة.

الجدول رقم 15: يبين الجدول نوعية المجموعات التي يشارك فيها المبحوثون

النسبة المئوية	التكرار	المجموعات
00	00	السياسية
48%	24	الاجتماعية
42%	21	ترفيهية
28%	14	ثقافية
16%	8	أخرى نذكر:
2%	1	تجارية
8%	4	تعليمية
2%	1	ثقافية
4%	2	رياضية

(ملاحظة: هناك الكثير اختر أكثر من إجابة)

بعد أن أكدت لنا نتائج الجدول السابق أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى مجموعات، فإن الجدول أعلاه يوضح لنا أن أغلب المبحوثين مشاركين في مجموعات إجتماعية بنسبة 48%، تليها الترفيهية بنسبة 42%، ثم الثقافية بنسبة 28%، وهناك آخرون ذكروا مجموعات أخرى لم نقم بذكرها مثل: التجارية والتعليمية والرياضية.

فموقع الفايس بوك يتيح للمواطن الصحفي الإشتراك في مجموعات إجتماعية وثقافية وترفيهية بهدف فتح المجال لمواكبة الأخبار ورفع المستوى الثقافي والإجتماعي ومحاولة المساهمة في صناعة الحدث ونشر الأخبار والمعلومات.

الجدول رقم 16: الأساليب التي يستخدمها المواطن الصحفي عبر الفايس بوك

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب
58 %	29	المحادثة الكتابية
22 %	11	الإتصال بالصورة
20 %	10	التعليقات
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستخدمون أسلوب المحادثة الكتابية وقد بلغت نسبتهم 58%، أما 22% فيستخدمون أسلوب الإتصال بالصورة، وبالنسبة للتعليقات فقد قدر عدد مستخدميها بـ 20%، وهذا يدل على المزايا التي يمنحها الفايس بوك للمواطن الصحفي لإبداء رأيه بكل حرية وتوصيل رسالته بكل أبعادها وذلك بأسلوب كثيف وحيوي من خلال التعليق عما يتم نشره ومتابعة تفاعل المستخدمين.

3-1- دوافع استخدام المواطن الصحفي لموقع الفايس بوك

الجدول رقم 17: دوافع استخدام المبحوثين لموقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	
20 %	10	نقل الاخبار والمعلومات
80 %	40	الإطلاع على الأخبار والمعلومات
16 %	8	ربط علاقات جديدة
/	/	أخرى تذكر
2 %	1	التسلية

(ملاحظة: أختبر أكثر من إجابة)

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين 80% استخدموا موقع الفايس بوك بدافع الإطلاع على الأخبار والمعلومات، ثم دافع نقل الأخبار والمعلومات بنسبة قدرها 20%، وكانت الرغبة في ربط علاقات جديدة دافع نسبة 16% من المبحوثين، إذ أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفايس بوك للتعرف على آخر الأخبار والمعلومات.

بغض النظر عن ممارستهم للصحافة من غير مهنية واحترافية، فالفايس بوك يقدم ميزات عدة تتمثل في سرعة وأنية نقل الأخبار والمعلومات من خلال نشر واقعهم الإجتماعي والسعي للتغيير.

الجدول رقم 18: الهوية التي يدخل بها المبحوثين إلى موقع الفايس بوك.

الهوية	التكرار	النسبة المئوية
الاسم الحقيقي	34	68%
الاسم المستعار	16	32%
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين يستعملون موقع الفايس بوك باستخدام أساميهم الحقيقية وذلك بنسبة 68%، وبالمقابل 32% منهم يستخدمون أسماء مستعارة، وهذا يدل على أن الهوية تلعب دورا أساسيا في موقع الفايس بوك خاصة بالنسبة للمواطن الصحفي وذلك من أجل مصداقية ما يتم نشره ومشاركته عبر الموقع.

الجدول رقم 19: اعتماد المبحوثون في تلقي المعلومات والأخبار عبر موقع الفايس بوك.

التكرار	النسبة المئوية	
16	32%	أعتمد بكثرة
19	38%	أعتمد قليلا
15	30%	أحيانا
50	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين يعتمدون قليلا على موقع الفايس بوك لتلقي المعلومات والأخبار وذلك بنسبة 38%، وهذا يدل على وجود مواقع أخرى يعتمد عليها المبحوث في تلقي المعلومات، وهناك من يعتمد بكثرة في تلقي المعلومات والأخبار على موقع الفايس بوك وذلك بنسبة 32%، أما 30% يلجؤون أحيانا إلى تلقي الأخبار والمعلومات من موقع الفايس بوك.

الجدول رقم 20: المضامين والمنشورات التي يشاركها المبحوثين عبر الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	المضامين
58%	29	كتابات وتعليقات
4%	2	مقالات
44%	22	صور
28%	14	أخبار
22%	11	فيديوهات

(ملاحظة: اختيار أكثر من إجابة)

يوضح الجدول أعلاه مضامين المنشورات الذي يشاركها المواطن الصحفي حيث أن هناك تقارب في النسب بين المضامين، حيث كانت الكتابات والتعليقات بنسبة 58%، والصور بنسبة 44%، حيث يسعى المبحوث من خلال هذه المضامين إلى التعبير عن آرائه وأفكاره في كل المجالات بكل حرية في مختلف الصفحات والمجموعات التي ينتمي إليها ومتابعة دور أفعال المستخدمين، ثم الأخبار بنسبة 28% وهذا يدل على السرعة الأنوية التي يمنحها الفايس بوك، ثم مشاركة الفيديوهات بنسبة 22% والمقالات بنسبة 4% .

الجدول رقم 21: يوضح المشاركة في نشاط تمت الدعوة إليه من خلال الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	
8%	4	دائما
54%	27	أبدا
28%	19	أحيانا
100%	50	المجموع

تشير نتائج الجدول أن 54% من المبحوثين لم يقوموا بتوجيه أية دعوة للقيام بنشاط معين، في حين أن نسبة 28% أتاحت للمواطن الصحفي أحيانا فرصة متميزة في القيام بنشاط والدعوة للإقبال عليه والتفاعل معه، أما 8% فيقومون دائما بالمشاركة في نشاط معين والقيام بدوره كصحفي هاو بوظائف مهنة الصحافة.

4-1- الإشباعات المحققة من خلال استخدام الفايس بوك في صحافة المواطن

الجدول رقم 22: يوضح تعامل المبعوثين مع مضامين ما يدون في موقع الفايس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	
2%	1	تصدقه وتثق به
8%	4	لا تصدقه
68%	34	حسب صاحب المشاركة
22%	11	تبحث عن مصادر أخرى
100%	50	المجموع

يوضح الجدول تعامل المبعوثين مع مضامين موقع الفايس بوك، حيث تشير النتائج إلى أن نسبة 68% أي ما يعادل 34 فردا من المجموع الكلي، يتعاملون معها حسب صاحب المشاركة، و22% يبحثون عن مصادر أخرى كون المواطن الصحفي مسؤولا اتجاه ما ينشره من معلومات ويتحلى بالمصداقية، في حين أن 2% و8% ممن كانوا بين مصدقين وغير مصدقين على التوالي لما يتم تداوله عبر هذا الموقع، وذلك يفسر بعدم التعرف على صاحب المنشور وكون الفايس بوك لا يقدم دائما المصداقية التامة لما يتم نشره.

الجدول رقم 23: يوضح سبب اختيار موقع الفايس بوك دون غيره من المواقع

النسبة المئوية	التكرار	
58%	29	سهولة استخدامه
16%	8	خصوصية الموقع
26%	13	وقوة انتشاره
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبعوثين اختاروا موقع الفايس بوك لسهولة استخدامه حيث بلغت نسبتهم 58% أي ما يعادل 29 فردا من المجموع الكلي، و26% أي ما يعادل 13 فردا من المجموع الكلي اختاروه لقوة انتشاره، في حين أن خصوصية الموقع كانت سببا مقنعا للإختيار من طرف نسبة قدرت بـ 16%.

الجدول رقم 24: يوضح الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي

النسبة المئوية	التكرار	
22%	11	شعور المواطن بعدم استقلالية الإعلام
54%	27	الحرية عبر المواقع الاجتماعية
24%	12	الرغبة في صناعة الخبر
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أن الحرية عبر المواقع الإلكترونية هي التي صنعت المواطن الصحفي وذلك بنسبة 54%، تليها في المرتبة الثانية الرغبة في صناعة الخبر بنسبة 24% لأن المواطن الصحفي لم يبق على حالته السابقة كمتلقي يلبي لما تقدمه وسائل الإعلام، بل أصبح مشاركا وعنصرا فعالا في صناعة الأخبار والتفاعل معها في ظل المواقع الاجتماعية كالفيس بوك، كما أعرب 22% من المبحوثين أن شعور المواطن بعدم إستقلالية الإعلام كان السبب في صناعة المواطن الصحفي الذي يسعى دائما للتغيير ويبحث عن الحرية وهذا لا نجده في الإعلام القديم.

الجدول رقم 25: يوضح المواصفات التي ينبغي أن يتسم بها المواطن الصحفي

النسبة المئوية	التكرار	
32%	16	الاستقلالية
26%	13	الجرأة
42%	21	القدرة على التواصل مع الآخرين
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أن نسبة 42% يؤكدون أن القدرة على التواصل مع الآخرين هي التي تصنع المواطن الصحفي، تليها الجرأة بنسبة 32% إذ أن المواطن الصحفي يجب أن يتحلى بالجرأة الكافية في صناعة الخبر ونشره، كما يعتبر 26% من المبحوثين أن الإستقلالية سمة لا بد للمواطن الصحفي التحلي بها لأن موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أعطى للمواطن الحرية والاستقلالية التامة في نقل الأخبار وأصبح مصدرا أو مرجعا لتكوين الآراء والاتجاهات والمواقف.

الجدول رقم 26: يوضح مساهمة الفاييس بوك في تحويل سلوك المواطن من متلقي إلى منتج.

النسبة المئوية	التكرار	
76%	38	الحرية المتاحة عبر الموقع
24%	12	انعدام الرقابة
100%	50	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن المبحوث أصبح عضواً فعالاً في المجتمع وأصبح يلقب بالمشارك نظراً لخاصية التفاعلية التي ينتجها موقع الفاييس بوك، فنسبة 76% منهم وجدوا الحرية متاحة عبره وهذا في ظل الحرية التي يتمتع بها المواطن الصحفي. إلا أن 24% تغير سلوكهم نتيجة انعدام الرقابة وكذا من خلال صناعة الحدث ونشره ومشاركته.

