



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم علوم الإعلام والاتصال.

اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.

دراسة ميدانية بقسم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الإتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

- أ / عثمان بحري.

إعداد الطالبين:

- نجم الدين بن شعبان.

- يوسف بوجمعة.

لجنة المناقشة

1- الأستاذ: حورية بولعويديات..... رئيسا

2- الأستاذ: عثمان بحري..... مشرفا ومقررا

3- الأستاذ: عبد الوهاب بوبعة..... مناقشا

السنة الجامعية 2016م-2017م

تشكرات

نتقدم بخالص تشكراتنا إلى الأستاذ المشرف "فوزي بحري"، نظير جهده الكبير معنا من أجل إتمام هذه المذكرة. والشكر موصول كذلك للأستاذ "عمر بوجمعة" أستاذ بكلية العلوم الإقتصادية والإجتماعية بجامعة جيجل، والذي ساعدنا على إتمام الدراسة الميدانية بال SPSS، كما نشكر الأستاذة "حمّال صبرينة" أستاذة بقسم الإعلام والاتصال على توجيهاتها القيمة. كما نتقدم بتشكراتنا إلى طلبة وأساتذة وعمال قسم الإعلام والاتصال على حسن تعاونهم معنا.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى:

الوالدين الكريمين

الزوجة الغالية

ابنتي "راحيل"

إخوتي وأخواتي

وإلى جميع أصدقائي وزملائي بإذاعة جيغل.

يوسف بوجميلة.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى:
الوالدين الغاليين
لأخي وأخواتي
و إلى جميع أصدقائي وزملائي

بجمل الدين بن شعبان

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية نحو صحافة المواطن، ودرجة ثقة الطلبة بها، ومعرفة حجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام وتكيف قسم الإعلام والاتصال معها، والتعرف على تأثير المستوى الدراسي على ممارسة هذا النوع من الصحافة من طرف الطلبة. وتم فيها استخدام منهج المسح بالعينة لوصف الظاهرة وقياسها ثم فهمها، تفسيرها واستخلاص نتائجها. وقد تضمنت الدراسة:

مقياس الاتجاهات وتضمن 41 عبارة، طُبّق على عينة الدراسة البالغة 63 طالب وطالبة

يدرسون في قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل. وقد كانت فرضيات الدراسة كالتالي:

- 1- اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، اتجاهات إيجابية.
- 2- طلبة الإعلام والاتصال يثقون في صحافة المواطن.
- 3- قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية لم يأخذ حجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بعين الاعتبار.
- 4- هناك فروق دالة إحصائية بين ممارسة الطلبة لصحافة المواطن والمستوى الدراسي.

وبعد الحصول على النتائج عن طريق برنامج spss18 تمت مناقشتها وتفسيرها، ووصلنا

بعدها للنتائج التالية:

- 1- اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، نحو صحافة المواطن، اتجاهات إيجابية.
- 2- طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يثقون في صحافة المواطن.

3- لم يأخذ قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل بعين الإعتبار حجم التغيرات الحاصلة في

مجال الإعلام.

4- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي، وممارسة طلبة الإعلام والاتصال

بجامعة جيغل للصحافة المواطن.

.....	ملخص الدراسة:
.....	قائمة الجداول:
.....	قائمة الأشكال:
.....	قائمة الملاحق
.....	مقدمة:
.....	الجانب المنهجي
.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي
13	أولا- الإشكالية:
20	ثانيا- أسباب اختيار الموضوع:
20	1-2- الأسباب الذاتية:
20	2-2- الأسباب الموضوعية:
21	ثالثا- أهداف الدراسة وأهميتها.
21	1-3- أهداف الدراسة:
21	2-3- أهمية الدراسة:
23	رابعا- المفاهيم الإجرائية للدراسة:
23	1-4- الإتجاهات:
23	2-4- طلبة الإعلام والاتصال:
23	3-4- صحافة المواطن:
24	خامسا- حدود الدراسة، نوعها ومنهجها.
24	1-5- حدود الدراسة:
25	2-5- نوع الدراسة ومنهجها.
27	سادسا- الدراسات السابقة:
27	1-6- الدراسات الأجنبية:
31	2-6- الدراسات الوطنية:

33 سابعا: مجتمع الدراسة وعينتها
33 1-7- مجتمع الدراسة:
34 2-7- عينة الدراسة:
35 ثامنا: أدوات جمع البيانات.
35 1-8- الإستبيان:
38 2-8- المقابلة:
39 تاسعا: المقاربات، النظريات والمداخل المفسرة.
39 1-9- البنائية الوظيفية:
41 2-9- نظرية ثراء الوسيلة (ثراء المعلومات):
42 3-9- المداخل النظرية في الإعلام الجديد:
42 1-3-9-مدخل كروسي:
44 2-3-9- مدخل ديفيس وأوين:
 الجانب النظري للدراسة
47 الفصل الثاني: الاتجاهات النفسية والاجتماعية
48 تمهيد:
48 أولا: تعريف الاتجاه ATTITUDE:
48 1-1- تعريف ألبورت G. W. Allportt:
49 2-1- تعريف بوغاردس Bogardes:
49 3-1- تعريف بروفولد Bruvold:
49 5-1- تعريف أبو النيل محمد السيد:
50 6-1- تعريف جودة بني جابر:
50 ثانيا-خصائص الاتجاهات:
52 ثالثا- مكونات الإتجاه:
52 1-3-المكون المعرفي cognitive compositant:

52 Effective composant :المكون الوجداني
53 Behavioral composant :المكون السلوكي
54 رابعا- أنواع الاتجاهات:
54 1-4- الاتجاهات القوية والضعيفة:
55 2-4- الاتجاهات الموجبة والسالبة:
55 3-4- الاتجاهات العلنية والسرية:
55 4-4- الاتجاهات الفردية والجماعية:
56 5-4- الاتجاهات العامة والتنوعية:
56 خامسا- وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية:
57 1-5- الوظيفة التكيفية (التأقلم والتوافق):
58 2-5- الوظيفة الدفاعية
58 3-5- وظيفة تحقيق الذات
58 4-5- الوظيفة التنظيمية
58 سادسا- شروط ومراحل تكوين الاتجاهات:
58 1-6- شروط تكون الاتجاهات:
59 2-6- مراحل تكون الاتجاهات:
59 1-2-6- المرحلة الإدراكية المعرفية:
60 2-2-6- المرحلة التقييمية:
60 3-3-6- المرحلة التقريرية:
60 سابعا- قياس الاتجاهات:
61 1-7- مقياس ثرستون:
61 2-7- مقياس ليكرت (Likert):
63 ثامنا: تعديل الاتجاهات وتغييرها:
66 خلاصة:

67	الفصل الثالث: صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد.
68	أولا: تعريف صحافة المواطن.
70	ثانيا: نشأة وتطور صحافة المواطن.
73	ثالثا: أسباب ظهور صحافة المواطن.
73	3-1- انتشار تكنولوجيايات الإعلام والاتصال:
76	3-2- ظهور المواطن الرقمي:
76	3-3- أزمة الإعلام التقليدي:
79	رابعا: مرجعيات صحافة المواطن.
79	4-1- الديمقراطية في متناول الجميع:
81	4-2- تفاعلية الوسيط الجديد وتمثلاته:
81	4-3- صحافة المواطن إعلام بديل:
83	خامسا: أنواع صحافة المواطن.
91	سادسا: علاقة صحافة المواطن بالإعلام التقليدي.
94	سابعا: تأثير صحافة المواطن على البراديجم الصحفي.
98	ثامنا: نقد صحافة المواطن.
102	تاسعا: صحافة المواطن في الجزائر.
108	خلاصة:
109	الجانب التطبيقي للدراسة.
110	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية.
111	أولا- أساليب المعالجة الإحصائية.
112	1-1- التكرارات المطلقة:
112	2-1- النسب المئوية:
112	3-1- المتوسط الحسابي:
113	4-1- الإنحراف المعياري:

- 113 5-1 مقياس ثبات الإستبيان ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach):
- 113 6-1 قيمة المعنوية (مستوى الدلالة): significance level
- 114 7-1 تحليل التباين الأحادي: (one-way analysis of variance)
- 114 8-1 اختبار t للعينة الواحدة One samples t-test:
- 115 9-1 الرسوم البيانية:
- 115 ثانيا- اختبار ثبات أداة الدراسة.
- 117 ثالثا: التحليل الوصفي لعينة الدراسة:
- 117 1-3 تحليل عينة الدراسة حسب متغير الجنس.
- 118 2-3 تحليل عينة الدراسة على أساس متغير السن.
- 119 3-3 تحليل أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.
- 121 4-3 تحليل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة.
- 122 رابعا- تحليل آراء عينة الدراسة:
- 123 1-4 تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.
- 123 2-4 تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر ثقة طلبة الإعلام والاتصال في صحافة المواطن.
- 131 3-4 تحليل آراء عينة الدراسة حول أخذ قسم الإعلام والاتصال المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بعين الاعتبار.
- 137 خامسا- اختبار فرضيات الدراسة:
- 143 1-5 اختبار الفرضية الأولى:
- 144 2-5 اختبار الفرضية الثانية.
- 145 3-5 اختبار الفرضية الثالثة.
- 146 4-5 اختبار الفرضية الرابعة.
- 147 سادسا- تفسير نتائج الدراسة على ضوء فرضياتها ومقارباتها العلمية:

147	6-1- تفسير نتائج الفرضية الأولى:
151	6-2- تفسير نتائج الفرضية الثانية:
153	6-3- تفسير نتائج الفرضية الثالثة:
154	الخاتمة
154	قائمة المراجع
154	الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
34	توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي.	01
35	توزيع عينات الدراسة بحسب المستوى الدراسي.	02
37	توزيع أوزان مقياس ليكرت.	03
63	الأوزان والبدائل لاستجابات مقياس ليكرت.	04
115	قيم ألفا كرونباخ لمؤشرات الإستبيان.	05
117	توزيع أفراد عينة الدراسة على أساس طبيعة الجنس.	06
118	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	07
120	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.	08
121	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة.	09
125-123	آراء عينة الدراسة حول اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.	10
132-131	آراء عينة الدراسة حول مؤشر الثقة في صحافة المواطن.	11
137	آراء عينة الدراسة حول تكيف قسم الإعلام والاتصال مع المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام.	12
142-141	آراء عينة الدراسة حول وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للمستوى الدراسي	13

قائمة الجداول

	على ممارسة صحافة المواطن.	
143	نتائج اختبار (t) لمؤشر اتجاهات طلبة الإعلام و الاتصال نحو صحافة المواطن.	14
144	نتائج اختبار (t) لدرجة ثقة الطلبة في صحافة المواطن.	15
145	نتائج اختبار (t) لأخذ كلية الإعلام والاتصال لحجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال بعين الإعتبار.	16
146	مستوى تأثير متغير المستوى الدراسي على ممارسة الطلبة لصحافة المواطن.	17

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	النموذج الثلاثي لمكونات الاتجاه.	54
02	توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة الجنس	118
03	توزيع عينة الدراسة حسب السن.	119
04	توزيع عينة حسب المستوى الدراسي.	120
05	توزيع عينة الدراسة حسب الإقامة.	122

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
177-171	الإستمارة	01
191-178	مخرجات SPSS لاتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.	02

مقدمة

أدى التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال واندماجها مع الأنترنت، ثم ظهور الوسائط المتعددة، التي مكنت من دمج كل أشكال البيانات ومعالجتها ونشرها واندماجها مع مواقع التواصل الاجتماعي، إلى تأثيرات كبيرة على قطاع الإعلام والاتصال في كل دول العالم؛ نتجت عنه أشكال جديدة من الممارسات الصحفية أثارت جدلا بين المهنيين والأكاديميين، بعدما تحول المواطن إلى صحفي له القدرة على الحصول على الأخبار والمعلومات ومعالجتها وبنها للجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، ومن خلال وسائل الإعلام التقليدية نفسها؛ نتيجة امتلاكه للتكنولوجيا وقدرته على التحكم فيها.

ومن هذا المنطلق اخترنا موضوع دراستنا، حيث حاولنا من خلاله دراسة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة جيجل، نحو صحافة المواطن ومعرفة درجة ثقتهم فيها، وحجم تكيف قسم الإعلام والاتصال مع التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال والإطلاع على مستوى تأثير التراكم المعرفي من خلال المستوى الدراسي على ممارسة الطلبة لهذا النوع من الصحافة.

وعليه قمنا بتقسيم دراستنا إلى أربعة فصول:

الفصل الأول: تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة من خلال استعراض إشكالياتها تساؤلاتها وفرضياتها، أسباب اختيارنا للموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى المفاهيم الإجرائية لتغيرات الدراسة، حدودها، منهجها ونوعها، مجتمع الدراسة، عينتها، وأدوات جمع

البيانات. بالإضافة إلى استعراض بعض الدراسات المتعلقة بصحافة المواطن والإتجاهات نحوها وأخيرا المقاربات العلمية المفسرة وأهم المداخل النظرية المتعلقة بالإعلام الجديد.

الفصل الثاني: تطرقنا فيه للإتجاهات النفسية والإجتماعية من خلال استعراض المفاهيم الخاصة بالإتجاهات، خصائصها، مكوناتها، أنواعها، وظائفها، شروط ومراحل تكوينها، طرق قياسها وتعديلها.

الفصل الثالث: وتناولنا فيها صحافة المواطن البارديجيم الصحفي الجديد وواستعرضنا فيه أهم تعريفات صحافة المواطن، نشأتها، تطورها، أسباب ظهورها ومرجعياتها، علاقتها بالإعلام التقليدي وتأثيرها على البراديجيم الصحفي، وأخيرا نقد صحافة المواطن وواقعها في الجزائر.

الفصل الرابع: وخصصناه لعرض الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة وتحليل وتفسير نتائجها.

وأخيرا استعرضنا الخلاصة الختامية، قائمة مراجع الدراسة وملاحظتها.

الجانب المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولا- الإشكالية:

مع بدايات القرن الواحد والعشرين، عرف العالم انتشارا واسعا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مما أفرز واقعا إحصائيا وإعلاميا جديدا، غير الكثير من المفاهيم التي كانت إلى وقت قريب تعتبر مسلمات وبديهيات. فتكنولوجيا الإعلام والاتصال مدفوعة بالتطور الكبير للإنترنت وظهور الإنترنت 2.0*، -الذي أتاح تطوير المواقع وتحديثها واختراع مختلف التطبيقات-، أدى ولأول مرة إلى "دمج البيانات المكتوبة، المسموعة والمرئية وتخزينها، نقلها استرجاعها، معالجتها، بثها، ونشرها"⁽¹⁾ في وقت قصير جدا وبتكاليف محدودة نسبيا، بل أن الوقت بين الحصول على المعلومة ونشرها للجمهور أصبح لا يستغرق سوى ثواني الضغطة على شاشة الهاتف النقال؛ فالتقنية أتاحت للمواطن حمل مختلف الوسائل الإتصالية كالهاتف النقال المزود بالكاميرا، الألواح الإلكترونية، الكاميرات وآلات التصوير الرقمية... الخ، والتزول إلى الميدان للحصول على الأخبار وتغطية الأحداث وبثها في مختلف المواقع الإلكترونية كالمدونات ومواقع التواصل الإجتماعي، أو تداولها مع مستخدمين آخرين عن طريق تقنية البلوتوث BLUETOOTH والشايريت SHAREIT وغيرها من تقنيات إرسال المواد والملفات.

وهكذا نتج واقع إعلامي جديد، يأخذ بعين الاعتبار الفعل الإعلامي الذي أوجدته التقنية ويطلق عليه مصطلح "صحافة المواطن، Citizen Journalism"، والذي أثار جدلا واسعا في الأوساط

* ويب 2.0 مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير في الشبكة العالمية "إنترنت". كلمة "web 2.0" سُمعت لأول مرة في دورة نقاش بين شركة أوريلي ميديا الإعلامية المعروفة، ومجموعة ميديا لايف (MediaLive) الدولية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير ويب الذي عُقد في سان فرانسيسكو في 2003... نقلا عن ويكيبيديا.

⁽¹⁾ - فضيل، دليو. التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم، الاستعمالات والآفاق. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص ص

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

المهنية والأكاديمية، فاعتبره البعض مجرد نشاط اتصالي لا يرقى لمستوى الصحافة، واعتبره البعض الآخر صحافة جديدة كاملة الأركان، نشأت كرد فعل عن أزمة الإعلام التقليدي، وعدم قدرته على استيعاب الأبعاد الجديدة التي فرضها عالم ما بعد الحداثة، وفرضه القيود المختلفة على من يريد مخاطبة الجمهور، وسيطرة الأقطاب السياسية والمالية والإيديولوجية على أهم قنواته، وتوجيه الجمهور إلى برامج الترفيه والنخبة، وغياب مضامين إعلامية تقارب مشاكل المواطن وتطلعاتهم، مقاربات منطقية عقلانية وواقعية، حيث أصبح المتلقون لا يفرقون بين المضامين الإعلامية والمضامين الدعائية، وبذلك أصبح الإعلام التقليدي لا يعبر عن كل مكونات المجتمع واتجاهات أفراده ومؤسساته. وهذا ما دفع الفئات الأكثر نشاطا سييرانيا في المجتمع كالشباب الجامعي والنشطاء السياسيين والاجتماعيين والمقvisين والمهمشين، إلى البحث عن وسائل جديدة للتعبير عن أنفسهم، والدفاع عن مصالحهم وهذا ما وفرته لهم التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. إن صحافة المواطن وباعتبارها تمثل شكلا من أشكال إعلام الوسائط المتعددة -الإعلام الجديد- وشكلا من أشكال الإعلام البديل، تقوم على رفض الخلفية الرأسمالية، الإحترافية والمؤسسية⁽¹⁾ فصحافة المواطن مستقلة عن تأثير المراكز المالية والتكتلات الإعلامية العالمية والوطنية، وهي صحافة غير محترفة، مستقلة عن القيود والالتزامات المهنية، كما أنها غير منتسبة لمؤسسة إعلامية محددة بالاسم والموقع والشعار؛ هذا ما أتاح تدفقا حرا للأخبار والمعلومات من المصدر إلى المتلقي عن طريق المدونات والمواقع المتخصصة ومواقع التواصل الاجتماعي كفايسبوك، تويتر، غوغل، واتساب، سناب شات، فليكر، لينكدان، انستغرام، تيلي غرام... الخ، حيث وفرت لصحافة

⁽¹⁾ - جمال، الزرن. "صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا". المجلة التونسية لعلوم الإتصال، 15-52 (2009): ص9.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

المواطن حاضنة تقنية وبشرية كبيرة، تتميز بالتعدد وتوفر البث المتواصل والمباشر العالي الوضوح، والنفوذ المجاني والمشاركة مع المتفاعلين، الذين يتحولون من جمهور متلقي إلى جمهور منتج للمضامين الإعلامية ومصادر الأخبار وعبر "دي روسيني" عن هذه الحالة بقوله «كل مواطن هو صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقوعها، فلا تستطيع أية من وكالات الأنباء أن تنشر صحفيين ومراسلين في كل الشوارع والمناطق فظهور الصحفي المواطن أصبح ظاهرة غير قابلة للتجاهل، فقد أظهرت أحداث تسونامي في جنوب شرق آسيا سنة 2004م، وتفجيرات لندن سنة 2005م، وإعصار كاترينا سنة 2005م حقيقة قوة وفعالية هذه الظاهرة⁽¹⁾». هذا ما أدى بكبريات الشبكات الإخبارية العالمية إلى تخصيص مساحة في مواقعها الالكترونية، مثل قسم "i-report" في شبكة سي أن أن (CNN) الأمريكية وقسم "News vine" في شبكة "MSNBC" الأمريكية، وقسم "مراقبون" في شبكة "France 24" الفرنسية و"أنا الشاهد" في القسم العربي لـ بي بي سي (BBC)، "أنا أرى" على شبكة العربية، و"قسم المدونات" في شبكة الجزيرة الإخبارية. من أجل الاستفادة من الصور والفيديوهات، التي يحصل عليها مواطنون يكونون في مواقع الأحداث عن قصد أو مصادفة.

و رغم هذه المكانة لصحافة المواطن في إعلام اليوم، إلا أنها لازالت تعاني من نقائص متعلقة بأخلاقيات المهنة، فكثيرا ما تتجاوز صحافة المواطن موانيق الشرف المهني، فتستعمل الحرية المتاحة على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الإجتماعي لنشر الأخبار الكاذبة، أو المجزأة والتلاعب

(1) - جمال، الزرن. تساؤلات عن الإعلام الجديد والأترنت، العرب وثورة المعلومات. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص115.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

بالصور والفيديوهات، وتضليل الرأي العام، وغياب المصدر في الكثير من الأخبار المتداولة وانتشار ظاهرة السب والشتم والقذف، والتعدي على الحياة الخاصة ونشر الأسرار المتعلقة بالتحقيقات القضائية، وقضايا الأمن القومي والمجتمعي، وهذا ما برز في العالم العربي، فابتداءً من عام 2011 دخلت صحافة المواطن المشهد الصحفي بقوة، وفرضت نفسها كفاعل رئيسي فيما يعرف "بالربيع العربي" أو "الثورات العربية"، حيث تميزت بالقدرة على التواجد في كل الأمكنة، ونقل الأحداث والوقائع التي صاحبت العنف السياسي والاجتماعي ومطالب التغيير الشبابية، خاصة في مصر، تونس، اليمن، ليبيا وسوريا، حيث استعملت كل الأطراف صحافة المواطن كأداة حرب نفسية، وتضليل إعلامي والتفاف حول الرقابة، مما أنتج اتجاهات عديدة ظهرت لدى الشباب العربي عامة والجامعي خاصة الأكثر تمكنا من استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال والنفوذ إلى الشبكة العنكبوتية، حيث أن ثلث سكان العالم العربي تقل أعمارهم عن 25 سنة، غالبيتهم طلبة جامعيين، فحول مثل "الجزائر، مصر سوريا، السعودية، المغرب يقارب عدد طلبتها الجامعيين المليون أو يتجاوزها. و77% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم بين 16 و34 سنة، و77% من الشباب لهم حساب في الفايسبوك، و84% لهم حساب في واتساب، و39% لهم حساب في اليوتوب، و34% لهم حساب في الإنستغرام، و32% لهم حساب في تويتر، و83% يلجئون إلى حساباتهم عبر هواتفهم النقالة، و89% يستخدمون الفايسبوك يوميا، و96% يستخدمون واتساب

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

يومياً، و82% يستخدمون الانستغرام يومياً، و66% يستخدمون يوتوب يومياً⁽¹⁾. " مما يشير إلى تشكل نسق اجتماعي جديد تتخذ فيه صحافة المواطن مكاناً مهماً؛ حيث أتيح للشباب العربي ولأول مرة الحصول على أخبار تبدأ من باب بيته إلى أقصى مكان في العالم، والتعرض لمضامين إعلامية تتجاوز آليات الرقابة التقليدية، التي فرضتها الأنظمة السياسية والاجتماعية لعقود طويلة، بل والمشاركة في إنتاجها والتفاعل المباشر مع جمهورها؛ مما شكل واقعا تغيرت فيه مهنة الصحافة من جهة، وطرق تدريسها وتخصصاتها في مختلف كليات الإعلام والاتصال في العالم العربي إسوة بهذه الكليات في أوروبا، أمريكا وآسيا. مما شكل اتجاهات عديدة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في رفض وقبول مضامين صحافة المواطن نظرا للتأثيرات التي أحدثتها أكاديميا ومهنيا؛ وبالتالي ظهرت قيم واعتقادات تشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي لصحافة المواطن، والاستعداد نحو الإستجابة لموضوعات هذه الصحافة حيث تقوم هذه الاتجاهات على الاستعداد العقلي من خلال العمليات المعرفية التي يكونها طلبة الإعلام والاتصال في دواخلهم، والاستعداد العاطفي من خلال العمليات الإدراكية التي تدفع طلبة الإعلام والاتصال للتعرف على هذا النوع من الصحافة، والمشاركة فيها والتأثر بمضامينها؛ مما يجعلهم في حالة مستمرة من تشكيل الاتجاهات وتغييرها وتعديلها، بما يتوافق مع مكتسباته المعرفية والقيمية والمثيرة التي تتوفر عليها محيطهم، سواء كان سياسيا، إقتصاديا، علميا، إجتماعيا أو مهنيا.

(1) - [www.Arabsmis.ae/assets/Frouted/ASMIS Arabic Report2014.pdf](http://www.Arabsmis.ae/assets/Frouted/ASMIS%20Arabic%20Report2014.pdf)

تاريخ زيارة الموقع: 216/12/15، GMT 10.38

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

وبطبيعة الحال فطلبة الإعلام والاتصال في الجزائر ليسوا بمنأى عن ظاهرة صحافة المواطن خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، فمع "نهاية سنة 2016م بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 12مليون مستخدم، أغلبهم مستخدم دائم يمثل الشباب 68% منهم"⁽¹⁾؛ مما يشير إلى انخراط طلبة الإعلام والاتصال في العملية الاتصالية والإعلامية الجديدة، إن تفاعلا أو إنتاجا أو تأثرا، خاصة إذا علمنا أن عدد الطلبة في الجزائر يتجاوز مليون ونصف المليون طالب²، عدد كبير منهم يدرسون علوم الإعلام والاتصال، تحدد قدرتهم على التحكم في الوسائط المتعددة وممارستهم لصحافة المواطن مستقبلهم المهني، خاصة مع توجهات وسائل الإعلام التقليدية إلى استخدام المواطنين كصحفيين يمدونها بالأخبار والمعلومات، وإعادة دمج الناشطين منهم والتميزين في وظائف مستقرة، لكسب معجبيهم ومتابعيهم في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات؛ مما يشكل تحديا كبيرا لطلبة الإعلام والاتصال في الحصول على مناصب عمل.

ومن خلال ما تقدم عرضه نرى أنه من الأهمية الالتفات إلى معرفة اتجاه طلبة الإعلام والاتصال نحو هذا النوع من الصحافة، ومعرفة مستويات ثقتهم بها، ومعرفة كثافة التعرض لها واستخدامها كأداة لتعبير أو الحصول على المعلومات والأخبار وتكيف مختلف كليات الإعلام والاتصال مع الأبعاد الجديدة للإعلام، لأن معرفة الاتجاه الذهني للطلاب هو أحسن طريقة للوصول

- ⁽¹⁾ <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=131042>

² - <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20150905/51433.html>

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

إلى الأحكام الصحيحة في المسائل التي تعرف جدلا واسعا واستقطابا حادا؛ فالاتجاهات تعتبر

تنظيما محكما للخبرات والتجارب، التي تؤدي إلى تحديد الشكل النهائي للاستجابة الإيجابية أو

السلبية اتجاه ظاهرة معينة، وهذا ما يدفعنا لطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف هي اتجاهات طلبة الاعلام والاتصال نحو صحافة المواطن؟ قوية أم ضعيفة؟
- ومن التساؤل الرئيسي، نطرح عدة تساؤلات فرعية:
- هل اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، اتجاهات سلبية أم إيجابية؟
- هل يثق طلبة الإعلام والاتصال بالأخبار والمعلومات التي تتداولها صحافة المواطن؟
- هل اتخذ قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل حجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال بعين الاعتبار؟
- وهل توجد فروق دالة إحصائية بين ممارسة طلبة الإعلام والاتصال لصحافة المواطن ومتغير المستوى الدراسي؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات، قمنا بهذه الدراسة الميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام

والإتصال بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية في جامعة جيجل، واضعين الفرضيات التالية:

- إتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن هي اتجاهات إيجابية.
- طلبة الإعلام والاتصال يثقون في الأخبار والمعلومات التي تتداولها صحافة المواطن.
- لم يأخذ قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل حجم التغيرات في مجال الصحافة بعين الاعتبار.
- توجد فروق دالة إحصائية بين ممارسة الطلبة لصحافة المواطن ومتغير المستوى الدراسي.

ثانيا- أسباب اختيار الموضوع:

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

2-1- الأسباب الذاتية:

- حب المعرفة والبحث العلمي والإطلاع على المواضيع الجديدة والمميزة.
- الرغبة في إثراء معارفنا حول هذا الموضوع الذي يعتبر نوعا إعلاميا جديدا.
- الرغبة في مقارنة ودراسة المواضيع الجديدة على الساحة الإعلامية والاجتماعية والحصول على معلومات نظرية متنوعة تفيدنا في مسارنا الدراسي والمهني.

2-2- الأسباب الموضوعية:

- هذا الموضوع يتيح لنا دراسة اتجاهات قسم من جمهور هذا النوع من الصحافة، وبذلك يقترب من تخصص الاتصال والعلاقات العامة، فالجمهور يعتبر إحد أسس مجال العلاقات العامة.
- الموضوع مرتبط بمجال الإعلام، فصحافة المواطن نوع إعلامي جديد، أصبح مؤثرا بارزا في مختلف التغيرات التي يشهدها العالم.
- فهم الآليات التي تعمل بها صحافة المواطن والتحكم فيها لأنها ستصبح مطلبا مهنيا في المستقبل.

ثالثا- أهداف الدراسة وأهميتها.

3-1- أهداف الدراسة:

- معرفة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نحو صحافة المواطن، هل في سلبية أم إيجابية.
- قياس درجة ثقة طلبة الإعلام والاتصال في هذا النوع من الصحافة.
- الإطلاع على حجم تكيف قسم علوم الإعلام والاتصال مع المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام، على المستويين الأكاديمي والمهني.
- معرفة حجم ممارسة صحافة المواطن في مختلف المستويات الدراسية في قسم الإعلام
- والاتصال.

3-2 أهمية الدراسة:

- تعتبر الدراسات في مجال الإعلام الوسائط المتعددة (الإعلام الجديد) دراسات جديدة، ومجالا خصبا يتغير باستمرار بحسب المؤثرات الداخلية والخارجية، ومن هنا تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال:
- قلة الدراسات التي تناولت اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال من جهة، والدراسات التي تناولت صحافة المواطن من جهة أخرى، كون هذا النوع من الصحافة لم يعرف انتشارا كبيرا في العالم العربي والجزائر إلا بعد 2011م.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

- الدراسة تـمس جانباً من جوانب تكنولوجيات الإعلام والاتصال وانتشار هذه التكنولوجيات أصبح واسعاً جداً، خاصة في أوساط الشباب، حيث يتبنى الشباب الجامعي المبتكرات بشكل سريع.
- الدراسة هي استشراف لمستقبل هذه الصحافة من خلال دراسة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحوها، وهذا ما يتيح تجهيز الأطر التشريعية والقانونية، وتوفير بيئة اقتصادية واجتماعية ملائمة لازدهارها.
- لفت انتباه طلبة الإعلام لأهمية هذا النوع من الصحافة لتحديد مستقبلهم المهني في مجال الإعلام، كون أن غالبية وسائل الإعلام أصبحت تبحث عن الصحفي الشامل والمدرّب مسبقاً على استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال التحكم فيها وإنشاء قاعدة جماهيرية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- لفت الانتباه لأهمية صحافة المواطن عند الشباب، وبالتالي توفير قنوات متلائمة مع الإعلام التقليدي لإتاحة الفرصة للشباب في صناعة المضامين الإعلامية والمشاركة فيها.
- التنبيه لأزمة الإعلام التقليدي ومعالجة الانحرافات الموجودة فيه، والتي دفعت بالشباب للبحث عن بدائل أكثر مرونة.
- لفت انتباه القائمين على وضع المناهج والتخصصات، لضرورة التكيف السريع والفعال مع الوضع الجديد الذي فرضته تكنولوجيات الإعلام والاتصال على واقع الإعلام في العالم؛ مما يحتم وضع تخصصات ومقاييس جديدة تأخذ بعين الاعتبار هذا التغيير.

• إثراء المكتبة بمراجع جديدة حول صحافة المواطن من شأنه مساعدة الطلبة والباحثين في

بحوثهم ودراساتهم، حيث لاحظنا نقصا في مراجع الاتجاهات والإعلام الجديد.

رابعا- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

4-1- الاتجاهات:

عبارة عن استجابة الفرد سلبا أو إيجابا نحو موضوع من الموضوعات، أو فكرة، أو تنظيم، أو

ظاهرة

أو رمز، أو شخص، أو جماعة، وذلك وفقا لخبراته السابقة، وتظهر الاستجابة في المواقف والسلوكيات.

4-2- طلبة الإعلام والاتصال:

هي الفئة من الشباب الذين تحصلوا على شهادة البكالوريا، ويواصلون مساهمهم الدراسي في الجامعة، وينتمون لكليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال بمختلف تخصصاتها، تكون أعمارهم عادة بين 18 و25 سنة، يتميزون بالمستوى العلمي، والنشاط والقوة والقدرة على اكتساب المعارف وتبني الأفكار الجديدة، والقدرة الكبيرة على التواصل، كما يتصفون بحب المغامرة، والتحدي والتصدي للواقع ومشكلاته، ويطمحون للعمل كصحفيين وإعلاميين.

4-3- صحافة المواطن:

هو ذلك النوع من الصحافة التي يقوم فيها المواطن العادي بدور الصحفي في الحصول على الأخبار والمعلومات، ونشرها عبر مختلف المنصات الالكترونية، مستعملا أدوات الإنتاج الصحفي (كاميرا

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

هاتف نقال، آلة تصوير رقمية، حواسيب متصلة بالانترنت، مختلف برامج معالجة النصوص المكتوبة، المسموعة والمرئية... الخ). كما يقوم بالتعليق، التصنيف، التصفية التغطية والتأكد من الأخبار والمعلومات المتدولة في الشبكة العنكبوتية.

خامسا- حدود الدراسة، نوعها ومنهجها.

5-1-1- حدود الدراسة:

5-1-1- الحدود المكانية والبشرية: قمنا بهذه الدراسة على عينة من الطلبة قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، من السنة الثانية إعلام واتصال إلى السنة الثانية ماستر، مستبعدين السنة أولى علوم إنسانية لأنها جذع مشترك.

5-2-2- الحدود الزمنية: استغرقت الدراسة مدة 6 أشهر حيث بدأنا فيها في 05 ديسمبر 2016م، بجمع المادة النظرية وضبط الجانب المنهجي الذي استغرق 3 أشهر، ثم الجانب الميداني حيث بدأنا في 06 مارس 2017م، وأتمناه في 31 مارس من نفس السنة، لتكتمل الدراسة في 30 ماي 2017م، بالوصول إلى النتائج وتفسيرها.

5-2- نوع الدراسة ومنهجها.

يعرف موريس أنجرس المنهج بأنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة"⁽¹⁾.

أما اصطلاحاً: فيعرف بأنه "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية، في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من الميادين العلوم النظرية والعلمية". وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية، حيث تعرف بأنها: "كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة.... كما هي في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها"⁽²⁾. حيث تصف الظاهرة، وتبين خصائصها، من خلال جمع البيانات والإحصاءات، وذلك لمعرفة حجم الظاهرة وارتباطها بالظواهر الأخرى، وغالباً ما يقترن الوصف بالمقارنة، والتقييم والحكم. فهو لا يقتصر على جمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها، وإنما يقوم بتحليلها وتقديم التفسير لها.

وبما أن المنهج الوصفي من أشهر مناهج البحث وأكثرها استخداماً في الدراسات الوصفية خاصة وأنه يوفر الكثير من البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة، حيث أننا بواسطته نجتمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي. وبما أن هذه الدراسة تهدف وصف اتجاهات الشباب الجامعي لقسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، فإن "المسح بالعينة" هو المنهج الملائم لهذه الدراسة.

(1) - موريس أنجرس. منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. الجزائر: دار القصة للنشر والتوزيع 2006، ص 95.

