



جامعة المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



العنوان

إستخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في
تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي
الجزائري

– شبكات التواصل الإجتماعي والهاتف النقال "أنموذجا" –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال

إشراف الأستاذ (ة) :

* تيميزار فاطيمة.

إعداد الطالب (ة) :

* دوادي شابحة.

السنة الجامعية: 2013-2014



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل اعملوا، فميرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون" صدق الله العظيم
الهي لا يطيب الليل إلا بشكر ولا يطيب النهار إلا بطاعتك " ولا تطيب اللحظات
إلا بذكركم

ولا تطيب الآخرة إلا بحفوفكم " ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلاله
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة

ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صل الله عليه وسلم
لأبد لنا ونحدر نخطو خطواتنا المهمة في الحياة العلمية من وقفة تعود إلى أعوام
قضيناها في رحاب الجامعة

مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهود في بناء جيل
الغد لبحث الأمة من جديد.

وقبل أن نمضي نتقدم باسمي آيات الشكر والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا
أقدر رسالة في الحياة إلى الذين

مهّدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى جميع أساتذتنا الأفاضل.
"من عالما ... فأن لم تستطع فكن متعلما ، فأن لم تستطع فأحب العلماء، فأن
لم تستطع فلا تبغضهم"

وأخيرا بالتقدير والشكر الاستاذة المشرفة: تيميزار فاطيمة

التي نقول لها بشرايك قول رسول الله صل الله عليه وسلم " أن الحوت في
البحر، والطيور في السماء ليحلون على من علم الناس الخير "

وكذلك نشكر كل من ساعد على إتمام هذا البحث وقدم لنا العون ومدد لنا يد
المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث كما لا ننسى
كل من زرعوا التفاؤل في دروبنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات
والأفكار والمعلومات كما نشكر كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال.

شابحة



فهرس المحتويات



قائمة المحتويات

الصفحة

عناوين الموضوعات

ترقيم

| | | |
|---|---|----|
| | شكر وعرفان | 01 |
| | قائمة الجداول | 02 |
| | قائمة الأشكال والرسوم البيانية | 03 |
| | مقدمة | 04 |
| الفصل التمهيدي : الإطار المنهجي | | |
| 16 | إشكالية الدراسة | 05 |
| 18 | تساؤلات الدراسة | 06 |
| 18 | أسباب اختيار الموضوع | 07 |
| 19 | أهداف الدراسة | 08 |
| 20 | أهمية الدراسة | 09 |
| 20 | مجال وحدود الدراسة | 10 |
| 21 | المدخل النظري | 11 |
| 31 | طبيعة الدراسة | 12 |
| 32 | منهج الدراسة | 13 |
| 33 | عينة الدراسة | 14 |
| 34 | أدوات الدراسة | 15 |
| الفصل الأول : تكنولوجيا الاتصال الحديثة | | |
| 39 | تمهيد | 16 |
| 40 | مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة | 17 |
| 42 | مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة | 18 |
| 48 | سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة | 19 |
| 50 | تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل والجمهور والمجتمع | 20 |
| 53 | تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية | 21 |
| 61 | مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة | 22 |
| 63 | خلاصة | 23 |

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنمية المهارات الإعلامية

| | | |
|-----|--|----|
| 65 | تمهيد | 24 |
| 66 | مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي | 25 |
| 67 | نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي | 26 |
| 68 | خصائص شبكات التواصل الاجتماعي | 27 |
| 71 | أنواع شبكات التواصل الاجتماعي | 28 |
| 75 | أشهر شبكات التواصل الاجتماعي | 29 |
| 93 | التطبيقات الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي | 30 |
| 100 | خلاصة | 31 |

الفصل الثالث: الهاتف النقال كأداة في تنمية المهارات الإعلامية

| | | |
|-----|--|----|
| 102 | تمهيد | 32 |
| 103 | تعريف وسيلة الهاتف النقال | 33 |
| 103 | مكونات الهاتف النقال | 34 |
| 104 | تطور الاتصالات الهاتفية | 35 |
| 109 | الاتصالات للأسلكية وتكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر | 36 |
| 113 | مخاطر الهاتف النقال وأضراره | 37 |
| 113 | إحصائيات عن الهواتف النقالة الذكية | 38 |
| 115 | التطبيقات الإعلامية للهاتف النقال الذكي | 40 |
| 123 | خلاصة | 41 |

الفصل التطبيقي: عرض ومناقشة النتائج الدراسة

| | | |
|-----|-------------------------------------|----|
| 126 | تمهيد | 42 |
| 127 | تحليل الجداول البسيطة كميًا وكيفيًا | 43 |
| 150 | تحليل الجداول المركبة كميًا وكيفيًا | 44 |
| 161 | نتائج العامة للدراسة | 45 |
| 165 | خاتمة | 46 |
| | ملاحق | 47 |



- قائمة الجداول.
- قائمة الأشكال والرسوم البيانية.

قائمة الجداول:

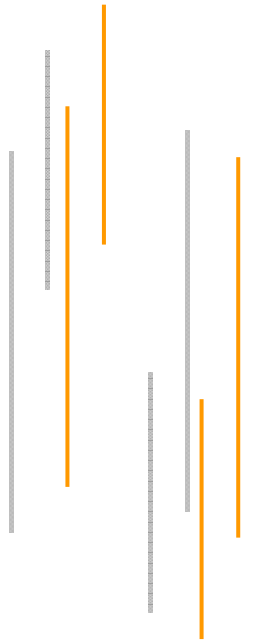
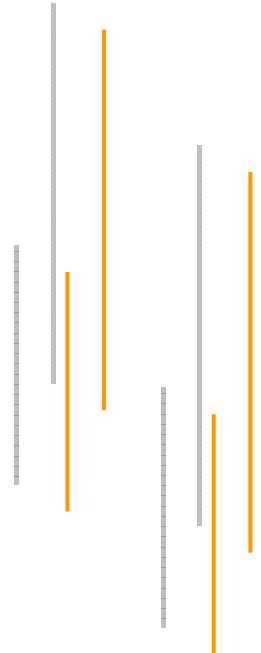
| الصفحة | عنوان الجدول | الجدول |
|--------|--|--------|
| 127 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | 01 |
| 127 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 02 |
| 128 | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة | 03 |
| 129 | توزيع أفراد العينة حسب استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 04 |
| 130 | توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية في استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 05 |
| 131 | توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تستغرقها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 06 |
| 132 | توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 07 |
| 133 | توزيع أفراد العينة حسب أصناف استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 08 |
| 134 | توزيع أفراد العينة حسب أغراض استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 09 |
| 135 | توزيع أفراد العينة حسب الدوافع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 10 |
| 136 | توزيع أفراد العينة حسب الإشباع المحققة من استخدام التواصل الاجتماعي | 11 |
| 137 | توزيع مفردات لعينة حسب خدمات التي تفيد الصحفي في مجال عمله | 12 |
| 138 | توزيع أفراد العينة حسب طريقة المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي | 13 |
| 139 | توزيع أفراد العينة حسب رأيها اتجاه سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي | 14 |
| 140 | توزيع أفراد العينة حسب حجم الاستفادة من الشبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي | 15 |
| 141 | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الامتيازات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير العمل | 16 |
| 142 | توزيع أفراد العينة حسب امتلاكها للهواتف النقالة الذكية | 17 |
| 143 | توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاتصالات الهاتفية التي تقوم بها في مجال العمل الصحفي | 18 |
| 144 | توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي تستخدم فيها هاتفها النقال في إجراء عملية الاتصال | 19 |
| 145 | توزيع أفراد العينة حسب إدخالها لتقنية 3 G في هاتفها النقال | 20 |
| 146 | توزيع العينة حسب مجالات الاستفادة من الهاتف النقال الذكي | 21 |
| 147 | توزيع أفراد العينة حسب رأيها في دور الهواتف الذكية في تجديد شكل الأداء الصحفي | 22 |
| 148 | توزيع أفراد العينة حسب رأيها في إيجابيات إدخال تكنولوجيا الهاتف النقال الذكي على الأداء | 23 |
| 150 | جدول عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس | 24 |
| 153 | جدول عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير السن | 25 |
| 156 | جدول عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة | 26 |

قائمة الأشكال والرسوم البيانية :

| الصفحة | عنوان الجدول | الشكل |
|--------|---|-------|
| 79 | يمثل إحصائيات استخدام " الفاييسوك " في الجزائر حسب الجنس | 01 |
| 89 | تطور ساعات الفيديوها التي يتم تنزيلها على يوتوب في الدقيقة منذ 2007 . | 02 |
| 127 | يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس | 03 |
| 128 | يمثل أفراد العينة حسب متغير السن | 04 |
| 128 | يمثل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة | 05 |
| 129 | يمثل أفراد العينة حسب استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 06 |
| 130 | يمثل أفراد العينة حسب المدة الزمنية في استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 07 |
| 131 | يمثل أفراد العينة حسب المدة التي تستغرقها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 08 |
| 133 | يمثل أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 09 |
| 134 | يمثل أفراد العينة حسب أصناف استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 10 |
| 135 | يمثل أفراد العينة حسب أغراض استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي | 11 |
| 136 | يمثل أفراد العينة حسب الدوافع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 12 |
| 137 | يمثل أفراد العينة حسب الإشباع المحققة من استخدام التواصل الاجتماعي | 13 |
| 138 | يمثل مفردات لعينة حسب خدمات التي تفيد الصحفي في مجال عمله | 14 |
| 139 | يمثل أفراد العينة حسب طريقة المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي | 15 |
| 140 | يمثل أفراد العينة حسب رأيها اتجاه سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي | 16 |
| 141 | يمثل أفراد العينة حسب حجم الاستفادة من الشبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي | 17 |
| 142 | يمثل أفراد عينة الدراسة حسب الامتيازات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير العمل | 18 |
| 143 | يمثل أفراد العينة حسب امتلاكها للهواتف النقالة الذكية | 19 |
| 144 | يمثل أفراد العينة حسب طبيعة الاتصالات الهاتفية التي تقوم بها في مجال العمل الصحفي | 20 |
| 145 | يمثل أفراد العينة حسب الطريقة التي تستخدم فيها هاتفها النقال في إجراء عملية الاتصال | 21 |
| 145 | يمثل أفراد العينة حسب إدخالها لتقنية 3 G في هاتفها النقال | 22 |
| 146 | يمثل العينة حسب مجالات الاستفادة من الهاتف النقال الذكي | 23 |
| 147 | يمثل أفراد العينة حسب رأيها في دور الهواتف الذكية في تجديد شكل الأداء الصحفي | 24 |
| 149 | يمثل أفراد العينة حسب رأيها في إيجابيات إدخال تكنولوجيا الهاتف النقال الذكي على الأداء | 25 |



مقدمة



مقدمة:

يعتبر دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات الإعلام و الاتصال من أهم وأقوى الأحداث التي طرأت خلال القرن الحادي والعشرين، حيث ساعد ذلك على الخروج من نطاق المنطقة أو المجتمع المحيط إلى إمكانية إتاحة المحتويات إلى العالم كله من خلال الارتباط بهذه التكنولوجيات الحديثة، لتتيح للصحفيين إمكانية تأدية مهامهم بشكل جديد ومغاير عما كان عليه سابقاً، وذلك من خلال ما توفره من الزيادة في حجم المعلومات المتبادلة وتسهيل الاتصال المهني بين الصحفيين في المؤسسات الإعلامية في جميع مستوياتها المحلية والإقليمية والدولية و تبادل الخبرات والآراء ، وفي المقابل تقوية الصلة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور المتلقي بمختلف فئاته .

لهذا يعد التطور التكنولوجي الاتصالي الحديث مؤثراً قوياً في عملية الاتصال الجماهيري خاصة الوسائل المسموعة والمرئية، ونقلها من المحلية إلى العالمية، متغلباً على عامل الزمن والعوائق البيئية، فأصبحت تقدم مضامينها بأساليب متنوعة وبسرعة فائقة وبوضوح تام في أي مكان يتواجد فيه بشر، وحولت المتلقي من السلبية إلى التفاعلية، وأصبح يؤثر ويتحكم بعملية الاتصال.

فالتكنولوجيا الحديثة اليوم غيرت بسرعة من طريقة استقبالنا لوسائل الاتصال وأتاحت لنا بدائل متنوعة أشبعت رغباتنا ولبت مطالبنا، وقد زادت من المعلومات المتاحة لنا حتى نقلتنا من مرحلة الحصول على المعلومات إلى كيفية استخدام تلك المعلومات المهولة.

أن تطوير كفاءات ومهارات الإعلامي لا بد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولاً و الأمر لن يتأتى إلا بالتحكم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف النقالة الذكية اليوم من خدمات . فدائماً ما يسعى الصحفيين إلى إتاحة الفرص لمهنتهم بالتواجد عبر الفضاء الإلكتروني والافتراضي ليحقق بذلك جيل حديث أكثر تفاعلاً مع المضامين، وأكثر تطبيقاً وإستعاباً لها لذا فإن الممارسة الإعلامية لا بد وأن تكون مواكبة مع هذه التقنيات الحديثة وليس هذا فقط ولكن لا بد وأن تستفيد من هذه التقنيات بما يتفق واحتياجاتها واحتياجات الجمهور منها.

لذا فإن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي قد وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى الصحفيين فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وبرز حراك الشباب

العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

كما أن الهواتف النقالة الذكية هي الأخرى فتحت أفقا جديدة في النشاط الإعلامي وتحسينه في جميع مستوياته، وهو الأخر يمثل ثورة تكنولوجية غير مسبوقة ومستمرة دون توقف وأن استخدامه لن يكون منصباً فقط على مجرد إجراء المكالمات الهاتفية خاصة بعد دخول تقنية الجيل الثالث الذي من خلالها لن يكون الهاتف المحمول مجرد تليفون فقط وإنما سيكون جهاز كمبيوتر وتلفزيون وجريدة ومكتبة ومفكرة شخصية يستعين بها الصحفي في تأدية نشاطه الإعلامي وتنمية مهاراته وكفاءاته المهنية لإعطاء منتج إعلامي متميز يواكب ما هو متاح في المجتمعات الغربية ولو بشكل قليل.

إن هذه الدراسة التي تهدف إلى التعرف عن قرب على استخدامات الصحفيين لتكنولوجيات الإتصال الحديثة كمنمي لمهاراته الإعلامية و الاشباع المحققة من خلال هذه الاستخدامات مقسمة إلى قسمين رئيسيين هما:

أولهما الجزء النظري الذي يحوي أربع فصول :

نتناول في الفصل الأول الإطار المنهجي حيث سنقوم بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب أسباب اختيار الموضوع وأهدافه وأهميته ، والمدخل النظرية المعتمدة (مدخل الممارسة المهنية، مدخل الاستخدامات والاشباع)، وكذا سنعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة.

سنعرض في الفصل الثاني لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مفهومها، مراحل تطورها، سماتها، تأثيرها على الوسائل والجمهور والمجتمع، وأيضاً تأثيراتها على الممارسة الصحفية، ثم مزاياها وعيوبها.

أما الفصل الثالث المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي كمنمي لمهارات الصحفي الجزائري فسنستطرق فيه إلى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، نشأتها، خصائصها، أنواعها، أشهر المواقع التواصلية، ثم التطبيقات الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي .

أما الفصل الرابع فسنستكمل فيه عن الهواتف النقالة الذكية، ويشمل تعريف وسيلة الهاتف النقال، مكوناته تطور الاتصالات الهاتفية، الاتصالات للأسلكية وتكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر، مخاطر استعماله إحصائياته وفي الأخير التطبيقات الإعلامية للهاتف النقال.

ثانيها الجانب التطبيقي الذي يحوي التحليل الكمي والكيفي لمجاور الدراسة ونتائج العامة المتعلقة بالدراسة.



الجانب

النظري



الإطار المنهجي للدراسة :

- ❖ اشكالية الدراسة.
- ❖ تساؤلات الدراسة.
- ❖ أسباب اختيار الموضوع.
- ❖ أهداف الدراسة.
- ❖ مجال وحدود الدراسة.
- ❖ المدخل النظري.
- ❖ طبيعة الدراسة.
- ❖ منهج الدراسة..
- ❖ عينة الدراسة
- ❖ أدوات الدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تعاظم الاهتمام بالتطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال باعتبارها جوهر السمات الأساسية في عالم الكوكبية والذي فرض آلياته مع أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات على العالم ككل، مما أدى إلى تبلور مجموعة النظم والوسائل الاتصالية الحديثة ذات مزايا غير مسبقة، وقد تجلّى هذا الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال في مناحي الحياة، متوجا قمة التفاعل بين ثورتين أساسيتين هما:

ثورة المعلومات بما تكتسيه من أهمية بالغة في وقتنا الحالي نظرا لما يحدثه من تغييرات بمعدلات متسارعة لها أثر في كل المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية وحتى التربوية، وكذا ثورة الإتصال التي أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال التطور المذهل للوسائل الإتصال وتعدد أساليبه فمن الجائر إنكار أهمية المعلومات في حياتنا أو تجاهل تأثيرها على سير أعمالنا، فقد أصبحت العصب الحيوي في حركة الأمم وتطورها باعتبارها منطلق الحاجة المعرفية ذلك أن الحاجة للمعرفة تبقى المحور الأساسي في مصير الأمم فهي تشكل الرافد الذي يغذي الحاجات الأخرى ومع جمود المعرفة وتوقف نموها في الأمم تواجه هذه الأخيرة نقصانا في حاجتها الأساسية الأخرى فتتخلف عن مسيرة الحياة.

ومن هنا بدأ العالم يأخذ منحاً تطورياً جديداً أساسه العلم والمعرفة حتى القرن الواحد والعشرين الذي يشهد ثورة معرفية كبيرة أساسها وعمادها ووقودها هو المعلومات حيث أصبحت السلاح الذي يوفر لمن يمتلكه قوام القدرة والسيطرة على العالم، بإعتبار أن هذا القرن الجديد هو خلاصة مركزة للتطور والتراكم العلمي والمعلوماتي للتاريخ البشري، وهو ما أكده "إلفين توفلر" حين قال "أن قوة القرن الواحد والعشرين لن تكون في المعايير الإقتصادية أو العسكرية ولكنها تكمن في عنصر المعرفة بعد أن كانت المعرفة مجرد إضافة إلى القوة الأخرى باتت اليوم جوهرها الحقيقي فالقوة العسكرية ترتبط مباشرة بالقدرة التكنولوجية أي المعرفة التي تكتنيزها وعلى عكس العناصر الإقتصادية والعسكرية فإن المعرفة لا حدود لها ولا تنضب

ومما لا شك فيه أن اختيار "إلفين توفلر" لمعيار المعرفة والعلم لم يأت من فراغ فالعلم والمعرفة لا حدود لهما فبقدر ما أغترفنا من نهرهما إزداد عطاؤه لنا، وهكذا فإن الخيار التكنولوجي لم يعد رفاهية أو كمالية ولكن أصبح تحدياً تنموياً في المقام الأول، ولم يعد هناك بديلاً عنه للشعوب والدول النامية التي ترغب في تحقيق طفرة

تنمية في المجالات الاقتصادية و الاجتماعية ،لما تنتجه تكنولوجيا المعلومات من معارف وأدوات تسهم في زيادة الإنتاج والارتقاء .

فعلنا اليوم يتغير باستمرار وعلى وتيرة سريعة للغاية تحت تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمية الحديثة، وهذا أستوجب على الأفراد تعلم تطويع هذه التقنيات الإلكترونية الجديد وفهم لغتها حتى لا يعيشوا غرباء في مجتمع إتخذ لنفسه جملة من المفاهيم والمصطلحات عمل العلماء والمفكرين جاهدا على فهم معانيها والتعريف بها وتبسيطها للتمكن من الإندماج في هذا العصر المعقد.

فمجتمع المعلومات مثلا أو مجتمع المعرفة أصبح من بين المصطلحات الشائعة في وسائل الإعلام الجماهيرية والدوريات العلمية على إعتبارها أنه من الركائز لمفاهيمه التوضيحية للعالم الرقمي ويستخدم المؤلفون هذه المصطلحات للدلالة على مصطلحات أخرى مثل عصر المعلومات والحاسيات عصر الاتصالات وثورة المعلومات الرقمي والإلكتروني وغيرها من المسميات ،وبفعل هذا المجتمع الرقمي صارت المؤسسات الإعلامية تقوم بوظيفة أساسية في المجتمعات المدنية المعاصرة إذ أنها تعمل على توفير المعلومات الأفراد المجتمع ، تأثرت هي الأخرى بالموجة الرقمية العارمة التي اجتاحت معظم دول العالم وإن لم نقل جلها ، ويتضح ذلك جليا من خلال ما أحدثته تطور التكنولوجيا الذي كان لا بد معه وأن تتطور الشبكة والاتصالات الهاتفية بدورها بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الآخرين عن طريق الشبكة ومختلف الهواتف الذكية من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك وبالتالي خلق هذا التطور نوع من المشاركة الاجتماعية الإلكترونية ،والتي تمكن من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت .

لقد أصبحت الاتصالات الهاتفية و شبكات التواصل الاجتماعي، وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية والهواتف الذكية لتوفير قدر مناسب من الخدمات التي تدعم التواصل.