الجدول رقم 27: يوضح فيها تعرض المبحوثين لأي نوع من أنواع المضايقات.

النسبة المئوية	التكرار	
34%	17	نعم
66%	33	لا
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن 66% من المبحوثين لم يتعرضوا لأي نوع من المضايقات، في حين أن 34% منهم قد تعرضوا لنوع معين من المضايقات، وهذا يشير إلى أن ممارسة الحرية الإعلامية عبر موقع الفاييس بوك تدعو للتخلي بمبدأ حرية الرأي والحصول على المعلومات ونشرها، واعتبارها مبادئ أساسية للإعلام الجديد، غير أنه لا يمكن الجزم بوجود حرية مطلقة دون مراقبة فهي تبقى نسبية لتجنب المضايقات.

الجدول رقم 28: يوضح نوع المضايقات التي يتعرض لها المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	نوع المضايقة
6%	3	السب، الشتم، والتحرش
4%	2	التعرض لإبلاغات عن الحساب بالشخصي
6%	3	تدخل بعض الأشخاص من خلال تعليقات المنشورات
10%	5	تهديد باختراق الحساب وغلقه
8%	4	عدم تقبل الرأي والمناوشات الكلامية
34%	17	المجموع

يتوضح لنا من خلال الجدول السابق أن 34% كانت إجاباتهم "نعم" أي تعرضوا لنوع معين من المضايقات، وتمثلت هذه المضايقات في السب والشتم والتحرش، وكذا التعرض لإبلاغات عن الحساب الشخصي والتهديد باختراق الحساب وغلقه، وهذا ناتج عن عدم توفر الرقابة عبر الموقع وعدم احترام آراء الآخرين. فالحرية الإعلامية عبر الموقع تؤكد لها جملة المضايقات هذه التي تعترض المواطن الصحفي أثناء قيامه بنشر المعلومات والأخبار.

الجدول رقم 29: يوضح تحقيق المبحوثون للإشباعات الصحفية من استخدام الفاييس بوك

النسبة المئوية	التكرار	
36%	18	تختلف عن تلك التي تتحصل عليها من الإعلام القديم
64%	32	مكاملة لتلك التي تحصل عليها من الإعلام القديم
100%	30	المجموع

تبين لنا معطيات الجدول أن أكثر من النصف 64% أي ما يعادل 32 فردا من المجموع الكلي، يقرون بأن الإشباعات الصحفية المحققة من استخدام الفاييس بوك مكاملة لتلك التي يحصلون عليها من الإعلام القديم، أما 36% منهم صرحوا بأنها تختلف اختلافا كليا عما تحصلوا عليها من الإعلام القديم.

تؤكد هذه النتائج أن الإعلام القديم مجبر على اختصار المعلومة من خلال خضوعه للرقابة أثناء ممارسة النشاط الإعلامي، في حين أن المواطن الصحفي يتمتع بالاستقلالية فهو يكمل ما نشره الإعلام التقليدي بحرية وبالتفاصيل، كما أنه يتسم بالسرعة والآنية، فالمواطن الصحفي يكمل

الأخبار التي تنشر في الإعلام القديم ويختلف عنها. وبهذا يكون الإعلام الجديد قد شكل دعماً بديلاً للإعلام التقليدي.

الجدول رقم 30: يوضح التوقعات المستقبلية للمبشرين حول استخدامهم الفايس بوك

التوقعات	التكرار	النسبة المئوية
الزيادة من المشاركة في نقل المعلومات	32	64%
ترك المشاركة على حالها	11	22%
التقليل من المشاركة	7	14%
المجموع	50	100%

يتبين من خلال الجدول أن 64% من المبشرين يطمحون إلى زيادة نسبة مشاركتهم في نقل المعلومات عبر الفايس بوك، أما 22% منهم فيتوقعون أن مشاركتهم ستبقى على حالها في المستقبل، في حين أن 14% أعربوا عن رغبتهم في التقليل من مشاركتهم في نقل المعلومات عبر الفايس بوك مستقبلاً. فالمواطن الصحفي مقتنع بما يقوم به من دور عبر هذا الموقع ويعزز فكرة أن بإمكان كل مواطن عادي أن يصبح صحفياً.

الجدول رقم 31: يوضح ما إذا كانت المشاركات عبر الفايس بوك عملية تكاملية للإعلام القديم

التكرار	النسبة المئوية	
38	75%	نعم
12	20%	لا
50	100%	المجموع

يوضح لنا الجدول أن 76% أي ما يعادل 38 مفردة من المجموع الكلي يعتبرون أن المشاركات عبر الفايس بوك هي عملية تكاملية للإعلام القديم، وهذا يدل على أن ما نشره الإعلام القديم لم يكن كافياً بالنسبة للمواطن مما جعل هذا الأخير يقوم بتكملة الخبر بكل تفصيله ومن غير قيود. أما حوالي 24% أي 12 فرداً من المجموع الكلي فإنهم يرون أن المشاركة في نشر المعلومات عبر الفايس بوك ليست بعملية تكاملية، بل تختلف عن الإعلام القديم لأنه يخضع للرقابة في الممارسة الإعلامية في حين يتمتع المواطن الصحفي بالإستقلالية والحرية في نقل الأخبار والمعلومات عبر الفايس بوك.

الجدول رقم 32: يوضح رأي المبحوثين في مشاركات الفاييس بوك التي يعتبرونها عملية تكاملية للإعلام القديم

النسبة المئوية	التكرار	
24%	12	يعتبر مصدر للإعلام القديم
52%	26	شكل من أشكال الصحافة المعترف بها
76%	38	المجموع
100%	50	المجموع الكلي

بعد أن أكدت لنا نتائج الجدول السابق أنّ أغلب المبحوثين يرون بأن المشاركات المقدّمة عبر الفاييس بوك عملية تكاملية للإعلام القديم، فإن الجدول أعلاه يوضح لنا أن 52% منهم يعتبرون صحافة المواطن شكلا من أشكال الصحافة المعترف بها لكونها تنشر المعلومات والأخبار. أما 24% فيعتبرون الإعلام البديل أو ما يسمى بصحافة المواطن مصدرا للإعلام القديم.

الجدول رقم 33: يوضح رأي المبحوثين في مشاركات الفاييس بوك التي لا يعتبرونها عملية تكاملية للإعلام القديم

النسبة المئوية	التكرار	
14%	7	مناقض للإعلام التقليدي
10%	5	يعد كيانا للإعلام التقليدي
24%	12	المجموع
100%	50	المجموع الكلي

من خلال الجدول السابق يؤكد المبحوثون أن المشاركات عبر الفاييس بوك ليست بعملية تكاملية للإعلام القديم، وهذا الجدول الذي بين أيدينا يبين لنا أن هناك من يعتبرها مناقضة للإعلام التقليدي ومنهم من يراها كيانا له.

5-1- استخدام الطالب الجامعي لصحافة المواطن إيجابيا أو سلبيا

الجدول رقم 34: يوضح نظرة المبحوثين حول صحافة المواطن إن كانت إيجابية أم سلبية

النسبة المئوية	التكرار	
86%	43	إيجابية
14%	7	سلبيا
100%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أكثر من نصف العينة 86% يرون أن صحافة المواطن إيجابية، وهذا يدل على أن المواطن الصحفي يقوم بنشر الأخبار بمصداقية من أجل جذب المشاركين وزيادة عدد المتابعين له، أما 14% فإنهم يرون أن صحافة المواطن سلبية كونها لا تخضع للمراقبة، فالمواقع الإجتماعية أعطت الحرية للمواطن دون فرض الرقابة عليه.

الجدول رقم 35: يوضح لماذا يعتبر المبحوثون صحافة المواطن إيجابية

النسبة المئوية	التكرار	
10%	5	أي مواطن آخر له الحق في الممارسة الإعلامية
8%	4	يظهر اندماج الطالب الجامعي مع الواقع إيجابيا ومواقفته الأحداث
10%	5	الإستقلالية والحرية والأنية في بث
12%	6	اثبات رأي كل طالب جامعي والتعبير بكل حرية
8%	4	التعبير عن الحياة الحقيقية للمواطن
12%	6	على حسب شخصية المواطن إذا كان يستخدمه من أجل المعرفة
6%	3	سهولة التواصل في نقل الأخبار والمعلومات الصحيحة والموثوقة
10%	5	اكتساب الخبرة وكون الطالب يتمتع بقدر عال من المعلومات
10%	5	يحفز على الاستقلالية الذاتية
86%	43	المجموع
100%	50	المجموع الكلي

من خلال الجدول السابق يتبين أن أغلب المبحوثين يرون أن صحافة المواطن إيجابية وذلك لامتلاك مواطن الحق في الممارسة الإعلامية، وتمتع الطالب الجامعي بقدر عال من المعلومات في نقل الأخبار ومواقفة الأحداث. فأكثر الإجابات التي كانت مكررة من طرف الكثير من

الطلبة هي إبداء الرأي، كما يرون أن المواطن الصحفي يقوم بنقل الحياة الحقيقية للمجتمع وذلك بسرعة وحرية، وكذا السهولة في نقل الأخبار والمعلومات عبر الفايس بوك. كل النسب متقاربة إذ تتراوح بين 6% و12%.

الجدول رقم 36: يوضح إن كانت إجابة المبحوثين سلبية نظر لصحافة المواطن

النسبة المئوية	التكرار	
2%	1	أصبح كل من فئات المجتمع صغيرة أو كبيرة يعطى أفكارا
4%	2	إنعدام أخلاقيات المهنة عبر موقع الفايس بوك
2%	1	الأخبار المتداولة تكون دائما غير صحيحة
2%	1	فرض القيود على الصحافة
4%	2	ليست هناك مصداقية في نقل المعلومات
14%	7	المجموع
100%	50	المجموع الكلي

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق أن المبحوثين يرون أن صحافة المواطن سلبية، أما هذا الجدول فإنه يوضح الأسباب التي جعلتهم يكونون هذا الرأي بخصوص صحافة المواطن. إذ يمكن القول إن هذه الأسباب تكمن في إتاحة الفرصة لكل فئات المجتمع كبيرة أو صغيرة لإعطاء الأفكار، عدم مصداقية الأخبار وصحة المعلومات المتداولة عبر الموقع نتيجة انعدام الرقابة، فلا يستندون إلى قوانين وأخلاقيات المهنة الصحفية عبر الفايس بوك على عكس الصحف التقليدية.