(2) - أحمد، بن مرسل. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 182-187.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

حيث يعرف "برجس" منهج المسح بأنه "دراسة علمية لظروف المجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي"⁽¹⁾.

كما يعرف بأنه: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"⁽²⁾.

ويعرف على أنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضوع الدراسة⁽³⁾.

أما المسح بالعينة فيعود تاريخه الى أوائل عام 1950، ما قبل ذلك كانت تجمع معظم البيانات الإحصائية المستخدمة من خلال المسح الشامل. أما في الوقت الحالي فان معظم المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والديموغرافية فتبنى على بيانات إحصائية، تجمع من قبل المؤسسات الإحصائية بأسلوب المسح بالعينة⁽⁴⁾.

يتميز المسح بالعينة عن المسح الشامل " بسرعة الانجاز مع استخلاص اكبر عدد ممكن من المؤشرات، إضافة إلى أن التطورات العملية والنظرية في دراسة تصاميم المعاينة التي يعتمد عليه في

(1) - مروان، عبد المجيد إبراهيم. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. عمان: مؤسسة الوراق، 2000، ص 129.

(2) - أحمد، بن مرسل. مرجع سبق ذكره، ص 286-287.

(3) - عامر، مصباح. منهجية البحث العلوم السياسية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 282.

(4) - محمد عبد الله الرفاعي. مقدمة في المسوح بالعينة <http://www.maqalaty.com/24031.html>، تاريخ زيارة الموقع:

.GMT 11:35، 2017/01/10

الحصول على بيانات هامة تتعلق بمختلف المجالات، قد خفضت كلفة المسح بالعينة مقارنة بالمسح الشامل نظرا لكبر حجم مجتمع البحث⁽¹⁾.

كما يستخدم منهج المسح بالعينة في دراسات الرأي العام، للتعرف على اتجاهات الجمهور وآرائهم في الموضوعات المثيرة للجدل، كما يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية التحليلية، في مجال الدراسات الإعلامية⁽²⁾.

سادسا- الدراسات السابقة:

6-1- الدراسات الأجنبية:

6-1-1- مها السيد عبد المعطي أحمد، اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت، مختصر رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنصورة، مصر، 2013م. استعرضت هذه الدراسة في إطارها النظري رؤى الباحثين حول مراحل نشأة وتطور صحافة المواطن، بداية بعدم الاعتراف بهذا الوافد الجديد على الساحة الإعلامية، مروراً بالإحداث التي أدت إلى فرض وجودها، وتبنيها من طرف الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، وإدماجها في إنتاج وتداول الأخبار، مع ضرورة ضبطها للحفاظ على أخلاقيات وقواعد العمل الصحفي. طبقت هذه الدراسة على "عينة عشوائية" من الشباب المصري المستخدم لشبكة الانترنت،

(1) - محمد، عبد الله الرفاعي. مرجع سبق ذكره.

(2) - محمد الفاتح، حمدي. منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال -دروس نظرية وتطبيقية-. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017 ص45.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

باستخدام منهج المسح الإعلامي، من خلال الاستبيان الذي تضمن مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تحتل مواقع صحافة المواطن المرتبة الأولى من حيث المتابعة من طرف الشباب من حيث المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 55%، حيث يستخدمها 5.25% من الشباب بصورة دائمة و5.19% بصورة نادرة.
- 89.5% من الشباب المصري يتعرضون لصحافة المواطن ويتفاعلون معها وينتجون مضامينها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تليها مواقع مشاركة المحتوى بـ 5.38%، ثم مواقع تدوين الرسائل القصيرة بـ 5.26%.
- المضامين السياسية في صحافة المواطن كانت الأكثر متابعة وتفضيلاً من طرف الشباب المصري بنسبة 33.68%، وذلك نظراً لحدة الاستقطاب السياسي بعد ثورة 25 يناير 2011م وما تلاها من أحداث سياسية كبيرة.
- 55.5% من الشباب من متابعي صحافة المواطن ومنتجي مضامينها، يفضلون الصور والفيديوهات للتعبير عن مواقفهم وآرائهم ونقلهم للأحداث والأخبار والتعرض لها.
- 3.65% كان دافعهم الرئيسي من التعرض لصحافة المواطن البحث عن الأخبار والمعلومات.

- حظيت شبكة رصد^(*) بمتابعة 57.8% من الشباب المصري.
 - أظهرت نتائج الدراسة أيضا أن الثقة في صحافة المواطن من طرف الشباب المصري لازالت غير تامة، ومع ذلك فهناك قوة وإيجابية في الاتجاه نحو صحافة المواطن، بسبب حاجة الشباب المصري لوسيط إعلامي جديد يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات التي يعيشها الشباب والتي أهملتها وسائل الإعلام التقليدية.
- كانت لهذه الدراسة أهمية كبيرة لنا، نظرا لاقترابها من موضوعنا حيث أفادتنا في مقارنة النتائج التي وصلنا إليها، خاصة أن كلتا الدراستين تمتا على الشباب من العالم العربي، والواقع المعاش كاللغة الدين، والتاريخ المشترك، مما ساعدنا في تحليل وتفسير النتائج وتشكيل الاستبيان.
- هذه الدراسة تمت على كل الشباب بمختلف مستوياته الدراسية، في حين أن دراستنا اقتصرت على طلبة الإعلام والاتصال، الذين يملكون خلفية نظرية حول هذا النوع من الصحافة وعليه ستعامل بموضوعية أكثر مع استبياننا.
- تمت هذه الدراسة في فترة حرجة من تاريخ مصر وهي ثورة 25 يناير 2011 وما تلاها من استقطاب سياسي واجتماعي عنيف وحاد، مما يضغط على نتائج الدراسة، في حين أن دراستنا تمت في ظروف عادية، حيث لم تعرف الجزائر نفس الظروف التي عرفتتها مصر، فقد تميزت هذه الفترة بالاستقرار والأمن والنمو الاقتصادي.

(*) - شبكة رصد شبكة إخبارية، تأسست في مصر عام 2010م، تعتمد في عملها على فلسفة ومرجعيات صحافة المواطن. نقلا عن:

6-1-2- جمال الزرن، صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا. وهي دراسة تحليلية

نشرت في المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 514-52، سنة 2009م، ركز فيها الباحث على إشكالية تحول المتلقي إلى مرسل، نتيجة استعماله نفس أدوات الصحفي المحترف، وامتلاكه لمنصات البث الإلكترونية المختلفة، ووجوده في مختلف أماكن الأحداث، حيث طرح الباحث التساؤلات التالية:

- ما هو تعريف صحافة المواطن وما خصائصها؟.
- ما هي المرجعيات التي تستند إليها صحافة المواطن؟.
- هل يمكن اعتبار صحافة المواطن إحدى التمثلات الاجتماعية لظاهرة الإعلام البديل؟.

كانت دراسة الباحث حول المواقع الفرنسية المتخصصة في صحافة المواطن وهي:

Media citoyen , BlogNews , Place-public.FR, Agoravox.FR، حيث درس سياسة

تحريرها والأخلاقيات التي تحكمها، وفلسفتها ومرجعياتها، مركزا على دراسة المدونات الإلكترونية

كعامل مهم لصحافة المواطن، وفي الأخير قدم نقدا لهذه الصحافة.

أفادتنا هذه الدراسة خاصة في الجانب النظري والتمهيد لإشكالية دراستنا، حيث قدمت لنا أبعاد

جديدة، في معالجة ظاهرة "صحافة المواطن"، ومستقبلها ومبررات استمرارها، كما استعملنا بعض

نتائجها في تفسير اتجاهات الشباب الجامعي نحو صحافة المواطن.

هذه الدراسة دراسة نظرية نقدية، أهملت دور الجمهور في هذا النوع من الصحافة واتجاهاته نحوها

سواء بالرفض أو القبول، ولم تبين درجة ثقة الجمهور بها وتأثيراتها على التكوين الأكاديمي في مجال

الصحافة، كما أهملت دور الشبكات الاجتماعية في ازدهارها خاصة الفايسبوك واليوتوب، إضافة لافتقادها للتبرير الإمبريقي.

6-2- الدراسات الوطنية:

6-2-1- سعيدة الطاهري، سمية قنوعي: اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف

الرياضي، دراسة ميدانية لصحفي ولاية ورقلة، مذكرة نهاية شهادة الماستر 2014م -2015م.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي، حيث استخدمت المنهج الوصفي لجميع مفردات البحث، عن طريق المسح الشامل ومن الفرضيات التي تم طرحها:

1. هناك اتجاهات إيجابية للصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي.
2. هناك موضوعية في تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي.

وتوصلت إلى النتائج التالية:

1. هناك اتجاهات إيجابية عند الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي.
2. لا توجد موضوعية في تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي.

أفادتنا هذه الدراسة في وضع إشكالية موضوعنا، نظرا لكون عينة دراستنا هي الشباب الجامعي في قسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، وهؤلاء الطلبة هم صحفيو المستقبل، كما أفادتنا في قياس اتجاهاتهم من خلال ضبط مقياس "ليكرت"،

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

ووضع الأسئلة التي أهملتها هذه الدراسة. كما أننا قمنا بمقارنة النتائج التي وصلنا إليها من خلال هذه الدراسة، مما ساعدنا في تحليل وتفسير النتائج.

ما يعاب على هذه الدراسة أنها أهملت غالبية مضامين صحافة المواطن واقتصرت على العنف الرياضي فقط مما يؤدي إلى حصر النتائج في خانة ضيقة جدا، ويصعب تعميم النتائج على بقية مضامين ومواضيع صحافة المواطن.

6-2-2- فتحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي: دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. 2010-2011.

ركزت هذه الدراسة على تأثير صحافة المواطن على مهنة الصحافة والهوية المهنية للصحفيين حيث تمت على عينة كبيرة من الصحفيين الجزائريين، وطرحت عدة تساؤلات:

- كيف يتمثل الصحفي الجزائري هويته المهنية في ظل بروز وتطور صحافة المواطن؟.
- ما مدى إجرائية مفهوم الهوية المهنية في واقع الصحافة الجزائرية؟.
- ما هو التمثل المألوف للصحفي الجزائري عن ذاته في المهنة؟.
- ما هو التمثل الجديد الذي بناه الصحفي لظاهرة صحافة المواطن؟.
- ما هو التمثل الذي يحمله الصحفي عن مستقبل الصحافة في ظل صحافة المواطن؟.

حيث توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- الصحفيون الجزائريون يعتبرون المواطن الذي ينشر أخبارا على شبكة الانترنت مساعدا لهم في أداء مهمتهم وذلك بنسبة 87%.
- 57% من الصحفيين الجزائريين يرون أنهم سيصبحون في المستقبل معالجين للمادة الإعلامية التي يضعها المواطن.
- 62% من الصحفيين الجزائريين يرون أن المواطن الصحفي لا يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف.
- 92% يرون أنه لا يمكن الاستغناء عن معاهد ومدارس الصحافة.

هذه الدراسة كانت مهمة لنا، فعينة دراستنا هي طلبة الإعلام والاتصال، والمحتمل أن يصبحوا صحفيين في المستقبل، وبالتالي نحتاج لهذه النتائج لتحليل وتفسير النتائج التي توصلنا إليها. كما ساعدتنا هذه الدراسة في وضع الاستبيان المتضمن مقياس "الكثرة". وتحديد المنهج بدقة وإتباع خطواته.

الدراسة لم تتطرق للاتجاهات، كما أهملت دور الجمهور الذي ينتج مضامين هذه الصحافة ويشارك فيها، ويتفاعل معها، وهذا ما ركزنا عليه في دراستنا.

سابعا: مجتمع الدراسة وعينتها

7-1- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع دراستنا في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والبالغ عددهم 916 طالبا ينتمون لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، حيث استثنينا طلبة السنة أولى علوم إنسانية لأنهم

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

يدرسون جذع مشترك. ويتوزع عدد أفراد مجتمع الدراسة حسب السنة الدراسية أو المستوى

الدراسي على الشكل التالي:

جدول رقم(01): توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	عدد الطلبة	الذكور	الإناث
السنة ثانية	339	71	268
السنة الثالثة	205	43	162
سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة	119	14	105
سنة أولى ماستر اتصال وتسويق	141	52	89
سنة ثانية اتصال وعلاقات عامة	112	12	100
المجموع	916	192	724

المصدر: من إعداد الطالبين.

7-2- عينة الدراسة:

استخدمنا في دراستنا العينة الطبقية العشوائية، وهي من أكثر العينات استخداما في المواضيع

المتعلقة بدراسات الجمهور واتجاهاته⁽¹⁾، خاصة عندما يكون مجتمع الدراسة يتكون من فئات

متجانسة معلومة العدد، بحيث أخذنا من كل فئة 7%، فحصلنا على عينة إجمالية قدرها 63

اخترناها بطريقة عشوائية من كل سنة دراسية فحصلنا على العينات التالية:

(1) -محمد الفاتح، حمدي، ص ص 104 - 105.

جدول رقم(02): توزيع عينات الدراسة بحسب المستوى الدراسي.

الفترة	العدد	النسبة	حجم العينة
السنة الثانية	339	7	23
السنة الثالثة	205	7	14
السنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة	119	7	8
السنة أولى ماستر اتصال وتسويق	141	7	10
السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة	112	7	8
المجموع	916	7	63

المصدر: من إعداد الطالبين.

ثامنا: أدوات جمع البيانات.

اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمقابلة كأداة مساعدة.

8-1- الإستبيان:

يعتبر الاستبيان من أكثر الأدوات استعمالاً في بحوث الإعلام والاتصال وقياس الاتجاهات حيث عرفه "جود، good"⁽¹⁾ بأنه قائمة من الأسئلة، تعد بشكل جيد، لمعرفة آراء ومعتقدات

⁽¹⁾ - العربي بلقاسم، فرحاتي. البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 281.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

واتجاهات الآخرين نحو موضوع معين. كما عرفه "رومل وبالين، romell and balline" بأنه أداة

لجمع البيانات المتعلقة بمحدث معين عن طريق استمارة، يجري تعبئتها من قبل المستجوب⁽¹⁾ وعليه

فالإستبيان في أبسط صورته هو مجموعة من الأسئلة المفهومة والواضحة تدور حول موضوع البحث

توزع على عدد محدد من الأشخاص، عن طريق البريد أو البريد الإلكتروني، أو مواقع التواصل

الإجتماعي أو يدا بيد، يطلب منهم الإجابة عنها بصدق وشفافية.

وعليه فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية، لجمع البيانات والمعلومات حول

موضوع الدراسة. وقسمناه إلى ثلاث أقسام بحيث:

القسم الأول تضمن البيانات الشخصية للمبحوثين كالجنس، العمر، المستوى الدراسي، والإقامة.

القسم الثاني تضمن مقياس "ليكرت likert" الخماسي، تضمن بدوره ثلاث مؤشرات مرتبطة

بفرضيات الدراسة وهي:

المؤشر الأول تضمن 16 عبارة.

المؤشر الثاني تضمن 10 عبارة.

المؤشر الثالث تضمن 8 عبارات.

و تكون الإجابة على هذه العبارات ب موافق جدا، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة.

حسب أوزان مقياس ليكرت الخماسي على الشكل التالي:

(1) - العربي بلقاسم، فرحاتي. مرجع سبق ذكره، ص282.

جدول رقم(03): توزيع أوزان مقياس ليكرت.

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
عبارة ايجابية	5	4	3	2	1
عبارة سلبية	1	2	3	4	5

وللحكم على المؤشرات الإحصائية، خاصة الوسط الحسابي، تم وضع حدود دنيا وعليا لمقياس

Likert وهذا بحساب ما يلي:

المدى: ويعبر المدى عن الفرق بين أكبر قيمة وأدنى قيمة في المقياس وعليه:

$$\text{المدى} = 5 - 1 = 4$$

طول المدى: يتمثل في العلاقة النسبية بين المدى وعدد الدرجات (المدى / عدد الدرجات) وعليه:

$$\text{طول المدى} = 4 \div 5 = 0.8$$

ولتحديد حدود الفئات نضيف طول المدى (0.8) إلى القيمة الدنيا في مقياس Likert أي: 1

لتحديد الحد الأعلى للفئة الأولى، والذي يكون هو الحد الأدنى للفئة الثانية، وهكذا حتى غاية

تحديد الحدود الدنيا، والعليا لباقي الفئات، وعليه فقد كانت الحدود وما تعنيه ومستوى الجودة

على النحو الآتي:

المجال الأول [1-1.8]	←	أعارض بشدة	←	منخفض جدا
المجال الثاني [1.8-2.6]	←	أعارض	←	منخفض
المجال الثالث [2.6-3.4]	←	محايد	←	متوسط
المجال الرابع [3.4-4.2]	←	أوافق	←	مرتفع
المجال الخامس [4.2-5]	←	أوافق بشدة	←	مرتفع جدا

تعتبر المقابلة إحدى الوسائل البحثية الهامة التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات الميدانية المتعلقة بالظاهرة المدروسة، وتعدّ من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعاً وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث. كما يعبر عنها على أنها "تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث، والتي تدور حول آرائه ومعتقداته بخصوص الظاهرة موضوع الدراسة، ومن ثم يحصل الباحث على مجموعة من البيانات الموضوعية"⁽¹⁾. وتوجد عدة أنواع للمقابلة أهمها المقابلة الشخصية التي يجلس فيها الباحث وجها لوجه مع المبحوث، وهي الأكثر أساليب استخداماً في البحث العلمي، وتعدّ هذه الطريقة أفضل السبل لأنها تضيف لمحة إنسانية على التعامل، وتتيح للباحث مشاهدة استجابات المشارك كما تتميز بغزارة المعلومات التي يحصل عليها الباحث، والتعرّف على ردود وانفعالات المبحوثين، إضافة إلى أنواع أخرى مثل المقابلة الهاتفية، المقابلة بواسطة الوسائل الإلكترونية، المقابلة المغلقة، المقابلة المفتوحة.

ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة الشخصية أو المباشرة وهي التي تتم بين الباحث والمبحوث وجها لوجه وذلك مع رئيس قسم الإعلام والاتصال السيد "مسعود بوسعدية" حيث زودنا بكل المعلومات حول عدد الطلبة وتخصصاتهم، واستعملناها أيضاً في استطلاع آراء عينة من

(1) - أوما، سكاران. طرق البحث في الإدارة: مدخل لبناء المهارات البحثية. ترجمة اسماعيل علي بسوي، الرياض: دار المريخ للنشر، 2006، ص

الطلبة حول موضوع الدراسة، كما استخدمنا المقابلة الإلكترونية عن طريق موقع الفايسبوك مع بعض الصحفيين والمدونين لاستطلاع آرائهم حول ظاهرة "صحافة المواطن".

تاسعا: المقاربات، النظريات والمداخل المفسرة.

9-1- البنائية الوظيفية:

تعتبر البنائية الوظيفية من أهم المقاربات في علم الاجتماع، حيث شغلت جزءا كبيرا من مؤلفات علماء الاجتماع مع بدايات القرن العشرين، مدفوعة بالتراث العالمي الكبير المتعلق بالإنسان والطبيعة وظواهرها، حيث ينظر أصحاب الاتجاه الوظيفي أمثال بارسونز^(*) إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا *Systeme Social*، مترابط ترابطا داخليا ينجز كل مكون من مكوناته أو أجزائه وظيفة محددة، بحيث أن كل خلل أو تغيير في وظيفته أي جزء يؤدي إلى حدوث خلل وتغيير في بقية الأجزاء النسق.

ويشير "ماريون ليفي" إلى أهم المحاور واتجاه البنائية الوظيفية وهي: البناء الاجتماعي، الوظيفة الاجتماعية، والتفاعل الاجتماعي بين البناء والوظيفة⁽¹⁾.

1-مسلمات البنائية الوظيفية:⁽²⁾

- أ- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة.
- ب- يتجه المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك.

(*) - تالكوت بارسونز (1902م - 1979م)، عالم اجتماع أمريكي. نقلا عن ويكيبيديا.

(1) - عبد الباسط، عبد المعطي وعادل مختار هوارى. في النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. الإسكندرية. دار المعرفة الجامعية، 1986، ص 98.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص ص 174-175.

ج- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.

د- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية لحاجياته.

وتطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام، يفترض أن وسائل الإعلام عبارة عن عناصر لأنشطة المتكررة لها وظائف محددة تؤديها لصالح النسق العام مثل: التعليم، التثقيف، الترفيه، الأخبار المعلومات... الخ، تلي من خلالها حاجات أفراد المجتمع وأجزائه الأخرى، وتقدم هذه العلاقة على أساس الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه⁽¹⁾. فوسائل الإعلام ومن خلال أنشطتها تقوم بتعزيز التوازن داخل بنية المجتمع، وتساهم بذلك في استقراره وتصحيح الخلل في أي جزء من أجزائه. فصحافة المواطن كنسق يتكون من عدة عناصر مترابطة، لها دور ووظيفة تؤديها في المجتمع، كنقل الأخبار لحظة وقوعها، تغطية المناطق التي لا تصلها وسائل الإعلام التقليدية، وإيصال صوت مواطنيها للعالم، كما تعتبر منبرا حرا للناشطين السياسيين

والمدونين والاجتماعيين والمهمشين والمقصيين والأقليات الدينية والعرقية المضطهدة، ينقلون من خلالها إنشغالهم وتطلعاتهم ويعرفون بأنفسهم ويطالبون بحقوقهم. كما تعتبر أداة للشهرة وإثبات الذات من طرف الشباب والطلبة، فمن خلالها يمكنهم أن يصبحوا مثل المشاهير الذين تصنعهم وسائل الإعلام التقليدية، وهذا بأقل مجهود وتكلفة.

(1) - عبد الباسط، عبد المعطي وعادل مختار هواري. مرجع سبق ذكره، ص 178.

9-2- نظرية ثراء الوسيلة (ثراء المعلومات):⁽¹⁾

في إطار وصف وسائل الاتصال على حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تنتقل خلالها قام كل من "ريتشارد دافت، Richar L. Daft" و"روبرت لينجيل، lengel Robert" عام 1984م بوضع أسس هذه النظرية وهي:

- كلما زادت نسبة التعلم التي يمكن ضخها من خلال الوسيلة، كلما كانت الوسيلة أكثر ثراء.

- إن ثراء وسائل الإعلام يعد وظيفة لعدة خصائص شاملة وهي:

* القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في وقت واحد.

* القدرة على تيسير فورية رجوع الصدى.

* القدرة على جذب التركيز الشخصي.

* القدرة على استخدام اللغة الطبيعية.

فحسب هذه النظرية، فالوسيلة الأكثر تغلبا على الغموض والشك الذي ينتاب الأفراد عند التعرض لها، -لأنها تملك أكبر قدر من المعلومات وتعرض الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والمتلقي، رجوع الصدى بالتزامن مع عرض المضمون- تعتبر وسيلة ثرية. وهذا ما نجده في وسائل الإعلام التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كالمدونات والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، فصحافة المواطن كمضمون تحمله هذه الوسائل تعتبر

⁽¹⁾<http://studies.aljazeera.net/ResourceGallery/media/Documents/2015/12/27/2015122781452318734Ideology%20of%20social%20networks.pdf>.2017 /01/ 03 ، تاريخ زيارة الموقع: GMT11.52

ثرية، لأنها تتوفر على أربعة معايير أساسية سرعة رد الفعل والتفاعل مع الجمهور، نقل الإشارات والانفعالات، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

9-3- المداخل النظرية في الإعلام الجديد:

تعتبر صحافة المواطن إحدى مخرجات ما يعرف بالإعلام الجديد^(*)، حيث نشأت من انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين المواطنين، فهي جزء من الإعلام الرقمي، والتفاعلي الشبكي السبيرياني Cyber media*، وفهم مقارباتها يتطلب فهما دقيقا للمداخل النظرية للإعلام الجديد. ورغم أن هذه المداخل لا زالت في بدايتها، ولم تتبلور بشكل كلي إلا أنها حاولت فهم السيرورة التي يتم فيها الإعلام الجديد بمختلف أبعاده واتجاهاته، وأهم هذه المداخل هي: مدخل نيغروبونتي، مدخل كروسي، مدخل ديفيس وأوين، مدخل مانوفيتش، رؤية بافلوك، رؤية يوتلر وجروسين، مدخل فيدلر ومنتطرق لكل من مدخل كروسي، ومدخل ديفيس وأوين، فهذه المداخل تساعدنا على فهم الآلية التي تعمل في إطارها صحافة المواطن.

9-3-1-مدخل كروسي:

يقدم كروسي ثلاث نماذج من الاتصال الذي يقوم به الفرد:⁽¹⁾

(*) هناك خلافات عديدة حول مصطلح الإعلام الجديد، لكن مبدئيا هو الإعلام الذي نتج عن إدماج تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الأنترنت. نقلا عن عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد. * مصطلح أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي "وليام جيبسون William Gibson في رواية أصدرها عام 1984م باسم Neuronancer. نقلا عن عباس مصطفى صادق مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد. ⁽¹⁾ عباس مصطفى، صادق. مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد. أبو ظبي: دار العين، 2014، ص ص 29-36.

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

أ- الاتصال الشخصي: وفيه يملك كل طرف درجة من السيطرة المتساوية على المحتوى (الرسالة) كما أن المحتوى يحمل ترميزا يؤكد الحالة الفردية وكلما ازداد عدد المشاركين في العملية الاتصالية كلما انخفض التحكم في المحتوى.

ب- الاتصال الجمعي: وهو الاتصال الجماهيري Mass media، وهو سبق التكنولوجيا، حيث كان يتم من شخص واحد (الملك، الأمير، القائد... الخ)، إلى مجموعة ضخمة من الأفراد والتكنولوجيا قامت بتوسيعه بالأدوات التقليدية كالتلفزيون، الإذاعة، السينما، ويتميز هذا النوع من الاتصال بـ:

- الرسالة نفسها تصل إلى الجمهور.

- المرسل هو المتحكم في الرسالة.

مما يعني:

لا يمكن تلبية جميع حاجات الأفراد بشكل فردي.

الفرد لا يستطيع التأثير على المحتوى.

ج- الإعلام الجديد: حسب كروسي فالإعلام الجديد يتميز بـ:

- الرسائل الفردية تصل في وقت واحد إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد.

- هؤلاء الأفراد ليس لهم نفس درجة التحكم والتأثير في الرسالة والسيطرة عليه، وعليه فالإعلام

الجديد يوفر مزايا غير موجودة في النموذجين السابقين، فللفرد (المتلقي) سلطة على الرسالة حيث

يشكلها أو يشارك في مضمونها أو يعدلها ويعيد نشرها بلا قيود، ف"كروسي" يرى أنه عندما

نقوم بزيارة موقع صحفي على شبكة الانترنت، فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسة فيه

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة

فقط، بل نجد زوايا في الموقع مخصصة لتلبية الحاجات الفردية الخاصة بالزائر، ويعطي مجموعة كبيرة جدا من الخيارات تتناسب وتنوع رغبات الأفراد وهذا لا يمكن لوسائل الإعلام التقليدية أن تحققه للمتلقي؛ مما يعطي للإعلام الجديد قوة كبيرة كونه سيحفز وينشر آليات جديدة كلياً للإنتاج والتوزيع؛ سيؤدي إلى بروز مفاهيم جديدة تماماً للأشكال الإعلامية ومحتوياتها⁽¹⁾، ومن بين هذه الأشكال "صحافة المواطن" حيث استفادت هذه الصحافة من مزايا الإعلام الجديد والذي مكن الأفراد من صنع ومعالجة المضامين الإعلامية، وبنها لجمهور ضخم العدد، متجاوزاً بذلك كل الحواجز التقليدية التي حدّت من سيطرة الفرد المتلقي على الرسالة، حيث تحول المرسل إلى متلقي وبالتزامن تحول المتلقي إلى مرسل.

9-3-2- مدخل ديفيس وأوين:

صنف نموذج نيغروبونتي^(*) ونموذج كروسي الإعلام إلى إعلام جديد وإعلام قديم أي الإعلام التماثلي والإعلام الرقمي، الذي ظهر بظهور الانترنت لكن كل من "ريتشارد ديفيس، Richard davis"، وديانا أوين في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) أشارا إلى أن مصطلح "إعلام جديد" لا يعبر عن المواقع والتطور التاريخي لوسائل الإعلام فالإعلام الجديد حسبهما ينقسم إلى:⁽²⁾

(1) - عباس مصطفى، صادق. مرجع سبق ذكره، ص 38.

(*) نموذج نيغروبونتي، يركز على استبدال الوحدات المادية بالرقمية، أو للبيئات (BITS) بالذرات (ATANS) كأدوات جديدة تحمل المعلومات التي يمكن توصيلها بشكل إلكتروني وليس فزيائي مما يؤدي إلى خروج الإعلام من يد السلطة. نقلاً عن عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد.

(2) عباس مصطفى، صادق. مرجع سبق ذكره، ص 45.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: وهو يعبر عن مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، والتي أصبحت تستخدم وسائل اتصال الجرافيك والعرض والإحصاء بواسطة الكمبيوتر.
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وفيه تكون الحدود بين القديم والجديد حدودا اصطناعية حيث يصل كل من الإعلام الجديد والقديم إلى حالة التماهي، فيستخدم الكثير من الممارسين للصحافة في وسائل الإعلام التقليدية، الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية كاستعمال الصحفيين في التلفزيون لليوتيوب لعرض رسائلهم الإعلامية المرئية.
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: وهي كل الوسائل التي لا يمكن أن تعمل دون كومبيوتر وأنترنت، وهي الوسائل التي مكنت من التبادل الحي والمتزامن والسريع للمعلومات، ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطن إسماع صوته ورأيه لكل العالم، ومكنت من دمج مختلف البيانات والمعلومات المسموعة والمرئية والمكتوبة، وتجاوزت العوائق الزمانية والمكانية، وفي صحافة المواطن يتجلى استخدام هذا النوع من الإعلام الجديد حيث ما كان لهذه الصحافة أن تتطور وتأخذ مكانا بارزا في النسق الإعلامي، لولا التكنولوجيا الجديدة كالهاتف النقال، الكاميرا الرقمية، وآلة تصوير الرقمية، ومواقع التواصل الاجتماعي يصفة خاصة والأنترنت بصفة عامة.

الجانب النظري للدراسة

الفصل الثاني: الاتجاهات النفسية والاجتماعية

تمهيد:

يعتبر الفيلسوف الإنجليزي "هربرت سبنسر H. spencer" من أوائل العلماء الذين استخدموا مصطلح "الاتجاهات، ATTITUDES"، فقد قال: "...إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة للجدل، يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني..."⁽¹⁾ ويرى "جوردن ألبورت G.W.Allport" أن مفهوم الاتجاهات هو أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي المعاصر، فقياس الاتجاهات هو من يجعل البحث جديرا بأن يسمى بحثا علميا.⁽²⁾

أولا: تعريف الاتجاه ATTITUDE:

اختلف العلماء والباحثين في تعريف الاتجاه، نظرا لارتباطه المتشعب بعلمي النفس والاجتماع، حيث تعتبر الاتجاهات من مواضيع علم النفس الاجتماعي، التي ينظر إليها الباحثون كل حسب رؤيته المعرفية، النفسية، والاجتماعية. وفيما يلي سنعرض أهم المفاهيم والتعريفات:

1-1- تعريف ألبورت G. W. Allportt:

الاتجاه هو حالة استعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة، ويؤثر تأثيرا ديناميكيا على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات، والمواقف التي يتصل بها⁽³⁾.

(1) - محمد، مصطفى زيدان. علم النفس الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986، ص168.

(2) - محمد، مصطفى زيدان. مرجع سبق ذكره، ص 168.

(3) - مقدم، عبد الحفيظ. الإحصاء والقياس النفسي والتربوي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1993، ص243.

1-2- تعريف بوغاردس Bogardes:

"هو ميل الفرد الذي ينحو سلوكه اتجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها، متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة، تبعا لقربه من هذه أو بعده عنها"⁽¹⁾.

1-3- تعريف بروفولد Bruvold:

"الاتجاه هو رد فعل وجداني، إيجابي أو سلبي، نحو موضوع مادي، أو مجرد قضية مثيرة للجدل"⁽²⁾.

1-4- تعريف بروشانسكي وسيدنبرغ Proshansky, Sédenberg:

"الاتجاه عبارة عن ميل معقد للاستجابة الثابتة بالموافقة أو المعارضة للموضوعات الاجتماعية التي في البيئة، وهذه الاستجابة تختلف من ثقافة لأخرى"⁽³⁾.

1-5- تعريف أبو النيل محمد السيد:

"استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعيا أو اقتصاديا أو سياسيا، أو حول قيمة من القيم كالقيمة الذهنية أو الجمالية أو النظرية أو الاجتماعية، أو حول جماعة من الجماعات، ويعبر عن هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه أو عدم الموافقة"⁽⁴⁾.

(1) - مقدم، عبد الحفيظ. مرجع سبق ذكره، ص243.

(2) - زين العابدين، درويش. علم النفس الاجتماعي: أسسه وتطبيقاته. القاهرة: دار الفكر، 1999، ص 90.

(3) - مرجع سبق ذكره، ص 90.

(4) - عبد الفتاح، دويدار. سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والاتجاه. بيروت: دار النهضة العربية، 1992، ص55.

1-6- تعريف جودة بني جابر:

"استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم، يؤهل الفرد للاستجابة بأنماط سلوكية محددة (موجبة أو سالبة)، نحو أشخاص، أو أفكار أو حوادث، أو أوضاع، أو أشياء، أو رموز معينة في البيئة التي تشير إلى هذه الاستجابة⁽¹⁾."

ثانياً-خصائص الاتجاهات:

للاتجاهات عدة خصائص نفسية واجتماعية أهمها:

- 1-الاتجاهات يكتسبها الفرد من بيئته، حيث تلعب التنشئة الاجتماعية للفرد دوراً أساسياً في تحديد اتجاهاته نحو مختلف القضايا والمواقف، فالإتجاهات ليست فطرية أو تولد مع الفرد.
- 2- اكتساب الإتجاهات يستغرق مدة زمنية طويلة، تتخللها تجارب نفسية واجتماعية عديدة ومتنوعة.
- 3- يصبح الإتجاه في اللاشعور، مما يجعله ثابتاً نسبياً، فيصعب تغييره أو تعديله.
- 4- الاتجاه النفسي يقع بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب، أي بين التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.
- 5- الاتجاه النفسي تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه ومضمونه المعرفي⁽²⁾.
- 6- لتكوين الإتجاه يجب أن يكون هناك موضوعاً يثيره.

(1) - عبد الفتاح، دويدار. مرجع سبق ذكره، ص 56.

(2) - العتوم، عدنان يوسف. علم النفس الاجتماعي. ط1. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2009، ص155.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

7- يمكن التنبؤ باتجاهات الفرد في موضوع معين بناء على اتجاهاته لموضوع آخر سبق وعبر عن اتجاهه نحوه سلوكا أو شعورا أو إدراكا.⁽¹⁾

8- الاتجاهات تساهم مساهمة كبيرة في تحديد السلوك⁽²⁾.

9- قابل للتغير رغم تميزه بالثبات النسبي، نتيجة تعرض الفرد لظروف جديدة أو بيئة أخرى أو أفكار جديدة ومختلفة عن ما عهده، فالإتجاه فعل متحرك وديناميكي، مع أنه يستغرق وقتا طويلا للتشكل.⁽³⁾

10- هناك اتجاهات واضحة وأخرى مبهمه، كما توجد اتجاهات معلنه وأخرى سرية.

11- الاتجاهات تعتبر نتاجا للخبرة السابقة، وترتبط بالسلوك الحاضر وتشير إلى السلوك في المستقبل.

12- يمكن ملاحظتها، قياسها والتنبؤ بها أو بتغييرها أو تعديلها.