وبذلك رشحت شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية اليوم لتكون بيئة للاتصال و التواصل و شبكة للإعلام متعدد الاتجاهات يشهد تدفق إعلامي قد لا يحتاج إلى شهادات أكاديمية لأداء مهنة الصحفي

بل إلى خبرة إعلامية تصقل فيها ، ليتم تناقل الملايين من الأفكار، المعلومات، الأخبار، الآراء، الصور، الفيديو... الآنية و الجدية، تجعل منها مادة إعلامية جيدة لاستقتها من طرف الوسائل الإعلامية. و اللافت للانتباه هو أنها تساهم اليوم في إمداد المؤسسات الإعلامية المحترفة، فالإعلاميين لم يكتفوا بما يحصلون عليه من الأخبار التي يشهدونها بل بما يوجد به المواطن العادي من خلال دعوة صريحة له بإرسال كل ما يجري حوله عبر شبكات تواصل الاجتماعي ومختلف الهواتف الذكية. وهذا ما يقودنا إلى الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يؤثر استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة على تنمية المهارات والكفاءات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري؟
تساؤلات الفرعية الدراسة:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الصحفي ؟
 - 2- ما هي دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعية؟
 - 3- هل أثر استخدام الصحفي الجزائري للشبكات التواصل الاجتماعية في تنمية مهاراته الإعلامية ؟
 - 4- ما هي عادات وأنماط استخدام الهواتف الذكية لدى الصحفي ؟
 - 5- ما الدوافع الاستخدامات الاتصالية للهواتف الذكية في المجال الصحفي؟
 - 6- كيف يؤثر الاستخدام اليومي للهواتف الذكية على تنمية كفاءات ومهارات الصحفي؟
- 2- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع للبحث ليس بالأمر الهين، بل هو قرار يسبقه الكثير من التمحيص والملاحظات فضلا عن الإطلاع الواسع على كل ماله علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع ، حتى يتسنى للباحث التعرف على الظواهر ومعرفة الجوانب الغامضة التي تستدعي البحث والدراسة ، وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بشخص الباحث أو تكون موضوعية متصلة بموضوع البحث.

ومن الأسباب التي دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع نجد:

❖ الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بدراسة مختلف تكنولوجيات الاتصال الحديثة، والتي توظف فيها العديد من العلوم كعلم الإعلام والاتصال ومختلف التقنيات الإلكترونية.
- الفضول إلى معرفة أثر استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الصحفي الجزائري ومعرفة حقيقة مستواه المهني والاحترافي من خلال استخدامه لهذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة.
- السعي لإثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديدة في علوم الإعلام والاتصال نظرا لحاجتنا الملحة للمزيد من الدراسات الحديثة في موضوع التكنولوجيا وما أحدثته هذه الأخيرة من ظهور وسائل إعلامية جديدة ولعل أبرزها الإعلام الإلكتروني.

❖ الأسباب الموضوعية :

- القفزات السريعة التي عرفتها مختلف الوسائط الإلكترونية خاصة منها الهاتف النقال والانترنت بعد أن أدخل عليها أحدث تقنيات نقل المعلومات وهو ما حول لها أن تنظم إلى قائمة العناصر الأساسية التي تنمي مهارات الصحفي لتشكل بذلك نوعا منفصلا عن العناصر التقليدية التي تعود الإعلامي أن يعتمد عليها لبناء قصة إخبارية.
- بروز انشغالات جديدة في الوسط الإعلامي الجزائري ، فتح مجالا خصبا لدراسات تضع التجربة الإعلامية الجزائرية تحت المجهر ، فتستخرج العلل ومواطن الضعف لتطوير ما يجب أن تطويره وللحاق بالركب الرقمي السريع .
- التحديات الجديدة التي فرضها الإعلام الرقمي على رجال الإعلام في حد ذاتهم إذ أنه فتح الأبواب على مصراعها أمام كل ما هو تقني إلكتروني ، وكل ما هو جديد دون مراعاة لخصوصية أي وسيلة إعلامية على حدى.
- قلة الدراسات التي تتناول توجهات الصحفيين واستخداماتهم لمختلف التقنيات الإلكترونية الحديثة بالجزائر من قبل لأن مختلف الباحثين يتوجهون نحو دراسات الجمهور مستهدفين بذلك القوائم بالاتصال كونه طرف فعال في العملية الاتصالية.
- محاولة تسليط الضوء على واقع شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال واستخدامها من طرف الصحفيين.

3-أهداف الدراسة : الأهداف التي ترمي هذه الدراسة إلى تحقيقها ندرجها فيما يلي:

- ❖ التعرف على أهم تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي يستعين بها الصحفي الجزائري في تنمية مهاراته الفنية و الإعلامية وأهم طرق الحصول على المعلومات الضرورية لصياغة القصص الإخبارية اليومية .
 - ❖ معرفة التغيرات التي طرأت على العمل الإعلامي الجزائري إثر تبنيه لبعض التكنولوجيات الاتصالية الحديثة، خاصة فيما يتعلق بطرق الاستفادة واكتساب آليات ومهارات جديدة في جمع وإنتاج وتوزيع المواد الإعلامية.
 - ❖ معرفة العوامل المتحكمة في استخدام الصحفيين الجزائريين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، والكشف عن الاشباكات المحققة لديهم أثناء استعمالهم لها.
 - ❖ التعرف على درجة تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على بيئة الممارسة الصحفية في الجزائر ومدى انعكاسها على تنمية كفاءات ومهارات التي يتبناها الصحفيين.
 - ❖ تهدف الدراسة في شقها الميداني إلى تقديم صورة عامة عن وضع الصحافة أمام هذه الثورة الهائلة ولاستقصاء آراء عينة من صحفييها وقياس اتجاهاتهم و استخداماتهم لمعرفة مدى مواكبتهم لهذه التكنولوجيات الحديثة.
 - ❖ معرفة أثر التكنولوجيات الاتصالية الحديثة على عمليات التحرير ، الإنتاج ، التوزيع كأهم مهارات يكتسبها الصحفي في مجال عمله .
 - ❖ فهم نوع الاشباكات المحققة لدى الصحفي الجزائري من جراء استعماله لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 3- أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية دراستنا في أهمية موضوعها والمتمثل في "تكنولوجيا الاتصال الحديثة وما تحققة للصحفيين الجزائريين من اشباكات، كما أن الموضوع من المواضيع المصيرية بالنسبة لوسائل الإعلام ، حيث يعنى بدراسة الحالة التي آل إليها الإعلام بعد الدخول القوي الذي سجلته التكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة.

- كما تكمن أهميته في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال وتزيد من مكتسبات الصحفي الجزائري نحو تحولا جذري على مستوى الأداء والكفاءة والخبرة المهنية.

- ما أحدثته شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال من نقلة نوعية في عالم الصحافة والتي تشمل تغييرات جذرية في نوعية المضمون الإعلامي سواء ما تعلق بالتحضير أو الإنتاج أو الإخراج وكذا تأثيرها في تفعيل وتنمية المهارات وكفاءات الإعلامية .

4- مجال وحدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** تم اختيار الإذاعات المحلية الثلاث: (برج بوعريبيج، مسيلة ، سطيف)، مجالا مكانيا لإجراء الدراسة ، ويعود السبب في ذلك لطبيعة الموضوع وسهولة جمع البيانات.
- **الحدود الزمانية:** أجريت الدراسة خلال الموسم الدراسي من العام الجامعي: (2013 -2014).
- **الحدود البشرية:** تكونت عينة الدراسة من (40) صحفي وصحفية بنسبة 100% من عدد الصحفيين الإذاعيين للإذاعات المحلية الثلاث المذكورة سابقة .

5- المدخل النظري للدراسة:

❖ مدخل الممارسة المهنية:

في الإطار المفهوم السابق الإشارة إليه ، يتطلب قيام المؤسسة كمطلب اجتماعي وجود المبدأ أو الفكرة العامة أو الهدف من قيام المؤسسة بجانب البناء الذي يعني في الإطار هذا المفهوم الوسائل المستخدمة¹.

لتحقيق الفكرة ويشمل مفهوم الوسائل المستخدمة الوسائل المادية و الوسائل الإنسانية التي تتمثل في مفهوم القائم بالاتصال فيما يتعلق بالإعداد و الإنتاج الفني للمواد الإعلامية بأنواعها بجانب العاملين في المجالات المساعدة الأخرى و الذين يتعاونون مع القائم بالاتصال في انجاز الأهداف في حدود الأدوار والوظائف التي تحددها المواقع التنظيمية للبناء المؤسساتي، وكما يتأثر المنتج النهائي للمؤسسة المحتوى الإعلامي بالفكرة والمبدأ، فإنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال و خصائصها.

و على الجانب الأخر تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في مؤسسة الإعلامية، وقنوات الاتصال في هذا التنظيم و التأهيل العلمي و المهني ، ثم اتجاهات العلاقة الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة و بين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي "Job satisfaction" ، وتعكس بعد ذلك اتجاهات الممارسة المهنية و مستوياتها

¹ - محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (مصر:عالم الكتاب ،2004)، ص50.

قوة المؤسسة الإعلامية ودورها في المجتمع. وكما أصبحت السياسة الاقتصادية لمؤسسة الإعلام و تفاعلها مع البيئة الاجتماعية و السياسة مداخل أساسية في دراسة هذه المؤسسات ، فان البناءات التنظيمية و علاقات الدور بجانب الممارسة المهنية و الحرفية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى في البحث و الدراسة. الناتج الإعلامي لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة أو السياق الاجتماعي أو الجمهور المتلقين أيضا ، ولكنه يتأثر أيضا بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية و التي تتأثر هي نفسها باتجاهات التنظيم و بنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات. مما يثير البحث في هذه الاتجاهات و العوامل المؤثرة فيها و أثارها في حركة العملية الإعلامية و مخرجاتها.

و لذلك يمكن استشارة العديد من الموضوعات البحث أو المشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدل الممارسة المهنية و التي يمكن تصنيفها في اتجاهين رئيسيين:

❖ الاتجاه الأول:

وصف اتجاهات الممارسة المهنية و مستواها في المجالات الفنية ، و الإدارية و المالية في إطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية في المجالات المذكورة أو الإعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية ، وهذا الوصف هو الذي يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة في مجال المجالات. و يدخل في هذا الاتجاه عدد من البحوث و الدراسات مثل:

- وصف التأهيل العلمي و المهني لهؤلاء الأفراد.¹
- وصف العقائد و الأفكار و المبادئ الخاصة لهؤلاء الأفراد.
- وصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد و الإنتاج بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية.
- وصف الأدوار و المواقع التنظيمية و المراكز في إطار الوصف الكلي للإطار التنظيمي للمؤسسات أو الوسائل الإعلامية.
- وصف الممارسات الإدارية و المالية و اتجاهات صنع القرار في هذه المجالات.²

¹ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص ص(50-51).

² - محمد عبد الحميد: المرجع نفسه، ص ص(53-54).

❖ الاتجاه الثاني:

وصف اتجاهات الممارسة المهنية و مستوياتها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل لداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة المهنية و تأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية. ذلك أن الممارسة المهنية هي محصلة تفاعل عدد من العناصر و العوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة، أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط و القيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية و الأدوار و المراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة. و لذلك يمكن أن يشير هذا الاتجاه البحث عدد من الموضوعات مثل:

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية مستوياتها واتجاهات السياسات المالية و الإدارية.
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية و مستوياتها و مراكز صنع القرار و تأثيراتها و توزيع الأدوار في التنظيم.
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة و مستوياتها واتجاهات السيطرة و الضبط و الرقابة غير المباشرة داخل المؤسسة.
- العلاقة بين الاتجاهات الممارسة المهنية و مستوياتها وعلاقتها بمستوى الرضا الوظيفي بعناصره المتعددة.
- العلاقة بين الاتجاهات الممارسة المهنية و مستوياتها بالمنتج الإعلامي و خصائصه و اتجاهاته الدراسات المقارنة لهذه العلاقات التي تمثل الممارسة المهنية طرفا فيها بين المؤسسات الإعلامية في النظام الإعلامي الواحد أو بين النظم الإعلامية.

وتتميز الدراسة و البحث في إطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من الكثير من العلوم و الدراسات الإنسانية الأخرى مثل الدراسات المالية و الإدارية، و كذلك الدراسات الخاصة بعلم النفس و الاجتماع.¹ خاصة إن العديد من الدراسات الخاصة بمدخل الممارسة المهنية تعتمد بالدرجة الأولى على نظريات الإدارة و السلوك و الاجتماع المهني، التي تفيد كثيرا في إثراء المعارف الخاصة بالعملية الإعلامية في إطارها التطبيقي.²

وسوف تعتمد دراستنا على الاتجاه الثاني المتعلق بصناعة المحتوى الإعلامي، ومدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال على تنمية المهارات الإعلامية والأداء الإعلامي للصحفي الجزائري.

1 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص (53-54).

2 - مرفت الطرايشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006)، ص 231.

وبالمقابل أسندنا دراستنا هذه إلى نظرية الاستخدامات والإشاعات وذلك كونها لموجه الأساسي في مسار عملنا التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا انطلاقا من التراكم المعرفي الحاصل، ووفق موضوعنا: "استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري" كان لازما أن الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشاعات أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة لموضوع الدراسة نظرية الاستخدامات والإشاعات:

1- مفهوم النظرية:

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والإشاعات، فهناك من يطلقون عليه نموذج Model، وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية Theory، وهناك من يطلقون عليه مدخل Approach، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة Utility.¹

ويعد مدخل الاستخدامات والإشاعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشاعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشاعات بالنشاط، والإيجابية والقدرة على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

فهذا النموذج يتعامل مع المتلقي كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء ويفترض أن الأفراد يوظفون الرسالة الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها.² ويرى أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال إذ توجد لديهم دوافع وحاجات تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال.³

إن هذا المدخل يفترض بأن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، فنحن قد نحب أن نستمع إلى

1 - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007)، ص 33.

2 - سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، (عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط 1، 2008)، ص ص(100 - 101).

3 - منى العبد الله، نظريات الاتصال، بيروت: دار النهضة العربية، ط1، 2006)، ص 80.

الراديو ونحن وحيدون ، ونحب أن نشاهد التلفزيون مع أفراد العائلة ، وفي ظروف معينة نفضل قراءة الجريدة وفي ظروف أخرى نفضل عنها قراءة القصة .¹

2- التطور التاريخي لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباع :

في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات ، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة الربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئة تشير إلى شدته أو كثافته ، وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتأدية حاجات معينة في وقت معين ، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتوى ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة و تلبيتها .

ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام أطلق عليه مدخل الاستخدامات والإشباع توسع البحث في إطاره في السبعينيات للوصول إلى نموذج أو نظرية للعلاقة بين الاستخدام والإشباع وكما يرى دينس ماكويل أنه كانت هناك ضرورات لدراسة هذه العلاقة أهمها: صياغة الفروض الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام بجانب مناقشة مفهوم تذوق الإعلام ، وبذلك قدم هذا المدخل بدائل الدراسة العلاقة بين محتوى الإعلام والمتلقين ، وتم تقسيم المحتوى في إطار الوظائف بدلا من مستوى التذوق.

ولأن هذا المدخل يقوم أساسا على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع التعرض إليها من جانب آخر ، فإن كل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تمت صياغتها في إطار الدوافع والحاجات وبين تعرض الفرد وكثافته ، بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب نظريات الدوافع من جانب آخر² ، ورغم الإقبال الشديد من قبل الباحثين على هذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري إلا أن تطورها كان بطيئا وذلك لعاملين أساسيين وهما:

¹ - ملفين ديفلر و ساندار بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ش م م ، ط5 ، 2004)، ص 239.

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ط3 ، 2004)، ص 271 .

❖ سيطرت البحوث التأثير الاتصال الجماهيري قبل وبعد الحرب العالمية الثانية ، ولم تحظ دراسات الاستخدام والإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام كاف .

❖ كانت بحوث الاستخدامات والإشباع في مرحلتها الأولى تفتقر إلى افتراضات نظرية .

وقد نشأ مدخل الاستخدامات والإشباع في أوائل السبعينيات على يد إيليهو كاتز وتطور كما سبق الذكر كبدليل لدراسات التأثير المباشر ، التي أثبتت فشلها وهناك عاملان أسهما في ظهور هذه النظرية :

* توصل علماء الاتصال إلى بنود جديدة فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام طبقا للوظائف التي تؤديها الأفراد ، وقد مرت بحوث الاستخدامات والإشباع في تطورها بثلاث مراحل أساسية:

أولا : المرحلة الأولى لتطوير بحوث الاستخدامات والإشباع :

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينيات من خلال دراسة "لازارس فيلد وستاتون" وأعقبها دراسات "هيرزوج" حول البرامج الهزلية ودوافع الاستماع للراديو والدراما الاجتماعية عام 1944 م حيث توصلت الدراسة إلى تحديد مجموعة من الإشباعات مثل : التعويض ، وتحقيق الرغبات ، والحصول على النصيحة ، وأيضا دراسات " ساشمان" حول دوافع الاستماع للموسيقى الجادة في الراديو وعام 1949م حول نمو اهتمام الأطفال بالمواد الهزلية ودراسات "بيرلسون" حول أسباب قراءة الصحف عام 1949 م.¹

وقد توصل "بيرلسون" إلى مجموعة من الإشباعات تتحقق نتيجة قراءة الصحف ، وهي الحصول على المعلومات ، والحصول على المكانة الاجتماعية والهروب من الروتين اليومي ، وأيضا القراءة كوسيلة للتفاعل الاجتماعي ، وقد اعتمدت تلك الدراسات الرائدة - في مجال الاستخدامات والإشباع - على توجيه الأسئلة المفتوحة للمبحوثين ولم تحاول التعرف على العلاقة النفسية ، والاجتماعية ، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام والتفريق بينها وبين الإشباع الناتجة عن التعرض ، وذلك لأنها كانت في طور النشأة وكانت تفتقر للجانب النظري .

¹ - مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 ،

ثانيا : المرحلة الثانية لتطور بحوث الاستخدامات والإشباعات :

امتدت هذه المرحلة طوال عقدي الخمسينيات والستينيات ، وقد تم الاهتمام في هذه الدراسات بالمتغيرات النفسية والاجتماعية باعتبار أن لها دورا مؤثرا في الاستخدامات والإشباعات ، ومن أبرز هذه الدراسات دراسة " شرام " و " لايل " و " باركر " 1961م حول تأثير استخدامات الأطفال للتلفزيون في مناحي عديدة منها : المقدرة الذهنية والعلاقة بالأقران ، والرغبة في التسلية والرغبة في محاكاة الكبار وكذلك دراسة " وينتروب " حول استخدام المراهقين للراديو ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من الإشباعات منها : تمضية الوقت ، ومعرفة ما يحدث في البيئة ، وزيادة المعلومات ، واتسمت هذه المرحلة الخاصة ببحوث الاستخدامات والإشباعات بالربط بين الصفات النفسية والاجتماعية للجمهور واستخدامات وسائل الإعلام.

ثالثا : المرحلة الثالثة لتطور بحوث الاستخدامات والإشباعات .

تعد هذه المرحلة مرحلة النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات والإشباعات ويرجع تاريخها إلى أوائل السبعينيات خلال الاستفادة من بحوث " كلاير " التي اهتمت بالربط بين دوافع وتوقعات الجمهور، وبين الإشباعات المتحققة ، نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ، وذلك للتوصل إلى فهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري .

من أبرز دراسات هذه المرحلة دراسة كل من " روزنجرين " و " وندهل " 1972 ، والتي تضمنتا العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل : التعويض ، التجارب البديلة ، التفسير التوحد مع المحتوى ، ودراسة " قرينبرج " 1974 ، عن دوافع التعرض للتلفزيون وكذلك دراسة " روين " 1979 لدوافع التعرض الأطفال المراهقين للتلفزيون مما دفع " روزنجرين " وزملائه إلى القول بأن الاستخدامات والإشباعات دخلت مرحلة جديدة ، تتحدد في وجود نظرية قابلة للبناء والاختبار.¹

وتطورت بحوث الاستخدامات والإشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة " ستان فورد " و " بريوميني " و " ريكوميني " و " ويلمان " حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض في حالة التوافق بين الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها ويمكن حصر أهم الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات فيما يلي :

¹ - مرزوق عبد الحكيم العادلي، المرجع السابق، ص ص (111 - 113) .

- 1 - إتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشباع وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة فتعرض الفرد لوسيلة معينة ومضمون معين سيؤدي إلى إشباع معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة.
- 2 - إتجاه يهتم بتأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي.
- 3 - إتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها.¹

3 - فروض نظرية الاستخدامات والإشاعات .

يبني مدخل الاستخدامات والإشاعات على فكرة مفادها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعا لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح في ذلك .

ويقوم، هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، يمكن تلخيصها فيما يلي :

- ❖ أن السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بالإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .
- ❖ يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم ، البحث عن المعلومات لحل مشكلة ما .
- ❖ يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام .

¹ - رضا عبد الوجد أمين، المرجع نفسه ،ص 47.