الجدول رقم 37: يوضح دور صحافة المواطن في توعية الرأي العام سلبيًا وإيجابًا

النسبة المئوية	التكرار	
44%	22	تلعب دورا إيجابيا
6%	3	لها دور إيجابي وسلبى في نفس الوقت
4%	2	لها دور إيجابي في توعية الرأي العام وتوجيهه أي قضايا مطروحة
6%	3	لها دور إيجابي في حين استخدمت بالوجه المطلوب
6%	3	لها دور سلبي لأنها تنعدم من الرقابة
10%	5	لها دور سلبي وهذا راجع إلى تداول معلومات بدون مصداقية
14%	7	لها دور إيجابي في توعية الرأي العام عبر التعليقات والمنشورات
10%	5	لها دور إيجابي لأنها تنطلق من مواطن إلى مواطن تلامسه
100%	50	المجموع

يوضح الجدول رأي المبحوثين حول دور صحافة المواطن في توعية الرأي العام، حيث يرى أغلب أفراد العينة أن صحافة المواطن تلعب دورا إيجابيا في توعية الرأي العام وذلك من خلال المنشورات والتعليقات، كما أنها تنطلق من مواطن إلى مواطن فتلامسه. هناك من يراها ذات دور إيجابي وسلبى في نفس الوقت وذلك بنسبة 6% وهذا راجع إلى صاحب المنشور، كما لها دورا سلبيًا وذلك بنسبة 10% وهذا يدل على انعدام الرقابة والمصداقية في نقل المعلومات عبر الموقع.

الجدول رقم 38: يوضح إمكانية تبني صحافة المواطن للقضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري

النسبة المئوية	التكرار	
96%	48	نعم
4%	2	لا
100%	50	المجموع

تبين لنا نتائج خلال الجدول أن أغلب أو يمكن القول تقريبا جميع أفراد العينة يرون أن صحافة المواطن تتبنى القضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري وذلك بنسبة 96%، وهذا يدل على أنها

تهتم بالأحداث التي تقع في المجتمع، فأغلب هذه القضايا نراها عبر المواقع بكل تفاصيلها بطريقة تجعل المطلع عليها يعيشها، وبالتالي فإنها جعلت من المجتمع الجزائري مجتمعا واحدا. فقط 4% من أفراد العينة يرون بأن صحافة المواطن لا تتبنى القضايا التي يعيشها للمجتمع الجزائري.

الجدول رقم 39: يوضح ما إن كان لصحافة المواطن مستقبلا وأبعادا وأهدافا

النسبة المئوية	التكرار	
90%	45	نعم
10%	5	لا
100%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 45% من المبحوثين يرون أن لصحافة المواطن مستقبلا وأبعادا وأهدافا، في حين يرى 19% منهم العكس.

صحافة المواطن في تطور حيث أن أغلب المواطنين يعتمدون وبكثرة على الأخبار التي تنشر عبر موقع الفاييس بوك وذلك لأنها تتسم بالأنية والفورية في نقل الأخبار والمعلومات.

الجدول رقم 40: يوضح ما إن كان لصحافة المواطن دورا في التنشئة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
90%	45	نعم
10%	5	لا
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن 90% أي ما يعادل 45 مفردة من المجموع الكلي يرون أن لصحافة المواطن دورا في التنشئة الاجتماعية، وهذا يدل على أنه بظهور الأنترنت والإعلام الجديد تغير المجتمع كثيرا، إذ أن أغلب المجتمعات تعتمد على الأنترنت في التواصل ونقل الأخبار. أما 10% فيعتقدون أنه لا علاقة لصحافة المواطن بالتنشئة الاجتماعية.

الجدول رقم 41: يوضح لنا كيفية ممارسة الطالب الجامعي لصحافة المواطن

النسبة المئوية	التكرار	
36%	18	بمهنية
64%	32	قريب من مهنية
100%	50	المجموع

بما أن عينة الدراسة عبارة عن طلبة الإعلام فإنهم يمارسون صحافة المواطن إما بمهنية أو بدرجة أقرب من المهنية وهذا متعلق بمدى معرفتهم لشروط وأخلاقيات هذا النشاط. فمن خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين أن 64% من المبحوثين يمارسون صحافة المواطن بدرجة قريبة من مهنية، ويمكن تفسير ذلك بكونهم يدرسون الإعلام. أما 36% فهم يمارسونها بمهنية وذلك لأنهم من أهل الإختصاص.

2- عرض النتائج العامة للدراسة

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية فيما يلي:

- بينت الدراسة أن معظم المبحوثين 48% يستخدمون الفايس بوك منذ مدة تقدر بـ 5 سنوات فما ويقضي 40% منهم مدة ساعة إلى ساعتين في استخدامهم للموقع.
- تشير النتائج إلى أن 56% من المبحوثين يفضلون الفترة الليلية لاستخدام الموقع، في حين أن 76% يفضلون استخدامه أثناء تواجدهم بالمنزل.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين 76% يفضلون استخدام موقع الفايس بوك لوحدهم، كما يميل 66% منهم لاستخدام اللغة العربية.
- كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة من المبحوثين، قدرت بـ 56%، يستعملون الهاتف الذكي كوسيلة لتصفح الموقع، وأن نسبة 68% منهم يتصفحونه أكثر من ثلاث مرات في اليوم.
- يفضل 68% من المبحوثين خدمة الدردشة في الفايس بوك، في حين أن 40% يفضلون خدمة التعليقات، أما مشاركة الصور والفيديوهات والروابط والتطبيقات فتفضلها نسبة 10%.

- كشفت الدراسة أن تقريبا كل المبحوثين منتمين إلى مجموعات معينة من خلال موقع الفاييس بوك حيث قدروا بنسبة 82%، وكان 48% منهم ينتمون إلى مجموعات إجتماعية.
- بينت الدراسة أن المحادثة الكتابية كانت أكثر الأساليب إستخداما من قبل المبحوثين في لنقل المعلومات ونشرها، حيث قدر عددهم بنسبة 58%. أما الإتصال بالصور والتعليقات فقد قدر عدد مستخدميها بنسبتي 22% و20% على التوالي.
- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين 80% يستخدمون موقع الفاييس بوك بدافع الإطلاع على الأخبار والمعلومات المحترف على لأخبار والمعلومات، 20% منهم يستخدمونه من أجل نقل المعلومات، 16% منهم رغبة في تكوين علاقات جديدة، و2% منهم من أجل التسلية.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين 68% يدخلون إلى موقع الفاييس بوك بهويتهم الحقيقية، في حين يستخدم 2% أسماء مستعارة.
- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين 38% يعتمدون على الفاييس بوك بصورة قليلة في تلقي المعلومات والأخبار، أما 32% فيعتمدون عليه بكثرة، بينما 30% منهم يعتمدون أحيانا على موقع الفاييس بوك في تلقي المعلومات.
- تبين من إجابات المبحوثين أن أهم المضامين والمنشورات التي يشاركونها عبر موقع الفاييس بوك عبارة عن كتابات وتعليقات بنسبة 58%، الصور بنسبة 44%، والأخبار بنسبة 28%.
- 54% من المبحوثين لم يشاركوا في أي نشاط تمت الدعوة إليه من خلال الفاييس بوك، 28% منهم أحيانا يدعون لممارسة نشاط معين عبره، في حين فقط 8% من المبحوثين يشاركون في ذلك.
- يتعامل 68% من المبحوثين مع مضامين ما يدوّن في موقع الفاييس بوك حسب صاحب المشاركة، في حين أن نسبة 22% تقوم بالبحث عن مصادر أخرى.
- أعرب 58% من المبحوثين على أن سبب اختيارهم لموقع الفاييس بوك دون غيره من المواقع يكمن في سهولة استخدامه.

- كشفت الدراسة أن 54% يرجحون حرية التعبير كأهم الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي، في حين أن 24% بسبب الرغبة في صناعة الخبر.
- كشفت الدراسة أن القدرة على التواصل مع الآخرين هي أكثر الموصفات التي ينبغي أن يتحلى بها المواطن الصحفي حيث بلغت نسبة قدرت بـ 42% ثم الإستقلالية والجرأة بنسب متقاربة.
- توصلت الدراسة إلى أن موقع الفايس بوك ساهم في تحويل سلوك المواطن من متلقي إلى منتج من خلال الحرية المتاحة له عبر الموقع بنسبة 38% ولانعدام الرقابة بنسبة 24%.
- أكد 60% من المبحوثين أنهم لم يتعرضوا لمضايقات أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة، أما 34% منهم تعرضوا لها. كانت أغلب هذه المضايقات عبارة عن تهديد باختراق الحساب وغلقه بنسبة 10%، والسبب والشتم بنسبة 6%.
- صرّح 64% من المبحوثين أن ما يحققه لهم الفايس بوك من إشباعات صحفية كانت مكملة لتلك التي يتحصل عليها من الإعلام القديم، أما 36% رأوا بأنها تختلف عنها.
- يتوقع 64% من المبحوثين أنهم سيزيدون من نسبة مشاركتهم في نقل المعلومات عبر الفايس بوك، وبالمقابل 22% ينوون أن يتركوها كما هي في الوقت الحالي. أما 14% فإنهم يفكرون في التقليل منها.
- يتبين من خلال النتائج أن 76% من المبحوثين يعتبرون المشاركات عبر الفايس بوك عملية تكاملية للإعلام القديم كونه شكلا من أشكال الصحافة المعترف بها.
- توصلت الدراسة إلى أن 86% من المبحوثين يقرون بالدور الإيجابي لصحافة المواطن، إذ أنه من حق أي مواطن أن يمارس الإعلام بـ 10%. أما 14% يرونها سلبية لأنه لا مصداقية في نقل الأخبار بـ 4%.
- وضحت الدراسة أن لصحافة المواطن دور إيجابي في توعية الرأي العام بنسبة 44%.
- عبّر 96% من المبحوثين أن صحافة المواطن تتبنى القضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري.