13- الإتجاهات ثلاثية الأبعاد أي لها أبعاد معرفية، ووجدانية، وسلوكية حركية⁽⁴⁾.

ثالثا- مكونات الإتجاه:

للاتجاهات ثلاث مكونات أساسية، تتفاعل فيما بينها، وتمثل في: المكون المعرفي المكون الوجداني، وآخر سلوكي، حيث تتأثر هذه المكونات بالسياق الاجتماعي والثقافي، الذي يعيش فيه الفرد.

(1) - العتوم، عدنان يوسف. مرجع سبق ذكره، ص158.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص159.

(3) - عكاشة، محمود فتحي وزكي محمد شفيق. المدخل إلى علم النفس الإجتماعي. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحدي، 2000، ص111.

(4) - مرجع سبق ذكره، ص226.

3-1- المكون المعرفي cognitive compositant:

وهو الجانب الذي يشمل معتقدات الفرد عن الشيء المتجه إليه⁽¹⁾. فالمكون المعرفي يشمل كل تلك الأفكار والمعتقدات، والمفاهيم والإدراك والحجج والبراهين نحو موضوع الاتجاه⁽²⁾، كما أنه مجموعة من المعلومات والخبرات والمعارف المتنقلة عن طريق التلقين أو عن طريق الممارسة المباشرة⁽³⁾.

3-2- المكون الوجداني Effective compositant:

ويتضمن هذا الأخير مجموعة المشاعر والانفعالات، وكل ما يتعلق بالحب والكراهة، أو القبول والرفض، نحو موضوع الاتجاه⁽⁴⁾، فالمكون الانفعالي الوجداني هو الصفة المميزة للاتجاه، والذي تفرقه عن الرأي العام، كما أن الشحنة الانفعالية هي التي تحدد ما إذا كان الاتجاه قويا أو ضعيفا⁽⁵⁾، كما أن المكون الانفعالي يشير إلى حالات شعورية ذاتية واستجابات فينيولوجية تحدد طبيعة الاتجاه⁽⁶⁾.

وعلى الرغم من أنه قد يكون لدى شخص اتجاهات غير ملائمة اتجاه موضوع معين، إلا أن المشاعر لكلاهما تختلف بين خوف وكراهة... الخ⁽⁷⁾.

(1) - عيد، محمد إبراهيم. علم النفس الاجتماعي. ط1. القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2000، ص165.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص166.

(3) - جابر، نصر الدين ولوكيا، الهاشمي. مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي. ط2. قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية للطباعة الجهوية 2006، ص99.

(4) - العتوم، عدنان يوسف. مرجع سبق ذكره، ص197.

(5) - سلوى، عبد الباقي محمد. أفاق جديدة في علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2003، ص88.

(6) - مرجع سبق ذكره، ص90.

(7) - العتوم، عدنان يوسف. مرجع سبق ذكره، ص210.

3-3- المكون السلوكي Behavioral composant:

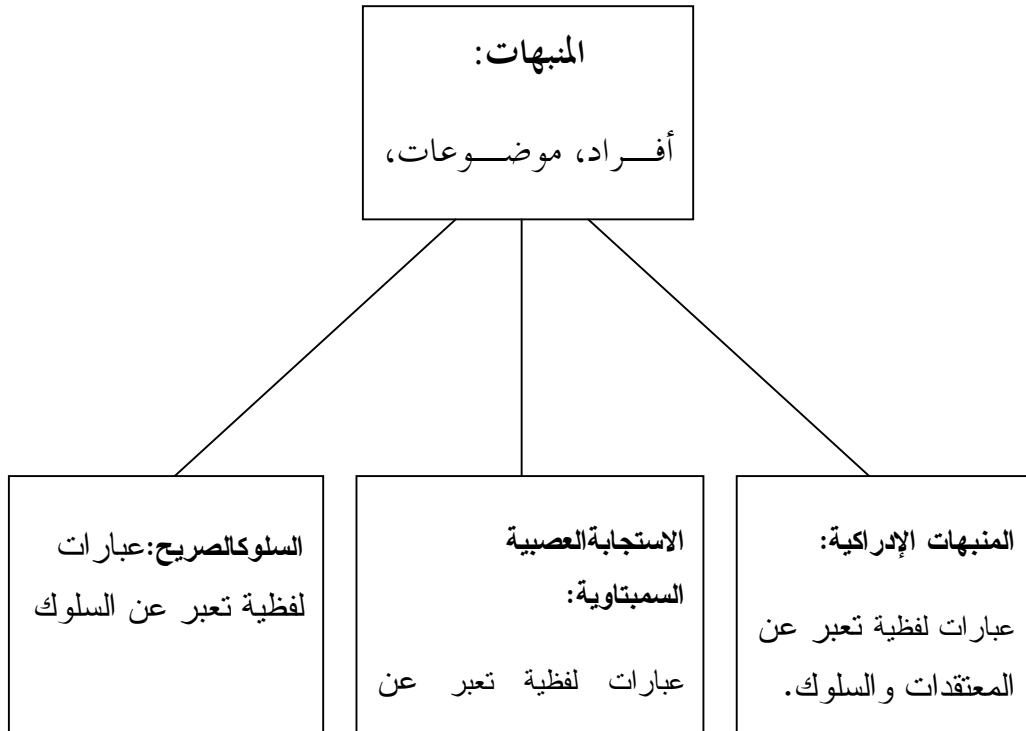
يعبر عن مجموعة العمليات الجسمية التي تُعدُّ الفرد للتصرف بطريقة ما⁽¹⁾، فالمكون السلوكي هو الجانب الترعوي، بمعنى مجموعة الاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد بعد إدراكه ومعرفته وانفعالاته⁽²⁾.

إن هذه المكونات الأساسية للاتجاه لا تعمل منفصلة عن بعضها البعض، بل تعمل في دينامية معينة يطغى جانب على آخر، فهي تعمل في نسق يؤكد أن هناك ترابط لا بد منه بين هذه المكونات حتى نستطيع التحدث عن ما يعرف بالاتجاه، كما أن أي تغيير على مستوى مكون يؤدي بالضرورة إلى التغيير في المكونات الأخرى، وخاصة إذا كان التغيير على مستوى المكون المعرفي الذي يؤثر بالضرورة على مشاعرنا وبالتالي على استجابتنا.

(1) - مرجع سبق ذكره، ص214.

(2) - جبار، كترة. "إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية". رسالة ماجستير. جامعة بسكرة. الجزائر. 2014. ص 23.

- الشكل رقم(01): النموذج الثلاثي لمكونات الإتجاه.



المصدر: عيد، محمد إبراهيم. علم النفس الاجتماعي. ط1. القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2000. ص170.

رابعا- أنواع الاتجاهات:⁽¹⁾

للإتجاهات أنواع عديدة نذكر منها:

4-1- الإتجاهات القوية والضعيفة:

تصنف الإتجاهات بحسب شدتها اتجاه مختلف القضايا والمواقف، فموقف المتدين المتشدد من قضايا تحرير المرأة وبرامج الترفيه والمسلسلات والأفلام تكون عادة اتجاهات قوية، فهو يعبر عنها بالرفض المطلق، بناء على اعتقاداته السابقة ويظهر هذا الإتجاه القوي في سلوكه، إما

⁽¹⁾ - محمد، مصطفى زيدان. مرجع سبق ذكره، ص172.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

بالصراخ أو بالتكسير أو بالإنسحاب. أما موقف المتحرر أو الليبرالي فموقفه اتجاه نفس القضايا يكون موقفا ضعيفا، نظرا لتبنيه المسبق لهذه القضايا ودفاعه عنها وقبوله لها.

4-2- الاتجاهات الموجبة والسالبة:

إن الاتجاهات التي تجذب الفرد نحو فكرة ما أو موقف معين، تسمى اتجاهات إيجابية، أما الاتجاهات التي تؤدي بالفرد إلى تجنب موقف معين أو فكرة، فهي اتجاهات سلبية.

4-3- الاتجاهات العلنية والسرية:

الاتجاهات العلنية هي الاتجاهات التي لا يجد الفرد حرجا في التعبير عنها والتحدث عنها بحرية أمام الناس، أما الاتجاهات السرية فهي الاتجاهات التي يخشى الفرد إظهارها للآخرين كأن يخفي الصحفي المواطن عن محيطه أنه ناشط سياسي أو اجتماعي، وهذا خشية أو خوفا من أن يظهر كمعارض للنظام الحاكم، أو لبيئته الثقافية والاجتماعية.

4-4- الاتجاهات الفردية والجماعية:

إن الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس تسمى اتجاهات جماعية، أما الاتجاهات التي تميز فردا عن الآخر فتسمى اتجاهات فردية. فقبول مجموعة كبيرة من الناس للنشر المستقل عبر الفايسبوك يسمى اتجاهها جماعيا، أما أفراد متفرقين يقبلون النشر عبر الفايسبوك، فيسمى اتجاهها فرديا.

4-5- الاتجاهات العامة والنوعية:

الاتجاهات العامة تلك التي تنصب على الكليات، أما الاتجاهات النوعية فتخص النواحي

الذاتية للفرد. فالإتجاهات السياسية تتسم بصفة العموم.

ويلاحظ أن الإتجاهات العامة أكثر ثبوتا واستقرارا من النوعية، أما الإتجاهات النوعية فتنبثق من

الإتجاهات العامة. فإتجاهات طلبة الإعلام والإتصال نحو صحافة المواطن هي إتجاهات عامة، أما

إتجاهاتهم نحو المصدر في صحافة المواطن، فهي إتجاهات نوعية.

خامسا- وظائف الإتجاهات النفسية الاجتماعية:

تعتبر الإتجاهات دوافع عامة، مكتسبة، إدراكية في نشأتها وفي بعض أهدافها. وهي بتكوينها

ومقوماتها وخصائصها ومكوناتها، تتخذ لنفسها وظائف عامة وخاصة تسعى لتحقيق أهداف

الجماعة والفرد. ومن هذه الوظائف نذكر:

أ- يحدد الإتجاه طريق السلوك ويفسره، حيث تظهر الإتجاهات من خلال أفعال وأقوال الفرد

وانفعالاته، كما تحدد سلوك الفرد نحو موضوع أو موقف معين يهمله كأمر دينه وعمله، أو

طرق تعامله مع الناس، أو نشاطه، أو نظرتة لأفراد أو جماعات أو أمم.

ب- تضي على إدراك الفرد ونشاطه اليومي معنى ودلالة وهدف، فالإتجاهات تكسب الفرد

شخصيته، وتضمن دوامها واستمرارها؛ فهي تساعد على التكيف مع الجماعة التي يعيش فيها

حيث تكون إتجاهاتنا متشابهة لإتجاهات الجماعة التي نعيش فيها.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

ج- تجنب الفرد حالات الإنعزال، من خلال مشاركته للجماعة في الإتجاهات، كما تسهم في مساعدة الفرد على تحقيق أهدافه.

د- تلعب الاتجاهات دورا مهما في التعلم والآراء، فالاتجاهات الطلبة مثلا نحو مادة دراسية، أو نشاطات مدرسية أو نحو معلمهم أو زملائهم، أو حتى أنفسهم، تؤثر في قدرتهم على إنجاز المهم التعليمية المرغوب فيها⁽¹⁾.

و- للإتجاه وظيفة معرفية تتمثل في دفع الشخص للحصول على المعرفة المطلوبة، لمواجهة التغيرات الحاصلة في محيطه، والتكيف معها⁽²⁾.

هـ- تعمل الإتجاهات على تخفيف حدة التوتر النفسي الذي يشعر به الفرد، في محاولته الوصول إلى هدفه. كما تساعد الإتجاهات في تنظيم العمليات الدافعية والانفعالية وتسهل عملية اتخاذ القرارات.

ي- كما تبين العلاقة بين الفرد والآخرين، أو بين الفرد ومفردات بيئته⁽³⁾.

من خلال ما سبق يمكن أن نلخص أهم وظائف الاتجاهات في الآتي:⁽⁴⁾

5-1- الوظيفة التكوينية (التأقلم والتوافق): حيث تساعد الفرد على إنشاء علاقات تكيفية

في وسطه مع الأفراد والجماعات داخل وخارج مجتمعه، حيث تتكون لديه اتجاهات ايجابية نحو ما يساعد على إشباع حاجاته، وأخرى سلبية نحو ما يعترض سبيل تحقيق أهدافه.

(1) - محمد، مصطفى زيدان، مرجع سبق ذكره، ص ص 173-174.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص ص 173-174.

(3) - مرجع سبق ذكره، ص ص 173-174.

(4) - الزبيدي، كمال علوان. مرجع سبق ذكره، ص 124

5-2- الوظيفة الدفاعية: كثيرا ما يعكس الإتجاه ناحية عدوانية، قد تنشأ عن إحباطات

وصراعات، وإحساسه بالفشل، لذلك فهو بحاجة لإبداء تصرفاته مكونا بذلك اتجاهات، مثلا الرجل الأبيض الأمريكي الذي يحس بكرهية الزواج، يساعده هذا الإتجاه في الاعتداء عليهم.

5-3- وظيفة تحقيق الذات: إن الإتجاه يساعد الفرد على التعبير عن ذاته وتحديد هويته

ومكانته الاجتماعية، وتدفعه للاستجابة بقوة وفعالية للمثيرات البيئية المختلفة، مما يساعد الفرد على تحقيق أهدافه، ومن تم تحقيق ذاته⁽¹⁾.

5-4- الوظيفة التنظيمية: وتتمثل في اتساق سلوك الفرد في شكل منتظم اتجاه الموضوعات

والمواقف الاجتماعية، وثبات هذا السلوك نسبيا في المواقف المختلفة.

سادسا-شروط ومراحل تكوين الإتجاهات:

6-1- شروط تكون الاتجاهات:

لا تتكون الاتجاهات من فراغ، فلتكونها شروط معينة نذكر منها:

1- تكرار اتصال الفرد بموضوع الإتجاه في مواقف مختلفة، بحيث ترضي فيه دوافع، ويثير في

نفسه مشاعر سارة، أو تحبط لديه بعض الدوافع وتثير في نفسه مشاعر منفرة ومؤلمة⁽²⁾ فقيام

طالب بنشر خبر متعلق بمشاكل بيداغوجية يخص كليته في مواقع التواصل الاجتماعي، يؤدي إلى

تحرك الإدارة لحل المشكل؛ سوف يدفع هذا الطالب إلى الشعور بالفرح وسيتخذ موقفا إيجابيا

من صحافة المواطن، وسيراهم أداة لتغيير الواقع.

4- مرجع سبق ذكره، ص125

⁽²⁾ - جبار، كثره. مرجع سبق ذكره، ص35.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

2- تكامل الخبرة يساعد أيضا في تكوين الاتجاهات، فعندما تتكامل الخبرات الفردية المتشابهة، في وحدة كلية، بحيث تصبح هذه الوحدة إطار ومقياس تصدر عنه أحكامنا واستجاباتنا للمواقف المتشابهة، بمواقف تلك الخبرات الماضية، فعندما يحل المشكل البيداغوجي للطلبة بسبب نشرهم للأخبار المتعلقة بكليتهم في المدونات ومواقع التواصل الإجتماعي؛ يؤدي هذا إلى تراكم تجاربهم، مما يدفعهم لتكوين اتجاهات إيجابية نحو صحافة المواطن.

3- كما يعتبر تميز الخبرة شرط ضروري لتكوين الاتجاهات، حيث يؤدي تعميم الخبرات الفردية المتتالية، إلى تحديد الاتجاه تحديدا واضحا قويا، وهذا ما يجعل عملية تكوين الاتجاه مكتملا وواضحا، مما يجعله مستقلا عن بقية الاتجاهات الأخرى⁽¹⁾.

6-2-2- مراحل تكون الإتجاهات:⁽²⁾

6-2-1- المرحلة الإدراكية المعرفية:

حيث يدرك فيها الفرد موضوع الاتجاه، من خلال اتصاله بالبيئة الطبيعية، والاجتماعية المحيطة به، كتكوين اتجاهات نحو مواضيع مادية كالكتاب وغرفة الصف والمترل أو نحو الأفراد، كالإخوة والأصدقاء والمدرسين، أو نحو قيم اجتماعية مثل التعاون والخير والحق... الخ.

(1) - جبار، كتزة. مرجع سبق ذكره، ص36.

(2) - قدواح، منال. " اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية". رسالة ماجستير. جامعة قسنطينة. الجزائر. 2008، صص 107-108.

6-2-2- المرحلة التقييمية:

ويتجلى الاتجاه على شكل تقييم ايجابي أو سلبي، من خلال تواصله مع الأشخاص الآخرين والموضوعات، والمواقف المختلفة، فيصبح هذا الأساس الذي يبني عليه رفضه أو تأييده على موضوع معين.

6-3-3- المرحلة التقريرية:

وأخيرا يصبح الاتجاه قابلا للاستقرار، والثبات نحو موضوعات محددة، محيطه به، ويعبر بها عن طريق الموافقة أو المعارضة.

سابعا- قياس الاتجاهات:

قياس الاتجاه النفسي هو تحويله من صيغة الوصفية موافق جدا، موافق، محايد، معارض معارض جدا، إلى صيغة كمية يمكن على أساسها مقارنة الأفراد أو الجماعات ببعضهم البعض. هنا يجب مراعاة بعض الحقائق وهي:

أ- إعداد المقياس.

ب- تحليل نتائج هذا المقياس بعد تطبيقه بطريقة علمية.

وعليه فهناك عدة مقاييس لقياس الاتجاهات منها:

7-1- مقياس ترستون:⁽¹⁾

اقترح ترستون طريقة لقياس اتجاهات الناس نحو موضوعات متعددة من خلال عدد من المقاييس في البعد والظهور، أي متساوي المسافات بين البنود أو عبارات مقياس الاتجاه، معتمداً بذلك على تجاربه في مجال علم النفس الفيزيائي، بهدف الوصول لمقاييس ذات وحدات متساوية لقياس خصائص الأفراد.

وعند تطوير ترستون لمقياسه توصل إلى طريقة الفئات المتساوية ظاهرياً، حيث تتلخص في جمع عدد كبير من البنود، التي تقيس اتجاه ما، ويتم عرضها على مجموعة من المبحوثين حيث يطلب منهم تصنيف البطاقات في الفئات من حيث 1 يمثل الاتفاق الكامل و11 الرفض الكامل أي يقوم الحكم بقراءة العبارة ثم وضعها تحت الرقم المناسب بغض النظر عن رأي الشخص له بالنسبة لكل بند، ولكي يتم التصنيف حسب محتوى العبارة توضع علامة بالاتجاه المراد قياسه.

7-2- مقياس ليكرت (Likert):

ابتكر ليكرت سنة عام 1932 طريقة جديدة لقياس الاتجاهات نحو مختلف الموضوعات، فهذا المقياس نوع من أنواع التدرج إذ يعتمد على تدرج العبارة الواحدة، بدلا من استخدام العبارات المتدرجة.

طريقة ليكرت بسيطة تنحصر في اختيار عدد من العبارات التي تقيس موضوع الاتجاه، حيث يوضح المبحوث استجابته باختيار واحدة من خمسة بدائل تتمثل في: الموافقة بشدة، أو الموافقة،

⁽¹⁾ بوساحة، عبلة. "اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق النموذج الثقافي التنظيمي للنظرية Z". رسالة ماجستير. جامعة قسنطينة. الجزائر. 2007، ص 34-35.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

أو أن المبحوث متردد، أو لا يوافق، أو لا يوافق بشدة، وعلى هذا فالدرجة المرتفعة تدل على الاتجاه الموجب والدرجة المنخفضة تدل على الاتجاه السالب.⁽¹⁾

ويفضل الكثيرون هذا المقياس، نظرا لسهولة، وكونه ذو درجات ثبات عالية ويبين بدقة درجة اتجاه الافراد نحو المشكلة. وهو المقياس الذي استعملناه في دراستنا، ويمكن تحديد الخطوات التي تستخدم في إعداد هذا النوع من المقاييس، بما يأتي:⁽²⁾

1- تحديد الموضوع المراد قياسه، وتحديد عناصره، ووضع تعريف محدد له، فان كان بصدد قياس اتجاهات طلبة الجامعة نحو الفايبيوك، يجب تعريف محدد للفايبيوك.

2- توجيه استبيان لطلبة الجامعة يتطلب أن يطلب منهم الإجابة عن سؤالين أحدهما تبيان الجوانب الايجابية للفايبيوك مثلا، والآخر تبيان الجوانب السلبية له.

3- تحلل هذه الاستجابات، وتوضع في صورة فقرات واضحة المعنى، وقصيرة وتكون إما إيجابية أم سلبية، على حسب السؤالين، ويضاف لهذه الفقرات، فقرات أخرى، يتم الحصول عليها من أدبيات الدراسة.

4- تقدم هذه المجموعة من الفقرات إلى مجموعة من المختصين بالقياس، للحكم على كل فقرة في مدى صلاحها للموضوع المراد قياسه.

5- يتم الاحتفاظ بالفقرة المتحصلة على الموافقة بالإجماع أو استخدام ك² (مربع كاي) لكل فقرة لاستخراج الفرق بين الموافقة عليه أو عدم الموافقة، فإن كان هناك فرقا بينهم، أي النتيجة ذات دلالة معنوية، يبقى الفقرة في المقياس، وإن لم تكن لها دلالة معنوية نستبعدا من المقياس كما وتعديل صياغة بعض الفقرات بناء على رأي الخبراء.

(1) - جبار، كتره. مرجع سبق ذكره، ص ص 38-39.

(2) - بوساحة، عبلة، مرجع سبق ذكره، ص ص 35-36.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

6- ترتب العبارات عشوائيا، وتوضع تعليمات الإجابة على فقرات الاستبيان، ثم يوزع على عينة عشوائية من مجتمع البحث كالطلبة الجامعيين، ثم يسجل الوقت المستغرق في الإجابة، لاستخراج معدل الوقت للإجابة.

7- أما عند التصحيح تعطي للعبارات الايجابية أوزان تتراوح من (1-5)، وتعكس في العبارات السلبية من (1-5).

الجدول رقم (4): الأوزان والبدائل لاستجابات مقياس ليكرت.

البدائل	موافق جدا	موافق	متردد	غير موافق	غير موافق جدا
الفقرات الايجابية	5	4	3	2	1
الفقرات السلبية	1	2	3	4	5

ثامنا: تعديل الاتجاهات وتغييرها:

مع مرور الوقت تصبح الاتجاهات جزء من شخصية الفرد، مما يجعل عملية تغييرها أو

تعديلها صعبة، خاصة إن كانت الاتجاهات قوية وإيجابية. ومع ذلك يمكن تغيير الاتجاهات

وتعديلها إن توفرت بعض الشروط، نذكر منها:

1- عندما يكون الاتجاه ضعيفا، وغير واضح.

2- أن تكون هناك عدة اتجاهات متساوية في القوة، وعلى الفرد أن يختار أحدهما⁽¹⁾.

3- ارتياح الفرد لاتجاه جديد، ورغبته في تبنيه.

(1) - كمال، طارق. أساسيات في علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2006، ص ص 211-212.

* نظرية دوامة الصمت ظهرت عام 1974 على يد إليزابيث نيومان، تقوم على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تسبني آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن؛ فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام. نقلا عن مي العبد الله. نظريات الإتصال.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

4- تغيير البيئة الاجتماعية إلى بيئة أخرى لها مميزات خاصة، كأن يغير الفرد إقامته من الريف إلى المدينة أو العكس، أو يتجنس بجنسية جديدة، أو يغير حزبه أو دينه أو أدوات الإتصال التي يستعمل أو وسائل الإعلام التي يتعرض لها، فالإنتقال من استعمال التلفزيون إلى استعمال اليوتيوب يحدث تغيرا كبيرا في اتجاهات الفرد نحو مختلف القضايا.

5- التعرض لرأي الأغلبية وقادة الرأي من خلال وسائل الإعلام، يسهم في تغيير وتعديل الإتجاهات باعتبارهم جماعة مرجعية لها تأثير على المعتقدات والأفكار والمواقف من مختلف القضايا. وهذا ما أشارت له "إليزابيث نيومان Elisabeth Newman". في نظريتها "دوامة الصمت"*

حيث أشارت لتقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له رأياً مستقلاً حول القضايا المثارة، بسبب سطوة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام.

6- وللدور تأثير كبير في الاتجاه، فان أي شخص إذا أدى دور يتعارض مع اتجاهه يتبناه، فإن ذلك يؤدي إلى تغيير هذا الاتجاه وتبني اتجاه آخر⁽¹⁾.

7- كلما كان الاتجاه بسيطاً، وغير مركب ومتشعب، كلما كان تغييره سهلاً وسريعاً.

8- إن ارتباط اتجاهات باتجاهات أخرى لدى الفرد تكون أكثر مقاومة للتغيير، فالمساندة الانفعالية بين الاتجاهات تؤدي إلى قدرة الاتجاه على مقاومة التغيير، وعلى العكس من ذلك فالاتجاهات المنعزلة أكثر قابلية للتغيير⁽²⁾

(1) - كمال، طارق. مرجع سبق ذكره، ص 212.

(2) - عكاشة، محمود فتحي وزكي، محمد شفيق. مرجع سبق ذكره، ص 145.

الفصل الثاني.....الاتجاهات النفسية والاجتماعية

9- يمر الفرد خلال حياته بأوضاع متعددة، وكثيرا ما تتعدل اتجاهاته نتيجة لاختلاف هذه الأوضاع، كانتقال الفرد من مستوى تعليمي أو ثقافي لآخر، يعدل من اتجاهه ويجعله أكثر تلائما واتساقا مع الأوضاع الجديدة.

خلاصة:

ومما سبق تظهر جلية الأهمية البالغة للإتجاهات في كشف الحياة المعرفية والإنفعالية والسلوكية للأفراد، والتنبؤ بمسارها ونتائجها على الفرد والمجتمع، حيث يعبر الفرد دائما إن لفظا أو إشارة إلى الرفض أو القبول لمختلف القضايا والأحداث والمستجدات والإبتكارات التي تبرز في محيطه؛ مما يساعده على الشعور بالإستقلالية وتحقيق الأهداف والشعور بالإنتماء لجماعته والتكيف مع المتغيرات حوله.فصحافة المواطن كبراديجم صحفي جديد أو كأفكار مستحدثة تعتبر مثيرا لاتجاه طلبة الإعلام والاتصال نحو الصحافة إن كان على المستوى الأكاديمي أو على المستوى المهني مستقبلا.

الفصل الثالث: صحافة المواطن

والبراديجم الصحفي الجديد.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

بفضل التطور المتسارع لشبكة الانترنت وتكنولوجيا الاتصال والإعلام، دخلت الصحافة عصرا جديدا من المتغيرات والتأثيرات التي مكنت كل متصفح أن يكون مرسلا، أو مستقبلا لمادة الإعلامية في آن واحد، وهو ما سماه "فين كروسيي" بالدرجة الثالثة⁽¹⁾، من الصحافة وهي المرحلة التي مكنت أفراد الجمهور من تأسيس نظم صحفية جديدة تعددت أسماؤها، ولم تتبلور خصائصها بشكل كامل، حيث لم يسبق وأن انخرط الجمهور بهذا الشكل في إنتاج المضامين الإعلامية والتفاعل معها، حيث أصبح مستهلك المادة الإعلامية ومنتجها وموزعها، منوها بذلك التراتبية الكلاسيكية التي كانت تنظم العلاقة بين أطراف العملية الإعلامية، مما أدى إلى ظهور برادجيم* صحفي جديد تلعب فيه "صحافة المواطن" دورا رئيسا.

أولا: تعريف صحافة المواطن

تعددت المصطلحات المرتبطة بصحافة المواطن مثل: الصحافة التشاركية، الصحافة الشعبية، الصحافة البديلة، و"كليمنسيا رودريغز" "**Clemencia Rodreguez**" عبرت عنها باستعمال مصطلح "إعلام المواطن" عام 2001م⁽²⁾. ودان جيلور "**Dan Gillmor**" عبر عنها بمصطلح الصحافة الشعبية من الشعب إلى الشعب عام 2014م⁽³⁾.

(1) - عباس مصطفى، صادق. الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان: 2008، ص 183.
* البراديجم Paradigme، كلمة يونانية مركبة من Para وتعني قريب، Digm وتعني النموذج، وهو جملة من التوجهات والمواقف والمواضيع والطريق التي تعتبرها مجموعة من الباحثين في مرحلة معينة، صالحة ومؤكدة، نقلا عن نصر الدين لعياطي، المدونات الإلكترونية والصحافة: تغيير المنظور لاستجلاء الأفق المعرفي.

(2) - صادق الحمامي، القاموس النقدي للإعلام في "صحافة لمواطن"، www.ESSAHFa.Tn، تاريخ زيارة الموقع 2017/05/02: 14

44 GMT

(3) - مرجع سبق ذكره.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أما "هاكيت كارول، Hakit and Caroll"، فعبّر عنها بمصطلح "الاعلام

الديموقراطي"⁽¹⁾ في حين استعمل "برومان وويليس، Shayne Brouman and chris willis

"مصطلح الصحافة التشاركية"⁽²⁾، وهذا يدل على ان مصطلح "صحافة المواطن" غير مستقر على

المستوى المفاهيمي، لكن يمكن تقديم تعاريف عديدة لهذا المصطلح الجديد:

عرفها كل من "شاين برومان وكريس وويليس" بأنها نشاط مواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في

عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة

وموثوقة بها، ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية⁽³⁾.

عرفها صادق الحمامي بأنها كوكبة متعددة الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية

إنتاج المعلومات والتعليق حول الأحداث، ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالا عديدة كالتعليق

على الأخبار وتقاسم الصور والفيديو، وإعادة نشر الأخبار، ونشر الروابط ووسم الأخبار

(Tagging)، وتقييمها.

كما يعرفها أيضا بأنها قيام الأفراد بإنتاج المضامين الإعلامية ونشرها عبر المواقع التشاركية

فهي حسبها تخضع لقدر معين من القواعد والأخلاقيات والتنظيم⁽⁴⁾.

(1) - صبرينة، درارمة. "صحافة المواطن والصحافة التقليدية". مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 20 (حوان 2015): ص 213.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 213.

(3) - مرجع سبق ذكره، ص 217.

(4) - مرجع سبق ذكره، ص 217.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

يعرفها الناقد الصحفي وأستاذ الصحافة في جامعة نيويورك، "جاي روزن، Jay rosen" بأنها استخدام عامة الناس المعروفون بالجمهور الأدوات الصحفية التي يجوزتهم، ليخبروا أناسا آخرين بأحداث مهمة⁽¹⁾.

حسب "مارك غلايسر، Mark Glaser" فصحافة المواطن هي إمكانية استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة وشبكة الانترنت العالمية، من طرف من لا يتوفرون على أي تكوين صحفي مهني، وذلك من أجل الخلق، والزيادة والتأكد من حقائق الإعلام، بمفردهم أو بتعاون مع الآخرين⁽²⁾.

ثانيا: نشأة وتطور صحافة المواطن

امتد الخلاف حول صحافة المواطن من ضبط مفهومها إلى نشأتها، وتطورها، فهناك من يراها وليدة لتطور وانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور شبكة الأنترنت، وهناك من يراها أقدم من ذلك، يرجع ظهورها إلى جريدة " بابلبيك أو كرنسر" وذلك في 26 سبتمبر 1890م في عددها الأول والأخير، فقد توقفت عن الصدور مباشرة، كانت تطبع كل ثلاث صفحات متوسطة الحجم، فيما يتم ترك الصفحة الرابعة فارغة قصد تمكين القراء من إضافة أخبارهم الخاصة عليها وتميرها إلى قارئ آخر.

⁽¹⁾ - زكريا ميدي: صحافة المواطن، جرد المفهوم وأشكال الممارسة،

<http://www.slideshare.net/moorichi?vtm.coupaign> تاريخ الزيارة للموقع 2017/09/02، GMT 15:00.

⁽²⁾ - عباس مصطفى، صادق. مرجع سبق ذكره، ص12.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أما "دان غيلمور، Dan Gillmor" * فيرجع جذور صحافة المواطن إلى بن فرانكلين Ben Franklin، صاحب صحيفة بنسلفانيا⁽¹⁾ Pennsylvania Gazette، حيث كان له اتجاه جماهيري في اشتراك المواطنين في الإنتاج الصحفي، وهذا خلال القرن الثامن عشر ميلادي، حيث كان المواطنون لهم حرية كتابة المطويات ونشرها.

ويشير "فيليب ماير" أن صحافة المواطن تعود إلى عام 1988م⁽²⁾، فإثر الانتخابات الرئاسية الأمريكية، اتجهت الصحافة التقليدية إلى الاهتمام بالمرشحين ونقل خطاباتهم وحياتهم الخاصة مهمة مصالح المواطنين ومطالبهم، فبدأت مبادرة الصحافة المدنية في ولاية جورجيا الأمريكية، من خلال صحيفة ledgor Encquirer، حيث أجرت مسحا مع المواطنين ومقابلات مع المسؤولين، فتم تزويدها بمختلف المعلومات والأخبار، التي تحولت إلى قصص خبرية، كانت تدور حول مشاكل كل مواطن في ولاية جورجيا. وفي الفترة ما بين 1993م و1997م أدار "جاي روزن، Jay Rosen" مشروعاً للصحافة والحياة العامة في جامعة نيويورك باسم "Project On public Life and The press" تم تمويله من قبل مؤسسة نايت الأمريكية Knight Foundation، وهو مدير الآن مدونة باسم "Pressthink"⁽³⁾ يدافع فيها على هذا النوع من الصحافة.

* دان غيلمور Dan Gillmor: صحفي أمريكي ولد عام 1959 مختص في تكنولوجيات الاعلام والاتصال، يشتغل كصحفي في صحيفة ماركرى نيوز Mercury news، أحد أهم المدافعين عن صحافة المواطن، مؤلف كتاب "نحن الإعلام" 2004م، نقلا عن ويكيبيديا https://fr.wikipedia.org/wiki/Dan_Gillmor

⁽¹⁾ - صبرينة، درارمة. مرجع سبق ذكره، ص 213.

⁽²⁾ - ياتشيا، بنكلر. ثروة الشبكات، كيف يغير الإنتاج الاجتماعي الأسواق والحرية. ترجمة فريج سعيد العويضي. الرياض: مكتبة العبيكان، 2012 ص 519.

⁽³⁾ - مرجع سبق ذكره، ص 530.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

لكن بداية من عام 2001م، ظهر مصطلح صحافة المواطن من طرف الباحثة الكولومبية "كليمنسيا رودريغيز" ليخصص "دان غيلمور" كتابه الشهير "نحن وسائل الإعلام" عام 2003م للحديث عن صحافة المواطن ومستقبلها حيث أكد على أن "الأخبار لم تعد محاضرة، بل أصبحت محادثة" في إشارة إلى البيئة الإعلامية الجديدة، التي نتجت من تأثير صحافة المواطن على مهمة الصحافة، وفي هذه المرحلة كانت صحافة المواطن تمارس غالبا من طرف صحفيين وأكاديميين أو ناشطين مدنيين، لهم القدرة على امتلاك أدوات صناعة المضامين الإعلامية ونشرها في مواقع إلكترونية خاصة أو في مدوناتهم الشخصية.

ومع بداية انتشار الهواتف النقالة الذكية في العالم، وقدرة عدد كبير جدا من المستهلكين للحصول عليها، انتقلت صحافة المواطن إلى بعد آخر، هو البعد الجماهيري وبرز هذا الانتقال بوضوح أثناء كارثة تسونامي في 24 ديسمبر 2004م، حيث يربط "آلان ALLAN" النشأة الحقيقية لصحافة المواطن بهذا الحدث الكبير⁽¹⁾، حيث حظي بتغطية مكثفة من طرف المواطنين العاديين في الدول التي ضربها التسونامي.