- ❖ قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال استخدام أفراد وسائل الإعلام .
- ❖ تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته ، فهناك علاقة بين الاتصال الشخصي والجماهيري.
- ❖ حيث أن الطريقة التي تلي بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد.¹
- ❖ افتراض منهجي يقدر بأن الأفراد يملكون قدرة علمية على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة مما يغفل ذاتية أحكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية.²

4-أهداف النظرية:

ويهدف مدخل الاستخدامات والإشاعات إلى تحقيق ثلاثة أغراض أساسية هي:

- محاولة اكتشاف كيفية استخدام الأشخاص لوسائل الاتصال عن طريق الأخذ في الاعتبار أنهم جمهور نشط يستطيع أن يختار وينتقي من بين تلك الوسائل ما يشبع حاجاته وتوقعاته.
- تفسير دوافع التعرض لوسيلة مامن وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث بسبب هذا التعرض.
- التأكد على نتائج استخدامات وسائل الاتصال بغرض تفسير عملية الاتصال الجماهيري.³

5-الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشاعات .

تعرض مدخل الاستخدامات والإشاعات للعديد من الانتقادات بالرغم من أنه أثبت تفوقه في توظيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض إطاره النظري ، وبعض المفاهيم الأخرى بالإضافة لكونه أسلوباً لجمع البيانات دون تحليلها ،ومن هذه الانتقادات :

¹ - رضا عبد الوجد أمين ، المرجع نفسه ، ص (35_36).

² - فضيل ديليو،الاتصال، مفاهيمه و نظرياته ووسائله، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، 2003)،ص 31.

³ ميرفت الطرابيشي ،عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال،(القاهرة: دار العربية،2006)،ص 242 .

- يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات أولها التداخل في كلمة وظيفية Fonction فهو يمكن أن يستخدم بمعنى هدف Purpose أو نتيجة Conséquence أو مطلب Remercîment أو توقع Expectation .
 - أن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب ، وإنما تعمل أيضا بنياية عن جمعيات ومنظمات أخرى ، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع .
 - صعوبة قياس الحاجات Needs مما يجعل عملية استنتاج الإشاعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والاستخدام والإشباع .
 - غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى.¹
 - فالأمر لا يتوقف على الحاجة العقلية ، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل : المركز الاجتماعي للفرد ، والحالة الاقتصادية ، والتعليم .
 - يصف مدخل الاستخدامات والإشاعات الجمهور بالنشاط ، وهذا النشاط مرتبط بالانتقائية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام ، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض آخر لهذا المدخل ، وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية.²
 - تتراوح باستمرار بين خبرة الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعته التفاعلية مع الوسائل ، وهما حدان متناقضان .
 - نفترض بأن الأسلوب تجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي أو العقلاني ، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستعمال هي الموجهة له .
 - تواجه " فلسفة الاستعمالات والرضا " باستمرار قوة تأثير مضمون الاتصال.³
- بالإضافة إلى الانتقادات التي لخصها : دنييس ماكويل وسفين ونداھل كما يلي :

¹ - رضا عبد الوجد أمين، المرجع السابق، ص 45.

² - رضا عبد الوجد أمين، المرجع نفسه، ص ص 45-46.

³ - فضيل دبليو، الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص ص (31-32) .

- يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تخصصه وسائل الإعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه .
- لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا وسيطا أم مستقلا ، وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق إشباعا لهذه الحاجات .
- يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والإشباع.¹
- ومن جانب آخر فإن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلا حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الاتصال أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام... مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على عملية التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات، والفصل تماما بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دفعة والتعرض لأسباب أخرى غير تأثير الحاجات.

6- الرد على الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشاعات :

- تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام ، ومنها :
- أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل: تتمثل في الانتقاء قبل التعرض، والاهتمام أثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد العرض.
- استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعها².
- ولورد على تلك الانتقادات أيضا ظهر باتجاه جديد منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي واهتم بالمقارنة بين دوافع استخدامات وسائل الإعلام وبين أنواع الإشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة ، وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع

¹ - مرفت الطرابشي، المرجع السابق، ص ص (256-257) .

² - رضا عبد الوجد أمين، المرجع السابق، ص 46.

استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات ذلك الوسائل ذاتها عن طبيعة المضامين المثارة في وسائل الإعلام¹.

7 - طبيعة الدراسة:

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الإعلامية الاستكشافية والتي تهدف إلى الوصول لنتائج كشفية وذلك من أجل إدراك الإجابات التي تتضمنها إشكالية البحث ، بعد دراسة أهم المتغيرات التي تحيط بهذه الدراسة حيث سيدرس هذا البحث استخدام الصحفيين الجزائريين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة كمنمي لمهاراته الإعلامية المتعلقة بالتحليل والإنتاج والإخراج بمعنى أننا نهدف إلى معرفة كيف يتعامل الصحفي الجزائري مع هذه تكنولوجيا أي الكشف عن الإشباع المحققة.

ويعرف الدكتور " سمير محمد حسين " الدراسات الاستكشافية بأنها: البحوث التي يهدف الباحث من خلالها إلى الحصول على نتائج كشفية لاكتشاف ظاهرة معينة ، وذلك بتحديد نوع المشكلة قبل دراستها أو المجموعة المعينة بالفروض حول مشكلة محددة بغرض اختبارها.²

8 - منهج الدراسة :

إن اختيار المنهج المراد إتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعتبر من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح باعتبار أن المنهج يسلكه أو يتبعه الباحث للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة بحثه .

ومنهج البحث : هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها .

ونظرا لطبيعة الدراسة، ارتأينا استخدام المنهج المسحي فهو الأنسب لمثل هذه الدراسات الإعلامية الاستكشافية.

المنهج المسحي : يعد المنهج المسحي من أبرز المناهج العلمية المستعملة في الدراسات الاستكشافية حيث يعتمد على تحليل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقا من تحديد المكان والمجال والناس المعنيين بالدراسة وتقوم

¹ - مرفت الطرابيشي، المرجع السابق ، ص 257 .

² - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، سنة غ.م)، ص17.

خصائص هذا المنهج على جمع المعلومات والبيانات التي تساعد على الكشف عن كل الجوانب الخاصة بالظاهرة، ويقوم المنهج المسحي على تناول الظواهر الأخرى ودرجة ارتباطها بالظاهرة محل الدراسة، كما يعتمد على عنصري الوصف والتحليل يربط المتغيرات مع بعضها البعض وكشف العلاقات فيما بينها.¹

ووفقا لما سبق ، فإن المنهج المسحي هو المنهج الملائم لدراستنا حيث وباعتماده استطعنا الوصول إلى كشف البيانات والمعلومات الخاصة بالصحفيين الجزائريين ومختلف تكنولوجيات الاتصالية الحديثة المعتمدة عليها من قلبهم ومعرفة دوافع استخدامهم لهذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة والاشباع المحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام.

9 عينة الدراسة:

لكي تكون الدراسة مقبولة وقابلة للإيجاز، لا بد من تحديد مجتمع البحث الذي نريد معاينته وفحصه والذي يمثل مجموعة من الصحفيين المهنيين في كل من الإذاعات المحلية برج بوعريريج ،مسيلة سطيف، بقصد الحصول على أجوبة عن الأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة.

لهذا يعرف "محمد عبد الحميد" العينة على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".²

وموضوع بحثنا يتعلق: "بتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري" أي توظيف هذه التكنولوجيات في تنمية قدراته ومهاراته الإعلامية، وهذا ما استلزم أن نقوم بتحديد العينة بدقة ، لهذا الغرض قمنا باختيار عينة قصديه من الصحفيين الإذاعيين لكل من الإذاعات المحلية الثلاث ، ونعني بهذا النوع أي " العينة القصدية" الاختيار العمدي و التحكمي ،أي الاختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، ويرى الباحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا وذلك في الاقتصار على العينة العمدية أو التحكمية فقط وتفيد هذه الطريقة في الدراسات التحليلية لذا تعرف العينة العمدية

¹ - محمد شفيق ، البحث العلمي ،الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية،(الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،1998)،صص(93-94).

² - محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،(مصر :عالم الكتاب، 2004)،صص132.

بأنها: " هي اختيار مفردات العينة بطريقة عمدية، طبقا لما يراه الباحث مناسبا من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث.¹

و يمكن تعريف "العينة القصدية" حسب الدكتور محمد عبد الحميد بأنه: "النوع الذي تختار فيها الوحدات أو المفردات بطريقة قصدية، وذلك تبعا لما يراه الباحث من صفات و سمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات ، و تخدم أهداف البحث".²

وبذلك نجد أن هذا التعاريف تتلائم مع العينة التي قمنا باختيارها في إنجاز هذه الدراسة إذ عمدنا إلى اختيار الصحفيين بصفة قصدية على أساس إنتمائهم للمؤسسة الإذاعية وهذا راجع إلى : نوعية الدراسة التي تهدف إلى كشف استخدامات الصحفيين لتكنولوجيات الاتصال الحديثة ، بغية التعرف على كيفية الاستفادة من هذه المستحدثات من زاوية الاستخدام والإشباع بالإضافة إلى محاولة معرفة علاقتها بتنمية مختلف مهاراتهم الإعلامية. و سنعتمد على عينة من 40 مفردة "إعلامي جزائري مهني عامل في مؤسسات الإعلامية الإذاعية" برج بوعرييج ، مسيلة ، سطيف" ، وقد تم تقسيمها على طريقة التساوي في الحصص على النحو التالي:

▪ الإذاعة المحلية بسطيف :10.

▪ الإذاعة المحلية بـبرج بوعرييج:15.

▪ الإذاعة المحلية بالمسيلة:15.

10 – أدوات الدراسة:

بما أننا أتبعنا المنهج المسحي فإن أبرز الأدوات التي تتماشى معه ومع طبيعة الموضوع هي أداة الاستبيان وأداة المقابلة.

¹ - محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام،(القاهرة: عالم الكتب، ط1، 1993)، ص141.

² - محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص132.

10-1- الإستبيان:

الاستبيان: كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك التوضيح والتعريف بهذا الأمر.¹

ويعرف الاستبيان بأنه: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن موضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة".

و يعرف الاستبيان انه: " القائمة التي يضمنها الباحث سلسلة من الأسئلة التي تحضر بعناية لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على حقائق معينة و آراء و مواقف خاصة بالموضوع محل البحث"².

ويعرف الاستبيان في الأوساط العلمية البحثية تحت أسماء عديدة، مثل: الاستقصاء، الاستفتاء الإستبار والاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن سلسلة من الأسئلة التي تقم للمبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية أو في شكل بيانات كيفية تعبر عن مواقف أو آراء المبحوثين من قضية معينة.³

ويعرفه الدكتور " عبد الحميد " على أنه: "أسلوب لجمع البيانات، تستهدف الاستمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقدم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات."⁴

يعتبر الاستقصاء منهجياً، لأنه عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديدي البيانات المطلوبة و تنتهي بالاستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين، بعد استيفاء هذه البيانات فيها ويعتبر

¹ - أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005)، ص 220.

² - رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في علوم الاجتماعية، (الجزائر: دار الهدى، 2007)، ص 219.

³ - أحمد مرسلي، المرجع نفسه، ص 221.

⁴ - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1993)، ص 183.

مقننا لان تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة نمطية، وتوفر كثيرا من الوقت و الجهد والنفقات المبذولة، وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق.

فالاستبيان تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه، و إعادته ثانية. و يتم ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنها (4).

و يعتمد الاستقصاء على استمارة الاستقصاء Questionnaire في جمع المعلومات، و هي عبارة عن شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة. و كما يعتبر من أدوات جمع البيانات شيوعا و استخداما في المنهج المسحي، فإنه يعتبر الأكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين ذلك انه يتميز بالضخامة في العدد والتشتت.

و له العديد من الطرق(البريدي و التليفوني...) ومنها الطريقة التي سوف نعتد عليها في دراستنا حول تكنولوجيا الاتصال الحديثة و أثرها على تحقيق كفاءات ومهارات جديدة للصحفي الجزائري .

وتتضمن الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة 25سؤالا ،موجهة لمجتمع البحث ، وقد تنوعت هذه الأسئلة بين:أسئلة مغلقة بسيطة ، أسئلة مغلقة اختيارية ، أسئلة متعددة الاختيارات وأسئلة مفتوحة، حيث حرصنا على ترتيب هذه الأسئلة ،وتوضيحها وإعطائها الصبغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة غموض أو حرج، وثمة تم عرض الاستمارة على الأستاذة المشرفة وقامت بمراجعتها والتحقق من مدى جاهزية الأسئلة وكذلك تعديل فيها، ثم صياغة الأسئلة الاستمارة في شكلها النهائي وقد تم عرضها على أربعة (04) محكمين :

❖ عبد الرزاق غزال.

❖ سعيداني سلامي.

❖ فوزي علاوة .

❖ بوبكر بوعزيز.

قبل وضعها في شكلها النهائي وبعدها وزعت هذه الاستمارة على عدد محدود من الصحفيين الإذاعيين في ثلاث إذاعات محلية " إذاعة برج بوعريريج ، إذاعة المسيلة "الحضنة" ، إذاعة سطيف " الهضاب".

وتتضمن استمارة الاستبيان من حيث الشكل ثلاثة محاور رئيسية و هي:

- ❖ المحور الأول: البيانات الشخصية .
- ❖ المحور الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنمية المهارات الإعلامية.
- ❖ المحور الثالث: الهواتف المحمولة كأداة في تنمية المهارات الإعلامية.



الفصل الأول :

تكنولوجيات الاتصال الحديثة

- ✓ تمهيد.
- ✓ مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- ✓ مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- ✓ سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- ✓ تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل والجمهور والمجتمع.
- ✓ تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية.
- ✓ مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال.

تمهيد :

شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة و متسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة فإن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحت عنصرا ملازما لكل مظاهر الحياة العصرية ، لذا أصبح الاهتمام بوسائل الإعلام يتزايد ويأخذ أبعادا أكثر عمقا وشمولا وتأثير خاصة من خلال تطور الأدوات والتقنيات الإعلامية الحديثة التي زادت من فاعلية الاتصال الجماهيري لتصبح وسائل الإعلام ميدانا كبيرا ومجالا خصبا للمنافسة وإحراز الجودة والسبق الإعلامي.

أن الأيمان بأهمية هذه التكنولوجية لا يكفي لتكيف خدمات المعلومات، والإعلام لمتطلبات العصر فالمطلوب توفير الخبرة والمعرفة الكافية لمختلف أنواع التكنولوجيا من أجل اختيار الأفضل منها وعلى وفق الحاجة ووضع الخطط الكفيلة بذلك¹.

¹ -Mody ، Firszt World Communication technology in the third wold ، contexte ، p 135.

1- مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

التكنولوجيا: كلمة إغريقية الأصل مؤلفة من جزأين أحدهما "تكنيك" أي الإتقان أو التقنية، والثانية "لوجي" أي العلم أو البحث وتعني علم التقنية من الدقة.¹ وقد عرفت الموسوعة الفلسفية السوفيتية التكنولوجيا بأنها: "مجموع الآلات والآليات والأنظمة، ووسائل السيطرة والتجمع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات 'كل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب'²."

وهذا التعريف حصر التكنولوجيا في مجرد الآلات ووسائل 'على عكس بعض التعاريف التي وسعت مفهوم التكنولوجيا إلى مجموع معارف وتطبيقات علمية، حيث تعرف بأنها: "مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة، والتي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف مناحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية"³.

وهناك تعريف آخر هو: "مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة، أو تقديم خدمة في إطار نظام اجتماعي و اقتصادي معين.

❖ **الاتصال**: تناولت الكثير من الدراسات موضوع الاتصال منذ ظهور هذا المصطلح إلى الآن، وسنحاول الآن تقديم أهم التعاريف التي أحاطت بمفهوم الاتصال.

حيث يرجع أصل كلمة "اتصال" "communication" إلى الكلمة اللاتينية "communis" ومعناها "common" أي "مشترك" أو "عام"، وبالتالي فإن: "الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيئاً أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما".

¹ - حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ،(القاهرة: دار المصرية اللبنانية ، 1994)، 52.

² - محمد الزعي ، التغيير الاجتماعي ، ط1، (القاهرة : دار الطليعة ، 1988)، ص85.

³ - عماد مكاوي ، المرجع السابق، ص92.

أما في اللغة العربية فقد ورد تحديدها في قاموس المحيط ولسان العرب، على أنها مشتقة من "وصل" والذي يعني الصلة و بلوغ الغاية، فوصل الشيء إلى الشيء وصولاً وتوصل إليه أي انتهى إليه وبلغه" ويعني أيضاً "المواصلات والبلاغ"¹.

ويعرف الاتصال اصطلاحاً على أنه: "نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات بالإضافة للتوزيع والتفاوض".

كما يعرفه كارل هوفلند" على أنه: "العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية)، لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)".²، ويرى الباحث "جورج لنبرج" أن كلمة "اتصال" تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر، تعمل كمنبه للسلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز". وتتفق كل التعاريف على اعتبار الاتصال عملية ديناميكية تشتمل على التأثير والتأثر، والذي يظهر من خلال تفاعل مرسل ومستقبل للرسالة.³

ويذهب تشارلين موريس "إلى أن الاتصال: "يتناول أي ظروف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين"، ولكن موريس يقصر الاتصال على: "استخدام الرموز لكي تحقق شيوعاً ومشاركة لها مغزى"، وهو نفس المذهب الذي ذهب إليه سميح حسن، حيث يقول أن الاتصال: "هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشيعوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال⁴ المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات، من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين".

وقد عرف أحمد ماهر الاتصال بأنه: "عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الأخر"⁵.

1 - أسامة الخوالي، القرارات التكنولوجية وأثرها على وسائل الإعلام، (الإسكندرية، دار النهضة العربية، 2000)، ص 41.

2 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص 23.

3 - فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998)، ص 9.

4 - جيهان احمد رشتي 'الأسس العلمية لنظريات الإعلام'، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1978)، ص 50-52.

5 - احمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2000)، ص 24-25.

حيث نستخلص من هذا التعريف أنه اهتم بذكر العناصر الأساسية المشكلة للعملية الاتصالية (مرسل ، رسالة، مستقبل ،وسيلة)، كما وصف العملية بأنها مستمرة ودائرية.

ويرى علماء النفس والاجتماع أن الاتصال بصفة إجمالية : "عملية تبادل للمعاني فيها طرفين مرسل ومستقبل، والتبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين أو أكثر، فأن وقع بين شخصين فأهم يسمونه بالاتصال الفردي الشخصي وهو اتصال بدائي ، وأن وقع بين المرسل وعدد كبير من الأشخاص فأهم يسمونه بالاتصال الجماعي أو الجمعي أو الجماهيري وهو الاتصال المتطور"¹.

وهذا التعريف الأخير يركز على عدد المستقبلين للرسالة ويميز بين نوعين من الاتصال، اتصال شخصي ويكون مباشرة بين المرسل ومستقبل واحد ، واتصال جماهيري يتطلب وسائل جماهيرية كوسيط للاتصال (الصحف ، الراديو ، التلفزيون ، الانترنت)، ويكون مع عدد كبير من المستقبلين.

❖ تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

لتحديد مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة لابد أن نعرض إلى تقديم تعريف تكنولوجيا الاتصال كما يلي:
حيث يرى "روبن ويرنت" أنها: "أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات"². ويلخص هذا التعريف الاتصال في آلات تمكن من توزيع وتخزين واستقبال البيانات وهو نفس المذهب الذي ذهب إليه التعريف الأتي الذي ترى صاحبه أن تكنولوجيا الاتصال: "إلية أو تقنية تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو استقبال أو عرض المعلومات".

وورد تعريفها في المعجم الإعلامي بأنها: "مجملة المعارف والخبرات المتراكمة و المتاحة والأدوات والوسائل المادية و الإدارية والتنظيمية، المستخدمة في جميع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها ، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"³.

وما يلاحظ على هذا التعريف أنه جمع بين النظر إلى تكنولوجيا الاتصال كعلم وتقنية تستخدم لإرسال المعلومات وتوصيلها.

¹ - زهير احدا دن ، مدخل علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1993)، ص 9.

² - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص 24.

³ - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر، 2004)، ص 166.

وتكنولوجيا الاتصال كثيرا ما تتداخل مع مصطلح آخر هو تكنولوجيا المعلومات، لذا ارتأينا أن نقدم تفصيلا عن تكنولوجيا المعلومات.

حيث تعرف "تكنولوجيا المعلومات" بأنها: "عملية جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات واستخدامها، مع الاعتراف بأهمية الإنسان والأهداف التي يضعها والقيم التي يستخدمها في تحديد مدى تحكمه في التكنولوجيا ومساهمته في إثراء حياته"¹.

ويرى "نبيل علي" أن تكنولوجيا الاتصال: "رافد لتكنولوجيا المعلومات"، على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات و المعلومات والمعارف، وأدواتها الأساسية بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته، التي تستهلك طاقته الحاسوبية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلومية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة، أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر، كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات، التي تصل بين كمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحداته الطرفية.

بينما يرى الأستاذ "سعد لبيب" أن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن: "ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، ظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة، وبناء على ما سبق فإنه لا يمكن الفصل الآن بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، وارتبطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وبذلك فقد انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال وتطور كل منهما"².

ويتجه بعض الباحثين والمتخصصين إلى تحديد مفهوم التكنولوجيا الاتصالية وفقا لنظرة شمولية متكاملة متضمنة كلا من مصطلحات التكنولوجيا، المعلومات، المجتمع معا، حيث يرون أن التكنولوجيا وسيلة ضرورية لإنجاز المهام وتيسير تحقيق أهداف الحياة الإنسانية طبقا لقيم كل مجتمع وتلبية رغبات الأفراد. وبما يعني أن تكنولوجيا الاتصال تتضمن جوانب ثقافية وتأثيرات مجتمعية، ولا تقتصر فقط على الجانب التقني.