- توصلت الدراسة إلى أن 90 % من المبحوثين يرون أن لصحافة المواطن مستقبل وأبعاد وأهداف.
- أكد 90 % من المبحوثين أن لصحافة المواطن دور كبير في التنشئة الاجتماعية.
- كشفت الدراسة أن 64 % من المبحوثين يمارسون صحافة المواطن كونهم قريبون من المهنة ويدرسون في قسم الإعلام.

3- النتائج في ضوء الفرضيات

- الفرضية رقم 1:** استخدام الطالب الجامعي لموقع الفاييس بوك بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات.
- أثبت الجدول 17 أن أغلب المبحوثين يستخدمون الفاييس بوك بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات بنسبة 80%.
- الفرضية رقم 2:** استخدام الطالب الجامعي لموقع الفاييس بوك وخدماته باللغة العربية.
- أثبت الجدول رقم 8 أن 66% من المبحوثين يستخدمون اللغة العربية أثناء تصفحهم للفايس بوك.
- الفرضية رقم 3:** الإشباع المحققة من خلال استخدام الطالب الجامعي لموقع الفاييس بوك هي نشر المعلومات والصور وتبادل الآراء والأفكار.
- أثبتت الدراسة أن معظم المبحوثين يحققون الإشباع من خلال استخدام موقع الفاييس بوك التي تتمثل في نشر المعلومات وتبادل الأفكار والصور.
- الفرضية رقم 4:** اتجاه الطالب الجامعي لصحافة المواطن، اتجاه توعية الرأي العام.
- أثبت الجدول 37 أن 44% من المبحوثين يشيدون بالدور الإيجابي لصحافة المواطن في توعية الرأي العام.

4- نتائج الدراسة على ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع

في ضوء ما طرحته نظرية الاستخدامات والإشباع أن الطالب الجامعي يستخدم ويمارس صحافة المواطن لإشباع رغبات كامنة لديه، وهو الذي يحدد نوع المضمون أو الخبر الذي يرغبه، وأن وسائل الإعلام القديمة لم تعد كافية في تلبية حاجاته وإشباع رغبته، كما بينت

النظرية أن الفرد لديه قدرة كافية على تشخيص دوافعه وتلبية رغباته، كانت تلك الحاجات بيولوجية أو نفسية، وعليه فإن 64% من المبحوثين أن ما يتحقق لهم من إشباعات صحفية من استخدام الفايس بوك، كما بينت لنا من خلال النتائج أن المبحوثين وبنسبة 76% أكدوا أن ما تنقله وسائل الإعلام التقليدية غير كافية في إشباع رغباته وتلبية حاجاته، وأن صحافة المواطن تعد عملية تكاملية لها ومصدر لها كون صحافة المواطن شكل من أشكال الصحافة، كما عبر 58% من المبحوثين عن سبب إختيار موقع الفايس بوك دون غيره من المواقع لسهولة استخدامه والرغبة في صناعة الخبر بحرية عبر المواقع الإجتماعية عامة وموقع الفايس بوك خاصة، و54% من المبحوثين أكدوا ذلك كما توصلت الدراسة أن موقع الفايس بوك ساهم في تحويل سلوك المواطن من متلقي إلى منتج من خلال الحرية المتاحة عبر المواقع. و 38% وانعدام الرقابة ب24%، وقد أكد المبحوثين أن الدافع من استخدام الفايس بوك هو معرفة الأخبار، حيث يفضل 68% خدمة الدردشة ومشاركة الصور والفيديوهات والإطلاع على آراء و تعليقات الآخرين حول موضوعات تلمي رغبتة وهي الدوافع التي جعلته يلجأ لموقع الفايس بوك .

وأیضا في ضوء ما تقرضه نظرية الاستخدامات والإشباعات من أن المواطن الصحفي يشارك بتفاعله ويستخدم موقع الفايس بوك لتحقيق أهداف مقصودة تلمي حاجاته. حيث أظهرت نتائج الدراسة أن 82% من المبحوثين ينتمون إلى مجموعات معينة وذلك من أجل تلبية كل رغباته وأن أغلب المبحوثين يستخدمون بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات حيث أن رغبة الطالب في تعرض للمواقع الإجتماعية في ممارسة صحافة المواطن حتى يشبع رغباتهم وأیضا لدوافع احتياجاتهم.

5- التوصيات والإقتراحات

- على المؤسسات الإعلامية أن تبدأ بالتعامل مع صحافة المواطن على أنها شكل من أشكال الإعلام الذي لم ولن يلغي وجودها الإعلام القديم، بل تكون مكملة له حيث تعتبر مصدرا للإعلام التقليدي.
- يجب على وسائل الإعلام والعاملين فيها تقبل أمر الواقع الذي أثبت أن صحافة المواطن أداة مهمة في إيصال المعلومات إلى الآخرين، خاصة في غياب الإعلام التقليدي والتعليم

الإعلامي، ومنع الصحفيين من التغطية في مناطق شهدت حركات سياسية وشعبية لأن الصحافة التقليدية مقيدة بقوانين لا يجب تخطيها، وبالتالي فإن صحافة المواطن هي التي توجهه في تغطية الحركات السياسية والشعبية، وبالتالي أثبتت موقعها كمرادف أو كبديل في بعض الأحيان للإعلام التقليدي.

- على المؤسسات الإعلامية الإهتمام بقطاع الإعلام البديل وبالطلبة الذين يمارسون مهنة الصحافة كموهبة كونهم قريبون من المهنة، وذلك من خلال وضع ضوابط لحماية الملكية الفكرية على الأنترنت.

- الوقوف بجانب الكيانات التنظيمية الجديدة التي تضم العاملين في مجال الإعلام الإلكتروني.

- يجب الإحاطة من قبل كافة المعنيين بالشأن الإعلامي والصحفي بحقيقة أن وسائل الإعلام أصبح بحق قوة إقتصادية وإجتماعية تؤثر على مجتمعاتنا، وهو ما يدعو إلى المراقبة وتوخي الحذر في إرسال واستلام المادة الإعلامية عبر المواقع الإجتماعية خاصة موقع الفاييس بوك. فليس كل ما يقال حقيقة وعليه توصي تلك المواقع التأكد من مصداقية الرسائل التي يرسلونها للمواطنين الصحفيين قبل قبولها ونشرها.

- نوصي بالإهتمام بحقوق المواطنين الصحفيين المعنوية من قبل زملائهم في الإعلام التقليدي، وتوفير الإمكانيات المادية والمعنوية التي تساعد الجادين والذين يمارسون الصحافة بمهنية الإستمرار في هذا العمل وذلك بتزويدهم بأدوات تدريسية وتعليمية.

الخاتمة

الخاتمة

كان اختيارنا لهذه الدراسة " واقع صحافة المواطن عبر الفاييس بوك لدى الطلبة الجزائريين " على أساس ضرورة معرفة دور الطلبة في تفعيل صحافة المواطن لا سيما موقع الفاييس بوك باعتباره أحد أهم أنواع الشبكات الإجتماعية بتطبيقاته المتعددة كإحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في تطوير صحافة المواطن، إنطلاقاً من قدرة مواقع التواصل الإجتماعي عموماً وموقع الفاييس بوك خاصة في جذب الجماهير من مختلف الشرائح وكذلك تنوع أشكاله ومضامينه.

حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الأنترنت محصور في دائرة رجوع الصدى للمحتوى الذي يتم بثه أو نشره من خلال المواقع الإعلامية الإلكترونية. ومن هنا تأتي ضرورة التأكيد على واقع صحافة المواطن ودوره في التفاعل عبر المواقع الإجتماعية عامة وموقع الفاييس بوك خاصة كظاهرة بارزة على الصعيد الإعلامي.

ومن هنا جاءت دراسة واقع صحافة المواطن لدى الطلبة الجزائريين متخذة موقع الفاييس بوك كموقع للدراسة بغية الكشف عن صحافة المواطن عبر الفاييس بوك، بناء على أنماط ودوافع الإستخدام، وكذا الأشاعات المحققة للمواطنين الصحفيين. وقد خلصت الدراسة ان موقع الفاييس بوك يساهم في صناعة مواطن صحفي من خلال سهولة وسرعة ومميزات الموقع وسمياته وانتشاره الواسع وسط الجماهير. والإمتيازات التي يمنحها للطلاب الجامعي حيث مكنه من كتابة وإنتاج مضامين إعلامية حتى وإن لم يكن صحفي مهني ونشرها على الموقع.

قائمة المراجع الكتب:

1. أبو العطاء، مجدي محمد، (2010)، التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، علوم الحاسب، القاهرة.
 2. إحسان محمد الحسين (2015)، مناهج البحث الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان.
 3. بخيري رضوان، (2014)، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر.
 4. بسام عبد الرحمان المشابقة، (2011)، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
 5. بن لباد سالم، (2020)، صحافة المواطن النسأة والتطور، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 8، (العدد 2).
 6. خديجة الرحية، صحافة المواطن، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص2.
 7. الدليمي عبد الرزاق، (2002)، إشكاليات الاتصال والإعلام في العالم الثالث، ط1، دار المكتبة الرائد العلمية، الأردن.
 8. شقرة خليل علي، (2013)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
 9. الطائي مصطفى حميد، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، 2002.
 10. عباس مصطفى صادق، (د ت)، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع.
 11. عبيدات، دوقان وآخرون (2012)، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان.
 12. العربي بلقاسم، فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
-

قائمة المراجع

13. غالب كاظم جواد الدعيمي، (2017)، الإعلام الجديد إعتماذية متصاعدة ووسائل متجددة، أمجد للنشر والتوزيع.
14. قندجيلي، عامر إبراهيم، (2010)، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.
15. مبارك بن زعير، (2017)، اتجاه الصح للاعتماذ على صحافة المواطن، معهد الجزيرة، قطر.
16. محمد سيد ريان، (2012)، الإعلام الجديد، القاهرة، الأهرام للنشر والتوزيع، ص 37.
17. محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، ط2، الكتاب العربي للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
18. مصطفى محمد موسى، (2003)، المراقبة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، مصر، دار الكتب والوثائق.
19. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبة للنشر والتوزيع، 2006.