(1) - زكريا، رميدي. صحافة المواطن جرد المفهوم وأشكال الممارسة، <http://www.slideshare.net/moorichi?SS-17728715>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/04، GMT 16:45.

ثالثا: أسباب ظهور صحافة المواطن.

3-1- انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

مع دخول العالم العشرية الأولى من القرن 21م، تطورت التكنولوجيات الخاصة بالإعلام والاتصال بشكل كبير، وهي التكنولوجيا الموصولة عادة بالانترنت، فهي تشير إلى جمع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات بشكل الكتروني⁽¹⁾، هذه التكنولوجيات أدت إلى الانتشار الواسع للهواتف النقالة الذكية، والألواح الالكترونية والكاميرات الرقمية، وتطور الربط بشبكة الانترنت وظهور الانترنت المتنقل، حيث أن عدد مستخدمي الانترنت بأنواعها (الثابتة والمحمولة) عام 2016م بلغ 3.419 مليار مستخدم، وبلغ مستخدمي الهاتف النقال في العالم عام 2016م، 3.790 مليار مستخدم، يلتقطون يوميا ملايين الصور والفيديوهات، وينشرونها في مواقع التواصل الاجتماعي، جزء كبير منها يحمل مضامين إعلامية وإخبارية، حيث وجد الناشطون الإجماعيون والسياسيون والمدافعون عن البيئة والأقليات العرقية والدينية والمهمشين والمضطهدين منابر جديدة لإيصال أصواتهم للجمهور، بدون قيود كان يفرضها حارس البوابة* على نشر الأخبار والمعلومات، حيث وفرت هذه التكنولوجيا عدة مزايا، استفادت منها صحافة المواطن كالتفاعلية وهي عملية اتصالية حيث يصبح الاتصال في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل قد كانت وسائل الإعلام التقليدية تعتمد على لقطات الفيديو والصور التي بثها المستخدمون في شبكة الانترنت خاصة المنتديات والمدونات، لينتبه الصحفيون

(1) - عبد الوهاب، بن بركة وزينب بن التركي. "أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية". مجلة الباحث، 07 (2009)-2010: ص 245.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

والناشطون إلى أهمية هذا الشكل الجديد من الصحافة، وقدرته على التواجد في كل مكان، ونقل الأحداث، محققا السبق الصحفي والحرية في الوصول إلى المعلومات، وبعدها جاءت تفجيرات لندن في 07 جويلية/ تموز/ يوليو 2005م حيث وصل عدد الرسائل المرفقة بالصور والفيديوهات التي وصل من محطة "بي بي سي" إلى أكثر من ⁽¹⁾1000 وهذا بعد دقائق فقط من الحادث، أي قبل وصول الصحفيين والمراسلين المحترفين فمعظم وسائل الإعلام التقليدية، في بريطانيا كانت مشغلة بتغطية قمة مؤتمر الدول الصناعية الثمانية في سكوتلندا وخلال 24 ساعة من الحادث بلغ عدد الفيديوهات والصور والرسائل التي وصلت محطة "بي بي سي" إلى 20 ألف رسالة مرفقة بالصور والفيديوهات، أما موقع موبلوغ www.Moblg.com فقد وصلته 35 ألف صورة وفيديو خلال يوم واحد⁽²⁾، إضافة إلى قيام عدد كبير من وسائل الإعلام التقليدية من عرض صور وفيديوهات التقطها مواطنون كانوا في مكان الحادث كشهود عيان.

وبعد هذا الحادث أدركت وسائل الإعلام التقليدية أهمية المواطنين عندما يتحولون إلى مراسلين صحفيين، فقامت عدة مؤسسات إعلامية بإنشاء مساحات إلكترونية في مواقعها الإلكترونية مخصصة لما ينتجه المواطن من مواد إعلامية، وكثيرا ما تحولت هذه المواد إلى قصص إخبارية، وبحلول عام 2009م انتقلت صحافة المواطن إلى بعد جديد، حيث استطاع المواطن العادي أن يمتلك منصات إلكترونية خاصة، حيث توفر لمستخدميها خيارات تقنية وفنية عديدة مكنت من قيام المواطن بإنتاج مضمين إعلامية وقصص خبرية بمعايير عالية، إضافة إلى توفير عدد ضخم من

(1) - عباس مصطفى، صادق. مرجع سبق ذكره، ص188.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 190.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

المتابعين، فمع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ونموها بشكل متسارع*، أعطى هذا دفعا آخر لصحافة المواطن من كسب المزيد من الممارسين والمتابعين، لتصبح صحافة المواطن واقعا إعلاميا جديدا يصعب تجاوزه، حيث يقول دان غيلمور في كتابه نحن وسائل الإعلام " نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة، هي صحافة لم نعهدها من قبل. إن 50% من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول 2021م". ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدل من المرسل والمستقبل. فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت، مثلما يحدث في الإعلام التقليدي. فتكنولوجيا الإعلام والاتصال تتميز ب:

- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استعمال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت مثلما يحدث في الإعلام التقليدي.
- **اللامركزية والقابلية للتوصيل⁽¹⁾:** تتميز تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالاستقلالية فالانترنت لا يمكن لأي جهة أن تعطلها، بالإضافة إلى إمكانية الربط بين كل الأجهزة الإتصالية المتنوعة الصنع بغض النظر عن نوعها والشركة أو البلد المنشأ.
- **القابلية للتحويل⁽²⁾:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفرت إمكانية نقل وتحويل المعلومات من وسط لآخر.

* - عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاوز 3,2 مليار مستخدم عام 2016م، ما يعادل 70% من مستخدمي الانترنت البالغ عددهم 4,3 مليار مستخدم، www.2aljazeera.net 2016/2/2 GMT 17:00، 2017/03/04

(1) - بوحالة، سعاد وفارس بوباكورة. "أثر التكنولوجيا الحوسبية للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية". مجلة الاقتصاد والمناجمت. 3 (2005): ص 205.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 206.

3-2- ظهور المواطن الرقمي:⁽¹⁾

إن الإنسان الرقمي هو رجل مجتمع المعلومات، يختلف جذريا عن الرجل الزراعي أو الرجل الصناعي، فهناك عدة مميزات تميزه عنه:

أ- استخدام الكمبيوتر والانترنت بكفاءة عالية.

ب- أن يتحلى بثقافة معلوماتية وهي ليست تقنية محضة، بل ثقافة المجتمع الجديد.

ج- تطبيق التكنولوجيا في معظم تعاملاته اليومية من مطالعة الصحف إلى ممارسة التجارة الإلكترونية وخلق المضامين الإعلامية الخاصة به؛ مما مهد لظهور الصحفي المواطن، الذي يملك حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي أو مدونات شخصية ينقل عن طريقها أقرب الأحداث إليه، أو يعلق على الأحداث العالمية الكبيرة والصغيرة.

3-3- أزمة الإعلام التقليدي:

لقد أدى احتكار الإعلام والمعلومات والأخبار من طرف أقطاب وسائل الإعلام التقليدية إلى تغييب المواطن عن قضايا الشأن العام، فأصبح المواطن لا يشعر أن الإعلام ينتمي إليه، بل تحركه إيديولوجيات لها أجندتها الخاص،ة وأقطاب مالية مرتبطة بالبورصات العالمية، ف شخص واحد مثل "كيت روبرت موردوخ Keith Rupert Murdoch" يمتلك عشرات القنوات التلفزيونية والجرائد العريقة مثل فوكس نيوز، فوكس تيليفجن، فوكس سبورت، جريدة الصن

⁽¹⁾ - محمد، لعقاب. المواطن الرقمي، كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص27.

* - روبرت موردوخ: رجل أعمال أمريكي استرالي، من مواليد 1931م، أحد أقطاب التجارة والإعلام في العالم، مؤسس ورئيس إدارة والرئيس التنفيذي للشركة القابضة للإعلام الدولي news Corporation، التابعة لقناة فوكس نيوز Fox news، تقدر ثروته بـ 12.7 مليار دولار عام 2015م، نقلا عن ويكيبيديا.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

The Sun، التايمز The Times، سان أنطونيو أكسبرس، ونيويورك بوست، وويل ستريت فقط، أما في بريطانيا فتحتكر بي بي سي BBC وأورنيوز Euronews مجال الأخبار*، وفي العالم العربي تحتكر قناة الجزيرة والعربية معظم الأخبار، أما وكالات الانباء فتتحكم 5 منها في تدفق الأخبار في العالم وهي اسوشيتد برس AP، يوناتيد برس أنترناشيونال، رويترز، وكالة الصحافة الفرنسية FP، ووكالة تاس الروسية⁽¹⁾. ليؤدي هذا الاحتكار إلى توجيه الأخبار والمعلومات وفق مصالح منتجها ومحتكريها؛ مما نتج عنه إهمال قضايا المواطن كالصحة والتعليم، وحقوق الإنسان والمشاركة السياسية، والحق في الإعلام... الخ، مما دفع المواطن العادي للبحث عن البديل يمكن من خلال مخاطبة الجمهور دون وسيط، وهذا ما وفرته له المدونات والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.

فالمواطن لم يعد يثق في الصحفي المحترف ففي سنة 1985م كان 30% من الأمريكيين يعتبرون أداء الصحفي جيدا⁽²⁾، وبذلك أصبح أفراد المجتمع ينظرون للصحفيين كنظرهم للسياسيين، وتبين الإحصاءات أن 20% فقط من الأمريكيين يعتبرون أن الصحفيين يحترمون قواعد المهنة وأخلاقياتها؛ مما دفع نعوم تشومسكي إلى القول "... في الواقع إن دعايات الميديا الحكومية كانت قادرة على إقناع الناس بأن العراق مسؤول عن انفجارات 11 ديسمبر، وهذا إنجاز مبهر تم تحقيقه فيما لا يزيد عن 4 أشهر...".

* - أورو نيوز Euronews، قناة تلفزيونية إخبارية متعددة اللغات، بدأت البث عام 1993، تغطي أخبار العالم من وجهة نظر أوروبية، تبث في أوروبا، بالإضافة إلى 102 دولة.

⁽¹⁾ - وكالات الأنباء <http://www.huffpostarabi.com/2016/04/27>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/05، GMT11:46.

⁽²⁾ - جمال، الرزن. "البيئة الجديدة للإتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن". مجلة الباحث، 17/ (2012): ص20.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

ففي سنة 1991م أجريت إحدى الدراسات عن من هو المسؤول عن عزل المواطن عن ممارسة السياسة، وبينت الدراسة أنهم ثلاث جهات رئيسية هم: رجال السياسة، اللوبيات، وأهل الصحافة والإعلام⁽¹⁾، وفي عام 1994م، أجرت مؤسسة Time Mirror سبرا لآراء، أكدت نتائجه أن 71% من الأمريكيين يؤيدون فكرة أن الصحفي تحول لعائق أمام المساعدة والمساهمة في حل المشاكل الاجتماعية للمواطنين⁽²⁾.

وفي هذا السياق يعتبر جاي روسن أن صحافة المواطن هي تلبية لعدة تحديات من بينها:

– **العامل الاقتصادي:** وهو ذو صلة وثيقة بانحسار مبيعات الصحف وقلة عدد القراء، ففي عام 1965م كانت نسبة 71% من الأمريكيين يقرأون الصحف كل يوم، لتتخفص إلى 58% عام 1994م ثم 45% عام 1995م.

– **العامل التكنولوجي:** لقد أدى التطور التكنولوجي إلى تغيير المشهد الاتصالي التقليدي، حيث أصبح المتلقي مرسلا، فانتقل الإعلام من الإعلام الجماهيري إلى الإعلام الفردي أو الجماعي التفاعلي، حيث مكنت الرقمنة الفرد من لعب دور صانع المضامين الإعلامية ومستقبلها في نفس الوقت.

– **العامل السياسي:** ابتداء من عام 1988م، ظهرت أنماط جديدة من الاتصال بالجماهير بدت غير أخلاقية ومشكوك في مصداقيتها، وهو ما يفسر قلة عدد المقترعين في الانتخابات الأمريكية وقتها فالعديد من الصحفيون بدوا مغيبين ومنعزلين عن هموم المواطن ومشاكله الحقيقية، وبعد ذلك

(1) – جمال، الرزن. مرجع سبق ذكره، ص 29.

(2) – مرجع سبق ذكره، ص 30.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أتت حرب الخليج الثانية والثالثة، وأحداث 11 ديسمبر 2001م وغزو العراق سنة 2003م، لتركس هذا الاتجاه، وتنخرط في دعاية مضللة، راح ضحيتها ملايين القتلى والجرحى والمشردين، مما زاد من نقمة المواطنين على الإعلام التقليدي.

– **العامل المهني:** يعيش الصحفيون في العالم حالة من التشاؤم اتجاه مستقبلهم المهني، حيث يتم تسريح مئات الصحفيين من مؤسساتهم الإعلامية، خاصة العاملين في الصحف والمجلات والإذاعات والفضائيات بسبب الأزمات المالية التي تعاني منها أغلب المؤسسات الإعلامية نظرا لنقص عائدات الإعلان وغياب الدعم الحكومي.

رابعا: مرجعيات صحافة المواطن.

ترتكز صحافة المواطن إلى مرجعيات وفلسفة خاصة ظهرت مع التحولات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي صاحبت العالم ما بعد الحداثة*، حيث ظهرت عدة مفاهيم جديدة ومقاربات للفكر والثقافة والدين للقبول بها من جهة والتطور التقني والرقمي والشبكي ويذكر الدكتور جمال الزرن من هذه المرجعيات ما يلي:

4-1- الديمقراطية في متناول الجميع:

إن نقد صحافة المواطن لوسائل الإعلام التقليدية، هو نقد بالأساس للأنظمة الديمقراطية التي وجدت نفسها في أزمة عميقة، تمثلت في سيطرة رجال المال ومصالح شخصية على وسائل الإعلام

* هي مجمل الافكار التي انتشرت بعد الحرب العالمية الثانية، وبرزت أكثر بعد ثورة الطلاب في فرنسا عام 1968م، حيث أعاد الكثير من الباحثين والمفكرين نظرتهم لأدبيات الحداثة والنقد وشموليتها وفشلها في حماية الانسانية، وتعلق ما بعد الحداثة بالرؤية الجديدة للفن، العمران، حقوق الانسان، الحريات، ووسائل الاعلام... الخ، نقلا عن: محمد سيد عبد السلام بن عبد الله، ما بعد الحداثة، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2007.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

وتوجيهها إلى ما يخدم مصالح الشركات المتعددة الجنسيات، والإيديولوجيات الضيقة، والمتطرفة؛ مما أدى إلى إهمال أهم القضايا التي هم المواطن، بل أن المواطن وجد نفسه خارج اهتمامات الديمقراطية، وتراجعت مكانته في التغطيات الإخبارية، إلى المراتب الأخيرة، مدفوعة بتركيز وسائل الإعلام، على أخبار التسلية والترفيه وتلهية الجماهير، يقول الدكتور جمال الرزن: "... إن وجود الإنسان الحر، رهين وجود ديمقراطية، وإن مدى توفر هذه الديمقراطية متوقف على مدى توفر وسائل إعلام مستقلة، محايدة، تكون مخرجاتها في خدمة الصالح العام...."؛ هذا ما أدى بالمواطن العادي إلى الأخذ بزمام المبادرة والدفاع عن قيم الحرية والعدالة والديموقراطية، مستغلا ما توفره شبكة الانترنت عن القدرة فائقة على النشر، والتفاعلية والآنية، أدت جميعها إلى ظهور الصحفي المواطن الحر من أي سلطة مهنية أو سياسية أو مالية؛ مما ساهم بشكل كبير في دعم أسس الديمقراطية، حيث أصبح الجميع حارس لقيم الديمقراطية، لينحسر عمل حارس البوابة لصالح ما أصبح يطلق عليه "كلاب الحراسة"*. إن قوة صحافة المواطن تكمن في تلازم البعد الإعلامي بالممارسة الديمقراطية ما نتج عنه ديمقراطية تشاركية تتخذ من صحافة المواطن سلطة خامسة.

* - كلاب الحراسة: مصطلح يطلق على الناشطين الذين يتصيدون أخطاء وانحرافات وسائل الإعلام التقليدية، مما أدى الى تغيير في مضامينها الإعلامية، وأصبحوا بذلك بديلا لحارس البوابة، نقلا عن: وجد نون، حراسة البوابة الإعلامية، وكيبديا.

4-2- تفاعلية الوسيط الجديد وتمثلاته:

تعتبر صحافة المواطن تواصلية، وجزء لا يتجزأ ولا يمكن تجاهله من المجال الإجتماعي العام تسري في سياق وتفاعلات اجتماعية معقدة، ضمن فضاء لتبادل التفاعلية بين الجمهور المتعدد⁽¹⁾ وهذا نظرا لكون صحافة المواطن على ارتباط وثيق بالوسائط المتعددة التي يوفرها الهاتف النقال الذكي والألواح الالكترونية، واعتمادها كذلك على التفاعل الإلكتروني، عن طريق ما تحتضنه الانترنت عن مواقع الكترونية خاصة المدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي حيث يمثل هذا النسق للمستخدم الحرية الكبيرة في جمع الأخبار وتحليلها، والتعليق عليها.

يقول الدكتور جمال الرزن: "... إن التفاعلية في صحافة المواطن تعتمد على مجموعة من التمثيلات المشتركة لمجموعة من الأفراد، لتكون عملية الاتصال منسجمة ومتناسقة وحاملة لذكاء جمعي... فاسحة بذلك المجال لتبلور صحافة المواطن أين يكون للذكاء الجماعي والإبداع التشاركي دور محدد للمشروع الديمقراطي".⁽²⁾

4-3- صحافة المواطن إعلام بديل:

تمثل أطروحة الإعلام البديل، امتدادا فكريا لأطروحات الثقافة المضادة في مقابل الجماهيرية وتعتبر الثقافة المضادة مجموعة من القيم والمبادئ أفرزها العالم ما بعد الحداثة، تعارض النظام السياسي والإقتصادي المفروض من القوى العظمى، ظهرت في فرنسا عام 1968م⁽³⁾ بعد ثورة

(1) - جمال الرزن. "صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلا"، المجلة التونسية لعلوم الإتصال، 51-52 (2009م): ص 06.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 07.

(3) - Breton, Philippe. l'explosion de la communication. Paris: la de couverte, 1989, P12,PDF.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

الطلاب، وتبنتها العديد من وسائل الإعلام كصحيفة لبيراسيون⁽¹⁾، وأثرت على اتجاهات السينما، ودور النشر والإذاعات العادية والصحف والمجلات النقدية، أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد ظهرت الأفكار الجديدة حول الإعلام البديل في سبعينات القرن العشرين، حيث قامت الصحافة البديلة على ثلاث مبادئ رئيسية، استعملت منها صحافة المواطن مرجعياتها، وهي:

4-3-1- رفض الخلفية الرأسمالية: لقد أدى تركز أهم وسائل الإعلام في يد عدد من

الأشخاص، إلى فقدان الإعلام التقليدي للحرية والموضوعية، فجاءت صحافة المواطن كرد فعل على هذا التوجه الرأسمالي، وتسليع الإعلام، حيث قامت على رفض أي ارتباط بالمؤسسات المالية والبنوك والشركات المتعددة الجنسيات، لتبقى صحافة مستقلة عن أي تأثيرات مع هذه الأوساط وضمن تدفق حرا للمعلومات والأخبار وتفاعلا غير محدود، أو مقيد مع الجمهور.

4-3-1- رفض الخلفية المؤسساتية: لقد أدى التنظيم المؤسساتي لوسائل الإعلام إلى انتشار

البيروقراطية، مما نتج عنه بطء في عملية الإتصال الداخلي والخارجي، كما أن التراتبية الوظيفية أدت إلى خلق العديد من المشاكل بين الموظفين في وسائل الإعلام، مما أثر على شكل ومضمون الرسائل الإعلامية المنتجة، كما أن سطو حارس البوابة على قرار النشر أدى إلى تحول المادة الإعلامية إلى مادة دعائية، ومن هنا تستند صحافة المواطن إلى رفض الخلفية المؤسساتية واستبدالها بشكل تنظيمي جديد لا يأخذ بعين الاعتبار وجود مكان خاص وتراتبية وظيفية، وكل ما يطلبه هو التزام أخلاقي بالعمل للصالح العام، فصحافة المواطن قائمة على مبدأ التطوع.

- ⁽¹⁾Breton, Philippen ibid, p 13.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

4-3-3- رفض الخلفية الإحترافية: إن صحافة المواطن كأداة من أدوات الإعلام البديل، لا

تتشرط أن يكون العاملين فيها صحفيين محترفين، فالمواطن الصحفي حسبها هو شخص قادر على الحصول على الأخبار والمعلومات من موقعه الاجتماعي والجغرافي، و"الصحفيون ليسوا فصيلا فريدا من البشر"، أي مواطن باستطاعته أن يكون مراسلا صحفيا*.

فصحافة المواطن لا تشترط المستوى الدراسي والتخصص مثل الإعلام التقليدي، فلا يمكن أن تمارس العمل الصحفي في الإعلام التقليدي دون إثبات مستوى دراسي معين، وتخصص في أحد مجالات الصحافة. فالخلفية الإحترافية حسب صحافة المواطن تؤدي إلى ارتباط مادي بين الصحفي ومؤسسته⁽¹⁾، مما يجعل الصحفي رهينة لضغوطات مؤسسته أو المعلنين أو رجال المال والأعمال أو اللوبيات، مما أثر سلبا على المضامين الإعلامية المنشورة، ففي عام 2009م في الولايات المتحدة الأمريكية يعتقد 71% من قراء الصحف أن ما يقرأونه في صحفهم المفضلة غير صحيح، و60% يعتقدون أن مؤسستهم الإعلامية غير مستقلة، ويؤثر عليها بعض الأفراد والمؤسسات⁽²⁾.

خامسا: أنواع صحافة المواطن

- حسب J.D. Lasica، مؤسس موقع Ourmedia فمواقع إعلام المواطن أو صحافة المواطن تندرج

ضمن فئات رئيسة:⁽³⁾

5-1-1- مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية:

* - هذه العبارة وردت في شعار أكبر موقع لصحافة المواطن، موقع Ohmynews الكوري الجنوبي.

(1) - صادق رابح: إعلام المواطن، "بحث في المفهوم والمقاربات"، الجملة العربية للإعلام والاتصال، 75 (2013م)، ص 252.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 252.

(3) - عباس، مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 220.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

والتي تضم عناصر تشاركية مثل مدونات الصحفيين، والتي تمنح القراء فضاء تعبيريا للتعليق على مضامينها، كالمدونات المعتمدة والتي تعتبر "مستقلة" عن السياسة التحريرية للمؤسسات التي تستضيفها، كالمدونات الموجودة على موقع الجزيرة، حيث يقوم بإنتاج مضامينها مواطنون عاديون لا ينتمون لشبكة الجزيرة، الفضاء الإلكتروني "مراقبون" في موقع "فرانس24"، الفضاء الإلكتروني "أنا أرى" على موقع قناة العربية، المنتديات الحوارية التقليدية، المقابلات ومضامين الفيديو التي ينتجها مواطنون، يرسلونها للمواقع الإخبارية العالمية كـ BBC و CNN.

5-2-2- مواقع إخبارية مستقلة:

يمكن أن تضم تحقيقات ذات نوعية جيدة، أو مقالات أو ربورتاجات يقوم بها صحفيون مستقلون، وتشمل المدونات "Blog" حيث توفر العديد من المواقع الأخرى فضاءات إلكترونية تحتضن هذه المدونات مثل WordPress، google Blog.

5-1-3- المواقع التعاونية والتساهمية:

تدمج بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار، وتشمل على آليات وظيفية لتسهيل التصنيف والتنظيم الآلي للمضامين، في هذه الحالة يقوم المستخدمون بتسجيل أنفسهم ويقدمون مقالات نوعية، وروابط لمضامين إعلامية مختلفة مثل: موقع Delicious.com. 4Shared.com.

5-1-4- المواقع الإخبارية التشاركية بالكامل:

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

حيث يقوم محققون مواطنون، بتزويدها بنسبة كبيرة من المضامين ولها سياسة تحريرية واضحة وتتجلى بأخلاقيات المهنة مثل موقع * oh my News حيث يعتبر أول موقع أسس لصحافة المواطن بمفهوم الصحافة التي ينتجها مواطنون عاديون، الموقع الفرنسي F.R Agoravox.fr، Média Cityen.fr.BlognewsFR، وهي كلها مواقع تتخذ لنفسها سياسة تحرير تعتمد على مرجعيات صحافة المواطن.

5-1-5- وسائل إعلام خفيفة: "Thin media"

خاصة بقوائم البريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية: News Letters.

5-1-6- مواقع البث والتوزيع الشخصي: (Personal Broadeasting)

وتتمثل في المضامين المصورة والمسموعة مثل: About.com، موقع kst radio، وهذه الفئة عرفت تطورا كبيرا، حيث تحولت الى "البود كاست" "Podcast" والفيلوغ "Vilog"، وهي مواد سمعية ومصورة، يقوم الخواص بتحميلها على مواقعهم أو إرسالها إلى المواقع المتخصصة مثل Youtube وتجدر الإشارة إلى ان إقبال الملاحظ للشباب في الجزائر على هذا النوع من المضامين الإعلامية فالبود كاست "أنس تينا" وصل عدد مشجعيه في اليوتوب أكثر من مليون متابع. فيما يرى ديوز أن صحافة المواطن تنقسم إلى عدة أنواع⁽¹⁾:

5-1- صحافة مواقع أدلة الانترنت:

* موقع خاص بصحافة المواطن، تأسس في 12 فيفري سنة 2000، شارك 40 ألف مواطن في تزويد الأخبار، نقلا عن: عباس مصطفى صادق الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات.

(1) - Deuze ,M. " The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia, New Media & Society, 2 (2003), P: 203.230, Pdf.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

هذه المواقع تصنع مادتها الإخبارية من الخدمات التي يقدمها للمستخدمين، وتوفر وصلات حسب اهتمامات الجمهور مثل: google news، حيث يتم جمع القصص الخبرية والأخبار ومصادرها، ويتم ترتيبها حسب زيارات الجمهور وتُحدَّث كل 15 دقيقة⁽¹⁾، وتضم أيضا مواقع متخصصة في الأخبار مثل News index وموقع لأفراد مثل Porperboy...الخ.

5-2- صحافة المواقع الشخصية:

وتندرج ضمن الصحافة الفردية مثل: Dudge report، حيث نشر محرره مات درج Matt Drudge، خبر فضيحة مونيكا لويسكي وبييل كلينتون محققا سبقا صحفيا كبيرا.

5-3- صحافة مواقع التعليق Meta and comment Sites:

حيث توفر هذه المواقع للأفراد التعليق وإبداء الرأي في مختلف القضايا والأخبار التي تناولتها وسائل الإعلام التقليدية، حيث تعمل كقريب على وسائل الإعلام، ويندرج ضمنها موقع:

Media Watch dog , media channel

5-4- صحافة مواقع الأخبار والمشاركة: Sahre and Discussion Site:

ترتكز في غالب الأحيان على موضوع معين أو أقلية معينة، أو نشاط نوعي مثل الأنشطة المناهضة للعولمة، أو أخبار الكمبيوتر، أو قضايا الإجهاض والحرية الجنسية، حيث يقوم بتحريرها أفراد عاديون يبدون رأيهم في هذه القضايا وغيرها ويوفرون روابط تخدم الموضوع.

5-5- المدونات الالكترونية Blog:

(1) - [http:// News,google.com](http://News,google.com).

الفصل الثالث... صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

وهي نحت من كلمة **Web log**، بمعنى سجل الشبكة ويطلق عليها اسم المدونة، وهي تطبيق من تطبيقات الانترنت، تعمل من خلال تنظيم إدارة المحتوى مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ويكون لكل تدوينية إسم دائم ومسار لا يتغير منذ لحظة إنشائها مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في أي وقت⁽¹⁾، توجد العديد من أنواع المدونات نذكر كمثال الحصر: مدونة الفيديو، الصور، الأخبار، النصوص... الخ.

ومن منظور إعلامي يمكن انظر الى المدونات كقناة جديدة في مجال نقل الأخبار والأحداث والتعليق عليها، فقد وفرت للمواطن العادي إمكانية نقل الأخبار والحصول على المعلومات أو نشرها وإنتاج مضامين إعلامية متنوعة ومشاركة الصور، والفيديوهات، والروابط، وكانت المدونات أول ميلاد حقيقي لصحافة المواطن؛ حيث وفرت للمستخدم ما لم توفره المواقع الأخرى من مجانية وسهولة الاستخدام وإدارة المحتوى، وقد بلغ عدد المدونات في العالم عام 2013م 152 مليون مدونة⁽²⁾ وفي الجزائر بلغ عدد المدونين عام 2009م⁽³⁾، حوالي 5 آلاف مدون، في حين وصل عددهم في العالم العربي إلى 500 ألف مدونة نصفهم في مصر⁽⁴⁾، ويقومون بنشر الأخبار والمعلومات، ويعيدون تشكيل المشهد الإعلامي العربي المتميز بالرقابة والوصاية، حيث تتحكم الأنظمة في عملية تدفق الأخبار للمتلقين، حيث ساهمت المدونات في "الحراك الشبابي" عام

(1) - سوسن، سكي وسبتي فايزة. تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي - المدونات التعليمية الالكترونية، نموذجاً- مركز جيل البحث العلمي Jilrc.Com، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/10م، GMT:18:00

(2) - <http://www.quora.com>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/10م، 18:15 سا.

(3) - مرصد مدونات الجزائر <http://www.arabicos.blogspot.com>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/10م، GMT 18:40.

(4) - www.midia-east_online.com، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/10م، GMT 18:45.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

2011م، أين أخذ المواطن العادي زمام المبادرة في إنتاج المضامين الإعلامية وبثها للجمهور لخدمة قضاياه الحقيقية.

5-6- مواقع التشيك الاجتماعي:

يعتبر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، دافعا قويا لازدهار وتطور صحافة المواطن، حيث أتاحت هذه المواقع للمواطنين عدد ضخم من المتبعين البحث عن الظهور في وسائل الإعلام التقليدي لإيصال أفكاره وآرائه، بل أن الكثير من المدونين انتقلوا من المدونات إلى صفحات الفاييسوك وقنوات اليوتوب والأنستغرام والفليكر، ينافسون الصحفيين التقليديين في عملية الحصول على الأخبار ونشرها للجمهور، والتفاعل معه مباشرة والتحول من مرسل إلى متلقي في نفس الوقت، بل وأصبحت هذه المواقع ذات تأثير كبير جدا، حيث ساهمت هذه المواقع في هزيمة هيلاري كلينتون في الانتخابات الأمريكية عام 2016، وفوز دونالد ترامب رغم وسائل الإعلام التقليدية الأمريكية دعمت هيلاري كلينتون. مما فتح النقاش واسعا أمام أهمية صحافة المواطن وتأثيرها على الرأي العام.

من أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

5-6-1- الفاييسوك **facebook**⁽¹⁾: هو موقع التواصل الاجتماعي الأكبر والأهم في العالم،

أسسه مارك زوكربوغ "Mark Zakerberg" عام 2004، بلغ عدد مستخدميه عام 2016م 1.6 مليار مستخدم، حيث يمكن مستخدميه من مشاركة الصور والفيديوهات والتعليق عليها والتفاعل معها؛ مما يوفر للمواطن العادي إمكانية نقل الأخبار والمعلومات من أي مكان، مسجلة

⁽¹⁾ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/facebook>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/10، GMT19:00

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أو مباشرة حيث يتيح الموقع خيار النقل المباشر وتنتشر عدة صفحات يتابعها الملايين تهتم بصحافة المواطن، كشبكة رصد في مصر صفحة الأوضاع السياسية والاقتصادية في الجزائر، صفحة كل شيء عن الفساد، صفحة **viva l'algerie 1.2.3**، وهي صفحات تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي لا تتطرق إليها وسائل الإعلام عادة.

5-6-2- يوتيوب⁽¹⁾ youtube: موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي (بدل التنزيل) ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.

أسسه في 14 فبراير سنة 2005م ثلاث موظفين سابقين من شركة باي بال هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، سان ماتيو، كاليفورنيا، ويستخدم تقنية برنامج أدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. ومحتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفاز، والموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. وهو حالياً مزود بـ 67 موظف. وفي أكتوبر 2006م أعلنت شركة **Google** التوصل لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. ويعتبر الموقع من مواقع ويب 2.0.

اختارت مجلة "تايم" الأمريكية موقع يوتيوب على الإنترنت كشخصية هامة عام 2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع ينشر فيه المستخدمون 300 ساعة من الفيديوهات كل دقيقة، ويشاهدون 5 مليار فيديو يوميا، ومليار مستخدم ينفدون لليوتيوب عبر هواتفهم النقالة يوميا، يعتبر موقع اليوتوب من العوامل المفضلة لصحافة المواطن، حيث يستعملها النشطاء والمواطنين العاديين في إنتاج المضامين المختلفة والتعليق عليها، وظهرت أهميته

⁽¹⁾ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/youtube>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/10، GMT19:05

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

بعد الحراك الشبابي في عدة بلدان عربية حيث استعمل لنشر الأخبار والمعلومات حول سير الحراك ومواجهة الأنظمة له، بل واستعمل موقع اليوتوب من طرف الجماعات المسلحة لترويج وجهة نظرها وتجنيد الشباب مما عرض الموقع للإنتقادات الشديدة أدت لحذف الكثير من الفيديوهات.

5-5-2- تويتر⁽¹⁾ Twitter: ويقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال «تغريدات» من شأنها تلقي إعجاب المغردين الآخرين، بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة. ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة. ظهر الموقع في أوائل عام 2006م كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006م. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007م من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007م قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم **Twitter**.

5-5-3- الواتس آب wats app: هو تطبيق تراسل فوري يحمل على الهواتف النقالة الذكية يوفر خدمات عديدة منها تبادل الرسائل النصية والصور والفيديوهات والرسائل الصوتية، كما يتيح لمستخدميه إنشاء مجموعات ذات الاهتمامات المشتركة، تأسس على يد الأمريكي بريان

⁽¹⁾ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/twitter>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/10، GMT19:11

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أكثر من 800 مليون مستخدم⁽¹⁾، يرسلون 42 مليار رسالة شهريا وأكثر من 2 مليار مقطع فيديو، تنتشر فيه عدة صفحات خاصة بصحافة المواطن تنشر الأخبار والمعلومات، وتتيح التعليق والتفاعل معها.

5-3-5- الأستغرام وفليكر: وهما تطبيقان خاصان بتبادل ونشر الصور والفيديوهات فقط.

فالأنستغرام Instagram هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها.، أطلق عام 2010م، يتبع شركة فايسبوك منذ 2012م، بلغ عدد مستخدميه عام 2016م، 500 مليون مستخدم شهريا⁽²⁾.

أما الفليكر Flickr، فهو تطبيق لمشاركة الصور والفيديو، وحفظها وتنظيمها والتعليق عليها، تأسس 2004م، يتم استخدام المواقع أو التطبيق من طرف المدونين من خلال إعادة استخدام الصور والفيديوهات الموجودة فيه، يستخدمه 122 مليون مستخدم⁽³⁾.

سادسا: علاقة صحافة المواطن بالإعلام التقليدي.

يعترف الكثير من الإعلاميين بالتغير الكبير الذي تحدثه صحافة المواطن على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، حيث يقول مؤسس مؤسسة Globalvision، أو كانز: "... كان الصحفيون هم الذين يملون ما ينشر على الجمهور من موضوعات وقضايا، ولكن مع الاتجاهات

⁽¹⁾ - <http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/11م، GMT12:50.

⁽²⁾ - <https://fr.wikipedia.org/wiki/Instagram> تاريخ زيارة الموقع 2017/03/11م، GMT12:57.