¹ - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (القاهرة: دار الرحاب، 2005)، ص 141.

² - حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 63.

فالتكنولوجيا هي جزء مكتمل في مصفوفة اجتماعية أكبر. ويرى دكتور اسما حسين حافظ أن تكنولوجيا الاتصال أنها: " تعنى اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها ، سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر ،ونقلها أو بثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية الحاسبة ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد.¹

وتعتبر كلمة " حديثة" التي تضاف إلى تكنولوجيا الاتصال نسبية ،لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع

وعلى المدى الزمني فما هو حديث في زمن معين قدس في زمن آخر، إلا أن اغلب التعاريف تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، هي تلك التكنولوجيات التي تجمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر.

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها : "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الالكترونية"².

وهو الرأي الذي يعرضه "فضيل دليو" في تعريفه لها حيث قال أنها: "تعني أساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر ،ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا"³.

وهناك من وسع مفهومها ليشمل: "الوسائل الالكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي، والذي توج باستخدام الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل والمعلومات، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب وما يتصل به من تقنيات"⁴.

وقد لخص عبد الهادي عثمان تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في: "القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر".

وتكنولوجيا الاتصال الحديثة في هذه الدراسة هي: كل التكنولوجيات المتعلقة بعمليات المعالجة والإنتاج وتبادل المعلومات، والتي تجمع بين ثلاث مجالات تقنية: المعلوماتية، الاتصال والسمعي البصري".

¹ - اسما حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي، (مصر:الدار العربية للنشر والتوزيع، 2005)، ص13.

² - محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، المرجع السابق، ص141.

³ - فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياه، (الجزائر: منشورات جامعة منتوري، د.س.د)، ص147.

⁴ - الموسوعة العلمية الشاملة، www.m3loma.com، (2014/02/23).

1-2- مراحل التطور التكنولوجي للاتصال الحديثة:

أن التطورات التكنولوجية الاتصالية الحديثة قد عملت على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية هذه والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة، حتى أواخر السبعينيات، إذ نشأت علاقات لم يتوقعها احد أو يتصورها، وهي علاقات باتت تربط بين الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات بعيدة .

المدى والمعلوماتية والتداخل المتزايد بين أجهزة الإعلام التي أطلق عليها "نور أومينك" تسمية "التليماتيك" التي تعني التزاوج بين الاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية.

وقد حقق هذا التزاوج نتائج مهمة على الصعيد الإعلامي، وبرزت هذه النتائج التوسع في التغطية الإخبارية وإفادة المجتمع الواضحة من وسائل الاتصال والمعلومات.¹

بداية التكنولوجيا كانت في القرن التاسع عشر، مع ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال، استجابة إلى علاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، فقد أدى التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام، والتوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود، فبرزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، حيث أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لتبلي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي فظهرت العديد من المخترعات الجديدة.

في عام 1934 استطاع العالمان "جارس" و"ويبر" تصميم نظام التلغراف يعمل لمسافات بعيدة وكان في عام 1844م تمكن الأمريكي "صامويل موريس" بمعاونة آخرين من ابتكار نظام جديد للتلغراف باستخدام النقطة.

والشرطة للكود وهو ما عرف "بكود موريس"².

وفي عام 1864 نجح العالم الاسكتلندي "ماكسويل" في وضع نظرية عامة للموجات الكهرومغناطيسية وانتشارها، وقام برجحها على الأوساط العلمية، وفي عام 1887 استطاع العالم الفيزيائي الألماني "هينرش

¹ - حسن رضا نجار، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، (البحرين، منشورات جامعة البحرين، 2009)، ص495.

² - صلاح محمد صلاح، أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي، دراسة تطبيقية ميدانية، (الجامعة الإسلامية، غزة، 2011-2012)، ص 14.

هيرتز" أن يحقق علميا نظرية "ماكسويل" ويثبت أن موجات الراديو لمسافة "60 ميلا وفي نهاية عام 1901 تم ثلاث إشارات خافتة مرسله عبر الأطلنطي بعد أن قطعت رحلتها مسافة تصل إلى 1700 ميل. في عام 1786م اخترع "جراهام بل" التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما نفس تكنولوجيا التلغراف.¹

وتم افتتاح أول سنترال للتليفون في عام 1878.(1)، وفي عام 1877م اخترع "إديسون" جهاز الفونوغراف، وفي عام 1887م تمكن العالم "بلنجر" من ابتكار القصر المسح الذي يستخدم في تسجيل الصوت.²

وفي عام 1890م كآن أول عرض سينمائي في فرنسا، ثم السينما الناطقة في عام 1968، وفي أواخر العشرينات في القرن الماضي بدا التلفزيون في الظهور بالولايات المتحدة الأمريكية، وبلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية عشر محطات تجارية في عام 1946.³

وظهر بعدها التلكس وبدأت أنظمة الاتصالات عبر القارات المتمثلة في الكابل البحري، ثم الأقمار الصناعية وتوظيف أشعة الليزر والألياف البصرية، ثم ظهرت الحاسبات الالكترونية في النصف الثاني من القرن الماضي، وتطورت جيل بعد جيل ودخلت كل مجالات الحياة ومنها المجال الإعلامي.

وقد أدى امتزاج الحاسبات الالكترونية بأكثر من تكنولوجيا اتصالية إلى ظهور شبكات المعلومات المحلية والدولية، والتي تطورت بشكل كبير خلال المرحلة الحالية والتي يطلق عليها "مرحلة تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط"، "التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية" أو مرحلة تكنولوجيا الوسائط المهجنة والمرتكزات الأساسية لنمو هذه المرحلة وتطورها هي الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس المتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي إضافة إلى الألياف الضوئية وأشعة الليزر، والأقمار الصناعية.⁴

¹ - صلاح محمد صلاح ، المرجع نفسه ، ص 15.

² - صلاح محمد صلاح ، المرجع السابق ، ص 16.

³ - ممدوح عبد الهادي عثمان، التكنولوجيا ومدرسة المستقبل: الواقع والمأمول"، (www.edc.gov.sa). (2014/02/23).

⁴ - علم الدين وآخرون ، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، (القاهرة: دار الشروق، 1998)، ص ص (24-27).

وشهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال التطور التكنولوجي الاتصالي ما يتضاءل أمامه ما تحقق في قرون سابقة، من أبرزها ما حصل من اندماج ظاهري تفجر المعلومات وثورة الاتصال التي نتج عنها ما يعرف بشبكة العنكبوتية "الانترنت"¹.

أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة أفرزت نمطا اتصاليا يتميز بسمات تختلف عن الأنماط الاتصالية التقليدية السابقة التي تشمل الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي ثم اتصال الجماهيري .

وهذا النمط الاتصالي أو كما يطلق عليه اسم الاتصال الوسيطي يجمع كلا من سمات الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري وله وسائله الاتصالية الخاصة به التي تضم في داخلها كل أشكال الاتصالات عن بعد وهي الاتصالات السلكية واللاسلكية والتلغراف والهاتف والإذاعة واتصالات الحاسب الالكتروني(البريد الالكتروني) كما يتضمن هذا النمط الاتصالي داخله الاتصالات الاستطلاعية كالإذاعة وعمليات مراقبة البيئة والعباب الفيديو والحاسب الالكتروني ويطلق على هذه الوسائل، وسائل الاتصال الوسيطة . وفي ظل انتشار الأقمار الصناعية بدأت معالم صياغة مجتمع دولي كبير يتعرف كل شخص على أيديولوجيات أخرى وثقافات أخرى وأجناس أخرى ، وقد اتسع نطاق الخدمة الإخبارية عن الإعلام الالكتروني المرئي، إذ أصبح في استطاعت شبكات الإعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه وفي موقعه سواء داخل الدولة أم خارجها².

وهذا الاتساع الإعلامي الإخباري على نحو خاص جاء نتيجة التطور التكنولوجي السريع والذي شمل وسائل الاتصال وأدوات الاتصال والتلقي، فالتكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا الاتصال والإعلام بشكل خاص لا تؤدي دورا حيويا في السيطرة الثقافية فحسب، ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة لمواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في المجال الإعلامي³.

¹ - علم الدين وآخرون، المرجع نفسه، ص 28.

² - صلاح محمد صلاح، المرجع السابق، ص 15.

³ - عبد الجواد سعيد محمد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في الوقائع والمستحدثات، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص

1-3- سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما تلقي بظلالها وتفرض تأثيراتها على وسائل الإعلام.

وابرز هذه السمات التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الحديثة هي:

❖ التفاعلية: (Interactivity):

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين.

وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل. ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر. وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، والتبادل، والتحكم، والمشاركين. ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفازية¹.

❖ اللاجماهيرية:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة ، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها ، ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته².

¹ - حسن رضا نجار، المرجع السابق، ص 497.

² - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني...دراسة تطبيقية ميدانية ، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، 2005 ، ص(261-262).

❖ اللاتزامنية (Asynchronization):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل الرسالة.

❖ قابلية التحرك أو الحركية (Mobilité):

تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى رسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية¹.

❖ قابلية التحويل (Convertibility):

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. وقد ظهرت مقدماته في نظام المينيثال "Minitel" الفرنسي، فالحدود أو الفوارق أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض، قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقة إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الاسطوانات المدججة على الرغم من اختلافها في الشكل².

❖ قابلية التوصيل والتركيب (Connectivity):

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية عن أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من

¹ - محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، (الجزائر: دار الهدى، 2006)، ص 25.

² - محمود علم الدين، المرجع السابق، ص 177.

صنع شركة "إيستون" "Eston"، والديمو(المحلل) من صنع شركة "ناكست ويف"، والرأس من صنع شركة "شارب" "sharp"¹.

❖ الشبوع أو الانتشار (Ubiquity):

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التلفون والفاكسميل و جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية. وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية ككلها، وفي رأي (ألن توفلر) أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل - لا ليقصي - من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها².

❖ الكونية (Globalization):

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً. عبر الحدود الدولية حيثة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم³.

1-4-1- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل ، الجمهور والمجتمع:

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على الاتصال الجماهيري وعلى وسائله ويمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على وسائل الاتصال وعلى الجمهور والمجتمع وفي الجوانب الآتية:

1-4-1-1- التأثيرات على وسائل الاتصال: ويمكن حصرها في:

❖ أن التكنولوجيا الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الاتصال الذاتي مثلاً

كانت الوسائل هي : تدوين الملاحظات ،المذكرات الشخصية ... الخ

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، (المرجع نفسه)، ص(262-263).

² - محمود علم الدين، المرجع السابق، ص ص (179.180).

³ - محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، المرجع السابق، ص25

- ❖ أما المستحدثات التكنولوجية فهي: الأشرطة المسموعة ، الحاسبات الالكترونية الخ ، وعلى مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل هي: الجريدة ، الراديو ، التلفزيون . أما الآن فنجد التلفزيون بالاشتراك ، أنظمة المعلومات الرقمية ، الكتاب الالكتروني.... الخ¹.
 - ❖ أن الشكل أو النمط الإنتاجي العام والمسيطر الذي كأن يميز التطورات التكنولوجية السابقة هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسع من مصادر مركزية محددة إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمانية ومكانية ، بينما النمط الحالي للاتصال الجماهيري يتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة محددة جغرافيا من خلال مراكز إقليمية مختلفة بين الأطراف .
 - ❖ أن الحدود أو الفروق التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال بعضها والبعض الآخر في طريقه للزوال ، ولم تعد الحدود بين الأنماط المختلفة والمتنوعة من الوسائل الاتصال حادة جدا كما كان من قبل ، فالأفلام السينمائية نجدها الآن متاحة للعرض في دور السينما على شاشات التلفزيون على أشرطة كاست².
 - ❖ أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني كأن لها آثارها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة .
 - ❖ أن وسائل الاتصال الجماهيري قد أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي ، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال.
- 1-4-2-التأثيرات على الجمهور :** يلاحظ أن تطور وسائل الاتصال الجماهيرية قد صاحبه أيضا نمو وتطور الجمهور معها، ويمكن تحديد تأثيرات ثورة الاتصال الراهنة على الجمهور في الجوانب التالية:
- ❖ تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الأفراد .
 - ❖ أن هذه التكنولوجيات الاتصالية الراهنة تتسم بسمة أساسية وجديدة في الوقت نفسه على عالم صناعة الاتصال وهي التفاعل بين المستقبل والمرسل ، و إمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية وهذا يعطي للمستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال ، مما يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كما وكيفا من خلال الانتقاء والاختبار.

¹ - محمود علم الدين ، المرجع نفسه ، ص 179.

² - محمود علم الدين ، المرجع نفسه ، ص ص (189-190).

❖ ونتيجة لتلك الانتقائية التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير سارة أو مزعجة أو جادة ومتوترة وليست مسلية ، وزيادة عمليات الإدراك الانتقائي والتعرض الانتقائي.

❖ أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال كأن لها تأثيرها على عادات استخدام الجمهور للاتصال.

1-4-3- تأثيرها على المجتمع: وتظهر التأثيرات الاجتماعية عند استخدامها لحل المشكلات الاجتماعية والإنسانية ، كالأستعانة بها في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية واستحداثها لوظائف جديدة في العمل ، كما اعتبرت مسؤولية عن ارتفاع مستوى المعيشة وذلك نتيجة لإنجاز المهام المتعبة ولململة ، وبصفة عامة رفعت من مستوى جودة أداء الأعمال الحياتية¹. كما برزت تأثيراتها بشدة على مجالي الخصوصية والجانب النفسي الاجتماعي .

❖ **الخصوصية:** أن الخصوصية حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات تخصهم ، ولكن وبعد ربط الحاسوب بشبكة الانترنت أصبح من السهل الكشف عن أي شخص وفي أي وقت كأن نتيجة هذا الأمر أبدى الكثير من الأفراد قلقهم ومخاوفهم.

خاصة بالنسبة للأمور المرتبطة بالمعاملات المالية والسجلات الإجرامية والصحية لتتأججها الوخيمة على حياتهم ومستقبلهم المهني ، إلا أن هذه القضايا المتعلقة باختراق حق الخصوصية تنتشر أكثر في الدول المتقدمة لامتلاكها وحيازتها على إعداد هائلة من الحواسيب وشبكات الانترنت².

❖ **الجانب النفسي والاجتماعي:** يتوقع علماء الاجتماع أن التزاوج بين الحاسوب وشبكة الانترنت سيؤدي إلى عزلة نفسية واجتماعية للأفراد ، وقد برزت هذه المشكلة بعد أن أصبحت عملية الاتصال تتم داخل المنزل بمعنى لقاء الكتروني ، أو ما يسمى أيضا الاتصال الافتراضي دون اللقاء المباشر المعروف ، بناء على ذلك قلت عدد الصداقات وأصبح الأفراد يعانون ضغوطا كثيرة في حياتهم ويشعرون بالعزلة والاكتئاب³.

¹ - محمود علم الدين ، المرجع السابق ، ص ص (174-176).

² - عماد عبد الوهاب الصباغ ، الحاسوب في إدارة الأعمال ، (عمان : دار الثقافة² 1996) ، ص ص (380-382).

³ - شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الاتصال .. المخاطر والتأثيرات الاجتماعية ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2000) ، ص ص (185-187).

1-5- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة الصحفية:

أثرت التكنولوجيات الاتصال الحديثة المختلفة على الصحافة بشكل مباشر وغير مباشر في كافة عمليات الإنتاج الصحفي من جمع المعلومات والتصميم والإخراج والتحرير وصولاً إلى عملية الطباعة والتوزيع ، وهذه الجوانب التي أثرت فيها التكنولوجيا الحديثة انعكس بشكل تلقائي على عمليات التحرير والإنتاج والتوزيع ، والتعرف على أهم أوجه الاستفادة من المبتكرات التكنولوجية واستخداماتها المتطورة ، وذلك بالنسبة لمختلف الجوانب والمراحل التي يمر بها النشاط الصحفي تمثله في كل من:

✓ جمع واستقاء المعلومات الصحفية وتراسلها مع الصحيفة.

✓ حفظ وتخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها.

✓ إنتاج ومعالجة المواد الصحفية .

✓ تغطية المواد الصحفية.

✓ نشر المواد والمعلومات الصحفية ونقلها أو تبادلها¹.

1-5-1- تكنولوجيا جمع المادة الصحفية وإرسالها إلى مقر الصحيفة:

تطورت الصحافة مرحلياً في مجال استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة .

وحيث تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية استخدام الانترنت بوجه خاص بالنسبة للصحف ، وبرزت بالتالي في القاموس الصحفي مصطلحات : الصحافة الاليكترونية ، والجماعات الإخبارية ، والقوائم البريدية ، والصحفي الرقمي.... ونحوها.

ومنذ مدة مضت أخذت أجهزة الكمبيوتر والانترنت تتزايد بشكل مكثف وتدخل غرف الأخبار في الصحف لاستخدامها في التحرير وجمع المعلومات والتغطية والاتصالات الصحفية والجمع الاليكتروني، ومن ثم فإن الانترنت والحاسبات وأنظمة الاتصال الهاتفي والفاكس قد أتاحت أمام الصحفيين الوصول إلى كم كبير من المعلومات ، ومن مصادر متعددة وفي أسرع وقت . كما وأن تقدم وسائل الترجمة الاليكترونية قد ساعدت في إثراء العملية الصحفية وتوفير المعلومات وتبادلها.

¹ - اسما حسين حافظ ،تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصرنا لفضاء الاليكتروني المعلوماتي والرقمي ،(مصر:دار العربية للنشر والتوزيع،2005)، ص89.

وعلى مسار التطور فقد أمكن التوصل إلى تقنية "الحاسب الاليكتروني المحمول" عام 1990. ويتمثل في حاسب صغير متنقل يصلح خصيصا للصحفيين ، وحيث لا يحتاج إلى تيار كهربائي نظرا لتزويده ببطارية لتشغيله¹.

ومن جهة أخرى فقد استحدثت المفكرة الاليكترونية ذات الهاتف النقال والحاسب الاليكتروني النقال واللاسلكي، وتعرف بجهاز "الاتصالات الشخصية" أو "المساعد الشخصي الاليكتروني"² ومن أهم إمكانيات استخدامه في الكتابة على حيز من شاشاته ، والقيام بترجمة الرسائل الخطية إلى خط الآلة الكاتبة ، وتخزين المعلومات في ذاكرته لاستدعائها عند الحاجة .

وتسمح الحاسبات الاليكترونية المحمولة باليد بتبادل البيانات مع الأجهزة المكتبية وتسجيل الصوت وتلقي المعلومات و البيانات ، مع إتاحة إمكانية الدخول على صفحات الشبكة العنكبوتية العالمية على شبكة الانترنت.

ونصل مما سبق إلى أن تكنولوجيا الانترنت أتاحت للمحور الصحفي وهو في موقع الحدث إمكانية الاتصال بمقر الصحيفة وبشبكات وقواعد البيانات والمعلومات ، بالاستفادة من الشبكة كوسيط للاتصال والتفاعل ، وبما أدى إلى إضافة ضغط مهني جديد على الصحفيين³.

حيث أصبح عليهم اكتساب مهارات البحث المتطور عن المعلومات والتعامل مع الأجهزة والكاميرا الرقمية وبرامج الانترنت والكمبيوتر ، والاستفادة بشكل عام من تكنولوجيا الانترنت كوسيط للاتصال بالمصادر الصحفية وبمقر الصحيفة⁴.

1-5-2- تكنولوجيا التوثيق الصحفي (تخزين المعلومات واسترجاعها):

وقد شهد هذا المجال بدوره تطورا جذريا في الأسلوب والآليات المستخدمة، حيث بدأت بالتحول من مجرد مجموعة من الملفات المليئة بالقصاصات والصور الفوتوغرافية والرسوم والأكليشيئات ، إلى استعمال المصغرات الفيلمية (الميكرو فيلم والميكرو فيش) حتى وصلنا إلى استعمال الحاسبات الاليكترونية في عمليات التخزين والاسترجاع ، واستدعى هذا أنشاء فهارس الكترونية وكشافات ، وبحيث أصبح من الممكن تخزين إعداد

¹ - شريف درويش اللبان، المرجع السابق، 187.

² - سعيد يس عامر، علي محمد عبد الوهاب : الفكر المعاصر في التنظيم و الادارة ، ط2، (القاهرة : مركز وايد سير قيس ، 1998)، ص 37.

³ - اسما حسين حافظ، المرجع نفسه ، ص 90.

⁴ - السيد بخيت ، المرجع السابق، ص 26.

الجريدة كلها خلال عام على اسطوانة مدججة وقرص مدمج ، وتتحه نظم الأرشفة الالكترونية للصحيفة الى التكامل مع عمليات التحرير الصحفي ، بحيث تتيح للصحفي استخدام شاشة عرض واحدة لحاسب الكتروني متصله بالأرشيف والمكتبة¹ .