المجلات:

1. أبو زيد أحمد، (2011)، الشبكات الاجتماعية، مجلة العربي (العدد 627)، ص 35 - 36.
2. بن لباد سالم، (2020)، صحافة المواطن النساء والتطور، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 8، (العدد 2).
3. زاهر راقي، (2013)، استخدام مواقع التواصل العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية.
4. صادق رابح (2008)، المواطن بين الخطابات الإحتفالية والرؤى المعارضة، المجلة الجزائرية في علوم الإعلام والاتصال (العدد 21).
5. علاونة حاتم سليم، (2017)، صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 2.
6. عيوب محمد أمين، (سبتمبر 2015)، صحافة المواطن من متلقي إلى منتج المضامين الإعلامية، مجلة البحوث العلاقات العامة (العدد الثامن).

7. مي العبد الله (2014)، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (ط1)، بيروت لبنان، دار النهضة العربية.

الرسائل العلمية:

1. بلباله مرزاقه، (2019)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال (رسالة ماستر)، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
2. بلباي فطوم، لمربي فاطمة الزهراء، (2016-2017)، إتجاهات أساتذة الإعلام بجامعة المسيلة نحو صحافة المواطن، مذكرة ماستر بكلية العلوم الإنسانية لجامعة محمد بوضياف المسيلة.
3. بلعربي سمية، فيخ فاطمة، (2016)، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فايس بوك" - دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية واريان الجديدة ولاية غيليزان، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
4. بن شعبان نجم الدين، يوسف بوجمعية (2016-2018)، اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن (مكملة لشهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل.
5. بوالقابول فاطمة، قسيمة نهال، (2016-2017)، تطبيقات الإعلام الجديد في المؤسسة الإعلامية، (ماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل.
6. بوعزيز حنان (2015)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن (مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهدي أم البواقي.
7. ترتيم زهدي يوسف خاطر، (2015)، اعتماد طيلة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي في غزة، (رسالة ماجستير)، الجامعة الإسلامية.

قائمة المراجع

8. الحلوة خالد بن عبد الله (2012)، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، البحث مقدم في المنتدى السنوي السادس، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام.
9. حمداوي عمر، صحافة المواطن والإعلام التقليدي مراحلها علاقة تكامل أم تنافس؟، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
10. فادن غالية، (2019)، أثر تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإستراتيجية (رسالة ماستر) جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية - قسم علوم التسيير.
11. كامل إسماعيل حنان (2011-2012)، دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي، الأردن والكويت ومصر نموذج (الماجستير في الإعلام)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- ممدوح عبد الله، (2011-2012)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (الماجستير في الإعلام) كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط
12. منصور محمد زهية أحمد، (أكتوبر 2018)، دور صحافة المواطن في تفعيل القضايا الاجتماعية لدى طلاب الجامعات- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية (العدد الخمسون).
13. موسى نبيل سمير (2011)، إشكالية تحديد حجم العينة في الدراسات الاقتصادية والاجتماعية، شهادة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، جامعة وهران.

الموسوعات:

1. الرحبة خديجة، (2020)، صحافة المواطن من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، موسوعة الجامعة <https://pedia.svuonline.org/>.
2. بسام عبد الرحمان المشابقة، (2011)، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
3. عباس مصطفى صادق، (2005)، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، جامعة الشارقة.
4. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخل النظرية وخصائصها العامة.

المواقع:

1. الإعلام والصحافة، حقوق النشر في [https:// De.23akabi.com](https://De.23akabi.com) proposé تاريخ الدخول 2021-05-24 على الساعة 18.21
2. صهيب شلبي، الموضوع أكبر موقع عربي بالعالم <https://mawdoo3.com> آخر تحديث 8.5.9. أبريل 2019 تاريخ الدخول 2021-05-25 على الساعة 10.30
3. لبنى مهدي، سمات وملامح صحافة المواطن <https://De.23akabi.com> تاريخ الدخول 2021-05-25 على الساعة 11.24
4. ويكيبيديا <https://drm.wikipedia.otg/w//> آخر تعديل تم قبل 3 أشهر بواسطة

Jak1207

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة المطبوعة والإلكترونية

ماستر II

استمارة بحث على العينة

عنوان المذكرة:

واقع صحافة المواطن عبر الفايبروك لدى الطلبة الجزائريين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل

الأستاذ المشرف:

* مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

- شويط خولة

- رايس بشرى

السنة الجامعية: 2020-2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

- (1) الجنس: ذكر أنثى
- (2) السن: 18، 23 24-، 29 30 فما فوق
- (3) المستوى التعليمي: سنة ثانية ليسانس سنة ثالثة ليسانس سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر
- (4) نوع الإقامة: داخلي خارجي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي لموقع الفايسبوك

- (5) منذ متى تستخدم الفايسبوك؟ أقل من من سنة إلى 4 سنوات من 5 سنوات فما فوق
- (6) ما هي الفترة المفضلة لديك لتتصفح الموقع؟ الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية
- (7) ما هو الوقت الذي تستغرقه في استخدام موقع الفايسبوك؟ أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من أربع ساعات حسب الحاجة
- (8) ما هي اللغة التي تستخدمها عند استخدام موقع الفايسبوك؟ العربية الفرنسية الإنجليزية
- (9) ما هي الوسيلة المفضلة التي تستخدم بها موقع الفايسبوك؟ الهاتف الذكي - اللوح الإلكتروني جهاز الحاسوب
- (10) ما هو المكان المفضل لاستخدام الفايسبوك؟ مقهى الأنترنت الجامعة المنزل مكان آخر
- (11) هل تستخدم فايسبوك؟ لوحدك مع الأصدقاء مع أفراد العائلة
- (12) تتصفح حسابك على الفايسبوك في اليوم؟ مرة واحدة من مرتين إلى ثلاث مرات أكثر من ثلاث مرات
- (13) ما هي خدمات الفايسبوك المفضلة لديك؟ مشاركة الصور مشاركة الروابط التطبيقات مشاركة الفيديو الدردشة التعليقات
- (14) هل أنت عضو في مجموعة معينة على الفايسبوك؟ نعم لا
- (15) إذا كانت إجابتك بـ "نعم" فهل هذه المجموعات؟ سياسية اجتماعية ترفيهية ثقافية
- أخرى تذكر

16) ما هي الأساليب التي تستخدمها لنقل الأخبار عن الفايسبوك؟

المحادثة الكتابية الاتصال بالصور التعليقات

المحور الثالث: دوافع استخدام المواطن الصحفي لموقع الفايسبوك

17) ما هي دوافع استخدامك لموقع الفايسبوك؟

نقل الأخبار والمعلومات تعرف عن الأخبار والمعلومات ربط علاقات جديدة
أخرى تذكر.....

18) هل تدخل إلى حسابك على الفايسبوك بإسمك الحقيقي أو بإسم مستعار؟

إسمك الحقيقي إسم مستعار

19) هل تعتمد على موقع الفايسبوك في استقاء المعلومات والأخبار؟

أعتمد بكثرة أعتد قليلا أحيانا

20) ما هي أهم مضمات المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفايسبوك؟

كتابات وتعليقات صور فيديوهات

مقالات أخبار

21) هل شاركت في نشاط أو حدث دُعيت إليه عبر موقع الفايسبوك؟

دائما أبدا أحيانا

المحور الرابع: الإشباعات المحققة لدى الطلبة من خلال استخدام الفايسبوك في صحافة المواطن

22) كيف تتعامل مع مضمات ما يدون في موقع الفايسبوك؟

تصدقه وتثق به لا تصدقه حسب صاحب المشاركة
تبحث عن مصادر أخرى

23) على أي أساس تختار موقع فايسبوك لنقل المعلومات والأخبار دون غيره من المواقع؟

سهولة استخدامه خصوصية الموقع قوة انتشاره

24) ما هي الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي حسب رأيك؟

- شعور المواطن بعدم استقلالية الإعلام

- حرية عبر المواقع الاجتماعية

- الرغبة في صناعة الخبر

25) ما هي الموصفات التي ينبغي أن يتسم بها المواطن في ممارسة المهنة الصحفية؟

الاستقلالية الجرأة القدرة على التواصل مع الآخرين

26) ساهم الفايسبوك في تحويل سلوك المواطن من متلقي إلى منتج من خلال؟

الحرية المتاحة عبر الموقع انعدام الرقابة

27) كمواطن صحفي هل سبق لك أن تعرضت لأي نوع من المضايقات؟

نعم لا

(28) إذا كانت إجابتك ب "نعم" ما نوع هذه المضايقات؟

(29) هل ما يتحقق لك من إشباعات صحفية من استخدامك للفايسبوك؟

- تختلف عن تلك التي تحصل عليها من الإعلام القديم
- مكملة لتلك التي تحصل عليها من الإعلام القديم

(30) هل تتوي مستقبلا من خلال الفاييسبوك؟

- أن تزيد من مشاركتك في نقل المعلومات
- أن تترك مشاركتها على حالها
- أن تقلل من مشاركتها في نقل المعلومات

(31) هل تعتقد أن المشاركات عبر موقع الفاييسبوك عملية تكاملية للإعلام القديم؟

- نعم لا

(32) إن كانت إجابتك بـ "نعم" فهل ذلك؟

- يعتبر مصدر للإعلام التقليدي
- كونه شكل من أشكال الصحافة المعترف بها

(33) إن كانت إجابتك بـ "لا" فهل ذلك؟

- متناقض للإعلام التقليدي
- يعد كيانا للإعلام التقليدي

المحور الخامس: استخدام الطالب الجامعي لصحافة المواطن إيجابيا أو سلبيا.