⁽³⁾ - <http://en.wikipedia.org/wiki/flicker>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/11م، GMT 13:12.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

الجديدة لم يعد هذا المفهوم سائدا، فقد أصبح المواطن يأخذ دورا جديدا ليقول كلمته ويفصح عن رأيه، لقد انتقلت القوة الإعلامية إلى أيادي جديدة، وهي أيادي المواطنين الذين يملكون إمكانية الإتصال عبر الانترنت...⁽¹⁾، وعليه يرى "شيشتر" "Shechter"، أن على المؤسسات الإعلامية التكيف مع هذا التغير وإدماجه ضمن أهدافها الإعلامية، وهذا الاتجاه يخدمها ولا يؤدي إلى فقدانها السيطرة على هذا المجال⁽²⁾.

كما أن دان غيلمور يرى أن على الصحفيين أن يستفيدوا من هذا التغيير في البراديجم الصحفي، إذ يجب على هم حسبه أن يكونوا على إطلاع واسع بما يجري في صحافة المواطن، لأنها تتيح لهم الاقتراب أكثر من هموم ومشاكل الناس، وإنتاج قصص خبرية غاية في الأهمية، مما يؤدي إلى ارتفاع في درجة الثقة في وسائل الإعلام التقليدية واكتساب جمهور جديد والحفاظ عليه⁽³⁾.

وهذا ما أخذته عدة وسائل إعلام تقليدية بعين الاعتبار، حيث استثمرت صحافة المواطن لصالحها فأتاحت للمواطن استقبال مضامين إعلامية والحصول على معلومات من مواقع الأحداث التي لا تغطيها هذه الوسائل الإعلامية بالمراسلين الميدانيين.

وقد ظهرت علاقة صحافة المواطن بالإعلام التقليدي بوضوح في 07 جويلية 2005م، حيث اعتمدت كبريات الشركات الإعلامية والقنوات الإخبارية والجرائد على ما نشره المواطنون المتواجدون في مكان حدث تفجيرات قطار الأنفاق في لندن، لتتوضح الصورة أكثر في 11 ديسمبر

(1) - حسين عبد الجبار. إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص 124-125.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 126.

(3) - الصادق، الحمامي. "الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية". مجلة الإذاعات العربية، 16 (2014)، ص 39.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

2005م حيث أدى إنفجار مستودع للنفط في "بونسفيلد" في بريطانيا، إلى ردة فعل لم يسبق لها مثيل لدى المواطنين الذين أرسلوا آلاف الرسائل الالكترونية والصور والفيديوهات للأضرار المادية والبشرية التي خلفها الإنفجار، فقد تلقت "بي بي سي" "BBC" أكثر من 6500 رسالة إلكترونية، مرفقة بالصور والفيديوهات مقارنة بـ1000 رسالة فقط متعلقة بتفجيرات لندن في 07 جويلية 2005م، حيث أشار "بشير كليفتون" مدير قسم الأخبار المتفاعلة في محطة الإذاعة البريطانية (BBC) إلى تأثير المحتويات التي ينتجها المواطنون، في حوار لموقع ميديا غارديان Media Guardian "... كانت كثرة وتنوع الموارد التي تلقيناها من قرائنا رائعة بكل ما في الكلمة من معنى، فقد تدفقت علينا سيول من أفلام الفيديو والصور الثابتة والرسائل الإلكترونية من لحظة حصول الانفجار. ولعبت دورا رئيسيا في كيفية تغطيتنا للأحداث المتواصلة أثناء وقوعها..."، وقد زار موقع بي بي سي نصف مليون زائر لمشاهدة الصور والفيديوهات، هكذا أصبح المواطن الصحفي جزءا أساسيا ودائما في المزيج الإعلامي.⁽¹⁾

في العالم العربي اعتمدت الصحافة التقليدية على ما ينتجه المواطن العادي خاصة بعد أحداث الربيع العربي سنة 2011م، حيث اعتمدت كبريات المؤسسات الإعلامية على ما ينشره الناشطون والمواطنون في أماكن الأحداث.

وعليه رغم الانتقادات الموجهة لصحافة المواطن إلا أن علاقتها بالإعلام التقليدي علاقة اعتماد متبادل، حيث يستفيد كل منهما من الآخر، فكثرا ما كانت صحافة المواطن تعتمد على

⁽¹⁾ - برتراند بكيري ولاري كيلمان: من صحافة المواطن إلى محتوى الأخبار التي ينتجها مستعملها، الإعلام يصنع التغيير. Lip didital. Us enbasy/st/arabic/publication، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/11، GMT14:50.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

إنتاج مضامينها على مخرجات الإعلام التقليدي، كاختيار لقطات وأخبار وفيديوهات للتعليق عليها وتدعيم المحتوى بها.

في المقابل الكثير ممن يعملون في مهنة الصحافة يرون أن صحافة المواطن اليوم، أصبحت تشكل تحديا كبيرا أمام الصحفي، فأصبح الحصول على السبق الصحفي من الأمور المستحيلة، في ظل قدرة الفرد العادي على نقل الأحداث لحظة بلحظة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات⁽¹⁾.

فالصحفيون يعتبرون صحافة المواطن مجرد مصدر أول للأخبار، يمكن تحويله إلى خبر موسع أو تحقيق استقصائي، كما دفعت صحافة المواطن بالصحفيين إلى فتح مدونات وصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الروابط مع المتلقي والاستفادة مما توفره هذه المواقع من مزايا يمكن استغلالها في العمل الصحفي.

سابعا: تأثير صحافة المواطن على البراديجم الصحفي

يقول دان غيلمور: "... الأخبار لم تعد محاضرة، بل أصبحت محادثة..."⁽²⁾.

يختصر هذا القول حجم التغيرات التي أحدثتها صحافة المواطن في البراديجم الصحفي، فاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج البيانات المكتوبة والمسموعة والمرئية، أدى إلى سقوط الفوارق بين أنماط الصحفيين "صحفي الصحافة المكتوبة، أو صحفي التلفزيون، الإذاعة، الجرائد، والانترنت فهذه التوصيفات لن يكون لها أي معنى مستقبلا، وتمثل مأزقا لمن عملها، فهذا ما

⁽¹⁾ - زيد الفتلاوي: الصحافة المحترفة تتحدى صحافة المواطن في العالم العربي، شبكة الصحفيين الدوليين ijnet، <https://ijnet.org/ar>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/11، GMT13:08.

⁽²⁾ - بوغازي، فتيحة. "صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي". رسالة ماجستير جامعة الجزائر 3. 2011م، ص51.

الفصل الثالث... صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

يذهب إليه **Jeff Jaerias**، حيث يقول أن هوية الإعلاميين تتغير وتأخذ بعين الاعتبار صفات أخرى، وسيعرفون "كمنظمين، مقاولين، مدربي طلبة، مساعدين، مغربلين، وشبكيين، ومواطنين عاديين..."⁽¹⁾.

وفي دراسة أعدها مركز الدراسات الإستراتيجية البريطاني **Denos**، والتي حملت عنوان "ثورة المحترفين الهواة" **"Pro-Am Revolution"**، "...القرن العشرين كان العصر الذهبي للمحترفين، المهنيين، المؤسسة، التقنين، وتنظيم الأنشطة، لقد كان عصر التنظيمات الهرمية والأنظمة الشكلية التي تمنح للمعلومات شرعيتها، أما القرن الواحد والعشرين فسيمر بصعود "المحترف الهاري" وتألقه، ذلك الهاوي المتعلم والمتزعم والمتشابك مع غيره⁽²⁾ "... إنهم مجددون، ومتكيفون وقليلي التكلفة، إنهم من سيقوموا باستحداث أنماط جديدة لصناعة المضامين الإعلامية وتوزيعها"⁽³⁾.

"... ستصبح الشبكة الإتصالية نفسها أداة لكل لإسماع صوتهم، ولن يقتصر الأمر على أولئك الذين يستطيعون امتلاك صحف مطبوعة، أو إطلاق أقمار صناعية، أو استثمار رخص حكومية لاستخدام الترددات العمومية"⁽⁴⁾.

لقد أدى النجاح الذي صنعه "صحافة المواطن"، وإقبال المواطنين عليها، وإنتاجهم وتعرضهم لمضامينها إلى إدماج هذه الصحافة في الإعلام التقليدي، وهذا يعتمد على ما ينتجه

(1) - رابع الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 261.

(2) - مرجع سبق ذكره، ص 263.

(3) - مرجع سبق ذكره، ص 264.

(4) - مرجع سبق ذكره، ص 264.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

المواطنون من أخبار ومعلومات ومضامين، حيث أصبح صحفيوها يقومون بمهام جديدة، وهي غرلة وتصفية ما هو موجود في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، من أخبار ومضامين صنعها المواطنون وعرضها للجمهور، بل أن الكثير من المؤسسات الإعلامية أعطت للمواطن الحق في اختيار ما يناسبه من أخبار ومضامين إعلامية من خلال التصويت على الخبر الذي يراه مهما، في تجاوز واضح لنظرية ترتيب الأجندة، حيث تنازلت وسائل الإعلام التقليدية عن مهمة ترتيب واختيار ما يناسب المتلقي الذي أصبحت له سلطة اختيار وترتيب ما يراه مناسبا له، بل أن حارس البوابة الذي احتكر سلطة اختيار ما يصل للمتلقي وما لا يصل إليه لمدة كبيرة جدا، وتنازل عن هذا الدور لصالح ما أصبح يعرف بـ "حراس البوابات الإعلامية للجمهور"*، وهم مواطنون عاديون، يقومون بمراقبة وسائل الإعلام التقليدية ونقدها ومهاجمتها عبر المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، وكشف تلاعبها بالعقول والمعلومات للجمهور مما يجعل وسائل الإعلام التقليدية في ضغط دائم ومواجهة سلطة مضادة تقيد دور حارس البوابة.

وهذا ما يذهب إليه دان غيلمور، حيث يقول: "إن سيطرة صحافة المواطن على كل هذه المساحة في البراديجم الصحفي، دفعت بالصحفيين إلى الإتصال المباشر مع الجمهور عن طريق المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، فصحفي اليوم يجب أن يكون صحفي شبكي يتواصل مباشرة مع جمهوره، حيث يقوم هذا الجمهور بتقييم الصحفي والمؤسسة المستقلة له، إنما يقوم الصحفي بالحصول على الأخبار والمعلومات من خلال متابعيه، فكثير من التعليقات تحولت إلى

* - حراس البوابات الإعلامية للجمهور: مصطلح أطلقه كل من شومبكر، وفوسي عام 2011م، لوصف المستخدم الذي يقوم بإعادة توزيع القصص الإخبارية على شبكات الانترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. نقلا عن: <http://nar.wikipedia-arg>، تاريخ زيارة الموقع/ 25 مارس 2017، GMT12:00.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

قصص خبرية مهمة، فتحكم الصحفي في الوسائط المتعددة، أصبح ضرورة ملحة تفرضها التغيرات المشاركة في عالم الإعلام، بل أن الكثير من وسائل الإعلام أصبحت تبحث عن الصحفي الشامل، وهو الصحفي المتحكم في التقنيات الرقمية، والمتصل بالشبكة العنكبوتية، والقادر على التأكد من مصادر أخباره والتفريق بين الأخبار والمعلومات الصحيحة من الكاذبة والدائم الإتصال بجمهوره،... " فلا يعقل في عصر التكنولوجيا والانترنت أن يكون للمرء مشروعاً إعلامياً دون أن يصاحبه تواجد رقمي⁽¹⁾، سواء من خلال الموقع الإلكتروني أو حسابات التواصل الاجتماعي...".

وهنا نلفت أنظار طلبة الإعلام والإتصال بعدم الاكتفاء بدراسة علوم الإعلام والإتصال عامة وتخصص الصحافة المكتوبة خاصة، دراسة أكاديمية بل من الضروري تطوير القدرات الخاصة في مجال استغلال واستخدام تكنولوجيات الإعلام والإتصال، والإطلاع على الإعلام الشبكي والمشاركة فيه فالكثير من وسائل الإعلام أصبحت تختار صحفييها من مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات والمساحات الخاصة بصحافة المواطن في مواقعها الإلكترونية.

إن انتشار الأخبار والمعلومات بشكل غير مسبوق، أحدث تغيراً في النظرة لوسائل الإعلام، حيث لم تعد وسيلة الإعلام الجيدة أو الصحفي الجيد هو من يحصل على سبق الصحفي، بل أصبح الصحفي الجيد هو من يستطيع التأكد من صحة معلوماته، ويستطيع الوصول للمعلومة المطلوبة ذات المصدقية.

(1) - أسامة حمامة. 10 نصائح لبناء سمعة إلكترونية قوية، شبكة الصحفيين الدوليين، www.IJNET.org، تاريخ زيارة الموقع .GMT12:20، 2017/03/25

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

ومن هنا تظهر تأثيرات صحافة المواطن في البراديجم الصحفي، حيث لا تزال هذه التأثيرات مستمرة مما يتوجب على وسائل الإعلام التقليدية والصحفيين المهنيين التكيف كل مرة مع نتائجها على مهنة الصحافة.

ثامنا: نقد صحافة المواطن

رغم تمتع صحافة المواطن بعدة مميزات كـ:

- سرعة الوصول إلى الحدث.
- التواجد في مكان الحدث مع لحظات وقوعه.
- سرعة انتشار المعلومات.
- التفاعل مع عدد ضخم من المتابعين.
- الكلفة المالية البسيطة في إنتاج المضامين الإعلامية.
- الحرية في نقل الأخبار وتجاوز القيود القانونية، الاجتماعية... الخ.
- فضاء مناسب للتعبير عن الرأي والفكر وفتح نقاشات جديدة.
- تحولها إلى مصدر للأخبار بغدي وسائل الإعلام التقليدية.
- تمكن المواطن من الحضور في قضايا الشأن العام، ودعم الممارسة الديمقراطية⁽¹⁾.
- تدعيم وتقوية الإعلام البديل في مواجهة الإعلام التقليدي.
- تمكن الأفراد من مخاطبة الجمهور دون وسيط.

(1) - جمال الرزن. مرجع سبق ذكره، ص 02.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

- تمكن النشطاء الاجتماعيين، السياسيين، البيئيين...الخ، من إيصال آرائهم وأفكارهم ومادتهم الإعلامية للجمهور. إلا أن صحافة المواطن ومنذ ظهورها تتعرض لنقد شديد من طرف المهنيين والأكاديميين وذلك من خلال:

يقول فنست ماغر أحد رواد تكنولوجيا الهواتف الذكية والاتصالات أن في صحافة المواطن نقاط ضعف عديدة اختصرها في اصطلاح أطلق عليه "The three deadly ES" (Eshics, Economic,) (Epistmologie).

ففي هذه الصحافة تغيب أخلاقيات المهنة، حيث لا تعني الأخلاقيات للمواطن أي شيء، ولا يرى نفسه ملزما بها خاصة مع غياب القوانين الرادعة، فكثير ما يخلط المواطن بين المعلومة والقذف والشتم والسب والتعدي على الحياة الخاصة، وكثرا ما ينتشر أخبارا تضر بجماعة معينة أو أقلية معينة أو طائفة معينة، مما يساهم في زيادة حدة الاستقطاب الاجتماعي وانتشار الكراهية والعنف، وهذا ما ظهر جليا بعد 2011م، في العديد من الدول العربية، حيث أن قيام مواطنين بتغطية أحداث الثورات العربية، تعدى كونه إيصال خبر أو معلومة إلى انتشار ظاهرة القذف والسب والشتم والإهانة، وترويج للعنف والتبرير له، والتعدي على المقدسات دون إغفال استغلال المنظمات الإرهابية لصحافة المواطن في الدعاية للأعمال لها وجلب منظمين جدد، يتم إعدادهم لتنفيذ عمليات قتالية ضد طرف من الأطراف.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

كما أن الصحفي المواطن ضعيف التأهيل المهني والأكاديمي، لهذا لا يرى الشروط الأكاديمية لكتابة الخبر أو التقرير أو الريبورتاج أو التحقيق، كما يرتكب أخطاء لغوية كثيرة نظرا لغياب المصححين اللغويين مما ساهم في إضعاف اللغات الأكاديمية لصالح انتشار اللهجات.

إن صحافة المواطن ساهمت في انتشار قضايا التعدي على الحياة الخاصة للمواطنين مستعملة أسماء مستعارة يصعب تتبعها ومراقبتها وتقديمها للعدالة، خاصة في الدول التي لا تملك وسائل الأمن المعلوماتي، كما أنها أصبحت وسيلة في أيدي أطراف عدة، تخوض حرب التسيريات ف "وكيليكس" *، مثلا نشر في عام 2017م أكثر من مليون وثيقة سرية تخص ثلاثة عشر بلدا.

أما في مارس 2017م فنشر 8761 وثيقة تخص عمل المخابرات الأمريكية، كما سرب معلومات عن هيلاري كلينتون مترشحة الانتخابات الأمريكية فيفري 2016م، أدت إلى خسارتها الانتخابات ويلاحظ أن هذه التسيريات موجهة لخدمة أغراض محددة، وليس لدعم حق الوصول للمعلومات من طرف الأفراد فدولة مثل إسرائيل لم يظهر اسمها في هذه التسيريات. أما على المستوى المعرفي (الإبستمولوجي) فالمحتوى الإعلامي المنتج من طرف المواطنين عبر الانترنت تطبعه فوضى كبيرة، على عكس المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام التقليدية، الذي يمر بمراحل من البرمجة والتحرير، وفق مهارات صحفية يمتلكها الصحفي.

* - وكيليكس WIKILEAKS: موقع استرالي أسسه جوليان أسانج، عام 2006م، يهدف من خلاله إلى نشر الأخبار والمعلومات الهامة للجمهور، من خلال نشر وثائق سرية تخص مختلف الحكومات والشركات نقلا عن: <http://www.wikileaks.org>، تاريخ زيارة الموقع

GMT18:00، 2017/03/25

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أما على المستوى الاقتصادي، فصحافة المواطن تخضع في عائداتها المالية لقاعدة المتابعين والمعلنين، فكلما كان النظر على وصلات أخبارها ومضامينها كبيرا كلما زادت عائداتها من مداخيل الإعلانات؛ مما يجعلها تحت ضغط المعلنين الذي أدى إلى اختفاء عدد الصفحات والقنوات والمواقع بسبب عدم قدرتها على مواصلة النشاط، إضافة لخوف المعلنين من استغلال إعلاناتهم في مضامين إعلامية محرّضة أو كاذبة أو إباحية، كما أن تكاليف تخزين المضامين الإعلامية من طرف مواقع تقاسم المضامين مثل: يوتوب، فايسبوك... الخ، تزداد من سنة لأخرى، فموقع يوتوب صرف عام 2006م نصف مليون دولار شهريا على تخزينها⁽¹⁾.

تطرح صحافة المواطن قضية أخرى تخص حقوق الملكية الفكرية، فصحافة المواطن أصبحت إحدى أدوات التعدي على الحقوق، من خلال استغلال مؤلفات نصية وموسيقية ومرئية دون موافقة أصحابها، مما يضيف إشكالات قانونية عديدة، تساهم في إضعاف هذه الصحافة، ففي عام 2006م تمت إدانة Google News من طرف محكمة بلجيكية، وطلب منه إزالة كل الروايات المتعلقة بمضامين الصحافة اليومية الفرانكفونية، التي تملكها دور النشر، لأن غوغل تحصل على عائدات إعلانية منها.

ويرد دان غيلمور على كل هذه الانتقادات بالقول "...أن وسائل الإعلام التقليدية، ونشر الشائعات والأخبار دون ذكر لمصادرها، ولا تصبح لأخطاء التي تقع فيها"⁽²⁾. وتعدت على الحياة الخاصة، وروجت للعنف والجريمة.

(1) - رابع، الصادق. مرجع سبق ذكره، ص 255.

(2) - رابع، الصادق. مرجع سبق ذكره، ص 256.

تاسعا: صحافة المواطن في الجزائر

في عام 2016م بلغ عدد مستخدمي موقع فايسبوك إلى أكثر من 12 مليون مستخدم ما يعادل 31% من السكان، وصنفت الجزائر في المرتبة الثانية عربيا، حيث ان 96% من مستخدمي الفايسبوك لا يتجاوزون 44 سنة⁽¹⁾، في حين وصل عدد مستخدمي الهاتف النقال إلى 47 مليون مشترك، و16 مليونا منهم مزودين بالانترنت (3G , 4G)⁽²⁾، مما يشير إلى التبي المتسارع من طرف المستخدم الجزائري لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي أنتجت في سنوات قليلة مضامين إعلامية مختلفة ومتنوعة من نقل الأخبار وتبادل المعلومات إلى التعليق على مختلف القضايا والتعبير عن المواقف بطرق مختلفة، حتى أن بعض الصفحات أصبحت أشهر من وسائل الإعلام التقليدية، لأنها كانت الأقرب للمواطن ونقلت همومه وآماله، وانتقدت بشدة أداء الإعلام التقليدي، وغيابه عن أهم الأحداث كالكوارث الطبيعية، مشاكل التنمية في القرى والمداشر مشاكل المدن، فصفحة **1.2.3.Viva algerie** تأسست عام 2011م، ورغم تعرضها لمشاكل قانونية، وتقديم أصحابها للعدالة أكثر من مرة إلا أنها تواصل النشاط كل مرة متجاوزة بذلك رقم 83000 ألف متابع⁽³⁾. حيث توفر فضاء لنشر الأخبار من طرف المواطنين العاديين بالتعليق على مختلف الأحداث الوطنية، نقد الإعلام التقليدي، وانتقاد الشخصيات السياسية، وصفحة "ce que se passe ici reste ici"

(1) - الشباب الجزائري/ فايسبوك/ www.DW.Com/or، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/25م، GMT 14:37.

(2) - ملف الضبط البريد والمراسلة السلكية واللاسلكية، <http://GRPT,dz/fr,do/rea-2015,PDF>، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/25م، GMT15:20.

(3) - <http://Facbook.com/123vivaalgerie>، تاريخ زيارة الموقع 2017/03/25م، GMT15:00.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

"، يقارب عدد متابعيها المليون متابع⁽¹⁾، صفحة ثقافية رياضية، فكاهية، تتيح للمواطن العادي بنشر مضامين إعلامية من إنتاجه الخاص، كما يتيح نشر الأخبار من مختلف أنحاء الوطن، كما يقوم متابعوها برصد أخبار الفساد ونقد الأداء المهني للسياسيين والمسؤولين، ويصل عدد المعلقين فيها إلى عشرات الآلاف.

صفحة "Top commentaire" يبلغ عدد متابعيها أكثر من 790 ألف متابع⁽²⁾، متخصصة في الترفيه، حيث ينتج متابعوها مواد مكتوبة، مسموعة، ومرئية، بغرض الترفيه والنقد الاجتماعي لمختلف الظواهر، كما تقيم مختلف الحملات التضامنية لصالح المرضى، والفقراء والأيتام، ويصل معدل التعليق فيها إلى 7500 تعليق في 40 دقيقة، كما نلاحظ انتشار عدة صفحات خاصة بأخبار الجامعة أو متخصصة في كلية من كلياتها، كما تنشر صفحات تنشر أخبار البلديات، بعضها رسمي وبعضها أنشأها مواطنون لإيصال أصواتهم للمعنيين، حيث تجذب هذه الصفحات رواجاً كبيراً، كما توجد صفحات خاصة بالترويج السياحي حيث تنقل صور ومعلومات للمواقع السياحية أثرية أو طبيعية مما وفر للمتلقين خيارات عديدة وحررة.

كما يقوم العديد من الموظفين من كشف التلاعبات في أماكن العمل، ونشر فضائح الفساد من خلال بعض الصفحات الخاصة بالتسريبات، مما مكن المواطن من كسب ثقة كبيرة، وقدرة على الوصول لأدق المعلومات ونشرها للرأي العام، الذي يتفاعل معها بالتعليق والمشاركة

، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/25، http://www.facebook.com/ce_que_se_passe_ici_reste_ici ⁽¹⁾، 15:10GMT.

، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/25 من 15:15 GMT، <http://facebook.com/TopCommentaire> ⁽²⁾.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

والترتيب والتصفية، ووسائل الإعلام التقليدية أصبحت تعتمد على هذا النوع من الصحافة في الحصول على الأخبار والمعلومات، بل أن أحداثا كثيرة أصبحت قضية رأي عام بسبب صحافة المواطن مثل قضية "طحكوت لصناعة السيارات"، حيث تم تسريب صور خاصة بمصانعه، مما أرغم الحكومة على إرسال لجنة تحقيق، كما أن الكثير من الناشطين السياسيين والاجتماعيين والبيئيين حققوا شهرة كبيرة بفعل إنتاجهم لمختلف المضامين الإعلامية ونشرها في مواقع التواصل الاجتماعي، مثل "أنس تينا"^{*} المتخصص في البود كاست، حيث تجاوز عدد متابعيه في موقع اليوتوب مليون متابع⁽¹⁾، ووصل عدد مشاهدي فيديواته إلى أكثر من 4 ملايين مشاهدة، في حين يتجاوز عدد متابعيه في الفايسبوك مليون متابع⁽²⁾، ينتقد الوضع القائم بطريقة فكاهية ولا تخلوا إنتاجاته الإعلامية من نقد السياسيين والسخرية منهم.

أما فيما يخص النشاط الطلابي في مجال صحافة المواطن، فيظهر من خلال عدة صفحات خاصة بالكليات أو بالأقسام أو بالجامعات التي يدرسون فيها، والإقامات التي يسكنون فيها، حيث ينقل الطلبة مختلف الأخبار التي تخصهم وتخص محيطهم الدراسي، ونلاحظ تغطيتهم للأحداث التي تقع في الجامعة كالإضراب والاعتصامات، وهذا ما برز في إضراب كليات الصيدلة وجراحة الأسنان والهندسة المعمارية وغيرها، حيث نقل الطلبة كل الأحداث الخاصة بالإضراب

* - أنس تينا، بود كاست جزائري، ولد عام 1989م بالعاصمة، ناشط اجتماعي وممثل يقوم بإنتاج فيديوات بطريقة البود كاست، ينتقد من خلالها مختلف المظاهر الاجتماعية في الجزائر، نقلا عن وكبيديا.

- <http://youtube.com/anistina16:05>، 2017/03/25م، GMT. تاريخ زيارة الموقع: ⁽¹⁾

- <http://facebook.com/Anistina16:10>، 2017/03/26م، GMT. تاريخ زيارة الموقع: ⁽²⁾

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

خاصة الاعتصام في الجزائر العاصمة، وأحدث فيديو الشرطي الذي يصفع طالبا⁽¹⁾ ويشتمه انتشارا واسعا أدى إلى فتح تحقيق حول الحادثة، واعتمدت وسائل الإعلام كل ما ينشره الطلبة في صفحاتهم الشخصية والصفحات العامة، كمصدر للمعلومات وهذا ما يظهر الأهمية والمكانة التي باتت صحافة المواطن تأخذها، رغم أنها صحافة جديدة على المتلقي الجزائري، ما زالت تطبعها الصدفة والعفوية، ولا توجد صفحات متخصصة فيها، يحكمها ميثاق أخلاقي وخط افتحاحي فكثيرا ما كانت صحافة المواطن أداة لنشر الإشاعات كإشاعة وفاة رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة واتخذتها بعض الأطراف المجهولة أداة لنشر الأخبار الكاذبة، والتشهير بالمسؤولين وقذفهم والتعدي على حياتهم الخاصة، ونشر أسرار التحقيقات القضائية. وظهر هذا في قضايا اختطاف وقتل الأطفال في الجزائر حيث تم تبادل صور ومعلومات لمجرمين مفترضين بينت التحقيقات أنهم بريئين ولا علاقة لهم بهذه الجرائم مما أدى بالمشرعين إلى سن قوانين جديدة تخص جرائم النشر في الانترنت.

إن تراجع الجزائر في الترتيب العالمي لحرية الصحافة*، وأزمة الإعلام التقليدي المهنية والمادية سيؤدي إلى انتعاش صحافة المواطن وتطورها، خاصة مع هجرة الصحفيين إلى المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، لنشر مضامينهم الإعلامية، وفي هذا الإطار يقول "نجيب بلحيمر" صحفي في جريدة صوت الأحرار: "... في الحالة الجزائرية يتسع تأثير صحافة المواطن بشكل سريع، بسبب فقدان وسائل الإعلام لمصداقيتها، بسبب القيود المفروضة عليها خاصة في معالجة

⁽¹⁾ - www.Echorouk online.com/articles، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/26، GMT16:50.

* - إحتلت الجزائر المرتبة 129 عام 2016م، و199 عام 2015م، من مجموع 179 دولة، نقلا عن موقع مراسلون بلا حدود UR.RSF.org، تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/26، GMT18:35.

الفصل الثالث.....صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

القضايا السياسية وقضايا الفساد، مما دفع بوسائل الإعلام إلى التستر عن الكثير من الأخبار والمعلومات، حتى لا تتعرض لضغوطات مالية بالأساس من خلال منع الإشهار عنها... والعامل الآخر هو عدم مقدرة وسائل الإعلام التقليدية على الوصول إلى كل نقاط الأحداث، ورغم ذلك من الصعب القول أن صحافة المواطن ستكون بديلة للإعلام التقليدي. فصحافة المواطن يجد ذاتها تعاني من نقص المصداقية وترويج الصور والفيديوهات المفبركة... الخ، والذي أصبح لا يصدق حتى تتبناه وسائل الإعلام التقليدية، ورغم ذلك فإنها أصبحت مصدرا مهما لوسائل الإعلام التقليدية وموجهها لها وحارسا عليها، مما يعطي القدرة للمواطنين على تحديد أولويات النشاط الإعلامي⁽¹⁾.

أما الأستاذ الصحفي "حمزة حداد" صحفي في جريدة الوطن الالكترونية*، فيقول حول واقع ومستقبل صحافة المواطن في الجزائر: "... إن الإعلام التقليدي وحتى الالكتروني لم يشبع أو يحقق الإشباع لدى الجزائري فيما يخص حقه في الإعلام، لهذا لجأ المواطن إلى ممارسة العمل الصحفي بنفسه، بسبب توفر التقنية والوسائل والمهبة والمنصات الإلكترونية... وصحافة المواطن ستحتل مزيدا من المساحة إن ممارسة أو تعرضا فالرأي العام الجزائري متعطش للمعلومة، رغم اتسامها بنقص المصداقية، وترويج المعلومة الخاطئة، والقذف والسب والشتم والتعرض للحياة الخاصة... فهي صحافة هاوية، غير محترفة، لكن مع مرور الوقت ستكسب صحافة المواطن الخبرة الكافية التي تمكنها من كسب ثقة الجمهور... الخ".

(1) - مقابلة عبر فايسبوك مع الصحفي نجيب بلحيمر، صحفي في جريدة صوت الأحرار، يوم 2017/03/27، GMT10:05.

* - حمزة حداد: أستاذ جامعي في كلية الحقوق، جامعة الجزائر، صحفي بجريدة الوطن الالكترونية، ناشطا في الفايسبوك.

الفصل الثالث... صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد

أما المدونة "فاطمة بولعنان"^{*}، فتقول: "... صحافة المواطن صحافة حقيقية، تعبر عن الواقع الجزائري بصدق أكبر من الصحافة التقليدية، حتى وإن تجاوزت بعض أخلاقيات المهنة...".

ستسيطر على المشهد الإعلامي لغرق الإعلام التقليدي في الفساد وإهماله لقضايا المواطن، حتى أصبحت قصة مراهق ومراهقة أهم من قضية ارتفاع الأسعار...، كما أن الصحفيين سيصبحون رواد هذا النوع من الصحافة، مما سيعزز مكانتها، نظرا لعدم مقدرتهم عن العمل في ظروف جيدة وحررة... إن صحافة المواطن ستكون إعلاما بديلا خاصة في الدول التي تشهد تضييقا على العمل الصحفي، ستكون هي الصحافة الحرة والمسؤولة والملتزمة بقضايا المواطن الحقيقية..."⁽¹⁾.

* - فاطمة بولعنان، مدونة وناشطة في مواقع التواصل الاجتماعي، تدرس السمعى البصرى بالمدرسة العليا للصحافة.

⁽¹⁾ - مقابلة عبر الفاييسوك مع المدونة فاطمة بولعنان، يوم 2017/03/27، GMT.11:30

مما سبق تظهر الأهمية التي بدأت صحافة المواطن في أخذها داخل النسق الإعلامي العام والكيفية التي غيرت بها صحافة المواطن البراديجم الصحفي الذي سيطر على الإعلام لمئات السنين، فلأول مرة يصبح للمتلقي سلطة قوية على الرسالة وعلى القناة أيضا بحيث أصبح بإمكان أي مواطن امتلاك قنواته الخاصة، وتشكيل رسائله الإعلامية بالشكل الذي يراه مناسباً؛ مما أثر على الكثير من النظريات التي فسرت سيرورة وسائل الإعلام داخل المجتمع مثل نظرية حارس البوابة ونظرية ترتيب الأجندة فلم يعد لحارس البوابة سلطة على المتلقي ولم تعد وسائل الإعلام تحتكر ترتيب اهتماماته واحتياجاته، بل أن المتلقي أصبح بإمكانه ترتيب أجندة وسائل الإعلام التي أصبحت تستعمل المضامين الإعلامية التي ينتجها الفرد وتبثها للجمهور، حتى أن الكثير من المتابعين أصبح يطلق عليها اسم "السلطة الخامسة" إسقاطا على منافستها الواضحة للسلطة الرابعة التي تمثلها وسائل الإعلام التقليدية، والتأثير الاجتماعي، السياسي، الإقتصادي والثقافي الذي أصبحت صحافة المواطن تحدثه داخل المجتمعات.

الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

تعرضنا في الجانب النظري إلى مختلف الجوانب المتعلقة بالإتجاهات النفسية والإجتماعية وصحافة المواطن قصد تعميق فهم هذين المتغيرين، لكن الدراسة النظرية تبقى ناقصة بدون إسقاط على الجانب العملي، فمن الناحية العملية سنقوم بدراسة تطبيقية لإتجاهات طلبة الإعلام والإتصال بجامعة جيجل نحو صحافة المواطن.

سوف نتعرض في هذا الفصل من الدراسة إلى قياس هذه الإتجاهات، وسنقوم بتوضيح أساليب المعالجة الإحصائية واختبار ثبات الإستبيان وتحليله بواسطة استخدام نظام "SPSS"، وسيتم دراسة واختبار فرضيات الدراسة وعرض وتفسير النتائج.

أولاً- أساليب المعالجة الإحصائية.

استخدمنا العديد من الأساليب الإحصائية الضرورية لمعالجة المعلومات المتحصل عليها من الإستبيانات المسترجعة، وهذا بعد فحصها وتبويبها حتى تسهل عملية تحليلها بواسطة الحاسوب. وقد تم تحليل البيانات المجمعَة واحتساب النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الإجتماعية "spss" statistical package for social sciences، وتعني المجموعة الإحصائية للعلوم الإجتماعية، ويمكن عرض هذه الأساليب من خلال ما يلي:⁽¹⁾

(1) - محمد، خير وسليم ابو زيد. أساليب التحليل باستخدام برمجية spss. عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، صص 155-200.

1-1- التكرارات المطلقة:

وتعبّر عن عدد الإجابات في كل من الإقتراحات الموضوعية، والتي تساعد في حساب النسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري.

1-2- النسب المئوية:

وذلك لإعطائنا صورة أوضح لوصف المعطيات، فهي تساعد في إظهار نسبة الإجابات لكل مفردة، قياسا بباقي الإجابات الأخرى.