وقد تطورت خدمات تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها بشكل كبير، خاصة مع ازدهار وتطور عملية النشر الفوري ، حيث أتاحت الأخيرة إمكانات جديدة أكثر فعالية من الخدمات التقليدية السابقة هما القدرة على البحث والتجول بجرية والحصول على نتائج بسرعة ودقة عالية ، إلى إثراء الأرشيف الالكتروني وتنوع مصادره ومعلوماته ، حيث تضم إشكالا مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية ولقطات الفيديو ، والصور، إلى جانب المواد النصية ، بما يحقق نوعا من التكامل والثراء في عرض المعلومات ، هذا بالإضافة إلى تضخم حجم المواد التي يمكن حفظها واسترجاعها ، مقارنة بالأرشيف التقليدي ، الأمر الذي يساعد على التغلب على مشكلة المساحة المحدودة التي تعنيها نظم المعلومات والأرشيف التقليدي² .

1-5-3- تكنولوجيا إنتاج ومعالجة المعلومات الصحفية :

تصاعدت أهمية الثورات التكنولوجية في مجال عمليات معالجة المعلومات ،الصحفية وإنتاجها ، وتطورت الاستخدامات لشبكة الانترنت صحفيا .

حتى أضحت الصحيفة حاليا مجموعة من خلايا اليكترونية تدار وتوجه بواسطة الحاسبات الاليكترونية ، إضافة إلى الاستعانة بأشعة الليزر والألياف البصرية، ويشهد على ذلك ظواهر عديدة يمكن رصد أهمها في كل من : اتجاه الصحف ومنذ حوالي الستينيات في القرن العشرين إلى استخدام أنظمة "الجمع الاليكتروني"، لتشمل بذلك بداية تحول إلى استخدامها " الأنظمة الرقمية".

وفي ذلك يمكن القول أنه مع إدخال الحاسبات الاليكترونية في مجال صف المعلومات الصحفية (المواد أو المحتوى) فقد ازدادت الكفاءة والسرعة كما وكيفا بشكل يفوق التصور. بجانب كفاءة تخزين المواد الصحفية وعمليات تصحيحها وتعديلها بالإضافة أو الحذف .وهذا كله عن طريق تحكم الحاسب الآلي ، وبما يمثل مزية

¹ - محمود علم الدين ، المرجع السابق، ص 219.

² - احمد ،هند ،تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة ، رسالة دكتوراه،(القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام ، 2007)، ص 237.

كبرى لصناعة الصحف حيث أمكن الاستعانة بقدرة آلة الجمع التصويري، التي تفوق بكثير مقدرة الجمع على الآلة السطرية¹.

وفيما يختص بالمواد الصحفية المصورة، فقد أتاحت التكنولوجيا المتقدمة والمتطورة إمكانيات إدخال النصوص المصورة من صور فوتوغرافية ورسوم، إلى الحاسب الاليكتروني عن طريق ماسح ضوئي "scanner" بحيث تدخل إلى الماكيت مع المواد المكتوبة إلى الشاشة، على شاشة الحاسب، وبالتالي توزيع المواد علي الصفحات، وتوزيع المادة الخاصة بكل صفحة من حيث المحتوي أو المضمون والعناوين والصور والرسوم والجداول والفواصل... وتحديد الحجم والموقع والاتجاه على آلة الجمع الاليكتروني ذاتها، بجانب المادة الإعلامية التي قد تكون مصاحبة لذلك.

وبهذا النحو تدمج عمليات المونتاج مع الإخراج الصحفي في ذات الوقت على شاشة الحاسب الاليكتروني. أيضا استحداث جهاز الفيديو جراف "videograph" الذي يمكن استخدامه في تحويل صور الفيديو من على الشاشة التلفاز إلى صور فوتوغرافية تدخل على الحاسب الاليكتروني. الأمر الذي ينطوي علي تحول جوهري وتغير مضاف إلى تقنيات عمل المصور الصحفي ومصادر الصورة الصحفية².

1-5-4- تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتغطية المواد الصحفية:

يمكن رصد أهمها في كل من:

التغطية الصحفية الفورية: "Fersh and Updated Coverage"

حيث تتعدد المواقع الصحفية والمصادر التي تبث إخبارها بشكل فوري متجدد على الشبكة، مما يتيح للصحفيين والصحف الحصول على المعلومات في لحظة وقوعها، إلى جانب خدمة توفير المعلومات عن الأخبار المفاجئة "Breaking News" التي تقدمها بعض المواقع.

التغطية الصحفية الحية: "Live Coverage"

وتتاح من خلال ما توفره الانترنت من تقديم تغطية للإحداث من مكان أو موقع الحدث، لحظة وقوعه. وكذلك إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية على الهواء مباشرة عن بعد. وتبذل الشركات المتخصصة جهودها لتطوير تقنيات البث الصحفي الحي علي الانترنت³.

¹ - السيد بجيت، المرجع نفسه، ص 23.

² - محمود علم الدين، المرجع السابق، ص 253.

³ - اسما حسين حافظ، المرجع السابق، ص 95.

التغطية الصحفية الممتدة والمتعمقة: "In-depth Coverage"

وتتم عن طريق المواقع والمصادر الصحفية التي تتسم بثراء تناولها لموضوعات بذاتها بطرق متنوعة مما يسمح بتعرف على أبعادها الجذرية وخلفياتها المتعددة. وأيضاً عن طريق الروابط "Links" الخاصة بالشبكة ، والتي تحيل الصحفي على مصادر ووثائق وإحصاءات ومعلومات أو بيانات تفصيلية تزيد معرفته بالموضوع الذي يعالجه ويغطيه... الخ ، هذا فضلاً عن المصادر المساعدة: من موسوعات ومراجع ومعاجم وقواعد وقوائم معلومات متنوعة .

التغطية الصحفية التفاعلية: "Interactive Coverage"

وهي تتيح إمكانيات التفاعل الايجابي بين الصحفيين والقراء ، وتسهم في توسيع فرص المشاركة الايجابية للمتلقين في العملية الصحفية وخاصة بالاستعانة بخدمة البريد الالكتروني ، حيث أدت الصحافة الالكترونية الحديثة إلى جعل بؤرة الاهتمام أو السيادة للقارئ ، بنظر إلى أنه صار بمقدوره الاتصال والرد على ما ينشر من معلومات وآراء وأفكار.

التغطية الصحفية الرقمية "Digital Coverage"

وتتوفر من خلال ما تقدمه الانترنت من مواد صحفية عديدة ، بما في ذلك الصور والرسوم والبيانات بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري ، دون حاجة إلى إعادة إنتاجه ، كما يمكن تخزين تلك المواد الصحفية الرقمية وإعادة استرجاعها في أي وقت بسهولة وسرعة فائقة .

التغطية الصحفية متعددة الوسائط : "Multimedia Coverage"

وتعتمد على ما توفره الانترنت من وسائل تفاعلية متعددة ومتنوعة ، تجعل للصحفيين سمة التميز ، مثل : الألوان والجرافيكس واللقطات المصورة المتحركة ، فضلاً عن إتاحة إمكانيات زيادة القدرة على التحكم في طريقة عرض المواد الصحفية واستخدام وسائل الإبراز من ابناءط وأحجام وخطوط وخلفيات أو ظلال ومساحات..... الخ ، ونحوه وبما يزيد معه اجتذاب القراء وتعميق صلتهم بالصحافة الحديثة .

التغطية الصحفية الذاتية: "Self duty Coverage"

وتعتمد على توفر القدرة لدى الصحفي - باستخدام الانترنت والحساب الشخصي المحمول وغيره - على ممارسة مفردات العمل الصحفي وحده وبنفسه . واكتسابه مهارات اختيار الموضوع وجمع بياناته والاتصال بمصادره والمعالجة التحليلية ثم كتابة بل ونشره .

التغطية الصحفية المستمرة: "Continuing Coverage"

بمعنى إتاحة تغطية الأحداث والأخبار والمعلومات بنحو مستمر على مدار ساعات الليل والنهار ، حيث لا يتوقف العمل الصحفي على الانترنت .وبما يزيد مساحة المقروئية وفرص التعرض للمواد الصحفية .لاسيما وأن تلك التغطية تتيح تجديد المواد بشكل مستمر ومثير للاهتمام ، إلى جانب السرعة وملاحقة الأحداث في التغطية.

استجماعا لكل ما سبق نصل الى أن التقدم التكنولوجي الاتصالي الحديث يفرض على الصحافة المعاصرة التوجه إلى مساهمة التطور في ضوء الإمكانيات ولاستخدامات المتاحة . وذلك في إطار تحقيق تغطية صحفية أفضل يمكن وصفها بالتغطية المتكاملة "Comprehensive cov" أو التغطية الإخبارية اللامحدودة "Infin News Hole Cov" بالنظر الى توافر معلومات ومساحة أو مواقع لا محدودة على الانترنت تسمح بتغطية متكاملة للأحداث بإمكان الصحفي القيام بها .حتى دون ما انتقال من موقع عمله أو مغادرة المكان¹.

1-5-6- تكنولوجيا نقل الصحيفة وتبادلها ونشرها:

وقد أسهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إنتاج المعلومات الصحفية ونشرها وتبادلها في مكان الإصدار أو في أكثر من مكان على أوسيط أو أي وسائط أخرى بديلة ، وقد رصد الباحثين عددا من التطبيقات المطلقة بإنتاج المعلومات الصحفية ونشرها وتشغيلها وتشمل الآن مايلي:

• الطباعات الإقليمية والدولية من الصحيفة:

وذلك من خلال نقل طباعات كاملة من الصحيفة أي صفحاتها الكاملة من مكان لآخر مما يمكن معه طباعتها في أكثر من مكان في الوقت نفسه ومخرجها أو منتجها هو نسخ مطبوعة من الصحيفة ، ونقل صفحات طبعة كاملة من الجريدة في أكثر من جريدة من مكان لآخر أو لعدة أماكن عن طريق توظيف أجهزة الحاسبات الالكترونية ، الهاتف ، الفاكسميل ، الأقمار الصناعية بين مقر الجريدة ووحداتها الطباعة داخل البلد الواحد وخارجه لإرسال الصفحات من مكان واستقبالها من مكان آخر أو عدة أماكن² . الأمر الذي يترتب عليه كثير من الفوائد للمؤسسات أهمها:

¹ - السيد بخيت ، المرجع السابق ، ص ص (28-29).

² - محمود علم الدين ، المرجع السابق ، ص ص (230-231).

- 1- توفير الزمن الذي يستغرقه نقل الصحف من مركزها الرئيسي إلى أماكن التوزيع على المستويين الداخلي (محليا أو إقليميا) والخارجي (دوليا).
- 2- سرعة وصول الأخبار المطبوعة إلى القارئ في أي جهة ، بنحو مكن الصحافة التقليدية من مواجهة منافسة وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى بقدر ما – يميزها من سرعة وانتشار – كالتلفاز والإذاعة
- 3- تنشيط الصحافة الإقليمية ، وتحقيق زيادة انتشارها ، بالاهتمام بإضافة مواد خبرية وإعلانية محلية في بعض الصفحات لطبعات الدولية والإقليمية من الصحف .
- 4- التقليل من نسبة المرتجعات من الصحف والتي تمثل مشكلة للدور والمؤسسات الصحفية من المشكلات الاقتصادية ، مما يسمح بإمكانية تحديد كميات النسخ تبعا لاحتياجات التوزيع¹.

• ظهور النصوص المتلفزة:

والنصوص المتلفزة هي إحدى أشكال النشر الإلكتروني الذي يهدف إلى إحلال المادة التي تنتج اليكترونيا وتعرض على شاشة تلفزيونية مزودة بجهاز خاص (محمول أو معدل) Decoder . محل المادة التي تنشر في شكل مطبوعات ورقية، ويتسع إمكانية هذا الاستخدام لتشمل بث النصوص والرسوم عبر قنوات الكترونية مثل الراديو، الهاتف العام ، خطوط الهاتف الخاصة ، التلفزيون السلكي (Cable-TV). ويمثل هذا الشكل أعلى مراحل صناعة النشر حيث يحول جوهرها من نشر مطبوع الى نشر مرئي على شاشات تلفزيونية ممثلا في تصميمه الأساسي عملية إدراج للنصوص المكتوبة والمرسومة على وحدة مرئية ، وتعدد تسمياته المهنية والتجارية فيطلق عليه أنظمة الاتصال المنزلي الإلكتروني (بنوك المعلومات التلفزيونية) "خدمة النصوص المتلفزة" "أنظمة الفيديو تكس" ولكن ابرز ما يتسم به أنه نظام للنشر الإلكتروني يكون على تقديم خدمة استرجاع للمعلومات تستخدم جهاز التلفزيون و يسمح للأفراد الحصول على معلومات حسب الطلب عن طريق خدمة مركزية بالحاسب الإلكتروني أو بنك المعلومات ويعتمد في بعض نوعياته على وضع نهاية طرفيه لحاسب الكتروني ذات اتجاهين مرتبطة بشاشة عرض تلفزيوني وتسمح نظير اشتراك بأن يستدعي الشخص الأخبار أو الموضوعات أو الإعلانات أو أي معلومات أخرى بمجرد لمس أزرار المفاتيح واعتماد الأساسي في العرض على الطباعة الإلكترونية للمتن أو النص ، إمكانية القراءة على شاشة تلفزيونية².

¹ - اسما حسين حافظ، المرجع السابق ، صص(103-104).

² - محمود علم الدين و عبد الحسيب محمد ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال،(القاهرة: دار الشروق ، 1997)ص19

• نشر الصحف عبر الأنترنت وشاشات الحاسبات الاللكترونية:

ويمثل ذلك استحداثا جديدا أفضي إلى تخلي الجرائد والمجلات تماما عن شكلها الورقي المطبوع إلى شكل صحف اليكترونية ، وليست مجرد طبعات دولية أو إقليمية ، أو نشرها وظهورها على شاشات جهاز التلفزيون. وانطلاقا من الثورة التي أحدثتها الانترنت اتصاليا ومعلوماتيا ، فقد اتيح للصحافة الإفادة من خدمات الشبكة على تعددها وتنوعها¹.

وقد أتاحت شبكة الانترنت بما توفره من مقومات اتصالية للصحف إمكانية الاستفادة منها كوسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين من خلال خدمة البريد الالكتروني ، التي تساعد على استقبال رسائلهم المكتوبة والمصورة والمرسومة ، والاتصال بمصادر صحفية مختلفة وتلقي موادهم الصحفية ، بدءا من خدمات البريد الالكتروني وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة².

ويمكن إجمال تأثير الانترنت على الصحافة المكتوبة ، هو ذلك التغير الذي طرا على العمل الصحفي بصفة عامة، ولم يعد الاهتمام منصبا فقط على إصدار الصحف وتوزيعها ، بل امتد إلى الشكل ، فالانترنت كشفت عن تحديات جديدة للصحافة المكتوبة ، ومن المتوقع أن تقودها نحو ثورة عميقة في تطبيقات الصحافة في مختلف مراحل العملية وخاصة في مجال العرض والإخراج ، كما جعلت الانترنت العديد من الصحف تتجه إلى أنشاء مواقع لها على الشبكة³.

وبالتالي تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف لن تقضي على الصحيفة الورقية أو على أية مؤسسة إعلامية أخرى، وإنما ستقدم خدمات جليلة للإعلام والاتصال ولمختلف المؤسسات الإعلامية في مختلف مستوياتها الإنتاجية والتحريرية والتوزيعية وحتى الإدارية ، فالعملية هي عملية تكامل وتحقيق الجودة العالية أكثر منها عملية تنافس أو القضاء على الأخر.

¹ - اسما حسين حافظ ، المرجع السابق ، ص 106.

² - محمود علم الدين ، المرجع السابق ، ص 252.

³ - محمد شطاح ، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا ، دراسات في الوسائل ،(الجزائر : دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2006)، ص 119.

1-6-1- مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

❖ مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

- ✓ تعمل على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال ، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر.
 - ✓ قامت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من الحد من استهلاك اطمأن الورق خصوصا بعد ظهور الكتاب الالكتروني والصحيفة الالكترونية .
 - ✓ تقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية.
 - ✓ زادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من حجم المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي ، إضافة إلى أن عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي أنسأن هذا العصر.
 - ✓ ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية¹.
 - ✓ السرعة الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات ، فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة.
 - ✓ أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث وزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.
 - ✓ وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها، كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.
 - ✓ أتاحت "ثورة الاتصال" للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيات ، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج².
- على الرغم من هذه المزايا إلا أن للتكنولوجيا الاتصال الحديثة تظل أسيرة مشكلات وسلبيات مختلفة يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب ، المرجع السابق ، ص 265.

² - عبد الباسط محمد عبد الوهاب ، المرجع السابق ، ص ص (265-267).

- ✓ كون أن هذه التكنولوجيات اقل اجتماعية وعاطفية وحميمية .
- ✓ بالرغم ماقدمته تكنولوجيات الاتصال الحديثة من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية ، فليس هناك ضمان بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير .
- ✓ أن التفتيت أو اللاجماهيرية تؤدي إلى انقسام الجمهور العريض الواحد على عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع.
- ✓ تكنولوجيا الاتصال الحديثة من شأنها أن تنتهك خصوصياتنا وتتلصص على ما يحدث داخل منازلنا كما أنها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها .
- ✓ الغزو الثقافي والمعرفي وانهمار القيم وعادات الشعوب¹ .

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب ، المرجع نفسه، ص ص (268-269).

خلاصة :

أن هذا التطور السحري لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، تعبر بدقة عن المسار التطوري للتقانة والعلوم التي أدت إلى جعل العالم آلة من الممكن الاطلاع على تفاصيلها بزرارات وشاشات ورموز، تؤدي إلى فتح المجال على مختلف الميادين بشكل عام، والميدان الإعلامي بشكل خاص، وتحقيق كل ما يحتاجه الفرد في أي مكان مع تجاوز كل الحدود المكانية والزمنية.



الفصل الثاني :

شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنمية المهارات الإعلامية

❖ تمهيد

❖ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

❖ نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

❖ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

❖ أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

❖ أشهر شبكات التواصل الاجتماعي

❖ التطبيقات الإعلامية لشبكات

التواصل الاجتماعي

❖ خلاصة

تمهيد:

في مطلع 2011 أصبح في العالم نحو 1.5 مليار مستخدم لشبكة الانترنت يرسلون يومياً نحو 2 مليار رسالة بريد الكتروني ، أن 90٪ منهم أي حوالي 940 مليون يتواجدون بشكل مستمر على شبكات التواصل الاجتماعية ، وأن 72٪ منهم يتواجدون في أكثر من شبكة اجتماعية. أمام هذه الإحصائيات الحديثة تتجلى الأهمية الكبرى التي تحظى بها الشبكات التواصل الاجتماعية كظاهرة جديدة. وقد وُفّر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر مع جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال. أضحت بمقدور صحفيين التواصل مع بعضهم البعض في فضاء الكتروني عالمي ويسر وبتكلفة زهيدة من جهة ومن جهة أخرى التواصل مع مختلف شرائح الاجتماعية الصانعة للحدث كما أنها سهلت مجال العمل الصحفي في مختلف مراحلها (الجمع المعالجة التحرير والتوزيع) ، إنه مجتمع الإعلام والمعلومات الذكاء الإنساني .

2-2-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعية: (Social Network)

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

1

- هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق أنها عبر الإنترنت وهي تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودردشات وتعارف.

- هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل : (Face Book و MySpace).

- تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها. كما تتنوّع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين والإعلاميين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور الخ .

- أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي

¹ - مازن الدراب، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها (http:// knol.google .com./k/mazen-aldarrab) تاريخ الدخول: (2014/03/02).

والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم¹ البعض من هذه الشبكات عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات ومشاركة التطبيقات مثل **face book**.¹

- وتشير أيضا إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع"²

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"³. وفيما يلي أهم التعريفات للموقع الاجتماعي :

❖ هي مجتمعات على الخط المباشر تقوم بدعم الاتصال بين الأفراد عن طريق شبكات من الأصدقاء الموثوق فيهم، وتقدم مكانا لتجمع الأفراد على الخط المباشر وإقامة علاقات جديدة أو التعرف على أفراد آخرين في نفس مجال عملهم.⁴

❖ هي تلك الموقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بإفراد آخرين وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة بهم أو لا.

❖ هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.⁵

2-2-2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة و موقع SixDegrees.com عام

¹ - أمينة عادل سليمان السيد وهبة محمد خليفة عبد العال ، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة "دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك" (جامعة حلوان : مكتبة د.شوقي سالم ، 2009)، صص(7-12).

² - [http:// computing.dictionnaire.thefreedictionary.com/new+medi](http://computing.dictionnaire.thefreedictionary.com/new+medi)

³ - زاهر راضي "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي" مجلة التربية، (جامعة عمان الأهلية ، ع15، 2003)، 23.

⁴ - أمينة عادل سليمان وهبة محمد خليفة عبد العال ، المرجع السابق ، صص (7-12).

⁵ - نوف بنت المبارك عبد الله : الخصوصية في الشبكات الاجتماعية ، مركز التميز لأمن المعلومات ، مقالات علمية ، ص05.

1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، الأصدقاء. الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً و تم إغلاقها، و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية¹ وثمة ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002. مع بداية العام ظهرت "Friendster" التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003. لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007. وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل، حسب إحصائيات يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل و هو موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فيس بوك و الذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبايس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير و يعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم.²

2-2-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتميز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها. أبرز تلك الخصائص:

¹ - أماني جمال مجاهد : الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ، دراسات المعلومات، جامعة المنوفية: ع8 ، 2011. ص8.

² - أمينة عادل سليمان وهبة محمد خليفة عبد العال ، المرجع السابق، ص 12.