(34) ما هي نظرتك لصحافة المواطن؟ إيجابية سلبية

(35) إذا كانت إجابتك "إيجابية" لماذا؟

(36) إذا كانت إجابتك "سلبية" لماذا؟

(37) هل ترى أن لصحافة المواطن دور إيجابي أم سلبي في توعية الرأي العام؟

(38) برأيك هل ترى صحافة المواطن تبني القضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري؟

- نعم لا

(39) هل لصحافة المواطن مستقبل وأبعاد وأهداف؟

- نعم لا

(40) هل لصحافة المواطن دور في التنشئة الاجتماعية؟

- نعم لا

(41) هل كان اختيار المواطن الصحفي قائما على أسس؟

- مهنية قريبة من المهنية

الجنس

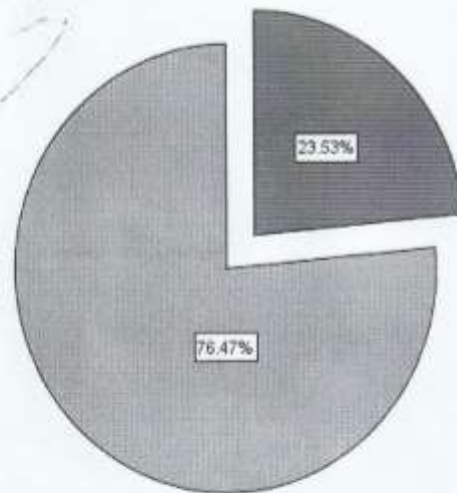
Statistiques

الجنس		
N	Valide	51
	Manquant	0

الجنس					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	12	23.5	23.5	23.5
	انثى	39	76.5	76.5	100.0
Total		51	100.0	100.0	

الجنس

ذكر
 انثى



السن

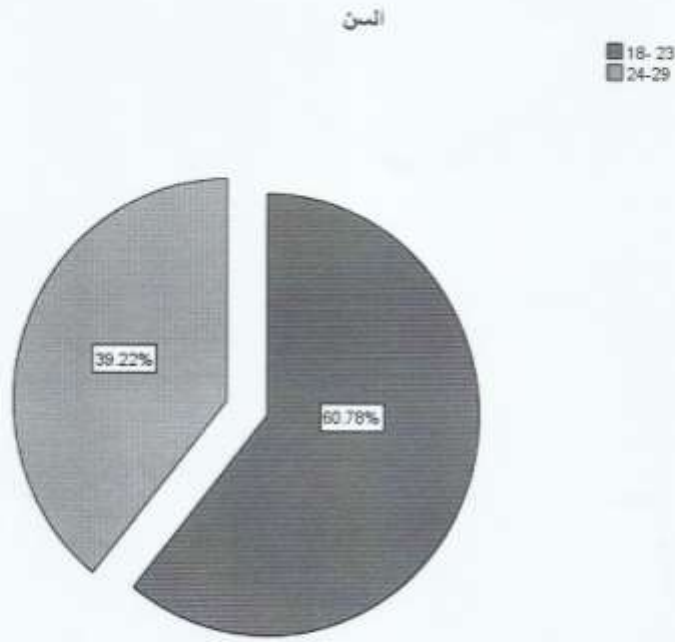
Statistiques

السن

N	Valide	51
	Manquant	0

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18-23	31	60.8	60.8	60.8
	24-29	20	39.2	39.2	100.0
Total		51	100.0	100.0	



المستوى التعليمي

Statistiques

المستوى التعليمي

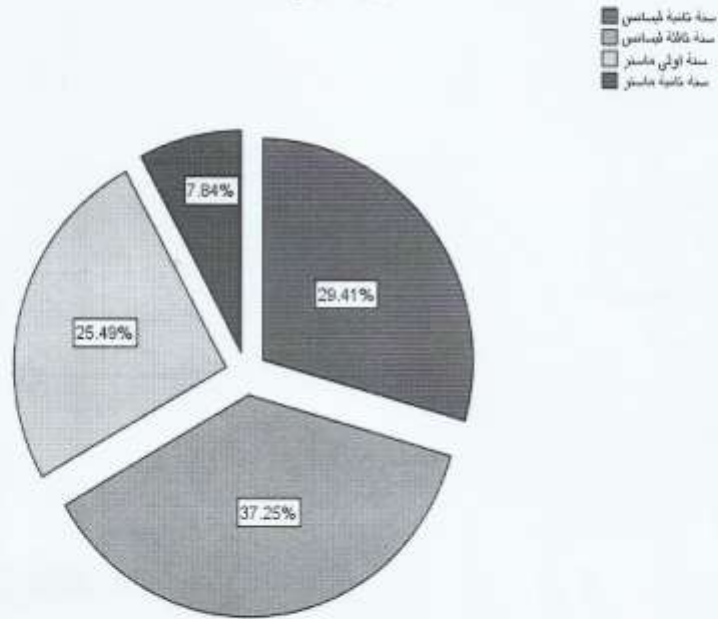
N	Valide	51
	Manquant	0

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة ثانية ليسانس	15	29.4	29.4	29.4
Valide سنة ثالثة ليسانس	19	37.3	37.3	66.7

سنة أولى ماستر	13	25.5	25.5	92.2
سنة ثانية ماستر	4	7.8	7.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

المستوى التعليمي



نوع الإقامة

Statistiques

نوع الإقامة		
N	Valide	51
	Manquant	0

نوع الإقامة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	داخلي	24	47.1	47.1	47.1
	خارجي	27	52.9	52.9	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

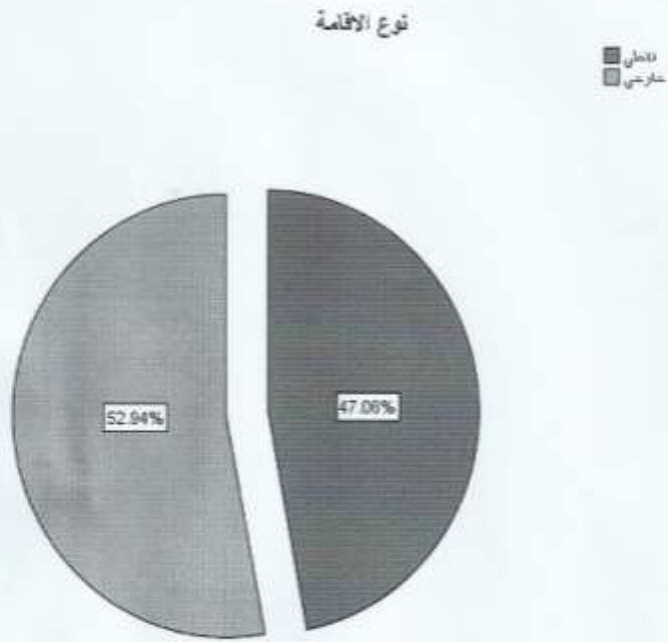


Table de fréquences

متى تستخدم الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من سنة	4	7.8	7.8	7.8
	من سنة إلى 4 سنوات	22	43.1	43.1	51.0
	من 5 سنوات فما فوق	25	49.0	49.0	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هي الفترة المفضلة لديك للتصفح الموقع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الفترة الصباحية	7	13.7	13.7	13.7
	الفترة المسائية	15	29.4	29.4	43.1
	الفترة الليلية	29	56.9	56.9	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هو الوقت الذي تستغرقه في استخدام موقع الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من ساعة	11	21.6	21.6	21.6
	من ساعة إلى ساعتين	21	41.2	41.2	62.7
	أكثر من أربع ساعات	3	5.9	5.9	68.6
	خدمت الحاجة	16	31.4	31.4	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هي اللغة التي تستخدمها عند استخدام الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	العربية	34	66.7	66.7	66.7

الفرنسية	13	25.5	25.5	92.2
الانجليزية	4	7.8	7.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي الوسيلة المفضلة التي تستخدم بها موقع الفيس بوك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validهاتف النكي	17	33.3	33.3	33.3
اللوحة الالكترونية	28	54.9	54.9	88.2
جهاز الحاسوب	6	11.8	11.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هو المكان المفضل لاستخدام الفيس بوك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validمقهى الانترنت	4	7.8	7.8	7.8
الجامعة	8	15.7	15.7	23.5
المنزل	39	76.5	76.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل تستخدم الفيس بوك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validلوحك	39	76.5	76.5	76.5
مع الاستقاء	10	19.6	19.6	96.1
مع افراد العائلة	2	3.9	3.9	100.0
Total	51	100.0	100.0	

تتصفح حسابك على الفيس بوك في اليوم

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validمرة واحدة	6	11.8	11.8	11.8
من مرتين الى ثلاث مرات	10	19.6	19.6	31.4
اكثر من ثلاث مرات	35	68.6	68.6	100.0

12

Total	51	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ مشاركة الصور

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	15	29.4	29.4	29.4
لا	36	70.6	70.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

13

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ مشاركة الروابط

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	5	9.8	9.8	9.8
لا	46	90.2	90.2	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ التطبيقات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	5	9.8	9.8	9.8
لا	46	90.2	90.2	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ مشاركة الفيديو

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	10	19.6	19.6	19.6
لا	41	80.4	80.4	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ الدردشة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valide	نعم	34	66.7	66.7	66.7
	لا	17	33.3	33.3	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هي خدمات الفيس بوك المفضلة لديك؟ التطبيقات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	20	39.2	39.2	39.2
	لا	31	60.8	60.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

هل انت عضو في مجموعة معينة على الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	41	80.4	80.4	80.4
	لا	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

إذا كانت اجابتك بنعم فهل هذه المجموعات مسيحية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	51	100.0	100.0	100.0

إذا كانت اجابتك بنعم فهل هذه المجموعات اجتماعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	24	47.1	47.1	47.1
	لا	27	52.9	52.9	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

إذا كانت اجابتك بنعم فهل هذه المجموعات ترفيهية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	نعم	21	41.2	41.2	41.2
	لا	30	58.8	58.8	100.0
Total		51	100.0	100.0	

إذا كنت اجابك بنعم فهل هذه المجموعات كافية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	14	27.5	27.5	27.5
	لا	37	72.5	72.5	100.0
Total		51	100.0	100.0	

إذا كنت اجابك بنعم فهل هذه المجموعات، أخرى تذكر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		43	84.3	84.3	84.3
	تجارية	1	2.0	2.0	86.3
	تعليمية	4	7.8	7.8	94.1
	تقنية	1	2.0	2.0	96.1
	رياضية	1	2.0	2.0	98.0
	رياضية	1	2.0	2.0	100.0
Total		51	100.0	100.0	

ماهي الأساليب التي تستخدمها لنقل الاخبار على القيس بوك؟ المحادثة الكتابية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	29	56.9	56.9	56.9
	لا	22	43.1	43.1	100.0
Total		51	100.0	100.0	

ماهي الأساليب التي تستخدمها لنقل الاخبار على القيس بوك؟ الاتصال بالصوت

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	11	21.6	21.6	21.6
	لا	40	78.4	78.4	100.0