1-3- المتوسط الحسابي:

يعد المتوسط الحسابي من أهم مقاييس التزعة المركزية وأسهلها حسابا وأكثرها دقة وتداولاً، ويعني تمثيل مجموعة من البيانات بقيمة واحدة، فهو قيمة تتجمع حولها قيم مجموعة، ويمكن من خلالها الحكم على بقية قيم المجموعة، فتكون هذه القيمة هي الوسط الحسابي. واستخدمناه من أجل وصف خصائص العينة وتحديد اتجاه الإجابات وتأثيرها على متغيرات الدراسة بعد إعطاء الأوزان الموافقة للإقتراحات. ويحسب كالتالي:

$$X = \frac{\sum Xi mi}{n}$$

1-4- الإنحراف المعياري:

ويعتبر من مقاييس التشتت، واستخدمناه بهدف توضيح درجة التشتت في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي، بحيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كلما دل على تركّز الإجابات حول الوسط الحسابي أو انخفاض تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة. و يحسب كالتالي:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum Ximi^2}{n} - X^2}$$

1-5- مقياس ثبات الاستبيان ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach):

ونقيس به درجة الإتساق الداخلي. إذ يعطي هذا المقياس فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض، ومع كل الاسئلة بصفة عامة. وتعتبر طريقة كرونباخ الأكثر استخداماً، نظراً لكونها تعتمد على التجزئة وبشكل متكرر وقياس الارتباطات بين تلك الأجزاء بدلا من قياس الارتباط بين نصفين فقط. وبشكل عام فإن الحكم على الثبات يعتمد على مقدار معامل الارتباط الناتج من التحليل الاحصائي، فكلما كان معامل كرونباخ قريب من الواحد الصحيح، كلما كانت درجة الثبات عالية.

1-6- قيمة المعنوية (مستوى الدلالة): significance level

والذي يرمز له بـ الفا α (**a**) وهي قيمة احتمالية يختارها الباحث من ثلاثة مستويات:

المستوى الاول: مستوى اقل من 0.05

المستوى الثاني: مستوى اقل من 0.01

المستوى الثالث: مستوى أقل من 0.000

المستوى الثالث أقوى في دلالته من المستوى الأول والثاني

والمستوى الثاني أكثر في قوته من المستوى الأول فقط

بينما المستوى الثالث هو أقل مستوى دلالة إحصائية مقبولة.

واختبرنا مستوى الدلالة عند 0.05، أي أننا لو أعدنا هذا البحث أو هذا الإختبار 100 مرة، فإننا

سوف نحصل على نفس النتيجة 95 مرة، وسوف تكون نسبة الخطأ في أن نحصل على نتيجة

مختلفة هو خمسة مرات من اصل المائة.

1-7- تحليل التباين الأحادي: (one-way analysis of variance)

ويرمز له اختصاراً بـ ANOVA، وهو اختبار معلمي يستخدم للمقارنة بين المتوسطات، أو التوصل

إلى قرار يتعلق بوجود أو عدم وجود فروق بين متوسطات الأداء عند المجموعات التي تعرضت

لمعالجات مختلفة، بهدف التوصل إلى العوامل التي تجعل متوسط من المتوسطات يختلف عن

المتوسطات الأخرى. فهو يهدف إلى دراسة أثر متغير مستقل واحد أو عامل واحد على متغير

تابع.

1-8- اختبار t للعينة الواحدة One samples t-test:

يُستخدم هذا الاختبار بشكل أساسي لمقارنة المتوسط الحسابي لعينة واحدة مع متوسط حسابي

فرضي محدد مسبقاً، ويتم استخدامه في هذه الدراسة من أجل اختبار الفرضيات.

1-9- الرسوم البيانية:

فقد تم الاعتماد على الرسوم البيانية تدعيماً للمعطيات وزيادة توضيحها خاصة في تحليل خصائص مفردات العينة.

ثانياً- اختبار ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات المقياس قمنا بإجراء اختبار الثبات، والذي يهدف لقياس درجة الاتساق الداخلي لمحتوى متغيرات الدراسة، حيث اعتمدنا في قياس الثبات على اختبار "ألفا كرونباخ" Cronbach Alpha وهذا الأخير يستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة. وبما أنه تم الاعتماد على مقياس ليكرث في هذه الدراسة فقد تم استخراج معامل "ألفا كرونباخ" Cronbach Alpha، لقياس مدى ثبات أداة الدراسة لكل محور من جهة وللاستبيان ككل من جهة أخرى على النحو التالي⁽¹⁾:

$$\alpha = \frac{K}{(K-1)} \times (1 - \sum si^2) / s(x)^2$$

K : هو عدد الأسئلة.

$\sum si^2$: يمثل مجموع تباينات الأسئلة.

$s(x)^2$: يمثل تباين الدرجة الكلية.

وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لـ ألفا كرونباخ "CronbachAlpha" لكن من الناحية التطبيقية يعدّ المقياس: ضعيفاً إذا كانت قيمة α أقل من (60%).

⁽¹⁾ - محفوظ أحمد، جودة. التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS. القاهرة: دار المعرفة، 2015، ص 155.

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

مقبول إذا كانت قيمة α تقع بين (60% و70%).

جيد إذا كانت قيمة α تقع بين (70% و80%).

ممتاز إذا كانت قيمة α أكبر من 80%.

وهو ما يُظهره الجدول التالي:

جدول رقم (05): قيم ألفا كرونباخ لمؤشرات الاستبيان.

جودة المقياس	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المؤشر
مقبول	0.691	16	المؤشر الأول: اتجاهات الطلبة نحو صحافة المواطن.
مقبول	0.688	10	المؤشر الثاني: ثقة الطلبة في صحافة المواطن.
مقبول	0.659	08	المؤشر الثالث: تكيف قسم الإعلام والاتصال مع المتغيرات التي فرضتها صحافة المواطن.
مقبول	0.614	07	المؤشر الرابع: علاقة المستوى الدراسي بممارسة صحافة المواطن.
جيد	0.745	41	الثبات الكلي للاستبيان

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss18

من نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة ثبات المؤشر الأول المتعلق باتجاهات الطلبة نحو صحافة

المواطن، والثاني المتعلق بثقة طلبة الإعلام والاتصال والمؤشر الرابع المتعلق بعلاقة المستوى الدراسي

بممارسة الطلبة لصحافة المواطن مقبول، حيث بلغ معامل كرونباخ α Cronbachs: 0.691

بالنسبة للمؤشر الأول 0.691 أما بالنسبة للمؤشر الثاني فقد بلغ 0.688 وبلغ 0.659 بالنسبة

للمؤشر الثالث؛ مما يدل على نوع من الاتساق بين عبارات المؤشرات، وتعتبر قيمة ألفا مقبولة،

ونلاحظ أيضا قيمة ثبات المؤشر الرابع بلغت 0.614 هذا يعني أنها مقبولة كذلك.

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

من خلال نتائج الجدول ومسبق نلاحظ أن قيمة الثبات الكلي لمؤشرات الدراسة جيدة، حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ 0.745 ل41 عبارة، مما يدل على ارتفاع درجة الاتساق بين العبارات، وتعتبر قيمة ألفا مقبولة، وبالتالي فهذا المقياس مقبول من حيث الثبات في قياس الظاهرة المدروسة، مما يعكس صلاحيته للتطبيق.

ثالثا: التحليل الوصفي لعينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من 63 طالبا وطالبة من قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة جيجل، حيث تم توزيع كل الإستمارات عليهم، وقد استرجعنا جميعها. وفيما يلي التعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 63 طالبا وطالبة وذلك من خلال تحليل: الجنس، السن، المستوى الدراسي، العمر، والإقامة.

3-1- تحليل عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة جنسهم كما هو موضح في الجدول التالي:

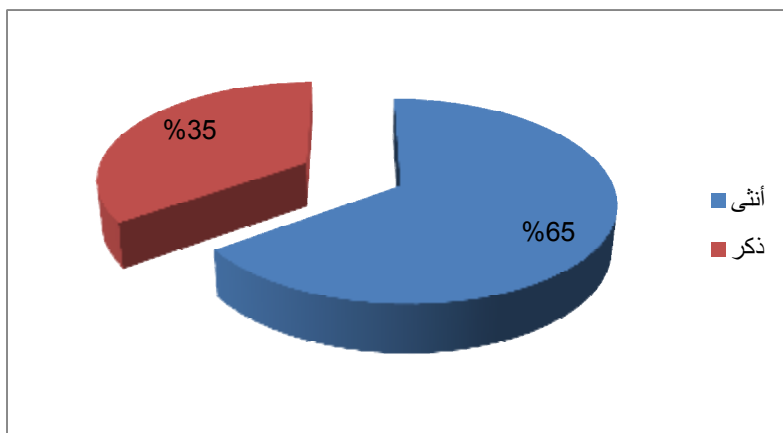
جدول رقم (06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الجنس.

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
العدد	22	41	63
النسبة	%34.9	%65.1	%100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

ويمكن توضيحه عن طريق الشكل التالي:

الشكل رقم(02): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

اعتمادا على معطيات الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور حيث

بلغ عدد الذكور في عينة الدراسة 22 طالبا وهو ما يمثل نسبة 35% من إجمالي عينة الدراسة، في حين

بلغ عدد الإناث 41 طالبة وهو ما يمثل نسبة 65% من إجمالي عينة الدراسة.

3-2- تحليل عينة الدراسة على أساس متغير السن.

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن كما هو موضح في الجدول التالي:

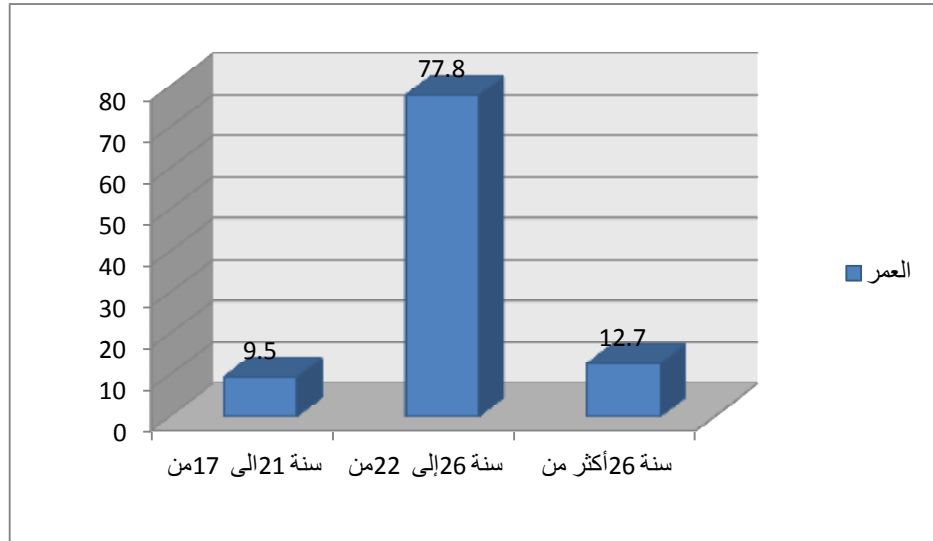
جدول رقم(07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير.

الفئات العمرية	العدد	النسبة (%)
من 17 سنة إلى 21 سنة	6	9.5
من 22 سنة إلى 26 سنة	49	77.8
من 26 سنة فما فوق	8	12.7
المجموع	63	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

ويمكن توضيحه عن طريق الشكل التالي:

الشكل رقم(03): توزيع عينة الدراسة حسب السن.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

سن الأفراد كما هو موضح في الجدول والشكل أعلاه من 17 سنة فما أكثر كون سن 17 هو السن الذي يمكن الطالب في الجزائر من الدراسة في الجامعة على الأقل، حيث أن العينة المستجوبة مقدرة نسبيا كما يلي: فئة الطلبة من 17 سنة إلى 21 وتمثل نسبة 9.5% من عدد الطلبة، في حين أن الفئة من 22 سنة إلى 26 سنة تمثل أكبر نسبة بـ77.8%، في حين تمثل الفئة 26 سنة فما فوق نسبة 12.7% وهي أقل نسبة.

3-3- تحليل أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي كما يوضحه الجدول التالي:

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

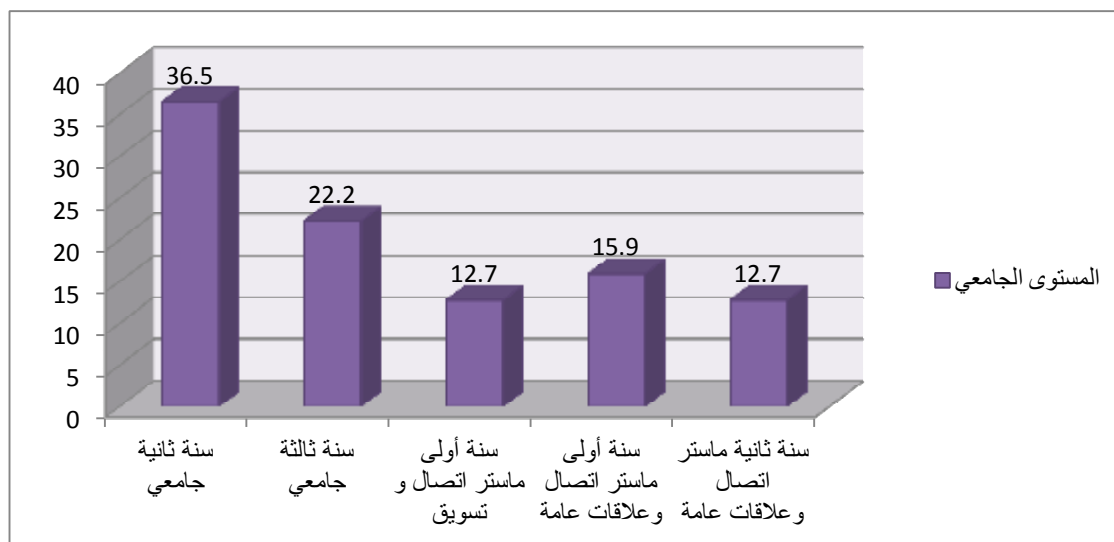
جدول رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.

النسبة %	العدد	المستوى الدراسي
36.5%	23	سنة ثانية
22.2%	14	سنة ثالثة
12.7%	8	سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة
15.9%	10	سنة أولى ماستر اتصال وتسويق
12.7%	8	سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة
100%	63	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

ويمكن توضيحه عن طريق الشكل التالي:

الشكل رقم(04): توزيع أفراد العينة على حسب المستوى الدراسي.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

اعتمادا على معطيات الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن عدد طلبة السنة الثانية إعلام واتصال هو الأكبر، حيث بلغ 23 طالبا بنسبة 36.5%، في حين بلغ عدد طلبة السنة الثالثة 14 طالبا بنسبة 22%، أما عدد طلبة السنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة فبلغ 8 طلبة بنسبة قاربت 13% مساوية لعدد طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة، في حين بلغ عدد طلبة السنة أولى اتصال وتسويق 10 طلاب بنسبة قاربت 16%.

3-4- تحليل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة.

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة وفق ما يوضحه الجدول التالي:

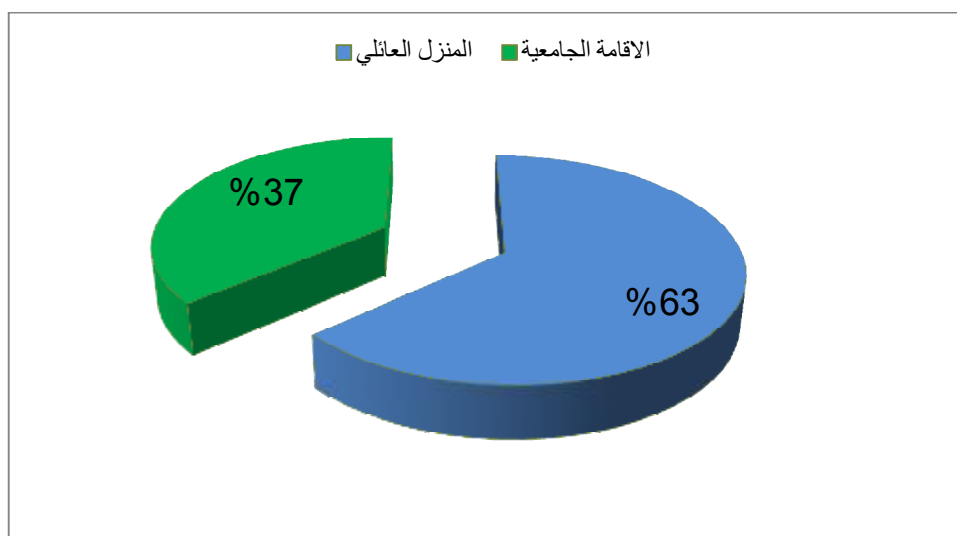
جدول رقم (09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

الإقامة	العدد	النسبة (%)
المتزل	40	63.5%
الإقامة الجامعية	23	36.5%
المجموع	63	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel

ويمكن توضيحه بالشكل التالي:

الشكل رقم(05): توزيع العينة حسب الإقامة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

بالاعتماد على معطيات الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يقيمون بالمتزل، حيث بلغ عددهم 40 طالبا بنسبة 63.5% من إجمالي عينة الدراسة، أي أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يقيمون في منازلهم العائلية، في حين يقيم 23 طالبا في الإقامة الجامعية وهذا بنسبة 36.5% من إجمالي عينة الدراسة البالغة 63 مفردة.

رابعا- تحليل آراء عينة الدراسة:

نتطرق هنا لنتائج الدراسة المتعلقة بالاستبيان، وذلك من خلال تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مختلف العبارات المكونة للاستبيان، وذلك كما يلي:

4-1: تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة

المواطن.

الجدول التالي يُظهر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، بالإضافة إلى ترتيب من 1 إلى 16 لهذه الأبعاد حسب درجة الجودة.

جدول رقم (10): آراء عينة الدراسة حول اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.

الترتيب	مستوى الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	طرق الموافقة					التكرارات والنسب %	العبارة
				معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة		
9	مرتفع	0.88	3.80	1	5	11	35	11	التكرار	1
				1.6	7.9	17.5	55.6	17.5	النسبة	
14	منخفض	1.07	2.85	7	18	17	19	2	التكرار	2
				11.1	28.6	27	30.2	3.2	النسبة	
16	منخفض	1.18	2.13	26	15	12	8	2	التكرار	3
				41.3	23.8	19	12.7	3.2	النسبة	
13	متوسط	1.09	3.20	4	17	8	31	3	التكرار	4
				6.3	27	12.7	49.2	4.8	النسبة	
6	مرتفع	0.98	3.89	1	6	10	28	18	التكرار	5
				1.6	9.5	15.	44.	28.6	النسبة	

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

						9	4			
3	مرتفع	0.85	4.01	1	1	13	29	19	التكرار	6
				1.6	1.6	20.6	46	30.2	النسبة	
1	مرتفع جدا	0.80	4.20	0	3	5	27	28	التكرار	7
				0	4.8	7.9	42.9	44.4	النسبة	
10	مرتفع	0.96	3.70	0	8	17	24	14	التكرار	8
				0	12.7	27	38.1	22.2	النسبة	
12	مرتفع	0.86	3.50	1	5	25	25	7	التكرار	9
				1.6	7.9	39.7	39.7	11.1	النسبة	
15	منخفض	1.2	2.66	11	20	17	9	6	التكرار	10
				17.5	31.7	27	14.3	9.5	النسبة	
2	مرتفع	0.81	4.17	1	1	7	31	23	التكرار	11
				1.6	1.6	11.1	49.2	36.5	النسبة	
8	مرتفع	1.04	3.82	1	8	10	26	18	التكرار	12
				1.6	12.7	15.9	41.3	28.6	النسبة	
11	مرتفع	1.13	3.58	2	12	10	25	14	التكرار	13
				3.2	19	15.9	39.7	22.2	النسبة	
7	مرتفع	0.84	3.88	0	6	8	36	13	التكرار	14

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

				0	9.5	12.	57.	20.6	النسبة	
						7	1			
5	مرتفع	0.97	3.90	1	6	9	28	19	التكرار	15
				1.6	9.5	14.	44.	30.2	النسبة	
						3	4			
4	مرتفع	0.91	3.93	1	3	13	28	18	التكرار	16
				1.6	4.8	20.	44.	28.6	النسبة	
						6	4			
/	مرتفع	0.41	3.58	الدرجة الكلية						

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel

من الجدول نلاحظ أن مؤشر الفرضية الأولى حول اتجاهات الطلبة نحو صحافة المواطن، تمت معالجته عن طريق 16 عبارة، حقق متوسطا حسابيا قدره 3.58، والذي يقع ضمن المجال [3.4-4.2]، وهو مجال الجودة المرتفعة، وانحراف معياري قدره 0.41؛ ما يشير إلى أن إجابات أفراد عينة الدراسة قريبة من بعضها البعض؛ وهذا يعني أن درجة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن درجة مرتفعة. ونلاحظ كذلك أن إجابات الباحثين مالت إلى الموافقة أكثر منها إلى المعارضة، ولتوضيح هذه النتائج نقدم التحليل التالي:

العبارة رقم 7: "صحافة المواطن تمكن المهمشين والمقصيين والنشطاء السياسيين والإجتماعيين والأقليات من التعبير الحر عن آرائهم وأفكارهم أحسن من الإعلام التقليدي". احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.20 وهو يقع في المجال [4.20-5] وهو مجال الجودة المرتفعة جدا وانحراف معياري قدره 0.8؛ ما يعني أن إجابات الباحثين كانت متجانسة حيث عبّر 44.4%

عن موافقتهم الشديدة على ما جاء في العبارة و43% عن موافقتهم. وهذا ما ورد في دراسة الدكتور "جمال الزرن" "صحافة المواطن... المتلقي عندما يصبح مرسلًا". حيث توصل إلى أن الإعلام التقليدي يضع قيودا على حرية الناشطين والأقليات والمهمشين والمقصين لاعتبارات إيديولوجية وسياسية مما دفع بهم إلى مخاطبة الجمهور مباشرة وبدون وسيط عن طريق صحافة المواطن.

احتلت العبارة رقم 11:- "لا يمكن الإستغناء عن المواطن الصحفي خاصة في أوقات الكوارث والأزمات والأحداث المفاجئة والحروب والتراعات" - المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 4.17 والذي يقع في المجال [3.4-4.20]، وهو مجال الجودة المرتفعة، بانحراف معياري قدره 0.81؛ مما يشير إلى تقارب إجابات المبحوثين، حيث عبر 36.5% من المستجوبين عن موافقتهم الشديدة على ما جاء في العبارة و49% عبروا عن موافقتهم لها. وهذا ما ظهر في التسلسل التاريخي لنشأة وتطور صحافة المواطن، حيث يرجع العلماء سبب ازدهار صحافة المواطن إلى تمكنها من نقل الأحداث أوقات الحروب والتراعات والأحداث المفاجئة والكوارث الطبيعية حيث اعتمدت وسائل الإعلام التقليدية على ما يرسله المواطنون من أخبار ومواد إعلامية كالفيدوهات لتسونامي 2004 لتفجيرات لندن 2005، وإعصار كاترينا 2005... الخ. لتظهر أهمية صحافة المواطن خلال أحدث "الربيع العربي" حيث كان المواطن متواجدا في كل الأماكن؛ مما سهل نشر كل جوانب هذه الأحداث عبر مواقع التواصل الإجتماعي وعبر الإعلام التقليدي، نظرا لعدم قدرة الأخير على التواجد في كل الأمكنة.

العبارة 6:- "تهتم صحافة المواطن بالقضايا التي يهملها الإعلام التقليدي" - المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 4.01 الواقع في المجال [4.20-3.4] وهو مجال الجودة المرتفعة، بانحراف معياري قدره 0.80 مما يشير إلى تجانس أجوبة المبحوثين؛ حيث عبر 30% من الطلبة المستطلعة آراؤهم على موافقتهم الشديدة لما جاء في العبارة، و46% عبروا عن موافقتهم. وهذا ما توصل إليه الدكتور "جمال الزرن" في دراسته المذكورة سابقا حيث توصل إلى أن الإعلام التقليدي أصبح عرضة لابتزاز اللوبيات المالية والسياسية والإيديولوجية وأصبح إعلام الرأسمالي والمستثمر الذي يفرض توجهاته وقناعاته على وسيلته الإعلامية؛ مما أدى إلى غلبة الترفيه والبرامج الهابطة والدعائية؛ فنتج عنه توجه المتلقي إلى صحافة المواطن التي تهتم بجميع القضايا التي يحاول الإعلام التقليدي إهمالها.

العبارة 16:- "صحافة المواطن جزء مهم في المشهد الإعلامي المعاصر لا يمكن الإستغناء عنه" - المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي قدره 3.93 الواقع في مجال الجودة المرتفعة [4.20-3.4]، وبانحراف معياري قدره 0.41؛ مما يشير إلى تقارب كبير بين إجابات المبحوثين، الذين عبر 28.6% عن موافقتهم الشديدة للعبارة، و44.4% عبروا عن موافقتهم عليها؛ مما يشير إلى المكانة التي أصبحت صحافة المواطن تحتلها في المشهد الإعلامي المعاصر، نظرا لتوفرها على عدة خصائص مثل الآنية السرعة التواجد في مكان الحدث، الحرية في نقل الأحداث والقدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في وقت واحد، القدرة على تيسير فورية رجوع الصدى، القدرة على جذب التركيز الشخصي، القدرة على إستخدام اللغة الطبيعية؛ مما يضع صحافة المواطن عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي والمدونات ومختلف المنصات الإلكترونية في مقدمة وسائل الإعلام الأكثر ثراء.

العبارة رقم 15: - " على وسائل الإعلام التقليدية أن تستفيد من الأخبار والمعلومات التي تنشرها صحافة المواطن" - احتلت المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي قدره 3.90 الواقف في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2] بانحراف معياري قدره 0.91؛ ما يشير إلى تقارب في إجابات المبحوثين، بحيث عبر 30% عن موافقتهم الشديدة على ما جاء في العبارة وعبر 44.4% على موافقتهم عليها، ويدل هذا على أن المبحوثين يريدون أن يروا مخرجات صحافة المواطن، على وسائل الإعلام التقليدي حتى يظهر الأخير بمظهر القريب من احتياجات وطموحات وآمال المواطن ومشاغله. وهذا ما توصلت إليه الباحثة "فتيحة بوغازي" في دراستها المذكورة سابقا، فقد عبر 55.3% من عينة دراستها عن أن صحافة المواطن مكسب مهم لمهنة الصحافة.

العبارة رقم 01: - "تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت من المواطن صحفيا" - المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدره 3.80 الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]، وبانحراف معياري قدره 0.88 يشير إلى تقارب نسبي في إجابات المبحوثين، بحيث عبر 55.6% من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي التي جعلت من المواطن العادي صحفيا، مكنته من امتلاك نفس أدوات عمل الصحفي المحترف، خاصة بعد انتشار المنصات الإلكترونية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات؛ حيث أصبح بإمكان أي مواطن عادي أن ينشر إنتاجه الإعلامي بتكلفة معدومة وبسرعة فائقة، وهذا ما وصلت إليه الباحثة المصرية نهما السيد عبد المعطى احمد في دراستها حول "اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الأنترنت" حيث توصلت إلى أن 89.5% من الشباب المصري منخرط في صحافة المواطن كمنتج أو متلقي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ ويرجع هذا التفوق حسب الباحثة إلى سرعة متابعة الحدث من

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

خلالها وقت وقوعه مباشرة لحظة بلحظه، واستخدام أبسط الوسائل التكنولوجية، فلم تعد مواقع الشبكات الاجتماعية نافذة للترويج ومعرفة أخبار الأصدقاء فقط، لكن تطويع هذه الشبكات الاجتماعية أخذ أكثر من شكل يسمح بإدماج مجموعة من الأفكار والآراء والمعلومات القريبة من واقع المجتمع، والتي تعكس في الوقت نفسه مشاكله وهمومه وتطلعاته. وهي نفس النتائج التي توصلت إليها الباحثين "سعاد طاهري" و"سمية قنوعي" في دراستهما حول "إتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي" حيث يرى أغلب المبحوثين في دراستهما أن السبب الرئيسي في ظهور صحافة المواطن هو انتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي.

العبرة رقم 09:- "يقول الخبراء أن 50% من المضامين الإعلامية سينتجها المواطن بحلول 2021"- المرتبة 12، بمتوسط حسابي قدره 3.5 الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.20] بانحراف معياري قدره 0.86؛ مما يدل على تقارب في آراء المبحوثين. فقد عبّر حوالي 40% من الطلبة عن موافقتهم للعبرة، إضافة لـ 11% وافقوا عليها بشدة وهذا عكس ما توصلت اليه الباحثة "فتيحة بوغازي" في دراستها السابقة الذكر، حيث وافق 36% فقط من أفراد عينتها على هذه العبارة، ويعود السبب في هذا الاختلاف إلى كون عينة دراستها كانت مكونة من صحفيين محترفين تهدد صحافة المواطن مناصب أعمالهم، في حين كانت عينت دراستنا مكونة من طلبة الإعلام والاتصال الأكثر تعرضا لمواقع التواصل الاجتماعي، مما شكل لديهم قبول عام. بمخرجات صحافة المواطن.

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

العبارة 04: " ممارسة الصحافة لا تحتاج الإلتزام لمؤسسة إعلامية". احتلت المرتبة 13 بمتوسط حسابي قدره 3.20 والواقع في مجال الجودة المتوسطة [2.6-3.4] بانحراف معياري قدره 1.91؛ ما يشير إلى تشتت في إجابات المبحوثين الذين عبر 49.2% عبروا عن موافقتهم عليها. وهذا يحيل إلى التغير في التمثيلات الذهنية لمهنة الصحافة عند طلبة الإعلام والإتصال، حيث لم يعد الإلتزام لمؤسسة إعلامية شرطاً لممارسة مهنة الصحافة، فيكفي الرغبة والإرادة لممارستها عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة فتيحة بوغازي في دراستها "صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي". حيث عبر 35.7% من عينة دراستها، أن صحافة المواطن ستصبح هواية يمارسها الجميع. والهواية لا تحتاج الإلتزام لمؤسسة إعلامية، خاصة في ظل توفر المنصات الإلكترونية المناسبة.

ومن الجدول كذلك، نلاحظ طلبة الإعلام والإتصال انقسام في آراء الطلبة على ما جاء في العبارة رقم 02: - بإمكان المواطن العادي أن يكون صحفياً"- احتلت العبارة المرتبة 14، بمتوسط حسابي قدره 2.85، والواقع في مجال الجودة المنخفضة [1.8-2.6]، وبانحراف معياري قدره 1.07؛ ما يشير إلى تشتت كبير في آراء الطلبة حول هذه العبارة، حيث عبر 11% من المبحوثين عن معارضتهم الشديدة لما جاء في العبارة، وعبر 28.6% من المبحوثين عن رفضهم لها، في حين عبر 30% من المبحوثين عن قبولهم لهذه الفكرة، وعبر 3% فقط عن موافقتهم الشديدة لها، وبقي 27% على الحياد؛ مما يشير إلى انقسام حاد في اقتناع الطلبة بإمكانية أو مشروعية تحول أي مواطن إلى صحفي، دونما توفر شروط معينة فيه.

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

وظهر الرفض للعبارة رقم 03: "ممارسة الصحافة لا تحتاج لدراسة أكاديمية". حيث احتلت المرتبة 16 والأخيرة، بمتوسط حسابي قدره 2.13، الواقع في مجال الجودة الضعيفة [1.8-2.6]، وبانحراف معياري قدره 1.18؛ مما يشير إلى تشتت آراء الباحثين مع ميل أكثر للرفض، حيث عبّر 41% من الباحثين عن رفضهم الشديد لهذه الفكرة، و24% عن رفضهم لها. فحسب طلبة الإعلام والاتصال فالصحافة أو الإعلام يجب دراسته أكاديميا فهو علم قائم بذاته، وهو السبيل الوحيد لممارسة مهنة الصحافة. وهذا ما توصلت إليه الباحثة "فتيحة بوغازي" في دراستها: صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفيين. حيث عبّر مبحوثوها عن رفضهم المطلق لفكرة عدم الحاجة لمعاهد ومدارس الصحافة والإعلام نتيجة انتشار صحافة المواطن، وهذا بنسبة 93%. و يعود السبب في ارتفاع هذه النسبة إلى الدفاع الطبيعي للصحفيين المحترفين عن مهنتهم، فعدم الحاجة لمعاهد وكليات وقسام الإعلام والاتصال يشكل خطرا على مهنة الصحافة.

4-2- تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر ثقة طلبة الإعلام والاتصال في صحافة المواطن.

جدول رقم (11): آراء عينة الدراسة حول مؤشر الثقة في صحافة المواطن.

الترتيب	مستوى الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	طرق الموافقة					التكرارات والنسب %	العبارة
				معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة		
5	مرتفع	0.89	3.80	1	6	8	37	11	التكرار	17
				1.6	9.5	12.7	58.7	17.5	النسبة	
3	مرتفع جدا	0.69	4.31	0	2	2	33	26	التكرار	18
				0	3.2	3.2	52.4	41.3	النسبة	
2	مرتفع	0.71	4.33	0	1	6	27	29	التكرار	19

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

	جدا			0	1.6	9.5	42.9	46	النسبة	
4	مرتفع	0.86	4.26	2	1	2	31	27	التكرار	20
	جدا			3.2	1.6	3.2	49.2	42.9	النسبة	
1	مرتفع	0.66	4.41	0	1	3	28	31	التكرار	21
	جدا			0	1.6	4.8	44.4	49.2	النسبة	
7	مرتفع	0.93	3.73	1	4	20	24	14	التكرار	22
	جدا			1.6	6.3	31.7	38.1	22.2	النسبة	
10	متوسط	1.05	3.31	3	10	23	18	9	التكرار	23
	جدا			4.8	15.9	36.5	28.6	14.8	النسبة	
8	مرتفع	0.93	3.61	1	10	13	27	12	التكرار	24
	جدا			1.6	15.9	20.6	42.9	19	النسبة	
6	مرتفع	1.00	3.79	2	5	12	29	15	التكرار	25
	جدا			3.2	7.9	19	46	23.8	النسبة	
9	مرتفع	0.94	3.46	0	11	21	22	9	التكرار	26
	جدا			0	17.5	33.3	34.9	14.3	النسبة	
/	مرتفع	0.35	3.9	الدرجة الكلية						

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

من الجدول نلاحظ أن مؤشر الفرضية الثانية حول ثقة طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، تمت معالجته عن طريق 10 عبارات، حقق متوسطا حسابيا قدره 3.90، والذي يقع ضمن المجال [3.4-4.2]، وهو مجال الجودة المرتفعة، وانحراف معياري قدره 0.35؛ ما يشير إلى أن إجابات أفراد عينة الدراسة قريبة جدا من بعضها البعض؛ ما يعني أن درجة ثقة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نحو صحافة المواطن هي درجة مرتفعة. ونلاحظ كذلك أن إجابات الباحثين مالت إلى الموافقة أكثر منها إلى المعارضة، ولتوضيح هذه النتائج نقدم التحليل التالي:

العبارة رقم 21: - "كلما كان الخبر مدعوماً بالصور والفيديوهات، كلما زادت ثقتك في صحافة المواطن" - احتلت المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره 4.41، الواقع في مجال الجودة المرتفعة جداً [4.2-5]، بانحراف معياري قدره 0.66، مما يدل على تقارب في إجابات المبحوثين. حيث عبّر 49% من الطلبة المستطلعة آراؤهم عن موافقتهم الشديدة على ما جاء في العبارة، وعبّر 44% عن موافقتهم عليها. وهذا يدل على مكانة الصور والفيديوهات عند المتلقي المعاصر، حيث يميل إلى الاختصار.