❖ الأصدقاء / العلاقات : (Friends/ Connections

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين . الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

❖ إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

❖ ألبومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

❖ الصفحات:

ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك ، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعّالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان ، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

❖ إمكانية إنشاء ملفات شخصية :

هذه الخاصية توفر للمشارك في الموقع عمل ملف خاص به يحتوي على جميع البيانات التي قام بإدخالها عند تسجيله الدخول على الموقع اسمه ووظيفته وتاريخ ميلاده وحالته الاجتماعية¹، ويمكنه استغلال هذا الملف في نشر ذكرياته الخاصة وصوره وتعليقاته وكل ما يدور في ذهنه بشكل مستمر بدون حدود وهذا الملف يمكن لأي أشخاص متواصلون معهم الاطلاع بسهولة عليهم من جانب بعضهم لبعض فهو منشور من خلال مواقع الشبكة الاجتماعية وهذا بعد بطاقة شخصية للمشارك مع إضافة مقاطع فيديو لحياته وصوره الخاصة وهو بمثابة مدونة بسيطة. وتختلف سعتها حسب إمكانيات كل شبكة والخاص بها وتقنية برامجها التحوارية المتاحة من خلال الموقع وقد تستفيد أي مكتبة من هذه الملفات حيث يمكنها اعتبار الشبكة مجتمع المستخدمين وهذه الملفات تعرفها على سمات واهتمامات أعضاء الشبكة حيث .

¹ - أماني جمال مجاهد، المرجع السابق ، ص (12-13-14).

❖ **خاصية الصور :** (الألبومات): كما سبق الذكر هذه الخاصية تتيح إمكانية إعداد البوم للصور الخاصة به . كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين لديه وصور عائلته وصور مناسباته الخاصة أو العامة.

❖ **خاصية vidéo :** وهذه الخاصية توفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت - صورة) .

❖ **خاصية المجموعات groups :**

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على الشبكات الاجتماعية حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها وغرض تقدم وغرض متقدم خدمات ما على مستوى الشبكة وهذه الصفة قد يجعلها أصحابها قاصرة على بعض الأفراد أو قد تكون عامة للجميع حيث يمكن مثلا لعائلة أكملها عمل مجموعة على موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية وتغلقها ولا تتيح أي فرد غريب عنهم الدخول أو الاشتراك في هذه المجموعة ، ويمكن أيضا أن تجعل هذه المجموعة عامة. و تستقبل عضوية أي شخص مشترك على موقع الشبكة وهذه الخاصية تتيح مشاركة الأفكار وعقد منصات حوارية تفاعلية مستمرة بين الأعضاء في أي وقت وأخبار باقي أعضاء المجموعة الغير متصلين حين اتصالم بما حدث تطوير وتفاعلات غيرها وهذه خاصية أيضا يمكنها استخدام خاصية الفيديو والصورة السابق التحدث عنها ، ويمكنها أيضا إعداد مجموعات حول كل خدمة من خدمات المعلومات التي تقدمها تتضمن شرح لتلك الخدمة وطرق الحصول عليها واقتراحات تطويرها. كما يمكن أن تقوم بإعداد مجموعة منفصلة لكل فئة من فئات المستخدمين كان تقوم بإنشاء مجموعة خاصة بالأطفال تعرض من خلالها الخدمات والوسائل التي توفرها لهم، أو أن تقوم بإعداد مجموعة خاصة بكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة... الخ¹.

❖ **خاصية الأحداث الهامة : événements :** وهذه الخاصية تتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وأخبار الأصدقاء والأعضاء به .

❖ **خاصية الإعلان: MAKER place :** وتلك تمكن من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه.

¹ - أماني جمال مجاهد ، المرجع نفسه ، ص ص (15-16).

❖ خدمة المدونات :

هذه الخدمة أصبحت متوفرة على كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع وهذه الخدمة توفر للمشارك إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته ويمكنه تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات.

❖ خدمات المحمول :

جميع مواقع الشبكات أصبحت تقدم خدمات تواصلها للمستخدمين على هواتفهم المحمول حيث أنها تطلب من الفرد عند تسجيله في الموقع أن يذكر رقم هاتفه المحمول وتخبره ماهي المعلومات التي سوف تصله على هاتفه من خلال خدماتها المتنوعة .

❖ خدمة RSS:

أصبحت الشبكات الاجتماعية تتميز بتقديم خدمات RSS من على موقعها وهي خدمات مميزة سبق يتضح لنا أن أي مكتبة يمكنها استغلال مجتمع الشبكات الاجتماعية والذي يضم مستخدمين متواجدين مختلفين في الهوايات والميول والأفكار وتقوم ببث خدماتها المختلفة بعد دراسة واعية للملفات والصفحات الخاصة بالمشاركين على هذه الشبكة واستغلال إمكانياتها في تحميل صور ومقاطع فيديو وأحداث جارية وتطبيقات في نشر أنشطة المختلفة وعقد ندوات ودورات تدريبية من خلال مواقع الشبكات¹.

2-2-4- أنواع شبكات التواصل الاجتماعية:

وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع. وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهه استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية.

¹ - أماني جمال مجاهد ، المرجع نفسه ، ص 16.

✚ **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة الصور و الملفات الصوتية و المرئية و الروابط و النصوص و المعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك و ماي سبيس و هاي فايف.¹

✚ **مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قاموا بالعمل معهم.

✚ **مميزات إضافية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر **Micro Blogging** مثل موقع تويتر و بلارك و الشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي.

✚ الشبكات الاجتماعية و الأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء و الأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال و أصحاب الشركات و العاملين بها و المثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن و الذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم و أكثر من 150 حرفة مختلف، و من خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه و عمله و يمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم ، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات الاجتماعية الكبرى. و هناك تصنيف آخر لشبكات التواصل الاجتماعية:

✚ شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين.

✚ شبكات خاصة بفئات موضوعية معقدة.

✚ شبكات مهنية²

✚ الشبكات التواصل العربية:

من أشهر الشبكات العربية حالياً هي الشبكة الاجتماعية العربية (عربيز) حيث أنه تم إنشاءها منذ ثلاثة شهور أي في شهر فبراير من عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى لكنها فقدت السيطرة فلا يوجد فيها رقابة

¹ - أمينة عادل سليمان السيد وهبة محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، "دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك"، (جامعة حلوان: مكتبة د.شوقي سالم ، 2009) ، ص13 .

² - أمينة عادل سليمان ، المرجع نفسه ، ص 13.

على جودة العروض فيها كصور وملفات مخلة بالآداب العامة... بينما موقع عربيز فيعتبر محافظا على المبادئ العربية¹.

ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعية العربية مايلي:

❖ شبكة وت وت :

وهو شبكة اجتماعية للتدوين المصغر وهو موقع عربي أردني. أطلق في نهاية عام 2007، والموقع يشبه كثيرا في نظامه والية عمله موقع (تويتر) الشهير. فعدد حروف إرسال الرسائل 140 حرفا مثل تويتر .

كما أن الصفحة العامة التي تجمع كل مستخدمي الموقع تشبه تلك الموجودة على موقع (تويتر) بالإضافة إلى التصميم وطريقة التحكم في الأوضاع، كما يتميز موقع "وت وت" بدعمه خاصية إرسال واستقبال التدوينات المصغرة عبر الموبايل باستخدام الرسائل القصيرة "sms".

❖ شبكة مكتوب :

من أشهر الشبكات الاجتماعية العربية موقع أصحاب مكتوب دوت كوم "ashab.maktoob.com" وهي خدمة التشبيك الاجتماعي المقدمة من الموقع العربي الشهير "مكتوب" وموقع أصحاب مكتوب هو موقع اجتماعي يعمل على تقديم خدمات مثل. البحث عن أصحاب وتكوين صداقات ورفع ملفات الفيديو و الصور ومشاركتها مع الأصدقاء وإنشاء المجموعات والمشاركة في الأحاديث من خلال، نماذج معينة وتصميم نوافذ خاصة بكل عضو فيها لحة مختصرة عنه ويضم الموقع 600 ألف مستخدم عربي حسب مذكره الموقع على صفحته الرئيسة . وحصل على جائزتين هما : أفضل " موقع عربي " و "الجائزة الذهبية لأفضل موقع اجتماعي".

¹ - أماني جمال مجاهد ، المرجع السابق ، ص ص (10-11).

❖ شبكة مكة دوت كوم:

وهو أول شبكة اجتماعية تهدف خدمة الشباب المسلم حول العالم ، وتعمل على إيجاد أرضية مشتركة للتواصل وتبادل أخبار ، ويعتبر الموقع حائط لصد الحملات التي تشنها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل الفيس بوك وماي سبيس والتي لا تتوافق مع القيم الإسلامية.¹

شبكة جيران: برز الموقع الإلكتروني "جيران" كأحد أهم المجتمعات الإلكترونية والتي تشكل شبكة اجتماعية عربية في عالم الانترنت وقد أطلق الموقع في عام 2000م لبناء مجتمع يضم عددا من المستخدمين مثل. إنشاء المدونات الشخصية والمواقع الإلكترونية. وتحميل الملفات والصور ومشاركتها مع الأصدقاء مع شبكة جيران

❖ **شبكة فيرينداوي:** هو شبكة اجتماعية عربية ، يقدم خدمات متعددة كتلك التي يقدمها أي موقع تشبيك اجتماعي من تواصل واتصال، وتشبيك بين الأعضاء وإنشاء مدونات ومجموعات ومشاركة الصور والملفات .

❖ **شبكة عرب كرنش نت :** شبكة الاجتماعية تقنية متخصصة تضم بين أعضائها التقنيين و أصحاب الريادة من المستخدمين العرب وهي بذلك تقدم خدمة في دعم الإبداع من خلال ربط تشبيك الرياديين من الوطن العربي لديها عبر الموقع الاجتماعي.

❖ **اليوتيوب النقي:** هو موقع يعمل على نشر ومشاركة مقاطع الفيديو الخالية من المحاذير الشرعية بين أعضائها مكونا شبكة اجتماعية عربية - مجتمع نقاء - لمشاهدة الفيديوهات المحملة من قبل الأعضاء وهو يقوم بجلب مقاطع الفيديو من موقع يوتيوب نفسه ، معتبرا نفسه بديلا شرعيا عن موقع اليوتيوب العالمي.²

¹ - بلفار عادل ،علي مهني أمال ، بوجلال دلال : الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي ، دراسة في الاستخدامات التواصلية والاشباعات المعرفية " مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال" ، جامعة المسيلة ، 2011، ص117.

² - بلفار عادل ،علي مهني أمال ، بوجلال دلال، المرجع السابق ، ص 118.

2--2-5- أشهر شبكات التواصل الاجتماعي:

❖ الفاييسبوك: Face book

تعريف الفاييسبوك: يعتبر موقع "الفايسبوك" واحدا من اهم مواقع التشبيك الاجتماعي ، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.¹

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال "dictionary of media and communications" "فايسبوك" "facebook" على انه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "Profiles" وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.²

الفايسبوك بالانجليزية "face book" موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فايس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الاقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ، كذلك لا يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

إضافة إلى إرسال إليهم وسائل ويشير الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدي في الولايات المتحدة .

الفايسبوك يعني كتاب الوجه أو البوم الصور فيه عدة ميزات وضع الصور والفيديوهات وإنشاء تكتلات اجتماعية وهدفه بالدرجة الأولى هو تسهيل عملية الاتصال بين الناس ومن بين أشهر المواقع الاجتماعية في العالم في مواصفات تجعله أكثر المواقع استخداما ، يمكنك التسجيل للحصول على مدونة خاصة بك على

¹ - بلغار عادل، علي مهني أمال ،بوجلال دلال، المرجع نفسه،ص119.

² - Marcel Danesi.(2009) : Dictionary of media and communications.M.E.Sharpe .New york.p117.

شكل موقع خاص بك وهو الذي سيتعامل به في إجراء اتصالات ببساطة ويجعل الأصدقاء يتفاعلون مع جميع نشاطك.¹

يتيح البرنامج لمستخدمي الاتصال من كمبيوتر إلى كمبيوتر أو من خلال التلغرافات برامج المحادثة وهي تتوفر بأشكال عديدة و متوفرة في بعض الهواتف المحمولة ، تحول موقع الفيس بوك إلى واحد من أشهر المواقع العالمية ونجدته منذ منتصف عام 2007 من بين المواقع الأكثر شعبية في معظم الدول العربية.

ويقدر عدد المشتركين فيه حوالي 60 مليون مستخدم حول العالم ويحتل الموقع المراتب الأولى في كثير من الدول العربية ويأتي أحيانا في المرتبة الأولى ويعتبر المصريون الأكثر استخداما له، ويمنح الموقع لمستخدميه ستة أنظمة تطبق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له هي ملف الصور ملف المذكرات ملف الأحداث وملف المجموعات وملف الرسائل وزاد عليه قبل فترة ملف مكان التسوق وملف آخر حول الفيديو.²

2- نشأة وتطور الفيسبوك :

يرجع تأسيس الفيسبوك لكل من " داستين موسكو فيتز" و " كريسي هيوز" اللذان تخصصا في دراسة علوم الحاسب ريفيقي "زوكربيرج" في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة (هرفرد) كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية على طلبة جامعة هرفرد ، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل كليات الأخرى في مدينة بوستن وجامعة " ايفر ليج " وجامعة " ستانفورد " ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل إي طالب جامعي ثم طلبة المدارس الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عام فأكثر . يضم الموقع حاليا أكثر 350 مليون مستخدم على مستوى العالم.³

أما عن تاريخ انطلاق موقع "الفيسبوك" كنتاج غير متوقع للموقع فايس ماش بالانجليزية "face" match" التابع لجامعة هرفرد ، وهو موقع نم نوع hot or not يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص ، تم اختيار رواد الموقع لشخص الأكثر جاذبية ، وقد قام " مارك زوكربيرج " الفيس ماش في 28 أكتوبر من سنة 2003 ، عندما كان يرتاد جامعة " هرفرد " كطالب في السنة الثانية . في هذه الأثناء كان " زوكربيرج "

¹ - نوف بنت مبارك عبد الله : المرجع السابق ، ص (10-11).

² - نوف بنت مبارك عبد الله ، المرجع نفسه، ص (11).

³ - فؤاد شعبان . عبدة صبطي : تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة ، (لجرائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، 2011) ، ص (180،181).

يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويجاول في التفكير في القيام بأمر ما يثنيه عن التفكير .وفقا لما نشرته جريدة " هارفرد كريمسون" ، فان موقع فايس ماتش ، استخدم صورا مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بطلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية .

وكي يتمكن " زوكر بيرج" من تأسيس الموقع ، فانه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد ، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي . إن مبادرة جامعة هارفرد باتخاذ إجراء مضاد لذلك ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى ، ورد ذلك على لسان مؤسس الموقع في مدونته الشخصية يستطرد قائلا : " وكن هناك أمر واحد مؤكد ، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من الوحدات الخاصة الحرم الجامعي ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفرد " وقد قامت إدارة الجامعة باتهام¹ " زوكر بيرج" بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصيات الأفراد ، مما يعرضه للطرده من الجامعة ، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر .

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام " زوكر بيرج" بتأسيس موقع الفايس بوك على نطاق the face book . com وتحديدًا في 04 نوفمبر 2004 وقد ادلى "زوكر بيرج" بتصريح لجريدة " هارفرد كريمسون" قائلا لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة " هارفرد" أعتقد أنه من السخف إن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل يمكنني أن أقوم لأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط ، كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة " كوليديج" أقدم كليات جامعة هارفرد ، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام ، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة انظم كل من ادوارد وسافرين " المدير التنفيذي للشركة "داستين موسكو فيتز " مبرمج وأندروا مأكولا رسام جرافيك وكريس هيوز وزوكر بيرج مساعدته في تطوير الموقع . وفي شهر مارس من سنة 2004 ، فتح الفايس بوك بوابة أمام جامعات ستاند

¹ - فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، المرجع السابق ، ص 182.

فورد وكولومبيا وبيل بعد ذلك اتسع الموقه أكثر وفتح أبوابه أمام جميع الكليات بوستن وجامعة أيفي ليدج ، وشيء فشيء أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.¹

وفي شهر يونيو من سنة 2004 تم نقل مقر الفاييس بوك إلى مدينة بالو التوا في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق face book .com سنة 2005 بمبلغ 200 ألف دولار أمريكي ، كما قام الفاييسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر في سنة 2005 ، وهو ما أشار إليه زوكر بيرج بالخطورة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع بعد ذلك ، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة " أبل " المندمجة وشركة " مايكرو سوفت " .

وفي 26 سبتمبر 2006 ، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين 13 عشر سنة فأكثر والذين لديهم عنوان البريد الإلكتروني الصحيح وفي أكتوبر من سنة 2008 ، أعلن القائمون على إدارة الفاييسبوك أن اتخاذ مدينة " ديلين " عاصمة أيرلندا مقرا دوليا لها.

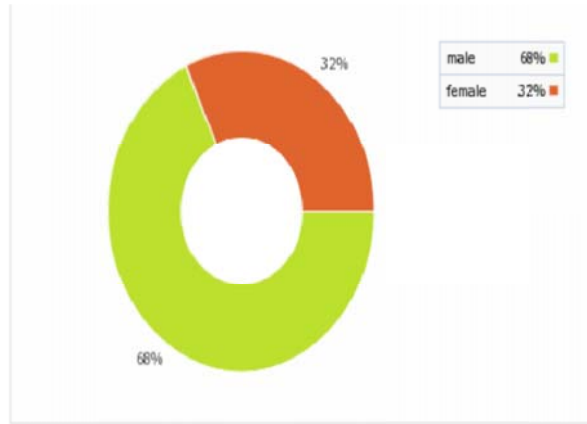
أما تطور الفاييسبوك من الناحية المالية فانه تلقى أول عرض استثماري لمبلغ 500 الف دولار أمريكي من بيتر شيل احد مؤسسي شركة باي بال ثم أعقب ذلك الأمر استثمارا بعد عاما واحد بلغ 12.7 مليون دولار من راس مال مخاطر من شركة " اكسيل جارتنز " 27.5 مليون دولار أخرى من شركة " جرايلوك بارتنز " وفي 28 مارس 2006 نشرت مجلة بيزنس ويك أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع فاييس بوك ، وردا على ذلك رفض الفاييسبوك عرضا للبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار وزاد سعر العرض 2 مليار دولار ، وفي أكتوبر 2008 صرح زوكر بيرج قائلا : " لا اعتقد أنه يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للربح بالطريقة نفسها التي تتم من خلالها عمليات البحث على الانترنت . " وفي غضون ثلاث سنوات نم الآن علينا ان نفكر بالشكر الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع ولكن لا يمكن القول أن ذلك الأمر يمثل أولى اهتماماتنا في الوقت الراهن . وهناك العديد من الأبحاث والكتب التي تحدثت عن هذه

¹ - فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، المرجع نفسه ، ص183.

الشبكة ونشأته وتطورها حيث وصل عدد أعضاء هذه الشبكة إلى أكثر من 250 مليون عضو على مستوى العالم بأكمله وهو ما يتيح فرصة عظيمة لتقديم خدمات لقطاعات عريضة من المستخدمين.¹

3- إحصائيات موقع "الفايسبوك في الجزائر": (إحصائيات 2012)

كشفت موقع "socialbacker.com" انه ومع بداية عام 2012 سجلت في الجزائر نسبة ارتفاع دخول للفايسبوك قدرت بـ 8.20% مقارنة بعدد السكان في الجزائر وبـ 60.32% بالنظر إلى مستخدمي الانترنت حيث بلغ عدد مستخدمي "الفايسبوك" مليونين و 835 ألفاً، وأشار ذات الموقع إن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون "الفايسبوك" أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 68% في حين بلغ عدد الإناث 32%.²



شكل (1) يبين إحصائيات استخدام "الفايسبوك في الجزائر حسب الجنس

1- ثورة الفيس بوك:

لعبت الشبكات الاجتماعية على الخط المباشر دور البطولة في أحداث 25 يناير 2011 في مصر، وبشكل محدد كان موقعاً فيس بوك وتويتر هما فرسا الرهان فيما حدث. وأرى أن موقع تويتر هو الفائز الأكبر حيث ازدادت شعبيته في مصر، على عكس فيس بوك، و تحول الفيس بوك من فضاء شباني إلى منبر

¹ - فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، المرجع السابق ، ص 184.

² - عبد الرزاق محمد الدليمي .الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية،(الأردن : دار وائل للنشر، 2011).ص 183.

للتواصل السياسي و المعلوماتي و كشف جرائم النظام القائم، و اكتسب شعبيته أيضا بفضل الأحداث السياسية التي جرت في أبريل 2008 .

واعتقد أن مصر مدينة لشباب حركة 6 أبريل في انتشار فيس بوك بمصر وإسراء عبد الفتاح التي تعرضت للاعتقال بسبب دعوتها إلى إضراب عام حقق نجاح كبير واستجابة شعبية عريضة.¹

والمتابع لحركة فيس بوك قبل وخلال أحداث يناير سيجد ثلاثة أدوار مختلفة لعبها فيس بوك في تلك الأحداث؛ هي الدعوة إلى التظاهر، بث أخبار المظاهرات، المشاركة في سرعة تداول أخبار المظاهرات.