Total	51	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

ما هي الأساليب التي تستخدمها لنقل الأخبار على الفيس بوك؟ التعليقات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	14	27.5	27.5	27.5
لا	37	72.5	72.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مواقع استخدامك لموقع الفيس بوك؟ نقل الاخبار والمعلومات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	10	19.6	19.6	19.6
لا	41	80.4	80.4	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مواقع استخدامك لموقع الفيس بوك؟ تعرف عن الاخبار والمعلومات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	40	78.4	78.4	78.4
لا	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مواقع استخدامك لموقع الفيس بوك؟ ربط علاقات جديدة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	8	15.7	15.7	15.7
لا	43	84.3	84.3	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مواقع استخدامك لموقع الفيس بوك؟ اُخرى تذكر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valide	50	98.0	98.0	98.0
التسالية	1	2.0	2.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل تدخل الي حسابك على الفيس بوك باسمك الحقيقي او باسم مستعار

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide اسمك الحقيقي	35	68.6	68.6	68.6
اسم مستعار	16	31.4	31.4	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل تعتمد على موقع الفيس بوك في استقاء المعلومات والاخبار

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide اعتمد بكثرة	16	31.4	31.4	31.4
اعتمد قليلا	20	39.2	39.2	70.6
لا اعتمد	15	29.4	29.4	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مضامين المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفيس بوك؟ كتابات وتعليقات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	29	56.9	56.9	56.9
لا	22	43.1	43.1	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مضامين المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفيس بوك؟ صور

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	22	43.1	43.1	43.1
لا	29	56.9	56.9	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي مضامين المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفيس بوك؟ فيديوهات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	11	21.6	21.6	21.6
	لا	40	78.4	78.4	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هي مضامين المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفيس بوك؟ مقالات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	2	3.9	3.9	3.9
	لا	49	96.1	96.1	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

ما هي مضامين المنشورات التي تشاركها عبر صفحتك على الفيس بوك؟ اخبار

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	14	27.5	27.5	27.5
	لا	37	72.5	72.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

هل شاركت في نشاط او حدث دعيت اليه عبر موقع الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	4	7.8	7.8	7.8
	ابدا	27	54.9	54.9	62.7
	احيانا	19	37.3	37.3	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

كيف تتعامل مع مضامين ما بدون في موقع الفيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تصدقه وتلق به	1	2.0	2.0	2.0

لا تصدقه	5	9.8	9.8	11.8
حسب صاحب المشاركة	34	66.7	66.7	78.4
تبحث عن مصادر اخرى	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

على اي اساس تختار موقع فايبيوك لتلق المعلومات والاختبار دون غيره من المواقع

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides سهولة استخدام	29	56.9	56.9	56.9
خصوصية الموقع	9	17.6	17.6	74.5
قوة انتشاره	13	25.5	25.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي الاسباب التي صنعت المواطن الصحفي حسب رايك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides شعور المواطن بعدم استقلالية الاعلام	11	21.6	21.6	21.6
حرية عبر المواقع الالكترونية	28	54.9	54.9	76.5
الرغبة في صناعة الخبر	12	23.5	23.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ما هي الموصفات التي ينبغي ان يتسم بها المواطن في ممارسة المهنة الصحفية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides الاستقلالية	16	31.4	31.4	31.4
الجرأة	13	25.5	25.5	56.9
القدرة على التواصل مع الآخرين	22	43.1	43.1	100.0
Total	51	100.0	100.0	

ساهم الفيس بوك في تحويل سلوك المواطن من متلقي الي منتج من خلال

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides الحرية المتاحة عبر الموقع	39	76.5	76.5	76.5
انعدام الرقابة	12	23.5	23.5	100.0

Total	51	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

كمواطن صحفي هل سبق لك ان تعرضت لاي نوع من المضايقات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	17	33.3	33.3	33.3
لا	34	66.7	66.7	100.0
Total	51	100.0	100.0	

إذا كانت اجابتك بنعم ما نوع هذه المضايقات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	37	72.5	72.5	72.5
ازعاجات	1	2.0	2.0	74.5
اساءة وكلام فاحش	1	2.0	2.0	76.5
الابلاغ	1	2.0	2.0	78.4
التعرض	1	2.0	2.0	80.4
التعرض الى ابلاغات على الحساب الشخصي	1	2.0	2.0	82.4
التهديد والاستغزاز	1	2.0	2.0	84.3
التهديد والتحرش عندي بسبب مشورتي	1	2.0	2.0	86.3
السب و التهم	1	2.0	2.0	88.2
تفغلات بعض الاشخاص من خلال التعليقات والمشورات	1	2.0	2.0	90.2
تهديد بانتراق الحساب	1	2.0	2.0	92.2
تهديد بفك الحساب	1	2.0	2.0	94.1
سيادية	1	2.0	2.0	96.1
عدم تقبل الرأي	1	2.0	2.0	98.0
مناقشة كلامية	1	2.0	2.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل ما يتعلق لك من اشاعات صحفية من استخدامك للتيس بوك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	تختلف عن تلك التي تحصل عليها من الاعلام القديم	18	35.3	35.3	35.3
	مكاملة تلك التي تحصل عليها من الاعلام القديم	33	64.7	64.7	100.0
Total		51	100.0	100.0	

هل تنوي مستقبلا من خلال القيس بوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ان تريد من مشاركتك في نقل المعلومات	32	62.7	62.7	62.7
	ان تترك مشاركتها على حالها	12	23.5	23.5	86.3
	ان تنقل من مشاركتها في نقل المعلومات	7	13.7	13.7	100.0
Total		51	100.0	100.0	

هل تعتقد ان المشاركات عبر موقع القيس بوك عملية تكاملية للإعلام القديم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	38	74.5	74.5	74.5
	لا	13	25.5	25.5	100.0
Total		51	100.0	100.0	

ان كانت اجابتك بنعم فهل ذلك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بحتر مصدر للاعلام التقليدي	12	23.5	30.8	30.8
	كونه شكل من اشكال الصحافة المعترف بها	27	52.9	69.2	100.0
Total		39	76.5	100.0	
Manquant	Système	12	23.5		
Total		51	100.0		

ان كانت اجابتك ب"لا" فهل ذلك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valide	متفانين للإعلام التقليدي	8	15,7	61,5	61,5
	يعد كيارا للإعلام التقليدي	5	9,8	38,5	100,0
	Total	13	25,5	100,0	
Manquant	Système	38	74,5		
Total		51	100,0		

ما هي نظرتك لصحافة المواطن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	إيجابية	44	86,3	86,3	86,3
	سلبية	7	13,7	13,7	100,0
Total		51	100,0	100,0	

إذا كانت اجابتك "إيجابية" لماذا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		15	29,4	29,4	29,4
	أي مواطن آخر له الحق في ممارسة الإعلام	1	2,0	2,0	31,4
	إيجابيا إذ يظهر إنتاج الطلاب الجامعي مع الواقع و موليته للأحداث	1	2,0	2,0	33,3
	الإستقلالية و الحرية و الأنية في بث الأخبار	1	2,0	2,0	35,3
	الإعتماد على مصادر جديدة لم تتعود عليها من قبل	1	2,0	2,0	37,3
	تثبيت رأي كل طالب جامعي والتعبير بكل حرية	1	2,0	2,0	39,2
	تعر عن الحياة الحقيقية للمواطن	1	2,0	2,0	41,2
	تعطي حرية التعبير و الحرية في نشر و تبادل الأخبار و المعلومات	1	2,0	2,0	43,1
	تقدم أخبار صحيحة و موضوعية	1	2,0	2,0	45,1
	تنقل الأخبار و معلومات صحيحة و موثوقة	1	2,0	2,0	47,1
	سهولة التواصل	1	2,0	2,0	49,0
	على حسب شخصية المواطن إذا كان يستخذه من أجل المعرفة ونقل ونشر المعلومات	1	2,0	2,0	51,0

لأنه تكون أخبار شاملة	1	2.0	2.0	52.9
لأنها تجعل المواطن ينشر أخبار بسهولة و يحصل عليها و نشرها عبر الفيسبوك	1	2.0	2.0	54.9
لأنها تنشر أخبار بدون قيود و حرية في الرأي	1	2.0	2.0	56.9
لأنها تنشر الأخبار و المعلومات بدون قيود	1	2.0	2.0	58.8
لاكتساب الخبرة ويكون الطالب يتمتع بقدر عالي من المعلومات	1	2.0	2.0	60.8
لان الطالب الجامعي لديه القدرة على نشر الاخبار بشكل صحفي	1	2.0	2.0	62.7
لان الطالب غير اجنبي في المجتمع لان المواطن الان اصبح يعتمد على نفسه وتطوير نفسه عبر الفيس بوك واتشاء صفحات يعتمد عليها	1	2.0	2.0	66.7
لان صحافة المواطن تعطي الحرية في نقل الاخبار	1	2.0	2.0	68.6
لان صداقة المواطن تنقل الاخبار لانه يتيح للصحفي نقل وتداول المعلومات بحرية	1	2.0	2.0	70.6
لانه يتيح للمواطن نقل الاخبار بسهولة لانه يساهم في إيصال المعلومات وتوعية الأفراد	1	2.0	2.0	72.5
لانه يقدم خدمات ويقوم بنشر الاخبار بكل سهولة	1	2.0	2.0	74.5
لانه يقوم بنقل الاخبار لانه يكرس نفسه لإيصال الاخبار والمعلومات للمواطنين	1	2.0	2.0	76.5
لانه يمارس المهنة وهو في إطار الدراسة والتعلم	1	2.0	2.0	78.4
لانه يمتلك معرفة واسعة لأنها تكون أكثر قرب من الواقع، كما تكون أكثر حرية وواقعية رغم قلة المصادقية فيها	1	2.0	2.0	80.4
لديه مكسبات معرفية وخبرات لمعرفة المزيد وتوعية الرأي العام	1	2.0	2.0	82.4
مساهمة في إيصال المعلومات بسرعة كبيرة	1	2.0	2.0	84.3
من خلال التوعية والتثقيف	1	2.0	2.0	86.3
				88.2
				90.2
				92.2
				94.1
				96.1

من خلال المعلومات التي يتلقاها و يستورها	1	2.0	2.0	98.0
يحفز على الاستقلالية و الذاتية	1	2.0	2.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