ويتميز بالقلق والسرعة في البحث عن الخبر أو المعلومة، وهذا ما توفره صحافة المواطن من خلال الفيديوهات القصيرة والصور العالية الدقة، التي تعطي مصداقية أكبر للخبر المنقول. ونفس النتيجة المتعلقة بالعبارة رقم 18: وجود الفيديو والصور يزيد من ثقتك في صحافة المواطن". فصحافة المواطن تستمد جزء كبيراً من ديمومتها ومكانتها من الصور والفيديوهات التي يحصل عليها المواطن من تواجده العفوي أو المتعمد في أماكن الأحداث. فهي صحافة وليدة الهاتف النقال الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي.

العبارة رقم 19: - "تواجد المواطن في مكان الحدث يجعلك تثق في الخبر الذي نقله" - احتلت المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي قدره 4.33 الواقع في مجال الجودة المرتفعة جداً [4.2-5]، بانحراف معياري قدره 0.71؛ مما يدل على تقارب آراء المبحوثين حول هذه الفكرة. حيث عبّر 46% من الطلبة عن موافقتهم الشديدة على العبارة، و43% عبّروا عن موافقتهم، مما يدل على أن التواجد العفوي أو المتعمد في أماكن الأحداث وقت وقوعه، يرفع من ثقة الجمهور في صحافة المواطن.

هذا التواجد دعمته مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية النقل المباشر التي توفرها مواقع مثل يوتوب وفايسبوك

وسناب شات التي عززت من ثقة المتلقي في صحافة المواطن. وهذا ما أثبتته العبارة رقم 20:

" تفعيل خاصية النقل المباشر يزيد من ثقتك في صحافة المواطن". حيث عبر 49% من المبحوثين عن موافقتهم عليها و43% عن موافقتهم الشديدة. مما يدل على أن التطور التقني الحاصل في مجال الاتصالات يقوي من صحافة المواطن وثقة الجمهور بها.

العبارة رقم 17: - "نقص إشارة صحافة المواطن لمصادر أخبارها ومعلوماتها يجعلك تشك في الخبر حتى لو كان صحيحا" - احتلت المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 3.80، الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]، وبانحراف معياري قدره 0.89؛ مما يشير إلى تقارب في آراء المبحوثين. بحيث عبر 59% من الطلبة المستطلعة آراؤهم عن موافقتهم الشديدة على ما جاء في العبارة، وعبر 17% عن موافقتهم عليها. فعدم الإشارة إلى مصادر الأخبار يعتبر من عيوب صحافة المواطن خاصة المتعلقة بالتسريبات مثل ويكيليكس والصفحات المختصة في هذا النوع من صحافة المواطن على مواقع التواصل الاجتماعي. فالمواطن الصحفي ونتيجة لغياب الخلفية المهنية والإحترافية والأكاديمية يهمل كثيرا الإشارة لمصدر أخباره. وتجدر الإشارة إلى أن غياب الإشارة لمصدر الأخبار صفة مميزة للصحافة في العالم الثالث، نتيجة للظروف السياسية والاجتماعية والثقافية والسياق العام الذي تعمل فيه الصحافة المتسم بالغموض والضبابية والتضييق على وصول المعلومات للجمهور.

العبارة رقم 25: - "نقص الالتزام بأخلاقيات المهنة والموضوعية والحيادية في صحافة المواطن يجعلك لا تثق بها" - احتلت المرتبة السادسة، بمتوسط حسابي قدره 3.79 الواقع في مجال الجودة المرتفعة

[3.4-4.2]، بانحراف معياري قدره 1، الذي يشير إلى وجود تباعد نسبي في إجابات الباحثين. حيث عبّر 46% من الباحثين عن موافقتهم للعبارة و24 عن موافقتهم الشديدة. مما يدل أن من عيوب صحافة المواطن هو عدم إلتزامها بالحيادية والموضوعية وأخلاقيات المهنة عند نقلها للأخبار والمعلومات، فكثرا ما استغل المواطن قدرته على النشر في تصفية الحسابات والتعدي على الحياة الخاصة والسب والشتم في حق خصومه. وهذا ما توصلت إليه الباحثين "سمية قنوعي" و"سمية طاهري" في دراستهما "اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي". حيث عبّر 65% من عينتهما على أن صحافة المواطن لا تلتزم بالموضوعية. وتجدر الإشارة إلى أن عدم الإلتزام بأخلاقيات المهنة والموضوعية والحيادية نقائص نجدها في الإعلام التقليدي أيضا نتيجة لسيطرة الأقطاب الرأسمالية والإيديولوجية والحزبية على معظم وسائل الإعلام التقليدي، حيث سيعمل الإعلام التقليدي لتصفية الحسابات وتشويه السمعة والنيل من الخصوم.

العبارة رقم 22: - "اهتمام صحافة المواطن بالمواضيع التي لا تهتم بها وسائل الإعلام التقليدية يجعلك تثق بها". - احتلت المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ 3.73 الواقع في مجال الجودة المرتفعة

[3.4-4.2]، بانحراف معياري قدره 0.93؛ وهذا يدل على تقارب نسبي في آراء الباحثين، حيث عبّر 38% من الطلبة عن موافقتهم على العبارة و22% عبّروا عن موافقتهم الشديدة لها. وهذه الميزة في صحافة المواطن مصدر ثقة الجمهور فيها، حيث أن صحافة المواطن تتميز باهتمامها بالمواضيع التي يهملها الإعلام التقليدي إن بشكل عرضي أو بشكل متعمد. وهذا ما توصل إليه الباحث "جمال الزرن" في دراسته "صحافة المواطن...المتلقي عندما يصبح مرسلا". حيث أشار إلى

أن توجيه الإعلام التقليدي للرأي العام نحو قضايا دون قضايا أخرى، أسهم في ظهور صحافة المواطن كإعلام بديل يهتم بالقضايا الحقيقية التي تمس حياة المواطن ومستقبله واهتماماته.

العبارة رقم 24: - "وجود الإسم الحقيقي وصورة المواطن يجعلك تثق في صحافة المواطن". -

احتلت هذه العبارة المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي بلغ 3.61 الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]

4.2] بانحراف معياري قدره 0.93؛ ما يشير إلى تقارب نسبي في إجابات الباحثين، حيث عبّر

43% من عينة الدراسة عن موافقتهم للعبارة، و19% عن موافقتهم الشديدة؛ وهذا دليل على

الدور الذي يلعبه وجود الإسم الحقيقي وصورة صاحب الحساب أو المدونة في رفع درجة الثقة

بالأخبار التي تنشرها صحافة المواطن.

العبارة رقم 26: - "تثق في الصفحات والمدونات التي تنقل الأخبار والمعلومات أكثر من الحسابات

الشخصية". - احتلت هذه العبارة المرتبة التاسعة، بمتوسط حسابي بلغ 3.46 الواقع في مجال الجودة

المرتفعة [3.4-4.2]، بانحراف معياري قدره 0.94؛ مما يشير إلى تقارب نسبي في أجوبة الباحثين

حيث عبّر 34% عن قبولهم للعبارة فيما عبّر 14% عن موافقتهم الشديدة عليها. فالصفحات

والمدونات المتخصصة في نوع من أنواع صحافة المواطن تستقطب المزيد من المتابعين وتحظى

بالشهرة التي تمكنها من كسب ثقة الجمهور، في حين أن الصفحات الشخصية قد لا تكون

متخصصة في نقل الأخبار والمعلومات وإنما تخلطها بنشاطاتها الإجتماعية.

العبارة رقم 23: - "عندما ينشر موطنا خبرا في المدونات أو مواقع التواصل الإجتماعي، لا تصدقه

تماما حتى تنشره وسائل الإعلام التقليدية". - احتلت هذه العبارة المرتبة العاشرة والأخيرة، بمتوسط

حسابي بلغ 3.31 والواقع في مجال الجودة المتوسطة [2.6-3.4]، وبانحراف معياري قدره 1.05؛

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

ما يشير إلى تباعد نسبي في آراء المستجوبين، حيث عبّر 29% من أفراد العينة عن موافقتهم على ما جاء في العبارة، و15% عن موافقتهم الشديدة على العبارة؛ في حين إلّتم 36% الحياد اتجاهها؛ مما يدل على بقاء وسائل الإعلام التقليدي كمصدر مهم لتأكيد الأخبار أو نفيها بالنسبة للمتلقّي. وهذا ما توصلت إليه الباحثة "فوزية قنوعي" في دراستها السابقة الذكر، حيث عبّر 58% من أفراد عينتها عن موافقتهم على أن الصحفي المحترف سيصبح معالجا للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن الصحفي.

4-3- تحليل آراء عينة الدراسة حول أخذ قسم الإعلام والإتصال المتغيرات الحاصلة في مجال

الإعلام بعين الإعتبار.

جدول رقم (12): آراء عينة الدراسة حول كيف قسم الإعلام والإتصال مع المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام.

الترتيب	مستوى الجودة	الإنحراف المعياري	المتوسط	طرق الموافقة					التكرارات النسب %	العبارة
				معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة		
5	مرتفع	0.96	3.4	1	12	16	28	6	التكرار	27
				1.6	19	25.4	44.4	9.5	النسبة	
4	مرتفع	1.2	3.6	5	9	10	21	18	التكرار	28
				7.9	14.3	15.9	33.3	28.6	النسبة	
6	متوسط	1.1	3.2	2	18	15	19	9	التكرار	29
				3.2	28.6	23.8	30.2	14.3	النسبة	
7	متوسط	1.27	2.87	8	22	12	12	9	التكرار	30
				12.7	34.9	19	19	14.3	النسبة	
8	متوسط	1.12	2.77	6	25	14	13	5	التكرار	31
				9.5	39.7	22.2	20.6	7.9	النسبة	
2	مرتفع جدا	0.71	4.19	0	1	8	32	22	التكرار	32
				0	1.6	12.7	50.8	34.9	النسبة	
1	مرتفع	0.71	4.23	0	0	10	28	25	التكرار	33

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

	جدا			0	0	15.9	44.4	39.7	النسبة	
34	مرتفع	1.05	3.77	0	11	10	24	18	التكرار	
				0	17.5	15.9	38.1	28.6	النسبة	
/	مرتفع	0.54	3.51	الدرجة الكلية						

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel

نلاحظ من الجدول أن مؤشر الفرضية الثالثة حول تكيف قسم الإعلام والاتصال مع المتغيرات الحاصلة في المجال الإعلامي، تمت معالجته في 8 عبارات، حقق متوسطا حسابيا قدره 3.51 الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]، بانحراف معياري قدره 0.54؛ ما يشير إلى تقارب في آراء الباحثين؛ وهذا يعني أن طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يرون أن قسم الإعلام والاتصال لم يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام. ونلاحظ كذلك أن إجابات الباحثين كانت متقاربة ومالت للموافقة أكثر من المعارضة، وهذا ما سنوضحه في التحليل التالي:

العبارة رقم 33:- "هناك نقص كبير في المراجع الخاصة بصحافة المواطن". - احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.23، الواقع في مجال الجودة المرتفعة جدا [4.2-5]، بانحراف معياري قدره 0.71؛ ما يدل على تقارب نسبي في إجابات الباحثين. فقد عبّر 44% من الطلبة عن موافقتهم للعبارة، و40% وافقوا بشدة عليها. وهذا ما لمسناه عند تحضيرنا لهذه المذكرة، حيث لم نجد مراجع كافية وذات قيمة علمية في مكتبة الكلية والجامعة.

العبارة رقم 32:- "هناك نقص في عدد الأساتذة المختصين، في الإعلام الجديد وتطبيقاته وتكنولوجيات الإعلام والاتصال". - احتلت المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي قدره 4.19، الواقع في مجال الجودة المرتفعة جدا، بانحراف معياري قدره 0.71؛ مما يدل على تجانس في إجابات الباحثين بحيث عبّر 51% عن موافقتهم على العبارة، و35% عبّروا عن موافقتهم الشديدة عليها. ويرجع

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال السيد "مسعود بوسعدية" إلى محدودية المناصب المالية المفتوحة، الخاصة بتوظيف أساتذة يجوزون على هذا التخصص.

العبارة رقم 34: "اعتماد وسائل الإعلام على صحافة المواطن، يجعلك تجد صعوبة في إيجاد عمل في وسيلة إعلامية مستقبلاً". احتلت المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي قدره 3.77، الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]، وبانحراف معياري قدره 1.05؛ مما يشير إلى تباعد في آراء الباحثين. بحيث عبّر 38% عن موافقته للعبارة، و28% وافقوا بشدة عليها. على خلاف ما توصلت إليه الباحثة "فوزية بوغازي" في دراستها السابقة الذكر، حيث عبّر 55% من عينتها على أن استعمال وسائل الإعلام التقليدي لصحافة المواطن يعتبر مكسباً للإعلام، و15% قالوا أنها تهدد مهنة الصحافة. في حين توصلت الباحثتان "سمية قنوعي" و"سعيدة طاهري" إلى نفس النتائج التي وصلنا إليها فقد عبّر 61% من عينة دراستهما عن اعتبارهم أن صحافة المواطن تهدد مناصب عملهم. ونرجع هذا الاختلاف بين الدراسات إلى البيئة التي جرت فيها الدراسات الثلاث، حيث أن الباحثة "فوزية بوغازي" أجرت دراستها في الجزائر العاصمة حيث فرص العمل في المجال الإعلامي متوفرة، كون أن أغلب المؤسسات الإعلامية تتمركز هناك، في حين أن دراستنا ودراسة الباحثتان "سمية قنوعي" و"سعيدة طاهري" تمت في جيجل وورقلة على التوالي والولايتان تتميزان بقلة المؤسسات الإعلامية فيهما.

العبارة رقم 28: - "التخصصات الموجودة في أقسام الإعلام والاتصال لا تتماشى والتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام". - احتلت المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي قدره 3.6، الواقع في مجال الجودة المرتفع [3.4-4.2]، وبانحراف معياري قدره 1.2؛ مما يشير إلى تباعد كبير في آراء

المبحوثين، حيث عبر 33% عن موافقتهم للعبارة، و27% وافقوا بشدة عليها. ومنه نستنتج أن الطلبة يرغبون في دراسة تخصصات تناسب والتطور الكبير الحاصل في المجال الإعلامي، مثل التخصصات المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، الإعلام الرقمي وتطبيقاته... الخ.

العبارة رقم 27:- "اكتسبت معلومات كافية عن صحافة المواطن". - احتلت المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي قدره 3.4، الواقع في مجال الجودة المرتفعة [3.4-4.2]، بانحراف معياري قدره 0.96؛ مما يدل على تباعد نسبي في آراء الطلبة. حيث عبّر 44% عن موافقتهم للعبارة، و10% عن موافقتهم الشديدة عليها؛ مما يشير إلى أن غالبية بسيطة من الطلبة اكتسبوا معلومات كافية عن صحافة المواطن.

العبارة رقم 29:- "تفكر في تغيير تخصصك الدراسي إلى تخصص جديد يعني بالإعلام الجديد وتطبيقاته". - احتلت المرتبة السادسة، بمتوسط حسابي قدره 3.2، الواقع في مجال الجودة المتوسطة [2.6-3.4]، بانحراف معياري قدره 1.1؛ مما يدل على تشتت كبير في آراء الطلبة. حيث عبّر 30% عن موافقتهم للعبارة، و14% عن موافقتهم بشدة و24% لم يكونوا رأياً واضحاً حول الفكرة؛ مما يشير إلى رغبة الغالبية البسيطة من الطلبة على تغيير تخصصهم، وهذا الميل إلى تغيير التخصص ناتج عن تأثير التكنولوجيات على حياة الطلبة الذين يعتبرونها أساس الحياة المعاصرة.

حيث لم تعد التخصصات القديمة تماشى وما وفرته التقنية من فرص جديدة.

العبارة رقم 30:- "تفكر بتغيير شعبة علوم الإعلام والاتصال إلى شعبة أخرى بسبب التغيرات التي فرضتها صحافة المواطن، على الواقع الإعلامي والمستقبل المهني للطلبة". - احتلت المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره 2.87، الواقع في مجال الجودة المتوسطة [2.6-3.4]، وبانحراف معياري قدره

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

1.27؛ مما يدل على تباعد كبير في آراء الطلبة. حيث عبّر 19% فقط عن موافقتهم للعبارة و14% فقط عن موافقتهم الشديدة، في حين عارض 35% من المبحوثين العبارة و13% عارضوها بشدة. وعليه نستنتج أن طلبة الإعلام والاتصال لا يفكرون في تغيير شعبة الإعلام والاتصال بكل تخصصاته بسبب التغيرات التي فرضتها صحافة المواطن على الواقع الإعلامي والمستقبل المهني للطلبة. فحسبما عبر بعض الطلبة في المقابلة معهم بأنهم لا ينوون العمل كصحفيين، فالتخصص يمكنهم من العمل في مواقع غير الصحافة والإعلام.

العبارة رقم 31: - " سيتقلص عدد الطلبة الراغبين في دراسة الإعلام والاتصال، بسبب الاعتماد المتزايد لوسائل الإعلام التقليدية على صحافة المواطن ". - احتلت المرتبة الثامنة والأخيرة، بمتوسط حسابي قدره 2,77، الواقع في مجال الجودة المتوسطة [2.6-3.4]، وبانحراف معياري قدره 1,12؛ مما يدل على تباعد كبير في آراء الطلبة. حيث عبّر 40% من المبحوثين عن معارضتهم للعبارة و10% عارضوها بشدة، و2% وافقوا عليها و10% وافقوا بشدة؛ وهذا يدل على أن طلبة الإعلام والاتصال يثقون في قدرة شعبة الإعلام والاتصال على استقطاب طلبة جدد، نظرا لتوفيرها على عدة تخصصات، تعطي خيارات واسعة للطلبة في اختيار مهنة المستقبل.

4-4- تحليل آراء العينة حول وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمستوى الدراسي على ممارسة الطلبة لصحافة المواطن.

جدول رقم(13): آراء عينة الدراسة حول وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمستوى الدراسي على ممارسة صحافة المواطن.

العبارة	النسب والتكرارات	آراء عينة الدراسة		المتوسط	الانحراف المعياري
		نعم	لا		
35	التكرار	20	43	0.31	0.47
	النسبة	68.3	31.7		
36	التكرار	60	3	0.95	0.21
	النسبة	95.2	4.8		

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

0.49	0.60	25	38	التكرار	37
		39.7	60.3	النسبة	
0.48	0.36	40	23	التكرار	38
		63.5	36.5	النسبة	
0.50	0.55	28	35	التكرار	39
		44.4	55.6	النسبة	
0.48	0.61	24	39	التكرار	40
		61.9	38.1	النسبة	
0.40	0.20	50	13	التكرار	41
		79.4	20.6	النسبة	
0.23	0.51	الدرجة الكلية			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18 وبرنامج Excel.

من الجدول نلاحظ أن: الغالبية البسيطة من الطلبة المبحوثين يمارسون صحافة المواطن، وهذا بمتوسط حسابي قدره 0,51 وانحراف معياري قدره 0,23، مما يدل على أن إجابات المبحوثين متقاربة جدا. حيث أن 68% من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يملكون حسابا في موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب؛ وهو من المواقع المهمة لصحافة المواطن حيث يختص بالفيديوهات ومختلف المضامين المصورة، و95% من هؤلاء الطلبة لهم حساب في موقع الفاييسوك، ويمكن تفسير هذه النسبة المرتفعة إلى شهرة الفاييسوك الواسعة وانتشاره في الجزائر خاصة بعد 2011، حيث وفرت الثورات العربية وما تمخض عنها من صراعات، وفرت له دعاية وإعلانا مكنه من استقطاب هذه النسبة المرتفعة، فالشباب يقبلون عليه نظرا للمزايا العديدة التي يوفرها كالاتصال والتواصل ونقل الأخبار والأحداث والمعلومات وتقاسمها مع المشتركين فيه؛ فالموقع يمكن الوصول إلى أعداد ضخمة من المتابعين الذين يتجاوزون مليار و400 مليون متابع. حتى أصبح هذا الموقع الأداة الأبرز لصحافة المواطن. وهذا ما ظهر في إجابات المبحوثين حول العبارة رقم 37: -"هل سبق ونشرت

أخباراً أو معلومات حصلت عليها بنفسك تخص حيك، بلديتك، جامعتك، ولايتك...الخ. في حسابك." - حيث أجاب 60% بنعم؛ مما يدل على ميول غالبية طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل إلى ممارسة هذا النوع من الصحافة؛ نظراً لاكتسابهم معارف أكاديمية حوله، وكونه تدريب قبلي قبل ممارسة مهنة الصحافة. لكن رغم هذه الممارسة إلا أن غالبية الطلبة لم تغير صحافة المواطن إدراكهم للواقع، ف36% من الطلبة المبحوثين قالوا أن صحافة المواطن لم تغير إدراكنا للواقع؛ ويرجع هذا للمكانة التي مازالت وسائل الإعلام التقليدية تحتلها، حيث لا يزال التلفزيون والجرائد والإذاعة مصادر مهمة لفهم الواقع، ومن جهة أخرى لازالت صحافة المواطن في الجزائر في مرحلة التكون المتسمة بالضبابية وعدم الوضوح، ف79% من المبحوثين قالوا أنهم لا يكتفون بالأخبار التي ينشرها المواطنين كمصدر للتزود بالأخبار والمعلومات بل يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية. كما أن 38% من الطلبة فقط، تجعلهم ممارسة صحافة المواطن يشعرون بتحقيق الذات؛ وهذا يعود لكون تحقيق الذات نتيجة للممارسة مهنة الصحافة، التي تعود بدخل معين يلبي حاجيات الصحفي، يجعله يعيش استقلالية اقتصادية تؤدي إلى شعوره بالتفوق والتميز..الخ.

خامساً- اختبار فرضيات الدراسة:

سيتم التطرق إلى اختبار صحة فرضيات الدراسة والتي شملت أربعة فرضيات، معتمدين في ذلك على اختبار (t) للعينه الوحده، ونستند في هذه الاختبارات إلى مستوى الدلالة 0.05.

5-1- اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الرئيسة على أنه: هناك اتجاهات إيجابية عند طلبة قسم الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.

لاختبار هذه الفرضية ندرج الجدول التالي:

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

جدول رقم (14): نتائج اختبار (t) لمؤشر اتجاهات طلبة الإعلام و الاتصال نحو صحافة المواطن.

المؤشر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
اتجاهات الطلبة نحو صحافة المواطن.	3.58	0.41	11.174	1.67	62	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة نحو صحافة المواطن قد بلغ 3,58، الواقع في المجال [3,4-4,2] ذو الجودة المرتفعة، كما نلاحظ أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت 11.174 وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية المقدرة بـ 1,67 بدرجة حرية 62، كما بلغت قيمة المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، وهو ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية، أي أنه حسب آراء أفراد عينة الدراسة فإن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن هي اتجاهات إيجابية.

5-2- اختبار الفرضية الثانية.

تنص الفرضية على أن: طلبة الإعلام والاتصال يثقون في صحافة المواطن.

لاختبار صحة هذه الفرضية ندرج الجدول التالي:

جدول رقم (15): نتائج اختبار (t) لدرجة ثقة الطلبة في صحافة المواطن.

المؤشر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة sig
مؤشر ثقة الطلبة في صحافة المواطن.	3,90	0,34	20,605	1,67	62	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي لثقة طلبة الإعلام والاتصال في صحافة المواطن بلغ 3,90 هو يقع في المجال [3,40-4,20] وهو مجال الجودة المرتفعة، كما نلاحظ أن قيمة (t) قد بلغت 20,605، وهي أكبر من القيمة الجدولية المقدره بـ 1,67، عند درجة حرية قدره 62، كما أن قيمة المعنوية قد بلغت 0,000 وهي أقل من 0,05 وهو ما يُثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى، أي أن طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية يثقون في مضامين صحافة المواطن.

5-3- اختبار الفرضية الثالثة.

تنص الفرضية الثالثة على أن: كلية الإعلام والاتصال لم تأخذ بعين الاعتبار التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام.

لاختبار هذه الفرضية ندرج الجدول التالي:

الفصل الرابع.....الدراسة الميدانية

جدول رقم (16): نتائج اختبار (t) لأخذ كلية الإعلام والاتصال لحجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام

والإتصال بعين الإعتبار.

المؤشر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة sig
أخذ قسم الإعلام والاتصال للتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بعين الإعتبار	3,51	0,54	7,479	1,67	62	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن: المتوسط الحسابي لآراء عينة الدراسة حول مستوى أخذ قسم الإعلام والاتصال للتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال بعين الإعتبار، قد بلغ 3.51 وهو يقع في المجال [3,4 – 4,2] ذو الجودة المرتفعة، عند درجة حرية قدرها 62، كما نلاحظ أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت 7,479، وهي أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 1,67، كما أن قيمة المعنوية قد بلغت 0,000 وهي أقل من 0,05 وهو ما يُثبت صحة الفرضية الثالثة، أي أن طلبه الإعلام والاتصال يرون أن كلية الإعلام والاتصال لم تأخذ بعين الإعتبار التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام.

5-4- اختبار الفرضية الرابعة.

تنص الفرضية على أن: للمستوى الدراسي أثر ذو دلالة إحصائية على ممارسة الطلبة لصحافة المواطن.

لاختبار صحة هذه الفرضية ندرج الجدول التالي:

جدول رقم (17): مستوى أثر متغير المستوى الدراسي على ممارسة الطلبة لصحافة المواطن.

مؤشر الفرضية الثالثة	مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسط	مستوى الدلالة sig
بين المجموعات	0.298	4	0.074	0.249
داخل المجموعات	3.107	58	0.054	/
المجموع	3.405	62	0.128	/

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS18

نلاحظ من الجدول أن مستوى الدلالة sig بلغ 0,249، وهو أكبر من مستوى المعنوية المقدر ب0,05 وهذا يدل على عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي، وممارسة صحافة المواطن من طرف الطلبة. وعليه نرفض الفرضية الرابعة التي تنص على أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي وممارسة صحافة المواطن من طرف الطلبة.

سادسا- تفسير نتائج الدراسة على ضوء فرضياتها ومقارباتها العلمية:

بعد عرض الجداول الإحصائية والتعليق عليها، نقوم بتفسير النتائج وشرحها على ضوء

الفرضيات المطروحة وبرادبجم الدراسة.

من الجداول والتحليل السابقة نستنتج أن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن

اتجاهات قوية، وهذا ما يبينه التفسير التالي:

6-1- تفسير نتائج الفرضية الأولى:

تنص الفرضية على ما يلي: "اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، اتجاهات إيجابية"

من الجدول رقم 14 نلاحظ أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة نحو صحافة المواطن قد بلغ 3,58، وهو يقع في المجال [3.4-4.20] ذو الجودة المرتفعة، كما نلاحظ أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت 11,174، وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية المقدره بـ 1,67 بدرجة حرية 62، كما بلغت قيمة المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، وبناء على هذه النتائج نستنتج أن اتجاهات الطلبة بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، هي اتجاهات إيجابية.

يرجع طلبة الإعلام والاتصال سبب بروز صحافة المواطن إلى اندماج تكنولوجيات الإعلام والاتصال مع شبكة الأنترنت؛ مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة من الإعلام مكن المواطن من إنهاء سيطرة الأقلية على مصادر الأخبار وقنواتها، بل ووصل التأثير على مهنة الصحافة إلى مستوى أدى بوسائل الإعلام التقليدية إلى محاولة الإستفادة من الكم الهائل من الأخبار والمعلومات والمضامين الإعلامية ودمجها في عمل الإعلام التقليدي، نظرا لشدة تأثير الجمهور بها، وقد ظهر ذلك جليا خلال الحملة الإنتخابية لتشريعات 4 ماي 2017 في الجزائر؛ حيث وبوسائل بسيطة جدا وتكاليف منخفضة تمكن المدون DZjoker⁽¹⁾ من التأثير على نتائج الإنتخابات وذلك عن طريق إنتاج فيديو عنوانه "مانسوطيش" مدته 4.38 دقائق وصل عدد مشاهديه في اليوتيوب إلى أكثر من سبع ملايين مشاهد -غالبيتهم من الشباب- متفوقا على عدد المصوتين في الإنتخابات. كما تمكن فيديو بعنوان "رسالة إلى البرلمانين"⁽²⁾ لم تتجاوز تكلفه إنتاجه 5000 دج من إنتاج المدون أنيس تينا، تمكن من التأثير على آراء الشباب حول الإنتخابات، حيث تجاوز عدد متابعيه 4 ملايين

(1) تاريخ زيارة الموقع: 2017/05/17 GMT، <https://www.youtube.com/watch?v=tcqvHqbQV94>

(2) زيارة الموقع: 2017/05/17 GMT، تاريخ <https://www.youtube.com/watch?v=o4MWN3tkLcw>

متابع؛ مما يشير إلى سطوة صحافة المواطن وقوتها واندماجها في البيئة الجديدة للإتصال أو كما يسميها الدكتور جمال الزرن "الإكوميديا عن طريق صحافة المواطن". فحسب الطلبة فصحافة المواطن تهتم بالقضايا التي يهملها الإعلام التقليدي؛ مما مكن المواطنين من استغلال ما توفره منصات التواصل الاجتماعي من مزايا تكنولوجية وأنتجوا مضامينهم الإعلامية الخاصة، التي مكنتهم من التأثير في الجمهور؛ ومن هنا يبرز الدور الذي أخذته صحافة المواطن فهي تبرز داخل المجتمعات المغلقة سياسيا واقتصاديا وثقافيا ودينيا، وتصبح الأداة الأبرز للتعبير الحر عن الرأي والتعبير والحصول الحر على الأخبار والمعلومات وتجاوز الحدود التقليدية التي تضعها الأنظمة السياسية أ المالية أو الفكرية أمام النشطاء والمناضلين.

والطلبة يجد ذاتهم جزء من هذا النضال بوصفهم الفئة الأكثر تعلما، والتي تميل عادة إلى تبني الأفكار الجديدة والثورة على الأنماط التقليدية والوصاية، وهذه الصفات هي التي عززت اتجاهاتهم نحو صحافة المواطن، واتخاذهم لموقف إيجابي منها، فهم يرونها الأداة الأبرز للتعبير عن قضاياهم وقضايا مجتمعاتهم وتطلعاتهم، فحسبهم فإن نصف الإنتاج الإعلامي سيكون من طرف المواطنين بحلول عام 2021م. فلا يمكن الإستغناء حسبهم عن صحافة المواطن خاصة أوقات الكوارث والحروب

والأحداث المفاجئة، فمهما أوتيت وسائل الإعلام التقليدية من قوة وانتشار، فلا يمكنها تغطية كل أماكن الأحداث، في حين أن المواطن له الأفضلية الزمنية التكنولوجية تمكنه من نقل ما يقع أمامه وقت حدوثه بجودة عالية. فصحافة المواطنة أوجدت لها دورا ووظيفة تأديها داخل النسق العام لمهنة الصحافة، حيث مكنت الجمهور من إنتاج رسائله الإعلامية الخاصة، وبثها لجمهور آخر

حتى أصبح المتلقي مرسلًا والمرسل متلقيًا. وهذا ما أشار إليه "كروسي" إذ اعتبر أن للفرد (المتلقي) سلطة على الرسالة حيث يشكلها أو يشارك في مضمونها أو يعدلها ويعيد نشرها بلا قيود وهذا ما تقوم به صحافة المواطن بحيث دعمت سلطة المتلقي في التأثير على المضامين الإعلامية التقليدية، إن على مستوى مشاركته فيها من خلال اعتمادها على صحافة المواطن كمصدر للأخبار أو من خلال مراقبتها ونقدها وكشف مكامن الضعف فيها وخروجها عن الموضوعية وأخلاقيات العمل الصحفي مما حدا بالكثير من وسائل الإعلام إلى تغيير نظرتها للمتلقي من كونه متلقي سلبى يتأثر مباشرة بوسائل الإعلام إلى متلقي نشط وفعال وقادر على إنتاج المضامين التي تممه، في حالة ما اقتنع أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد تنقل اهتمامته وانشغالاته، وانفصلت عن واقع له صالح الإيديولوجيا

والسوق والجماعات الضاغطة. كما أصبحت صحافة المواطن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية الأداة الأبرز في تجاوز الأنماط التقليدية في التعاطي مع الأخبار

والمعلومات من خلال فتح قنوات حرة تسري من خلالها الرسائل الإعلامية، فانحسر دور الرقابة على الأخبار والمعلومات، وانحسر معها دور حارس البوابة؛ مما مكن الشباب والمهمشين والمقصيين والنشطاء الاجتماعيين والبيئيين والأقليات العرقية والدينية والمناضلين السياسيين، من استغلال هذه القنوات لإيصال أصواتهم للجمهور وتعريفه بقضاياهم ومطالبهم وتطلعاتهم؛ مما أدى إلى محاولة تصحيح الخلل الذي أصاب وسائل الإعلام التقليدية من خلال وضع تشريعات جديدة تتماشى

والتغيرات الكبيرة التي يشهدها العالم خاصة في العالم العربي والعالم الثالث. بحيث شاهدنا تخلي الكثير من الأنظمة عن سياسة القناة والجريدة والإذاعة الواحدة، والقبول بالتعددية الإعلامية. وفي العالم المتقدم أصبحت وسائل الإعلام التقليدية تحاول تقديم تغطيات أكثر توازنا وحيادية وتقترب أكثر من قضايا الإنسان والبيئة وإفرازات العولمة وما بعد الحداثة، وذلك لكسب متابعين جدد يمكنونها من البقاء في وسط إعلامي عالي التنافسية، يشهد اختلال كبيرا بفعل تأثيرات الإعلام الجديد. فحسب "ديانا أوين" و"ريتشارد دافيس" فهذا النوع من الإعلام والتي تعتبر صحافة المواطن جزء منه، هو إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة، وهي كل الوسائل التي لا يمكن أن تعمل دون كومبيوتر وأترنت، وتشمل الوسائل التي مكنت من التبادل الحي والمتزامن والسريع للمعلومات، ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطن إسماع صوته ورأيه لكل العالم.

6-2- تفسير نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على ما يلي: "طلبة الإعلام والاتصال يثقون في صحافة المواطن". من الجدول رقم 15 يظهر أن المتوسط الحسابي لآراء عينة الدراسة حول مستوى أخذ قسم الإعلام والاتصال للتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بعين الاعتبار قد بلغ 3,51، وهو يقع في المجال [3,4 - 4,2] ذو الجودة المرتفعة، عند درجة حرية قدرها 62، كما نلاحظ أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت 7,479، وهي أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 1,67، كما أن قيمة المعنوية قد بلغت 0,000 وهي أقل من 0,05؛ ومنه نستنتج أن طلبة الإعلام والاتصال يثقون بصحافة المواطن.

رغم العيوب التي ترتبط بصحافة المواطن كعدم الإشارة لمصدر الخبر أو المعلومة ونقص الموضوعية والحيادية وعدم احترام أخلاقيات المهنة، إلا أن طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية يثقون فيها، ويرجع هذا لكون هذه العيوب والنقائص ميزة أيضا في وسائل الإعلام التقليدية خاصة في دول العالم الثالث، وبالتالي هي ليست بالأمر الجديد. كما أن صحافة المواطن كجزء من مخرجات الإعلام الجديد، أو إعلام الوسائط المتعددة، تستعمل التقنية كعامل انتشار وإقناع، فالتقنية فيها ليست حيادية، بل تحمل تصورات وتمثلات ذهنية، تدفع المتلقي للثقة بها، فسهولة إرفاق المكتوب بالمرئي والمسموع ترفع من مستوى ثقة المستقبل بالمادة الإعلامية. إضافة لكون مختلف مواقع التواصل الاجتماعي تتيح تقنيات البث المباشر والحي من مكان الحدث؛ مما يوفر مصداقية أكثر للأخبار والمعلومات التي ينتجها المواطن العادي. وطلبة الإعلام والاتصال كمتلقين للمواد الإعلامية من وسائل الإعلام التقليدية يلاحظون اعتمادها على مخرجات صحافة المواطن، بل واعتمادها على مشاهير في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، هم بالأساس مواطنين عاديين انخرطوا في المجال الإعلامي، وصنعوا لأنفسهم قاعدة جماهيرية، تحاول وسائل الإعلام التقليدية استقطابها من خلا استقطاب منتجها؛ مما يجعل المتلقي يثق أكثر في صحافة المواطن وإمكاناتها في نقل الأخبار والمعلومات، فالجراحة التي تتميز صحافة المواطن وملاستها للمواضيع التي تهم المواطن بشكل صريح وحر بلا قيود، وتقديمها لقراءات وتحليل غير مرتبطة بالدوائر المسيطرة على المجتمع يجعل المتلقين يُقبلون عليها كجمهور مستهلك أو كمنتج للمادة الإعلامية من خلال التعليق

والتصنيف والمشاركة مع الآخرين.