2. تغطية أخبار المظاهرات :

مع بداية المظاهرات في يوم 25 يناير 2011 - بالإضافة إلى الصفحات السابق ذكرها - ظهرت صفحات أخرى لتغطية أحداث المظاهرات، لعل أشهرها شبكة رصد، والتي شكلت شبكة من المرسلين لها يقوموا بنقل الإخبار أولا بأول وبثها في صفحتها على فيس بوك وعلى تويتر، ولم تكتفي بنشر أخبار فقط، إنما نشرت أيضا صور ولقطات فيديو من قلب الأحداث، نفس الشيء قامت به صفحة كلنا خالد سعيد، وحركة 6 أبريل وحملة دعم البرادعي، وكذلك صفحة جريدة الدستور والتي يبلغ عدد أعضائها 92 ألف عضو، وغيرها من الصفحات والمجموعات.

وفي تلك المرحلة بدأ دور موقع تويتر في الظهور، حيث كان لشبكة رصد دور كبير في نشر تحديثات حول أحداث المظاهرات، وكذلك العديد من المشاركين في المظاهرات سواء من المتظاهرين أو من الشخصيات العامة المشاركة مثل صفحة الدكتور أيمن نور على تويتر والتي بث من خلالها العديد من التحديثات حول أحداث المظاهرات.

يمكن تلخيص الدور الذي قام به فيس بوك وتويتر في النقاط التالية:

- بث أخبار من قلب المظاهرات .

- نشر مواد مصورة ومرئية حول المظاهرات.²

بالطبع لم يكن كل هذا ليحدث إلا باستخدام الإنترنت عبر الهاتف المحمول والذي يصل عدد مستخدميه في مصر إلى 8.5 مليون مستخدم، بالإضافة إلى خدمات البلاك بيري التي أخذت في الانتشار السريع مؤخرا.

¹ - إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين: الويب 0.2 (الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد)، "مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال"، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009، ص ص (39،40).

² - عبد العالي رزاقى: ما لا يقال، ط1، (الجزائر: دار الأمة، 2011)، ص23.

بالإضافة إلى مديري الصفحات أو من ينوب عنهم الذين كانت لهم مهمة أساسية وهي عدم التظاهر وبث أخبار المظاهرات عبر فيس بوك وتويتر.

ولعل كل ما سبق كان سببا لقيام الأمن بقطع كافة وسائل الاتصال عبر المثيرين بعد تظاهرات أيام 25 و26 و27 يناير 2011 وقبل يوم "جمعة الغضب" في 28 يناير 2011، ظنا منهم أن هذا سيربك المتظاهرين وسيربك ترتيب المظاهرات، إلا أن أرض الواقع أثبتت خطأ تلك النظرية الأمنية المصرية الأصيلية، حيث اندفع الجميع إلى الشوارع. وفيما يلي بعض الأرقام التي تعبر عن كم المعلومات التي بثت حول المظاهرات¹:

❖ شبكة رصد: 57 ملف فيديو، حوالي 400 صورة، 367 رابط مواقع وأخبار وصور وملفات فيديو، 10.584 تحديثات على تويتر.

❖ صفحة كلنا خالد سعيد: 61 ملف فيديو، أكثر من 200 صورة، 100 رابط.

❖ جريدة الدستور: أكثر من 500 تحديثات على تويتر.

❖ مشاركة الأعضاء في سرعة تداول أخبار المظاهرات

كما أوضحنا مسبقا قيام بعض الصفحات بتخصيص أشخاص لتغطية أحداث المظاهرات من قلب الأحداث وعن طريق متابعة المواقع الإخبارية والقنوات الفضائية، وكانت تتم تلك المهمة من قبل البعض على اعتبار أنها خدمة تقدمها الصفحة لأعضائها، إلا أن الجديد هنا هو مشاركة المؤيدين للمظاهرات في تداول تلك الأخبار على موقع فيس بوك وتويتر بشكل سريع للغاية فالكل تطوع للعمل كموزع للأخبار عبر تحديث الحالة على موقع فيس بوك وكذلك تويتر، وكان يقوموا أيضا بنقل الأخبار من المصادر المختلفة ونشرها في الصفحات التي تبث أخبار المظاهرات.

ما حدث في مصر من استجابة غير مسبوقه لما يتم طرحه على موقع فيس بوك يعد ظاهرة بكل المقاييس، وقد رصد الباحث بعض الأحداث التي تؤكد مدى تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية فيما حدث: -معدل زيادة الأعضاء المشاركين في الحدث الذي أنشأته صفحة "كلنا خالد سعيد" والذي يدعو إلى مظاهرات يوم الجمعة 28 يناير 2011 كان حوالي 20 عضو في الدقيقة الواحدة.

- عدد أعضاء صفحة كلنا خالد سعيد قبل يوم 25 يناير 2011 كان حوالي 400 ألف عضو، أزداد العدد وأصبح حوالي 600 ألف حتى يوم 9 فبراير 2011.

- بعد الإفراج عن وائل غنيم مدير صفحة كلنا خالد سعيد تم إنشاء صفحة جديدة تفوضه مندوبا عن المتظاهرين، أنشأت الصفحة يوم 7 فبراير 2011 في الساعة 11 مساء، خلال الخمس ساعات الأولى

¹ - محمود خليفة: دور التكنولوجيا المعلومات في هزيمة النظم العربية المستبدة، "ماجستير في علوم المعلومات"، جامعة القاهرة، متاح على:

لإنشاء الصفحة كان معدل زيادة الأعضاء 150 عضو كل عشر ثواني !! وبعد مرور 24 ساعة على إنشاء الصفحة أصبح عدد الأعضاء 190 ألف عضو، بمعدل 7916 عضو في الساعة، و 131 عضو في الدقيقة، و 2.1 عضو كل ثانية.

- عدد تعليقات الأعضاء على ما ينشر من أخبار في الصفحات المختلفة ملفت للغاية، فعلي سبيل المثال في صفحة خالد سعيد تجد أعداد التعليقات 2500 تعليق، و 10.000 تعليق، وصلت أحيانا إلى 26.000 تعليق !! وكذلك عدد مرات الإعجاب (Like) بالأخبار المنشورة فتصل في أقل الأحوال إلى 10.000.

3. اعتقال ناشطو الإنترنت :

النشر في موضوعات سياسية قد لا يكون هو السبب الوحيد للحبس والاعتقال في تونس، ففي 2003 حكم على أم زياد - صحفية ومدرسة - بالحبس والغرامة لنشرها مقال على الإنترنت ينتقد السياسة التعليمية في تونس. أما عن الاعتقال والحبس بسبب أعمال التدوين السياسي على الإنترنت فالقائمة طويلة ولا تنتهي، ويكفي القول بأن أحكام بالسجن مدد وصلت حتى 19 عاما بسبب أعمال التدوين على الإنترنت. لا يختلف الوضع في مصر كثيرا وان ازداد قسوة، فلم تكفي السلطات المصرية بالحبس والاعتقال على خلفية تدوينات سياسية أو غير سياسية كما في حالة المدون الشهير كريم عامر، بل قامت السلطات المصرية بتلفيق القضايا للمدوين والاعتداء عليهم وعلى ذويهم لترهيبهم، فأتهم وائل عباس المدون الشهير بسرقة وصلة إنترنت من جاره الذي يعمل في الشرطة وحول للمحاكمة التي أثبتت براءته من تلك التهمة الطريفة، وتعرض والد المدونة هالة بطرس للضرب من قبل أجهزة الأمن من أجل إرهابها وتوقفها عن التدوين السياسي المعارض للنظام المصري.¹

1- تواطؤ شركات تزويد الخدمات مع الحكومات:

ما حدث في مصر عشية يوم 28 يناير 2011 لم يحدث في أي دولة بالعالم من قبل، ففي تمام الساعة الحادية عشر مساء تم قطع الإنترنت عن كامل محافظات جمهورية مصر العربية، وذلك بهدف شل حركة المتظاهرين ومنع التنسيق بينهم وكذلك التعتيم عما سيحدث في المظاهرة الكبرى التي حدثت يوم الجمعة.

ما حدث بالطبع تم بالترتيب مع الشركات المزودة لخدمة الإنترنت في مصر، وهي الشركات التي طالما يتهمها المشتركون بالتواطؤ مع النظام في إحكام القبضة على شبكة الإنترنت. وعلى الرغم من أن تلك

¹ - محمود خليفة: دور التكنولوجيا المعلومات في هزيمة النظم العربية المستبدة ، "ماجستير في علوم المعلومات"، جامعة القاهرة متاح على: moud@cybrarians.org.

الشركات هي شركات خاصة مستقلة وليست تابعة للحكومة إلا أن قرار قطع الإنترنت عن مصر لم يكن صعباً على الإطلاق بسبب سهولة السيطرة على تلك الشركات من قبل السلطات المصرية، وهنا يجب أن نتذكر ما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية عندما طلبت المخابرات من المكتبات تزويدها ببيانات المستفيدين والكتب التي يقومون باستعارتها وقراءتها، وقبول الطلب برفض تام بل صعد الأمر إلى جمعية المكتبات الأمريكية التي تصدت بقوة لتلك المحاولة.

شركة **TE DATA** أكبر شركات تزويد الخدمة في مصر، تثار حولها أقاويل بأنها إحدى شركات المخابرات المصرية، ولكن المؤكد أنها تشترك في حجب بعض المواقع ومراقبة من يحاول الدخول على المواقع المحجوبة كما يقول المدون الشهير وائل عباس، كما أن خدمة "الإنترنت العائلي" الذي تقدمه نفس الشركة وهو يحمي المشترك من المواقع الإباحية ويقوم بحجبها، إلا أنه في نفس الخدمة يتم أيضاً حجب مواقع المدونات السياسية.

وما أعلنته شركات الاتصالات في مصر يؤكد سعى الحكومة إلى السيطرة على المعلومات في المجتمع، حيث أخلت مسؤوليتها من قطع الخدمة حيث أن الحكومة أرغمتها على ذلك وفقاً لبند في العقد يحق للحكومة طلب وقف الخدمة دون اعتراض من الشركات، وهو أمر يتنافى مع استقلالية تلك الشركات كونها شركات خاصة.

كل ما سبق من ممارسات تسهم بشكل غير مباشر على الحد من انتشار التكنولوجيا فالحكومات تقوم من جانب بتحقيق تقدم في البنية التحتية التي تساعد على انتشار الإنترنت، إلا أنها من جانب آخر لا ترغب في استخدام الإنترنت في مهاجمتها، لذا لجأت لكل الأساليب السابق ذكرها وكل ذلك يدعم ما تنبأ به تقرير مؤسسة راند الأمريكية، حيث أن تلك الممارسات تحد من التطور التكنولوجي السريع وتجعله يسير بخطى بطيئة للغاية، والأمر لا ينطوي على الإنترنت فقط بل في غيرها من المجالات كتطبيقات الحكومة الإلكترونية.

وهو ما يحتاج إلى عدة بحوث لاستكشاف المعوقات التي تضعها الدولة في سبيل تطبيقات الحكومة الإلكترونية.¹

في السياق الحالي، يطرح موضوع سؤالاً وجيهاً للغاية: هل ستقود المرحلة الانتقالية في تلك البلدان العربية التي قامت فيها "ثورات" (وتلك التي تنتظر) إلى إقامة نظام ديمقراطي أم إلى معاودة الاستبداد بصيغ جديدة؟

¹ - محمود خليفة: دور التكنولوجيا المعلومات في هزيمة النظم العربية المستبدة، "ماجستير في علوم المعلومات"، جامعة القاهرة. متاح على: moud@cybrarians.org.

و في هذا الشأن قامت الدول الأوروبية بدراسات حول مصادر الأخبار في القنوات الدولية فتبين أنه شهود عيان والمواقع الاجتماعية مما أعطى الانطباع بتراجع دور المراسلين و الصحفيين في الميدان.¹

5- آخر نجاحات الموقع:

في عام 2007 اشترت شركة "مايكروسوفت" العملاقة 61% من أسهم الفيس بوك مقابل 240 مليون دولار في عام 2008 تمت ترجمة صفحة الفيس بوك لعدة لغات وبلغ عدد المستخدمين نحو 110 ملايين شخص. أطلق موقع فيس بوك "Facebook" نسخ محلية من الموقع بعدد من اللغات ولعدد من البلدان والتي تتضمن في البداية فرنسا إذ تم إعداد النطاق "Facebook.fr"، يأتي ذلك بعد أن حقق الموقع نجاحاً شديداً في فرنسا. وكان الموقع قد تعرض للنقد بعد أن بدأ في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الإنترنت مثل "جوجل" و"ياهو"، وبدورهم، اعتبر خبراء تكنولوجيا المعلومات هذه الخطوة الجريئة بأنها تحول "فيس بوك" من شبكة اجتماعية خاصة إلى ما يشبه الصفحات الصفراء على الإنترنت²

- ويتطلع القائمون على موقع "فيس بوك" من وراء هذه الخطوة إلى الدخول المبكر في السباق لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية. وأرقام هواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص وهوايات الأعضاء وحتى معلومات عن أصدقائهم مما قد يعود بأرباح كبيرة على الموقع. وكان "فيس بوك" قد أعلن عن وصول عدد مشتركيه الفعاليين إلى 175 مليون شخص، وذلك بعد نحو شهر من إعلانه عن تجاوز عددهم حاجز 150 مليون مشترك.

وتأتى تلك الأنباء في الوقت الذي يحتفل فيه "الفيس بوك" بمرور خمسة أعوام على تدهينه وتطوره على مدار هذه السنوات من مجرد شبكة اجتماعية لطلاب جامعة هارفارد ليصبح أكبر شبكة اجتماعية على الإنترنت يتجاوز عدد مشتركها حاجز 175 مليون شخص .

فيما أعلن موقع فيس بوك عزمه إعادة صيانة الموقع على الشبكة لجذب أكبر عدد من المشاركين حيث هناك بعض التغييرات فيه مثل استبدال قائمة **status** الموضوعة أعلى صفحة المستخدمين بمربع حوار جديد تحت عنوان "ماذا يدور بخلدك الآن" يمكن بواسطته إضافة أي خاطرة أو صورة أو مقطع فيديو، وسيضيف

¹ - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10/02/032010.

² - عبد العالي رزاقى: مالا يقال، (الجزائر: دار الأمة للنشر و التوزيع، 2011)، ص 23 .

الموقع خاصية وضع حدود لمشاركة وتبادل المواد على الموقع بين الأصدقاء مما يعزز من مقدرة المستخدمين في التحكم على ما يريدون الاطلاع عليه. كما سيضيف الموقع خواصا جديدة إلى المواقع العامة مثل مواقع الرئيس اوباما والسيدة الأولى وموقع المغنية برتني سبيرز وموقع شبكة CNN الإخبارية .

وقال كيفين جونسون رئيس قسم المنصات والخدمات في مايكروسوفت إن الإقدام على هذا الاستثمار وتوسيع الاتفاق الحالي سيحسن من إمكانية مايكروسوفت و فيس بوك على استغلال الفرص الإعلانية في العالم. ويتقدم الموقع على منافسه الرئيسي "ماي سبيس". كما يعتقد أنه سيكون أكثر جذبا للإعلانات بسبب نظام الموقع الذي يجعل الأشخاص يستخدمون شخصياتهم الحقيقية في مقابل موقع "ماي سبيس" الذي غالبا ما تكون المشاركة فيه بهويات غير حقيقية.

ومن ضمن آخر نجاحات الفيس بوك هو التعاون المشترك بين موقع الفيس بوك و شركة **Black Berry** للهواتف المحمولة حيث تم الإتفاق على تحميل موقع الفيس بوك على الهواتف المحمولة حتى يستطيع حامل الهاتف من إستخدام الموقع بكافة خدماته وإمكانياته من خلال الهاتف **Black Berry**¹.

❖ يوتيوب " YouTube "

2- تعريف اليوتيوب YouTube

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع وشاهدة ومشاركة مقاطع فيديو بشكل مجاني . تأسس في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة " باي بال " وهم " هيرلي، ستيفانسن و جارد كريم " في مدينة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ، وهي تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أية تكلفة مالية فيمجرد أن يقوم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة الحوار الجماعي حول مقطع فيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.²

¹ - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10/02/032010.

² - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10/02/03/201

هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه "www.youtube.com" ويعرض تقنية الادوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى ، وهو حاليا مزود بـ 67 موظف ، في أكتوبر 2006

أعلنت شركة "Google" الوصول إلى اتفاقية شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي أي ما يعادل 1.31 مليار يورو ، وهو يعتبر من مواقع الويب 2.0 مبنى شركة يوتوب في سان يروان.¹

2-2- نشأة اليوتيوب :

تأسس موقع يوتوب عن طريق ثلاث موظفين تشاد هيرلي و ستيف تشن و جاود كريم ، قبل ذلك درس هيرلي التصميم بجامعة إنديانا بولاية بنسلفينيا ، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة إلينوي أصبح النطاق youyub.com نشطا في 15 فبراير 2005 ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضعة أشهر وافتتح الموقع لتجربة في مايو 2005 ، وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتوب في مدينة الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم وليستطيعوا إرسالها عبر الايميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا بدأت تبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو عبر شبكة الانترنت، "يوتوب" هو حاليا ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وجوجل في يوليو 2006 ، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا .

في شهر يناير 2008 فقط 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم يتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة ، في مارس 2008 قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي.² ومن بين شروط الخدمة أنه لا يسمح في يوتوب وضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية أو الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو أفلام فاضحة أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع على الإجرام.

أما نوعية الملفات نجد الفيديو فيستخدم يوتوب تقنية ماكرو ميديا فلاش لعرض الأفلام يتطلب مشاهدة الأفلام لتحميل البرنامج المشغل لفلاش من موقع أوبي رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج الموجود لتصفح الانترنت تحول أفلام اليوتيوب المرسل إليها إلى فلاش فيديو ، لا يمكن تنزيل الفيلم مباشرة من الموقع ولكن يمكن

¹ - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10- 02/03/2014.

² - رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب ، (البحرين: أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، 2009)، ص511.

استخدام برامج أو صلات خارجية ، يكون نظام الصوت فردي مع معدل 64 كيلوبايت للثانية مع تخفيض الإشارة الصوتي إلى 22050 هرتز. مارس 2008 أطلق الموقع خاصية جديدة تسمح برفع ملفات أفضل جودة ويتم عرضها بأبعاد 480 * 360 بكسل. إضافة إلى الصوت تحتوي الملفات المرفوعة في يوتوب على صوتيات بصيغة mp3 وبشكل افتراضي يكون والموقع متوفر بعدد من اللغات وهي : البرتغالية والفرنسية والألمانية والصينية التقليدية الإيطالية ، اليابانية والكورية ، الإسبانية و الهولندية ، البولندية ، الروسية بالإضافة إلى الإنجليزية والعربية.¹

إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 كما منع من بعض الدول من بينها نجد البرازيل منعت محكمة البرازيل موقع يوتوب في 6 يناير 2007 لمدة ثلاث أيام اثر نشر الموقع فيلم فاضح للمديعة البرازيلية المعروفة دانييلا سكاريللي " الخطيبة السابقة للاعب كرة القدم رونالدو " وفي إيران ".²

منع موقع يوتوب في 3 ديسمبر 2006 بعد أن اعتبر الموقع لا أخلاقيا وفي تركيا تم منع موقع يوتوب، في 6 مارس 2007 بسبب السماح بوضع أفلام تشتم الأتراك ومصطفى كمال أتاتورك اثر تصعيد ماسمي بالحرب بين اليونانيين والأرمن والأكراد والأتراك على موقع يوتوب ، حيث يقوك كل من أولئك بنشر أفلام مسيئة لأطراف أخرى بعد أن قام محامون بإرسال وثيقة تبين إزالة الأفلام المسيئة للأتراك ، أويل المنع في 9 مارس 2007 في 18 يناير 2008 منع الموقع لسته أيام لنفس الأسباب(2). يعمل "يوتيوب " وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم ، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والإلتحاق بها وتسهيل الإتصال مع من لديهم الإهتمامات نفسها والإشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء.³
- حفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

¹ - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10/03/02/

² - http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=48454&pg=10 - تاريخ الدخول(2014/03/02).

³ - إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين: الويب 0.2 (الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد)، "مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس "في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009، ص41.

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ "يوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضاً جعل بصورة عامة أو خاصة.
- يحتوي الموقع على المقاطع: الأحداث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكثر قدر من النقاش والأكثر تفضيلاً والأكثر اتصالاً بمواقع أخرى.¹
- يستطيع المستخدمون اختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على المقاطع: الأحداث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكثر قدر من النقاش والأكثر تفضيلاً والأكثر اتصالاً بمواقع أخرى.
- تصنف أيضاً مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا². وتحضن خدمات "يوتيوب" لعدد من الشروط:
 - ❖ ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
 - ❖ لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية.
 - ❖ لا يسمح الموقع التي تشجع على الإجرام.
 - ❖ الملفات المرفوعة للموقع لا تزيد عن 1 جيجا بايت.
 - ❖ لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية(2).

2-3- بعض الإحصائيات حول الموقع:

- ❖ في جانفي 2009: 9,100 مليون زائر أمريكي للموقع شاهدوا ما مجموعه 3,6 مليار فيديو.
- ❖ 99% من إجمالي مشاهدات الفيديو عبر الموقع غوغل نت من خلال موقع اليوتيوب في الولايات المتحدة الأمريكية.
- ❖ مجموع المقاطع الموجودة على الموقع في 17 مارس 2008 هو 3,87 مليون مقطع.