إذا كانت إجابتك "سلبية" لماذا

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	44	86.3	86.3	86.3
اصح كل من لغات المجتمع صغيرة او كبيرة يعطي الفكر	1	2.0	2.0	88.2
دور ايجابي	1	2.0	2.0	90.2
راجع الى تعام العلاقات المهنية	1	2.0	2.0	92.2
ضخيمة	1	2.0	2.0	94.1
لان الاختيار المتكافؤة ربما تكون غير صحيحة	1	2.0	2.0	96.1
لان الصحافة تفرض عليها قيود	1	2.0	2.0	98.0
ليست هناك مصداقية في نقل المعلومات	1	2.0	2.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل ترى ان الصحافة المواطن دور ايجابي ام سلبي في توعية الرأي العام

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	10	19.6	19.6	19.6
أرى أنها تلعب دورا ايجابيا	1	2.0	2.0	21.6
اجابي	5	9.8	9.8	31.4
اجابي	4	7.8	7.8	39.2
اجابي وسلبي في نفس الوقت	1	2.0	2.0	41.2
حسب المنثور	1	2.0	2.0	43.1
دور ايجابي	2	3.9	3.9	47.1
دور ايجابي في توعية الرأي العام و توجيهه اتقاء أي قضية مطروحة	1	2.0	2.0	49.0
دور ايجابي	4	7.8	7.8	56.9
دور ايجابي اذا استخدمته بالوجه المطلوب	1	2.0	2.0	58.8
دور ايجابي في توعية الرأي العام	1	2.0	2.0	60.8

دور سلمي لان تتقدم من الرقابة	1	2.0	2.0	62.7
رأي ايجابي	1	2.0	2.0	64.7
سئبي واتيحي في نفس الوقت	1	2.0	2.0	66.7
صحافة المواطن دور سلمي وهذا راجع الى تناول معلومات دون مسداية	1	2.0	2.0	68.6
على حساب دور صحافة المواطن	1	2.0	2.0	70.6
لا	1	2.0	2.0	72.5
لصحافة المواطن دور ايجابي في توعيته وتثقيهم وطرح قضايا رأي عام	1	2.0	2.0	74.5
لصحافة المواطن دور متباين حسب كيفية الاستعمال	1	2.0	2.0	76.5
لها دور ايجابي في توعية الرأي العام عبر التعليقات و المنتورات	1	2.0	2.0	78.4
لها دور ايجابي في توعية الرأي العام	1	2.0	2.0	80.4
نعم	6	11.8	11.8	92.2
نعم دور ايجابي	1	2.0	2.0	94.1
نعم في بعض الأحيان	2	3.9	3.9	98.0
نعم لها دور ايجابي لانها تطلق من المواطن الى المواطن فقلاسه	1	2.0	2.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

برايك هل ترى صحافة المواطن تبني القضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	45	88.2	88.2	88.2
لا	6	11.8	11.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل لصحافة المواطن مستقبل واعداد واهداف

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	49	96.1	96.1	96.1
لا	2	3.9	3.9	100.0
Total	51	100.0	100.0	

هل تصحافة المواطن دور في التثشدة الاجتماعية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	46	90.2	90.2	90.2
	لا	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

هل كان اختيار المواطن للصعفي قتما على اسس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مهنية	19	37.3	37.3	37.3
	قربية من المهية	32	62.7	62.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Graphique circulaire

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
تربية الصادة المتكاملة بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالنظية
مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه

2021-04-06

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2021/2020

المجموع	إناث	ذكور	السنة	التخصص	الدرجة	القسم
626	544	82	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية		
283	246	37	الثانية	علم الاجتماع	الليسانس	قسم علم الاجتماع
246	220	26	الثالثة			
70	51	19	الأولى	علم اجتماع الاتصال	الماستر	
47	37	10	الثانية			
98	85	13	الأولى	علم اجتماع التربية	الماستر	
53	50	03	الثانية			
104	84	20	الأولى	علم اجتماع التنظيم والعمل	الماستر	
71	62	09	الثانية			
244	241	03	الثانية	علوم التربية	الليسانس	
161	158	03	الثالثة	علم النفس التربوي	الماستر	
106	105	01	الأولى	علم النفس التربوي	الماستر	
45	43	02	الثانية			
102	95	07	الأولى	إرشاد وتوجيه	الماستر	
39	38	01	الثانية			
391	302	89	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية		
330	263	67	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	الليسانس	قسم الإعلام والاتصال
288	236	52	الثالثة	إعلام		
118	88	30	الأولى	الصحافة المطبوعة والإلكترونية	الماستر	
59	48	11	الثانية			
122	105	17	الأولى	السمعي البصري	الماستر	
69	58	11	الثانية			
30	03	27	الأولى	علوم وثقافات النشاط البدني والرياضية	الليسانس	قسم علوم وثقافات النشاط البدني والرياضية
29	04	25	الثانية	تدريب رياضي		
41	01	40	الثالثة	التدريب الرياضي التنافسي	الماستر	
82	05	77	الأولى	تحضير بدني رياضي		
40	04	36	الثانية			
3894	3176	718	المجموع			

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يبين متغير الجنس لعينة الدراسة	48
2	يبين متغير السن لعينة الدراسة	48
3	يبين متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة	49
4	يمثل متغير نوع الإقامة لعينة	50
5	يوضح مدة استخدام الطالب الجامعي لموقع الفاييس بوك	50
6	يوضح الفترات المفضلة لتصفح موقع الفاييس بوك	51
7	يوضح المدة المستغرقة من طرف المبحوث لاستخدام موقع الفاييس بوك	52
8	اللغة المستخدمة عند استخدام المواطن الصحفي لموقع الفاييس بوك	52
9	الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام موقع الفاييس بوك	53
10	المكان المفضل لاستخدام الفاييس بوك	53
11	كيفية استخدام المبحوثين لموقع الفاييس بوك	54
12	يوضح عدد مرات تصفح العينة لحساب الفاييس بوك في اليوم	54
13	يوضح خدمات الفاييس بوك المفضلة لدى أفراد العينة	55
14	يبين الجدول ما إذا كان أفراد العينة أعضاء في مجموعة على الفاييس بوك	55
15	يبين الجدول نوعية المجموعات التي يشارك فيها المبحوثون	56
16	الأساليب التي يستخدمها المواطن الصحفي عبر الفاييس بوك	57
17	دوافع استخدام المبحوثين لموقع الفاييس بوك	57
18	الهوية التي يدخل بها المبحوثين إلى موقع الفاييس بوك	58
19	اعتماد المبحوثون في تلقي المعلومات والأخبار عبر موقع الفاييس بوك	58
20	المضامين والمنشورات التي يشاركها المبحوثين عبر الفاييس بوك	59
21	يوضح المشاركة في نشاط تمت الدعوة إليه من خلال الفاييس بوك	59
22	يوضح تعامل المبعوثين مع مضامين ما يدون في موقع الفاييس بوك	60
23	يوضح سبب اختيار موقع الفاييس بوك دون غيره من المواقع	60
24	يوضح الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي	61
25	يوضح المواصفات التي ينبغي أن يتسم بها المواطن الصحفي	61
26	يوضح مساهمة الفاييس بوك في تحويل سلوك المواطن من متلقي إلى منتج	62

62	يوضح فيها تعرض المبحوثين لأي نوع من أنواع المضايقات	27
63	يوضح نوع المضايقات التي يتعرض لها المبحوثين	28
63	يوضح تحقيق المبحوثون للإشباع الصافية من استخدام الفاييس بوك	29
64	يوضح التوقعات المستقبلية للمبحوثين حول استخدامهم الفاييس بوك	30
64	يوضح ما إذا كانت المشاركات عبر الفاييس بوك عملية تكاملية للإعلام القديم	31
65	رأي المبحوثين في مشاركات الفاييس بوك التي يعتبرونها عملية تكاملية للإعلام القديم	32
65	رأي المبحوثين في مشاركات الفاييس بوك التي لا يعتبرونها عملية تكاملية للإعلام القديم	33
66	يوضح نظرة المبحوثين حول صحافة المواطن إن كانت إيجابية أم سلبية	34
66	يوضح لماذا يعتبر المبحوثون صحافة المواطن إيجابية	35
67	يوضح إن كانت إجابة المبحوثين سلبية نظر لصحافة المواطن	36
68	يوضح دور صحافة المواطن في توعية الرأي العام سلبا وإيجابا	37
68	يوضح إمكانية تبني صحافة المواطن للقضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري	38
69	يوضح ما إن كان لصحافة المواطن مستقبلا وأبعادا وأهدافا	39
69	يوضح ما إن كان لصحافة المواطن دورا في التنشئة الاجتماعية	40
70	يوضح لنا كيفية ممارسة الطالب الجامعي لصحافة المواطن	41

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الطالب الجامعي لصحافة المواطن عبر الفيس بوك، وذلك من خلال معرفة أنماط ودوافع استخدامه للموقع الفيس والإشباعات المحققة من خلاله، كما اعتمدنا المنهج الوصفي والإستمارة كأداة بحث، وطبقناها على عينة من طلبة جامعة جيجل عددهم 50 مفردة من قسم الإعلام والاتصال.

بينت النتائج بأن أغلبية المبحوثين يفضلون خدمة الدردشة في الفيس بوك ويميلون إلى استخدام اللغة العربية في التواصل، كما يعتمدون عليه بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات. ويتجه الطالب الجامعي لصحافة المواطن في توعية الرأي العام، وأكد المبحوثون أن ما يتحقق لهم من إشباعات صحفية عبر الفيس بوك مكملة لتلك التي يحصلون عليها من الإعلام القديم، فكان الفيس بوك الموقع الأكثر استخداما من قبلهم في نشر الأخبار والمعلومات.

Summary

This study aimed to find out the reality of the university student's use of citizen journalism through Facebook, by knowing the reasons for his use of this website and the satisfactions achieved through it. We adopted in our study the descriptive curriculum and the questionnaire form as a research tools, where we applied it to a sample of 50 students from The University of Jijel - Faculty of Media.

The results showed that the majority of the sample members prefer the Facebook's chat service and tend to use the Arabic language to communicate. They rely on it to get news and information, and awareness public opinion. Also, they confirmed that the journalistic satisfactions achieved through Facebook are complementary to those obtained from the old media.