إن ثقة طلبة الإعلام والاتصال بصحافة المواطن ترجع أيضا لنقدهم الشديد لوسائل الإعلام التقليدية، التي تتعاطى بسلبية مع اهتماماتهم، خاصة ما تعلق بجياهم الجامعية، فحسب آراء بعض الطلبة في المقابلة، كثيرا ما واجه الطلبة صعوبات كبيرة في إيصال صوتهم رأيهم واحتجاجاتهم على الوضع القائم داخل الجامعة، نظرا لرفض الكثير من وسائل الإعلام التقليدية نقل أخبار الإضرابات والإحتجاجات، أو جعلها في آخر الأخبار؛ مما دفع بهم إلى اللجوء لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، ونقل أخبارهم بأنفسهم ومشاركتها مع زملائهم والتعليق عليها وفتح النقاشات حولها، وهذا ما لم يكن متوفرا قبل ظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال واندماجها مع مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات. حتى أن الصفحات الشخصية لبعض الطلبة أصبحت مصدرا مهما لأخبار الجامعة وإقامات الطلبة وكثيرا ما أخذت منها وسائل الإعلام التقليدية قصصها الخيرية.

3-6- تفسير نتائج الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على ما يلي: "لم يأخذ قسم الإعلام والاتصال التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال بعين الاعتبار".

من الجدول رقم 16 نلاحظ أن المتوسط الحسابي لآراء عينة الدراسة حول مستوى أخذ قسم الإعلام والاتصال للتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال بعين الاعتبار، بلغ 3,51، وهو يقع في المجال [3,4 - 4,2] ذو الجودة المرتفعة، عند درجة حرية قدرها 62، كما نلاحظ أن قيمة (t) المحسوبة قد بلغت 7,479 وهي أكبر من القيمة الجدولية المقدره بـ 1,67، كما أن قيمة المعنوية

قد بلغت 0,000 وهي أقل من 0,05 ومنه نستنتج أن الطلبة يرون أن قسم الإعلام والاتصال لم يأخذ بعين الاعتبار حجم التغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بعين الاعتبار. فحسب الطلبة المبحوثين فإن قسم الإعلام والاتصال يشهد نقصا كبيرا في الأساتذة المختصين خاصة في تخصصات الإعلام الجديد، فالقسم لا زال يعتمد على تخصصات قديمة لا تتماشى والواقع الجديد للإعلام والاتصال. بالإضافة إلى التغيير المستمر للمقاييس التي يدرسها الطلبة فكل مستوى دراسي نجد مقاييس لم يتم تدريسها للمستوى الذي قبله مما أنتج تحبطا كبيرا في أوساط الطلبة، دفعهم إلى إبداء الرغبة في تغيير التخصص أو تغيير الشعبة نهائيا. فحسبهم لم تعد التخصصات الموجودة مطلوبة في سوق الشغل التي تتجه أكثر إلى تكثيف استعمال التكنولوجيات، وتشرط الكثير من المؤسسات الإعلامية على طالبي العمل التمكن من استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال بشكل سهل وسريع، فهذه المؤسسات أصبحت تبحث عن الصحفي الشامل، الذي ينتج مادته الإعلامية بشكل مستقل وسريع. كما أن المراجع التي تهتم بهذا النوع من الإعلام تشهد نقصا كبيرا وهذا ما لمسناه عند إنجازنا لهذه المذكرة فمراجع الإعلام الجديد محدودة جدا خاصة الكتب المترجمة؛ مما يؤثر على حجم المعلومات المكتسبة في هذا المجال.

4-6- تفسير نتائج الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على ما يلي: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المستوى الدراسي

وممارسة الطلبة لصحافة المواطن".

من الجدول رقم 17 يظهر أن مستوى الدلالة sig الخاص بهذه الفرضية بلغ 0,249، وهو أكبر من مستوى المعنوية المقدر ب0,05؛ وهذا يدل على عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المستوى

الدراسي وممارسة صحافة المواطن من طرف الطلبة. وعليه نستنتج أن المستوى الدراسي لا يؤثر على درجة ممارسة الطلبة لصحافة المواطن، وتُرجع هذا لكون الميزة الأساسية لصحافة المواطن لا تشترط الخلفية العلمية أو الأكاديمية لممارستها، لأنها صحافة غير مؤسساتية لا تخضع لتنظيم أو سياسة تحريرية أو هيكل يضبط عملها ومسؤولياتها. وحسب المقابلة التي أجريناها مع بعض الطلبة فقد أرجعوا عدم تأثير المستوى الدراسي على ممارستهم لصحافة المواطن هو عدم تلقيهم لمعلومات كافية حولها، ولم يطلعوا على أهميتها بالنسبة إليهم كونها تعطيهم فرصة لممارسة مهنة الصحافة، قبل أن يتحولوا إلى صحفيين محترفين. فوسائل الإعلام التقليدية أصبحت تفضل الصحفيين الهواة أو المواطنين الذين حققوا نجاحا في مواقع التواصل الاجتماعي أو المدونات، من خلال عدد متابعيهم وحجم التفاعل معهم، وأصبحت تشترط على صحفييها فتح حسابات شخصية أو مدونات يتواصلون من خلالها مع جمهورهم. فرغم أن غالبية طلبة قسم الإعلام والاتصال يملكون حسابات شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنهم لا يستعملونها في نقل الأخبار والمعلومات بشكل منظم ومتواصل، لكنهم يتفاعلون مع مختلف الصفحات والحسابات الشخصية المتخصصة في هذا النوع من الصحافة بغض النظر عن مستواهم الدراسي.

خاتمة

من خلال هذه الدراسة المعنونة ب: اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن. دراسة ميدانية بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل. تعرفنا على ما يلي:

اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيغل، نحو صحافة المواطن والبراديجم الصحفي الجديد الذي فرضته هذه الصحافة وتأثر طلبة الإعلام والاتصال به. إضافة إلى معرفة درجة الثقة التي تحتلها هذه الصحافة عند الطلبة وحجم تكيف قسم الإعلام والاتصال مع المتغيرات التي يشهدها الإعلام والاتصال بفعل التطور المتسارع للتقنيات والتكنولوجيات. كما حاولنا في هذه الدراسة معرفة حجم تأثير المستوى الدراسي على ممارسة الطلبة لصحافة المواطن.

ظهر من خلال الدراسة أن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيغل، اتجاهات إيجابية وقوية نحو صحافة المواطن، على اعتباره براديجم صحفي جديد نتج عن الإندماج بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأترنتيت بداية، ثم إندماج الوسائط المتعددة مع مواقع التواصل الاجتماعي مما أعطى المتلقي مقدرة كبيرة على إنتاج المواد الإعلامية، والحصول على الأخبار والمعلومات ونشرها بشكل حر وسريع، لجمهور واسع، يتفاعل سريعا مع هذه المخرجات، ويتحول بدوره إلى منتج للمضامين الإعلامية؛ مما أنهى السيطرة المؤسساتية والرأسمالية والمهنية على مهنة الصحافة والإنتاج الإعلامي، وأوجد واقعا اتصاليا وإعلاميا جديدا بدأت معالمه تتشكل، وتأثيراته السياسية الإقتصادية الإجتماعية والثقافية تظهر؛ منتجة تساؤلات عديدة متعلقة بإعادة النظر للمفاهيم والنظريات التي تحكم الإعلام، وتساؤلات متعلقة بمستقبل مهنة الصحافة وطرق تدريس الإعلام

والاتصال في مختلف الكليات الجامعية الجزائرية، تأثر المستقبل المهني لطلبة الإعلام والاتصال وتعاطي الشباب مع هذا النوع من الصحافة وتأثيره على الأفكار والمعتقدات وإعادة تشكيل الوعي وحجم التغيرات التي سوف تنتج في المجتمع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

الكتب:

1- إبراهيم، عبد الرزاق وانتصار صفد وحسام الساموك. الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة

والوظيفة. بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011

2- أحمد، بن مرسل. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات

الجامعية، 2005.

3- الباسط، عبد المعطي وعادل مختار هواري. في النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. الإسكندرية:

دار المعرفة الجامعية، 1986.

4- جابر، نصر والدين لوكيا الهاشمي. مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي. ط2. قسنطينة:

ديوان المطبوعات الجامعية للطباعة الجهوية، 2006.

5- جمال محمد، غيطاس. الديموقراطية الرقمية. القاهرة: دار النهضة، 2006.

6- جمال، الزرن. تساؤلات عن الإعلام الجديد والأترنت، العرب وثورة المعلومات. بيروت:

مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.

7- حسين، عبد الجبار. إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر. ط1، الأردن: دار أسامة للنشر

والتوزيع، 2009.

8- دان، غيلمور. الإعلام أساس الصحافة. من الجميع ومن أجل الجميع. ترجمة نفين نور الدين.

القاهرة: الدار الدولية للإستثمار الثقافي، 2010.

- 9- زين العابدين، درويش. علم النفس الإجتماعي: أسسه وتطبيقاته. القاهرة: دار الفكر، 1999.
- 10- سلوى، عبد الباقي محمد. أفاق جديدة في علم النفس الإجتماعي. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2003.
- 11- عامر، صباح. منهجية البحث العلوم السياسية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية 2005.
- 12- عباس مصطفى، صادق. الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.
- 13- عباس مصطفى، صادق. مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد. أبو ظبي: دار العين، 2014.
- 14- عبد الحفيظ، مقدم. الإحصاء والقياس النفسي والتربوي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية 2003.
- 15- عبد الفتاح، دويدار. سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والإتجاه. بيروت: دار النهضة العربية، 1992.
- 16- عبد الكريم، بوحفص. الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية. ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.
- 17- العتوم، عدنان يوسف. علم النفس الإجتماعي. ط1. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2009.
- 18- العربي بلقاسم، فرحاتي. البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.

- 19- عكاشة، محمود فتحي وزكي محمد شفيق. المدخل إلى علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2000.
- 20- عيد، محمد إبراهيم. علم النفس الاجتماعي. ط1. القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2000.
- 21- فرانك، كليش. ثورة الأنفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تعيّر عالمنا وحياتك. ترجمة حسام الدين زكريا. الكويت: عالم المعرفة، 2000.
- 22- فضيل، دليو. التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم — الاستعمالات — الآفاق. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.
- 23- كمال، طارق. أساسيات في علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة 2006.
- 24- محمد الفاتح، حمدي ومسعود بوسعدية وياسين قرناي. تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة. الاستخدام والتأثير. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2010.
- 25- محمد الفاتح، حمدي. منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017.
- 26- محمد، خير وسليم ابو زيد. اساليب التحليل باستخدام برمجية spss. عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
- 27- محمد، لعقاب. المواطن الرقمي، كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013.
- 28- محمد، مصطفى زيدان. علم النفس الاجتماعي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986.

- 29- مروان، عبد المجيد إبراهيم. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. عمان: مؤسسة الوراق، 2000.
- 30- مقدم، عبد الحفيظ. الإحصاء والقياس النفسي والتربوي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1993.
- 31- مورييس أنجرس. منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. الجزائر: دار القصبة للنشر والتوزيع، 2006.
- 32- موسى جواد، الموسوي وآخرون. الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة. ط1. بغداد: مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011.
- 33- ميشال، أنيولا. الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية. ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح. الشارقة: دائرة الإتصال والإعلام والثقافة، 2010.
- 34- نصر الدين، لعياضي. الإتصال والإعلام والثقافة، عتبات التأويل. الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، 2015.
- 35- ياتشيا، بنكلر. ثروة الشبكات، كيف يغير الإنتاج الإجتماعي الأسواق والحريية. ترجمة فريج سعيد العويضي. الرياض: مكتبة العبيكان، 2012.

باللغات الأجنبية:

- 37- Breton, Philippe. l'explosion de la communication. Paris: la de couverte, 1989,PDF.

38- Dan, Gillmor. We the media: Grassroots Journalism By the People, For the People. NY: O'Reilly Media, 2004,PDF.

39- Nadin, Jurrat. citizen journalism and the internet open society. London: media program, 2011,PDF.

40- Stuart. Allan; and Einar. Thorsen. Citizen journalism:Global Perspectives. Wachington,D.C: Library of Congress, 2009,PDF.

المجلات والأوراق العلمية:

1- بنيت، السيد. "أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، دراسة في المفاهيم وبيئة العمل". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2(2009).

2- بوحالة، سعاد وفارس بوباكورة. "أثر التكنولوجيا الحوسبية للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الاقتصاد والمناجمت، 3 (2005).

3- توفيق، شريهان وكادوني شرين. "المدونات وحرية ال أري والتعبير كحق من حقوق المواطنة". ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الأول لقسم الإعلام بعنوان "الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة". "01-02 فيفري 2008.مصر.

4- جمال، الرزن. "البيئة الجديدة للإتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن". مجلة الباحث 17(2012).

5- جمال، الزرن. "صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلًا". المجلة التونسية لعلوم الإتصال 51-52 (2009).

6- الحلوة، خالد بن عبد الله. "الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام: بحث في الإطار النظري"، ورقة مقدمة إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والإتصال "الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية"، 15-16 أبريل 2012. السعودية.

7- رابح، الصادق. "إعلام المواطن بين الخطابات الإحتفائية والرؤى المعارضة". المجلة الجزائرية لعلوم الإعلام والإتصال، 21 (2008).

8- رضا، عبد الواحد أمين. "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت" ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، 07-09 أبريل 2009 البحرين.

9- سميرة، شيخاني. "الإعلام الجديد في عصر المعلومات". مجلة جامعة دمشق، 8 (2010).

10- شمس، ضيات خلفلاوي. "الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة". مجلة جامعة بسكرة، (2015).

11- الصادق، الحمامي. "الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية". مجلة الإذاعات العربية، 16 (2014) ص39.

12- صبرينة، درارمة. "صحافة المواطن والصحافة التقليدية". مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 20 (جوان 2015): ص 213.

13- عبد الوهاب، بن بريكة وزينب بن التركي. "أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية"، مجلة الباحث، 07 (2009 - 2010)، ص 245.

14- نصر الدين، لعياضي. "المدونات الإلكترونية والصحافة لتغيير المنظور واستجلاء الأفق المعرفي". المجلة العربية للإعلام والاتصال، 5 (نوفمبر 2009).

15- نصرالدين، لعياضي. "ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع". مجلة مركز دراسات الوحدة العربية، (2008).

16- Deuze ,M. " The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia, New Media & Society, 2 (2003

الرسائل الجامعية:

1- بوساحة، عبلة. "اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق النموذج الثقافي التنظيمي للنظرية z". رسالة ماجستير. جامعة قسنطينة. الجزائر. 2007.

2- بوغازي، فتيحة، "صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي: دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية". رسالة ماجستير. جامعة الجزائر 3. 2011.

3- جبار، كترة. "إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية". رسالة ماجستير. جامعة بسكرة. الجزائر. 2014.

4- السيد معطي عبد العزيز، مها "اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت". رسالة ماجستير. جامعة المنصورة. مصر، 2013م.

- 5- الطاهري، سعيدة وسمية قنوعي. "اتجاهات الصحفيين نحو تغطية صحافة المواطن للعنف الرياضي دراسة ميدانية لصحفي ولاية ورقلة". مذكرة ماستر. جامعة ورقلة. الجزائر. 2015.
- 6- قدواح، منال. " اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية". رسالة ماجستير. جامعة قسنطينة. الجزائر. 2008.

الموسوعات والمعاجم والقواميس:

1. بدوي، أحمد زكي. معجم المصطلحات الإجتماعية. ط1. بيروت: مكتبة لبنان، 1986.
2. البعلبيكي، منير. المورد: قاموس إنجليزي-عربي. ط28. بيروت: دار العلم للملايين، 1994.
3. الحنفي، عبد المنعم. موسوعة علم النفس والتحليل النفسي. ط4. القاهرة: مكتبة مذبولي، 1994.
4. شلي، كرم. معجم المصطلحات الإعلامية. ط2. القاهرة: دار الجيل، 1994.

المواقع الإلكترونية:

- <https://ar.wikipedia.org/wiki/twitter>
<http://en.wikipedia.org/wiki/flicker>
<http://facebook.com/123vivaalgerie>
<http://facebook.com/anistina>
<http://facebook.com/topcommentaire>
<http://grpt,dz/fr,do/rea-2015.pdf>
<http://nar.wikipidia-arg>
<http://studies.aljazeera.net/resourcegallery/media/documents/2015/12/27/201512278145238734ideology%20of%20social%20network>
<http://www.arabicos.blogspot.com>
<http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech>

<http://www.echoroukonline.com/ara/?news=131042>
[http://www.facebook.com/ ce que se passe ici reste ici](http://www.facebook.com/ce-que-se-passe-ici-reste-ici)
<http://www.huffpostarabi.com/2016/04/2>
<http://www.maqalaty.com/24031.html>
<http://www.quora.com>
<http://www.slideshare.net/moorichi?ss-17728715>
<http://www.wikileaks.org>
<http://www.aljazeera.net>
<http://youtube.com/anistina>
<https://ar.wikipedia.org/wiki/facebook>
<https://ar.wikipedia.org/wiki/youtube>
https://fr.wikipedia.org/wiki/dan_gillmor
<https://fr.wikipedia.org/wiki/instagram>
<https://www.rassd.com>
[www.arabsmis.ae/ assets/ frouted/ asmis arabic report2014](http://www.arabsmis.ae/assets/frouted/asmis-arabic-report2014)
[www.chorouk online.com/articles](http://www.choroukonline.com/articles)
www.dw.com/or
www.ijnet.org
[www.lip didital. us enbasy/st/arabic/publication](http://www.lip-digital.us-embassy-st-arabic-publication)
[www.midia-east_online.com](http://www.midia-east-online.com)
<https://ijnet.org/ar>

الملاحق

استبيان بحث ميداني بعنوان:

إتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن.

دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل.

مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة.

إعداد الطالبين:

نجم الدين بن شعبان

يوسف بوجميلة

تحت إشراف:

أ. بحري عثمان

ملاحظة: - المعلومات الواردة في هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

- ضع علامة (x) أمام الإجابة التي اخترتها.

شكرا على تجاوبكم

السنة الجامعية 2016 / 2017

أولاً: البيانات الشخصية.

- 1-الجنس: أنثى ذكر
- 2- العمر: 17-21 22-26 27 فما فوق
- 3- المستوى الدراسي:

- أولى جامعي ثانية جامعي ثالثة جامعي أولى ماستر اتصال
- وعلاقات عامة أولى ماستر اتصال وتسويق ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة
- 4-الإقامة:

- المتزل العائلي الإقامة الجامعية

ثانياً: محاور الأداة

الإجابات					العبارات	الرقم
معارض	معارض	محايد	موافق	موافق	مؤشر الفرضية الأولى: اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن إيجابية.	
بشدة				بشدة	1	تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت من المواطن صحفياً.
					2	يمكن المواطن العادي أن يكون صحفياً.
					3	ممارسة الصحافة لا تحتاج لدراسة أكاديمية.
					4	ممارسة صحافة المواطن لا تحتاج الإنتماء لمؤسسة إعلامية.

					5	توفر صحافة المواطن تفاعلية ورجع صدى أكثر من الإعلام التقليدي.
					6	تتم صحافة المواطن بالقضايا التي يهملها الإعلام التقليدي.
					7	صحافة المواطن تمكن المهمشين والنشطاء السياسيين والاجتماعيين والمدنيين والمقصين والأقليات من التعبير الحر عن آرائهم وأفكارهم أحسن من الإعلام التقليدي.
					8	ميل الإعلام التقليدي للترفيه ارتباطه برأس المال واللوبيات وممارسة للدعاية والتضليل أدى لظهور صحافة المواطن.
					9	يقول الخبراء أن 50% من المضامين الإعلامية سينتجها المواطن الصحفي بحلول 2021.
					10	ستحتفي الكثير من الجرائد والمجلات والإذاعات والفضائيات بسبب الاعتماد المتزايد على صحافة المواطن.
					11	لا يمكن الاستغناء عن المواطن الصحفي خاصة في أوقات الكوارث والأزمات والأحداث المفاجئة والحروب والتراعات.

					12	تحقق صحافة المواطن السبق الصحفي.
					13	في صحافة المواطن لا توجد عوائق أمام وصول الخبر للمتلقي.
					14	صحافة المواطن تمكن المتلقي من صناعة المضامين الإعلامية التي تهمه.
					15	على وسائل الإعلام التقليدية أن تستفيد من الأخبار والمعلومات التي ينشرها المواطن في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.
					16	صحافة المواطن جزء مهم في الإعلام لا يمكن الإستغناء عنه.
معارض	معارض	محايد	موافق	موافق		مؤشر الفرضية الثانية: طلبه الإعلام والاتصال يثقون في صحافة المواطن.
						بشدة
					17	نقص إشارة صحافة المواطن لمصادر أخبارها ومعلوماتها يجعلك تشك ولا تثق فيها حتى لو كان الخبر صحيحا.
					18	وجود الفيديو والصور يزيد من مصداقية صحافة المواطن.
					19	تواجد المواطن في مكان الحدث يجعلك تثق في الخبر

					الذي نقله.
					20 تفعيل خاصية النقل المباشر يزيد من ثقتك في صحافة المواطن.
					21 كلما كان الخبر مدعوما بالصور والفيديوهات كلما زادت ثقتك بصحافة المواطن.
					22 إهتمام صحافة المواطن بالمواضيع التي لا تهتم بها وسائل الاعلام التقليدية يجعلك تثق بها.
					23 عندما ينشر مواطن خبرا في المدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي لا تصدقه تماما حتى تتطرق له وسائل الإعلام التقليدية.
					24 وجود الاسم الحقيقي وصورة المواطن الصحفي يجعلك تثق بصحافة المواطن.
					25 نقص الالتزام بأخلاقيات المهنة والموضوعية والحيادية في صحافة المواطن يجعلك لا تثق بها.
					26 تثق في الصفحات والمدونات التي تنقل الاخبار والمعلومات أكثر من الحسابات الشخصية.
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	مؤشر الفرضية الرابعة: لم تأخذ كلية علوم الإعلام والاتصال التغيرات الخاصة في مجال الإعلام والاتصال بعين الاعتبار.

					27	اكتسبت معلومات كافية عن صحافة المواطن.
					28	التخصصات الموجودة في أقسام الإعلام والاتصال لا تتماشى والتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال.
					29	تفكر في تغيير تخصصك الدراسي إلى تخصص يعنى بالإعلام الجديد وتطبيقاته.
					30	تفكر بتغيير شعبة علوم الإعلام والاتصال إلى شعبة أخرى بسبب التغيرات التي فرضتها صحافة المواطن على الواقع الإعلامي والمستقبل المهني للطلبة.
					31	سيتقلص عدد الطلبة الراغبين في دراسة الإعلام والاتصال بسبب الاعتماد المتزايد على صحافة المواطن من طرف وسائل الإعلام التقليدية.
					32	هناك نقص في عدد الأساتذة المختصين في صحافة المواطن، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والإعلام الجديد وتطبيقاته... الخ
					33	هناك نقص كبير في المراجع الخاصة بصحافة المواطن.
					34	إعتماد وسائل الإعلام على صحافة المواطن يجعلك تجد صعوبة في إيجاد عمل في وسيلة إعلامية تقليدية مستقبلا.

لا	نعم	مؤشر الفرضية الثالثة: وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى الدراسي وممارسة صحافة المواطن من طرف الطلبة.
		35 تملك حساب في موقع اليوتوب.
		36 تملك حساب في موقع من مواقع التواصل الاجتماعي.
		37 سبق ونشرت أخبارا أو معلومات حصلت عليها بنفسك (تخص حيك، بلديتك، جامعتك، ولايتك، وطنك...) في حسابك.
		38 هل سبق وغطيت أحداثا وقعت في محيطك ونشرتها مباشرة في حسابك أو في صفحات أخرى؟
		39 هل غيرت صحافة المواطن من إدراكك للواقع؟
		40 هل تشعرك ممارسة صحافة المواطن بتحقيق الذات؟
		41 هل تكتفي بالأخبار التي ينشرها المواطنون كمصدر لتزودك بالمعلومات والأخبار؟

الملحق رقم 2: مخرجات spss

أولاً: اختبار ثبات الاستبيان

1- ثبات المحور الأول

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	16

2- ثبات المحور الثاني

Cronbach's Alpha	N of Items
,688	10

3- ثبات المحور الثالث

Cronbach's Alpha	N of Items
,659	8

4- ثبات المحور الرابع

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	7

ثبات الاستبيان ككل

Cronbach's Alpha	N of Items
,745	41

ثانياً: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أنثى	41	65,1	65,1	65,1
ذكر	22	34,9	34,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 17 إلى 21 سنة	6	9,5	9,5	9,5
من 22 إلى 26 سنة	49	77,8	77,8	87,3

أكثر من 26 سنة	8	12,7	12,7	100,0
Total	63	100,0	100,0	

المستوى_الجامعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنة أولى جامعي	23	36,5	36,5	36,5
سنة ثانية جامعي	14	22,2	22,2	58,7
سنة ثالثة جامعي	8	12,7	12,7	71,4
سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة	10	15,9	15,9	87,3
سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة	8	12,7	12,7	100,0
Total	63	100,0	100,0	

الاقامة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid المنزل العائلي	40	63,5	63,5	63,5
الاقامة الجامعية	23	36,5	36,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

ثالثا: تحليل آراء عينة الدراسة

1- تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر الفرضية الأولى

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q
N Valid	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,7937	2,8571	2,1270	3,1905	3,8889	4,0159	4,2698	3,6984	3,5079	2,6667	4,1746	3,8254	3,5873	3,8889	3,92
Std. Deviation	,88279	1,07549	1,18447	1,09039	,98556	,85179	,80735	,96110	,85898	1,20483	,81398	1,04016	1,13073	,84455	,988

Q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6

	معارض	5	7,9	7,9	9,5
	محايد	11	17,5	17,5	27,0
	موافق	35	55,6	55,6	82,5
	موافق بشدة	11	17,5	17,5	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	7	11,1	11,1	11,1
	معارض	18	28,6	28,6	39,7
	محايد	17	27,0	27,0	66,7
	موافق	19	30,2	30,2	96,8
	موافق بشدة	2	3,2	3,2	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	26	41,3	41,3	41,3
	معارض	15	23,8	23,8	65,1
	محايد	12	19,0	19,0	84,1
	موافق	8	12,7	12,7	96,8
	موافق بشدة	2	3,2	3,2	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	4	6,3	6,3	6,3
	معارض	17	27,0	27,0	33,3
	محايد	8	12,7	12,7	46,0
	موافق	31	49,2	49,2	95,2
	موافق بشدة	3	4,8	4,8	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	6	9,5	9,5	11,1
محايد	10	15,9	15,9	27,0
موافق	28	44,4	44,4	71,4
موافق بشدة	18	28,6	28,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	1	1,6	1,6	3,2
محايد	13	20,6	20,6	23,8
موافق	29	46,0	46,0	69,8
موافق بشدة	19	30,2	30,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	3	4,8	4,8	4,8
محايد	5	7,9	7,9	12,7
موافق	27	42,9	42,9	55,6
موافق بشدة	28	44,4	44,4	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	8	12,7	12,7	12,7
محايد	17	27,0	27,0	39,7
موافق	24	38,1	38,1	77,8
موافق بشدة	14	22,2	22,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	5	7,9	7,9	9,5
محايد	25	39,7	39,7	49,2
موافق	25	39,7	39,7	88,9
موافق بشدة	7	11,1	11,1	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	11	17,5	17,5	17,5
معارض	20	31,7	31,7	49,2
محايد	17	27,0	27,0	76,2
موافق	9	14,3	14,3	90,5
موافق بشدة	6	9,5	9,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	1	1,6	1,6	3,2
محايد	7	11,1	11,1	14,3
موافق	31	49,2	49,2	63,5
موافق بشدة	23	36,5	36,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	8	12,7	12,7	14,3
محايد	10	15,9	15,9	30,2
موافق	26	41,3	41,3	71,4
موافق بشدة	18	28,6	28,6	100,0

Q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	8	12,7	12,7	12,7
محايد	17	27,0	27,0	39,7
موافق	24	38,1	38,1	77,8
موافق بشدة	14	22,2	22,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	2	3,2	3,2	3,2
معارض	12	19,0	19,0	22,2
محايد	10	15,9	15,9	38,1
موافق	25	39,7	39,7	77,8
موافق بشدة	14	22,2	22,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	6	9,5	9,5	9,5
محايد	8	12,7	12,7	22,2
موافق	36	57,1	57,1	79,4
موافق بشدة	13	20,6	20,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	6	9,5	9,5	11,1
محايد	9	14,3	14,3	25,4
موافق	28	44,4	44,4	69,8
موافق بشدة	19	30,2	30,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	3	4,8	4,8	6,3
محايد	13	20,6	20,6	27,0
موافق	28	44,4	44,4	71,4
موافق بشدة	18	28,6	28,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

X1

N	Valid	63
	Missing	0
	Mean	3,5843
	Std. Deviation	,41506

2- تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر الفرضية الثانية

Statistics

	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26
N	Valid 63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Missing 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean 3,8095	4,3175	4,3333	4,2698	4,4127	3,7302	3,3175	3,6190	3,7937	3,4603
	Std. Deviation ,89546	,69155	,71842	,86521	,66320	,93682	1,05991	1,02278	1,00256	,94741

Q17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	6	9,5	9,5	11,1
محايد	8	12,7	12,7	23,8
موافق	37	58,7	58,7	82,5
موافق بشدة	11	17,5	17,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	2	3,2	3,2	3,2

	محايد	2	3,2	3,2	6,3
	موافق	33	52,4	52,4	58,7
	موافق بشدة	26	41,3	41,3	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	1	1,6	1,6	1,6
	محايد	6	9,5	9,5	11,1
	موافق	27	42,9	42,9	54,0
	موافق بشدة	29	46,0	46,0	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	2	3,2	3,2	3,2
	معارض	1	1,6	1,6	4,8
	محايد	2	3,2	3,2	7,9
	موافق	31	49,2	49,2	57,1
	موافق بشدة	27	42,9	42,9	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	1	1,6	1,6	1,6
	محايد	3	4,8	4,8	6,3
	موافق	28	44,4	44,4	50,8
	موافق بشدة	31	49,2	49,2	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
	معارض	4	6,3	6,3	7,9

	محايد	20	31,7	31,7	39,7
	موافق	24	38,1	38,1	77,8
	موافق بشدة	14	22,2	22,2	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	3	4,8	4,8	4,8
	معارض	10	15,9	15,9	20,6
	محايد	23	36,5	36,5	57,1
	موافق	18	28,6	28,6	85,7
	موافق بشدة	9	14,3	14,3	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
	معارض	10	15,9	15,9	17,5
	محايد	13	20,6	20,6	38,1
	موافق	27	42,9	42,9	81,0
	موافق بشدة	12	19,0	19,0	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	2	3,2	3,2	3,2
	معارض	5	7,9	7,9	11,1
	محايد	12	19,0	19,0	30,2
	موافق	29	46,0	46,0	76,2
	موافق بشدة	15	23,8	23,8	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Q26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	معارض	11	17,5	17,5	17,5
	محايد	21	33,3	33,3	50,8
	موافق	22	34,9	34,9	85,7
	موافق بشدة	9	14,3	14,3	100,0
Total		63	100,0	100,0	

Statistics

X2

N	Valid	63
	Missing	0
	Mean	3,9063
	Std. Deviation	,34913

3- تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر الفرضية الثالثة

Statistics

		Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	X4
N	Valid	63	63	63	63	63	63	63	63	63
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3,4127	3,6032	3,2381	2,8730	2,7778	4,1905	4,2381	3,7778	3,5139
	Std. Deviation	,96110	1,26414	1,11752	1,27624	1,12801	,71521	,71198	1,05409	,54538

Q27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	1	1,6	1,6	1,6
معارض	12	19,0	19,0	20,6
محايد	16	25,4	25,4	46,0
موافق	28	44,4	44,4	90,5
موافق بشدة	6	9,5	9,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	5	7,9	7,9	7,9
معارض	9	14,3	14,3	22,2
محايد	10	15,9	15,9	38,1
موافق	21	33,3	33,3	71,4
موافق بشدة	18	28,6	28,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	2	3,2	3,2	3,2
معارض	18	28,6	28,6	31,7
محايد	15	23,8	23,8	55,6
موافق	19	30,2	30,2	85,7
موافق بشدة	9	14,3	14,3	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q30

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	8	12,7	12,7	12,7
معارض	22	34,9	34,9	47,6
محايد	12	19,0	19,0	66,7
موافق	12	19,0	19,0	85,7
موافق بشدة	9	14,3	14,3	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q31

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض بشدة	6	9,5	9,5	9,5
معارض	25	39,7	39,7	49,2
محايد	14	22,2	22,2	71,4
موافق	13	20,6	20,6	92,1
موافق بشدة	5	7,9	7,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	1	1,6	1,6	1,6
محايد	8	12,7	12,7	14,3
موافق	32	50,8	50,8	65,1
موافق بشدة	22	34,9	34,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q33

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	10	15,9	15,9	15,9
موافق	28	44,4	44,4	60,3
موافق بشدة	25	39,7	39,7	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q34

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid معارض	11	17,5	17,5	17,5
محايد	10	15,9	15,9	33,3
موافق	24	38,1	38,1	71,4
موافق بشدة	18	28,6	28,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

4- تحليل آراء عينة الدراسة حول مؤشر الفرضية الرابعة

Statistics

	Q35	Q36	Q37	Q38	Q39	Q40	Q41	X3
N Valid	63	63	63	63	63	63	63	63
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	,3175	,9524	,6032	,3651	,5556	,6190	,2063	,5170
Std. Deviation	,46923	,21467	,49317	,48532	,50090	,48952	,40793	,23436

Q35

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	43	68,3	68,3	68,3
نعم	20	31,7	31,7	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q36

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	3	4,8	4,8	4,8
نعم	60	95,2	95,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q37

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	25	39,7	39,7	39,7
نعم	38	60,3	60,3	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q38

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	40	63,5	63,5	63,5
نعم	23	36,5	36,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q39

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	28	44,4	44,4	44,4
نعم	35	55,6	55,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q40

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	24	38,1	38,1	38,1
نعم	39	61,9	61,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Q41

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	50	79,4	79,4	79,4
نعم	13	20,6	20,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية: 1، 2، 3

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X1	11,174	62	,000	,58433	,4798	,6889
X2	20,605	62	,000	,90635	,8184	,9943
X4	7,479	62	,000	,51389	,3765	,6512

اختبار صحة الفرضية: 4

ANOVA

X3

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,298	4	,074	1,390	,249
Within Groups	3,107	58	,054		
Total	3,405	62			