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (الشروق للنشر والتوزيع، 2008)، ص 216.

² - عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 195.

❖ أكثر من 550 ألف فيديو يضاف يوميا على موقع اليوتيوب تنزيلها على المواقع إلى 48 ساعة في الدقيقة بعد أن كان 35 ساعة عام 2010. إلى جانب ارتفاع عدد مشاهدي الموقع إلى 3 بليون مشاهدة في اليوم.¹



شكل (2) يوضح تطور ساعات الفيديوهات التي يتم تنزيلها على يوتيوب في الدقيقة منذ 2007.

و هذا و أطلق اليوتيوب في جانفي 2009 نظاما جديدا للشركاء في الولايات المتحدة الأمريكية لجعل ملفات الفيديو الخاصة لهم متاحة التحميل و الشراء حيث يسمح هذا النظام باختيار بين خمسة تراخيص للعموميات الخلاقة . كما بإمكانهم تجديد الأسعار للمشتريين و المرور خلال صفة غوغل التي تستخدم بيانات حساب غوغل الخاصة بهم. كما كشفت موقع " يوتيوب " خلال ذكرى تأسيسه السادسة عن عدد من الإحصائيات في مفادها انه في 2011 ارتفع عدد ساعات الفيديوهات التي يتم.

2-4- عصر اليوتيوب: عملاق الفيديو.

لقد دخل اليوتيوب التاريخ من أوسع أبوابه تماما كما دخل حياة المئات الملايين في جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال استخداماته و محتوياته التي يضيفها المستخدمون عبر العالم.²

من أكثر الجوانب التي كان للموقع أثار الكبيرة و الواضحة الجانب الاجتماعي و حيث أصبح الكثيرون ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون اليوتيوب باعتباره الوسيلة الإعلامية الوحيدة تقريبا التي تتيح لأي كان الظهور و

¹ - New youtube statistics :25 may 2011. earchenginewatch.com/article/2073962

² - إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين : المرجع السابق، ص (41).

تمنحه الفرصة إلى العلانية و هي الطريقة التي سمحت للكثير من الفنانين والفرق الموسيقية بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم وتجاوز أشواط كثيرة نحو الشهرة، لكن في المقابل تحول في الكثير من الأحيان لقناة لترويج الفضائح والابتزاز خصوصا في المجتمعات المحافظة ، فعلى الرغم من سياسة الموقع الراضية لوضع المواد الإباحية إلا أن هناك الكثير.

من الصعوبات التي تواجه مسيري الموقع، مثل اختلاف الثقافات، و يسمح الموقع بالتطرق إلى المواضيع السياسية كالقضية الفلسطينية و العراقية و الثورات العربية مؤخرا والإرهاب لكسب الرأي العام.

لقد أصبح اليوتيوب متنفسا للمعارضين الذين يعانون التهميش أو القمع من قبل السلطات كما هو الحال في الوطن العربي. لكن بالرغم من كل هذا يبقى اليوتيوب أحد أهم أوجه الإعلام الجديد.¹

❖ التويتير Twitter

3-1- تعريف التويتير:

التويتير بالانجليزية twitter هو موقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتير أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS. أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك². وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخالصة الأحداث وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS، وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والهند، بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة. يمكن للمستخدمين الاشتراك في تويتير بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديثات حول السؤال: ماذا تفعل الآن؟ والتي لا تتجاوز 140 حرفا وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث

¹ - إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين، المرجع السابق، ص(44،45).

² - بلغار عادل، علي مهني أمال، بوجللال دلال: الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي، "دراسة في الاستخدامات التواصلية والاشباعات المعرفية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة. 2010-2011، ص 103.

حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء، لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان.

ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسانا في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن ، كما لاقى تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت وبالرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة لتويتر إلا أن المستخدمين قد ارتبطوا بعلاقة وثيقة مع تويتر ترغمهم على استخدامه.¹

3-2- نشأة تويتر:

يعود الظهور الأول لتويتر في 21 مارس 2006 ، وذلك تغريدة من مؤسس الموقع Tack Dorsy ، و التي كانت عبارة بسيطة " للتو قمت بتنصيب تويتر" (setting up twittr)، و التغريدة تعني ما تكتب من وسائل في تويتر كموضوع و تسمى tweet . تويتر هو موقع عنوانه twitter.com تحت تصنيف شبكة اجتماعية مفهوم التدوين المصغر micro blog يستخدم الرسائل القصيرة ، و تخطى عدد مستخدمي تويتر أكثر من 200 مليون مشترك عن 1250 تغريده في الثانية، سجلت أعلى ثالث رقم لها في منتصف العام 2011 بعدد 5106 تغريدة بالثانية بالحديث عن مقتل أسامة بن لادن بعد تسونا مي اليابان.²

ويبلغ عدد مستخدمي العرب 6 ملايين مستخدم الناشط منهم أقل من مليون و نصف مستخدم . تقدر تغريداتهم أكثر من 7 ملايين تغريده شهريا من مصر فقط، وأكثر من 5 ملايين شهريا من دولة الإمارات، و 14 مليون شهريا من السعودية.

يزيد عدد موظفيه أكثر من 600 موظف، ويقع مبنى الإدارة في سان فرانسيسكو، وتتخطى عمليات البحث أكثر من 6,1 مليار حركة بحث يوميا حول العالم ، ويمكن أن يستخدم خدمات الكود لرسائل الهاتف المحمول و هو يوازي 10958 ثم غير ليصبح 40404 .

¹ - بلفار عادل ، علي مهني أمال ، بوجلال دلال، مرجع سابق ، ص 105.

² - محمد البدوي : تويتر، نسخة الكترونية، متاح على www.badwi.com، السعودية، 2011، ص 12.

يذكر أن التويتر ساهم في ظهوره كل من بيرستون وإيفان وليامز ، وأتيح للجمهور في جويلية 2006 ويتيح إرسال تحديثات updates وتدوينات لا تتجاوز 140 حرفا وفق:

- نموذج الويب خلال الموقع و التطبيقات التي يتيحها.
- الرسائل القصيرة sms من الهاتف النقال إلى حساب في الموقع.
- الرسائل الفورية من خلال برامج الرسائل الفورية.

3-3- بعض الإحصائيات حول التويتر :

- يحتل التويتر المرتبة 46 بين أكثر المواقع زيارة حسب Alexa. com.
- 90% من التحديثات و التدوينات لا تتم عبر موقع تويتر ، وإنما عبر رسائل sms و الرسالة الفورية أو التطبيقات المكتبية "Twitterffic".
- عرف التويتر أكبر نسبة نمو بين الشبكات الاجتماعية خلال الأشهر الأخيرة، بالموازاة مع الزيادة الكبيرة في عدد المستخدمين يعتبر التويتر أكثر موقع تعرضا للإنقطاعات خلال سنة 2008.¹
- 84% من الانقطاعات تويتر كانت خلال النصف الأول من عام 2008 ، وابتداء من جويلية 2008 ، و انخفض عدد الانقطاعات بشكل كبير و ملحوظ.
- حسب دراسة إحصائية فإن 9% من مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، استخدموا تويتر للتحديث في نوفمبر 2008، و معدل عمر مستخدميه 31 سنة.
- 74% من مستخدمي تويتر يصلون بالانترنت لاسلكيا أما عبر الكمبيوترات المحمولة في أجهزة PDA (المساعد الرقمي الشخصي) أو الهواتف المحمولة.
- في مارس 2009 قارب عدد زوار الموقع 15 مليون زائر في الولايات المتحدة الأمريكية فقط.
- حوالي مليار تحديث على التويتر إلى غاية أفريل 2009 تتراوح بين 6 إلى 8 مليون تحديث يوميا.
- 63% من مستخدمي التويتر ذكور.²

4- السكايب :

نشأت هذه الشبكة عام 2003 وترتيبها رقم 13 ضمن الشبكات الاجتماعية وهي في المرتبة 307 على مستوى 500 موقع كما سبق الذكر وهي عبارة عن برمجيات خاصة بالاتصالات الدولية المجانية والمدفوعة الأجل ، وتتميز بالاتصال والتواصل الاجتماعي الفعال بالصوت والصورة ، ويمكنك تحميل هذه البرامج الذي

¹ - محمد البدوي ، مرجع نفسه ، ص 48.

² - محمد البدوي ، مرجع نفسه ، ص 49.

يتيح لك التواصل مع الآخرين في خلال دقائق معدودة ويسمح للشركات وتسيير عملها بسهولة و بشكل فعال ، ويتواصل عن طريق هذا البرنامج حوالي 20 مليون مستخدم على مستوى دول العالم حيث يشبه برامج المحادثات ولكنها أكثر تطوراً وأكثر ثباتاً به عدد كبير من اللغات منها اللغة العربية عنوانها الرسمي هو <http://www.skype.com> . وموقع الشبكة لا يحوي أي مجموعات ولكن به قطاع خاص بالأعمال والشركات تستخدم خاصية المرئي والمسموع¹.

-2-6- التطبيقات الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعية :

1- دور شبكات التواصل الاجتماعي في النشاط الصحفي:

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً هاماً بالنسبة لمتصفح شبكة الانترنت بشكل عام وهذا الدور إنساني بالدرجة الأولى حيث التواصل والتلاقي في الفضاء الإلكتروني بين زملاء العمل وزملاء الدراسة والأصدقاء. إلا أن الدور الذي تلعبه هذه الشبكات بالنسبة للصحفي يتعدى مجرد التواصل الإنساني بكثير فهو دور متعدد وعلى الصحفي أن يحسن الاستفادة منه بأقصى الطرق:

❖ الحصول على المعلومات:

وليس المقصود بالطبع أن يستقي الصحفي معلوماته من الشبكات الاجتماعية وحدها ولكن يستقي منها معلومات تنير له الطريق في استلهاهم أفكار للكتابة حولها ومن أمثلة ذلك متابعة أخبار الحروب كما حدث في أثناء الحرب على غزة فكان كثير من الصحفيين يستلهمون أفكاراً للكتابة حولها من خلال متابعتهم لمجموعات الفيس بوك أو استقاء معلومات يتم حجبها من قبل الدولة.

❖ كتابة تقارير حول نشاط الفيس بوك:

وكثير من الصحفيين يتابعون حركات نشاط الانترنت ويكتبون تقارير عن هذه الأنشطة مثل التقارير التي كتبها عدد من الصحفيين حول مجموعات الفيس بوك التي أنشئت لمناصرة قضية مقتل مروة الشربيني التي أطلق عليها شهيدة الحجاب.

¹ - إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين، مرجع سابق.

❖ كتابة أبحاث تحليلية:

بعض الصحفيين يمكنهم متابعة أنشطة مرتادي الانترنت من خلال استقراء نشاطات الأفراد والمجموعات على الفيس بوك وتحليل هذه الأنشطة إحصائياً ومن حيث المحتوى ويتقدمون بها في شكل أبحاث لمؤسساتهم أو لمؤتمرات وندوات.

❖ نقل الأخبار الممنوعة:

يفيد الفيس بوك في نقل الأخبار الممنوعة مثل ما حدث إبان الانتخابات الإيرانية أو أثناء إضرابات شباب مصر حيث كان الفيس بوك هو المصدر الوحيد لاستقاء المعلومات والصور حول المعتقلين وما يحدث معهم وكذلك إبان الاعتداءات الصينية الأخيرة على شعب تركستان الشرقية والتي جرت فيها مذابح دموية وتصفية عرقية في سرية تامة.¹

❖ متابعة أخبار حجب المعلومات :

فكثيراً ما قام الفيس بوك بحجب مجموعات ومعلومات عن مرتادي الشبكة أو قيام دولة أو جهة ما بحجب الفيس بوك نفسه عن المواطنين فيأتي دور الصحفي في كشف هذه الممارسات ضد الحرية

❖ رصد اتجاهات الرأي العام:

حيث يمكن إجراء استطلاعات الرأي على الفيس بوك ويمكن للصحفي أن يتابع هذه الاستطلاعات في قضية ما ويقوم بتحليلها والتعرف على الاتجاه العام إزاء هذه القضية .

❖ تغطية أخبار المناطق المنكوبة: يمكن للصحفي كما يمكن لمؤسسات الإغاثة متابعة أخبار المناطق

المنكوبة ومناطق الكوارث

❖ حملات التضامن مع الصحفيين: تمكن الصحفيون من خلال فيس بوك إطلاق حملات تضامن مع

الصحفيين المعتقلين.

¹ - <http://alafnan.arabblogs.com/archive/2010/2/1019877.html/28/3/2014>.

❖ متابعة أخبار الحروب الالكترونية: كثيرا ما تشتعل المنافسات والنقاشات بين أنصار كل اتجاه في كثير من القضايا ودور الصحفي تغطية هذه النقاشات .

❖ التشبيك بين الصحفيين:

وهذا الدور هام جدا للصحفي العامل في مجال الصحافة الالكترونية حيث يمكنه الانضمام للعديد من المجموعات الخاصة بالصحافة سواء في دولته أو في الوطن العربي أو على مستوى العالم وهذا التشبيك يتيح له التعرف عن زملاء له من الوسط الصحفي من مختلف أنحاء العالم مما يوسع من معارفه ومداركه ومصادر معلوماته وأيضا التعرف إلى مراسلين جدد يمكن عن طريقهم إفادة مؤسسته الصحفية التي يعمل بها .

❖ الاستفادة من الفرص التدريبية :

تفيد الشبكات الاجتماعية في تعرف الصحفي على الفرص التدريبية المتاحة على المستوى الصحفي مثل هذه الدورات التدريبية على مستوى التنمية البشرية أو في أي مجال آخر يهتم به وكذلك الفرص الوظيفية المتاحة .

❖ متابعة جهود المجتمع المدني:

من خلال الانضمام لمجموعات خاصة بمؤسسات المجتمع المدني ليتعرف أهم أخبارهم وفعاليتهم وهي في حد ذاتها مصدر للأخبار الحديثة كما يمكنه من خلالها التواصل مع مسؤولي هذه المؤسسات وإجراء حوارات ومقابلات معهم وتزويد جريدته أو موقعه الالكتروني بأحدث الفعاليات .

❖ الترويج لأعماله وكتاباته: من خلال صفحته على الفيس بوك ويمكنه أن ينشئ مجموعة إعلامية باسمه أو باسم مؤسسته التي يعمل بها فيروج لها .

❖ التعرف على الإصدارات الحديثة:

من خلال اشتراكه في مجموعات خاصة بدور النشر فيتابع أحدث هذه الإصدارات ليتمكن من عرضها وتعريف الجمهور بها والتعرف على آراء مرتادي الانترنت حولها.

❖ متابعة التقارير الدولية:

يمكنه من خلال الاشتراك في مجموعات وصفحات المنظمات الدولية التي تنشر تقارير دورية التعرف على آخر التقارير الصادرة أولاً بأول فيتمكن من عرضها بأسرع ما يمكن.

❖ متابعة تصريحات المسؤولين:

بعض المسؤولين أنشأوا لأنفسهم صفحات ومجموعات على الفيس بوك يمكن من خلالها للصحفي التعرف على أحدث التصريحات ومتابعتها أولاً بأول وإجراء المقابلات مع هؤلاء المسؤولين .

متابعة أخبار العلماء والمفكرين وأصحاب الرأي:

من خلال صفحاتهم التي أنشأوها أو قام معجبيهم بإنشائها وآخر النظريات التي أتوا بها أو الأبحاث التي قاموا بها من الهام للصحفي أن يركز على مجال تخصصه فيبحث بين الصفحات والمجموعات والمناسبات على الفيس بوك عن تلك التي تلاقي مجال اهتمامه أو تخصصه ويشارك فيها حتى يتمكن من متابعة وملاحقة آخر المستجدات على الساحة والتي تكون في أحيان كثيرة أسرع حتى من وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية ليحقق سبقاً صحفياً له ولؤمسته التي يعمل بها.¹

2- شبكات التواصل الاجتماعي و العمل الإعلامي:

أصبحت هناك حاجة لوضع قواعد تنظم استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية بشكل خاص والتطبيقات الافتراضية بشكل عام في إطار سياق تواصلية وإعلامية جديد.² من سمات هذا السياق :

- الانتشار السريع و الكثيف للشبكات الاجتماعية لدى كل الفئات الاجتماعية.
- توظيف هذه الشبكات في الحياة السياسية حيث تحولت إلى أداة للصراع السياسي و الفكري و التسويق السياسي و التعبئة السياسية وانخراط الأفراد المغمورين في عملية إنتاج المضامين : فيديو، معلومات، نصوص..... و قد أطلق على الظاهرة عدة تسميات.
- توظيف المؤسسات الإعلامية للتطبيقات الافتراضية من تدوين و شبكات اجتماعية .

¹ - <http://alafnan.arabblogs.com/archive/2010/2/1019877.html/28/3/2014>

² - صادق الحمادي: أخلاقيات المهنة و الميديا الجديدة، وثيقة أعدت في إطار برنامج النوع الاجتماعي و الإعلام العربي، مركز الكوثر، نوفمبر 2011، ص.47.

- تعزيز ولاء الجمهور للمؤسسة الإعلامية .
- التفاعل مع الجمهور.
- استخدام الانترنت و فضاءاتها المتعددة كمصدر للمعلومات
- خلق فضاءات تدوين داخل الصحف
- إنشاء الصحفيين لمدونات خاصة بهم خارج فضاءات مواقع المؤسسات الإعلامية.
- حضور المؤسسات الإعلامية داخل الشبكات الاجتماعية.¹

كيف يستخدم الصحفيون الفيسبوك و التويتر :

- يمكن للصحفي أن يستخدم التويتر لنشر المعلومات الطريفة حول الفعاليات و الأحداث : الأجواء العامة للفعاليات مؤتمرات.....الخ.
- يمكن للتويتر أن يساعد الصحفي على الحصول على معلومات من مصادر جديدة.
- تكذيب المعلومات التي يتداولها المستخدمون و المتصلة بأخبار عاجلتها الوكالة ؟
- الصحفيون الحاضرون على الشبكات يروجون للمؤسسة صورتها .
- إن كل ما ينشره الصحفي في سلوكه على الشبكة على المواثيق الأخلاقية الخاصة بالوكالة هذه المعايير تطبق على الشبكات الاجتماعية بما في ذلك ما ينشره على صفحاته الشخصية يصبح عاما . يعتمد الصحفي في سلوكه على الشبكة و على المواثيق الأخلاقية الخاصة بالوكالة هذه المعايير تطبق على الشبكات الاجتماعية و المنتديات.
- يتمتع الصحفي عن استخدام الكلام البذيء و غير الأخلاقي.²
- احترام استقلالية الوكالة و حيادها .
- في حالة عدم قبول الصحفيين في وكالة الأنباء الفرنسية الالتزام بهذه المعايير عليهم الاقتصار على الأصدقاء في صفحاتهم الشخصية و عدم فتحها للجمهور العريض .³

ثانيا: طريقة التسجيل و بأي اسم و وفق أية صفة :

- عندما يستخدم صحفيو الوكالة الشبكات الاجتماعية في إطار مهني يجب أن يكشف الصحفي عن هويته المهنية وانتمائه للوكالة .

¹ - صادق الحمامي، المرجع السابق، ص 47.

² - صادق الحمامي، مرجع نفسه، ص 64.

³ - صادق الحمامي، المرجع نفسه، ص 64.

✚ في الصفحة الشخصية التي ينشرها الصحفي على الشبكات : تجدر الإشارة إلى أن ما ينشره الصحفي لا يلزم الوكالة .

✚ إذا كان الصحفي يريد أن يستخدم الشبكات الاجتماعية بشكل شخصي فلا يجب أن يشير صفته باعتباره صحفي في الوكالة أي أنه لا يجب أن يتكلن باعتباره صحفي في الوكالة .

✚ تقوم الوكالة بوضع قائمة في كل الصفحات المهنية .

✚ قواعد السلوك.

✚ عدم استخدام الكلام البذيء و السوقي لأن ذلك ينعكس على صورة المؤسسة .

✚ عدم الرد بالعنف و الالتزام بالرصانة .

✚ يجب أن يفكر الصحفي قبل أن نشر أي مضمون أن ما يكتبه يكتسي صبغة العمومية.

✚ في حالة ما إذا كانت الوكالة موضوعا للنقد يجب على الصحفي إعلام إدارة التحرير.

ثالثا: معايير النشر

- لا يمكن للصحفي أن يشير معلومات داخلية عن الوكالة من باب الولاء لها.
- لا يمكن للصحفي أن ينشر معلومات على الشبكة حاصل عليها في إطار عمله لأن على الوكالة الاستفادة منها أولا.
- يمكن للصحفي أن ينشر معلومات ذات علاقة الأبعاد الجانبية للأحداث.
- لا يمكن للصحفي أن يتعرض بالنقد إلى وسائل الإعلام الأخرى أو المنافسة أو الأخرى.
- يجب على الصحفي أن يستخدم برصانة .
- في الأحداث الخاصة والحصرية لا يمكن للصحفي نشر معلوماته على للتوتير إلا بعد ترخيص من الإدارة التحريرية.
- إذا نشر الصحفي معلومات خاطئة فعليه تصحيحها.

رابعا: استخدام معلومات الوكالة على الشبكات :

- لا يمكن للصحفي أن ينشر المعلومات العاجلة على الشبكات الاجتماعية.
- يمكن للصحفي إدراج وصلات نحو صفحة الفيسبوك للوكالة أو اليوتيوب أو التويتتر.
- عندما ينشر الصحفي معلومات عن الوكالة يضيف العلامة hashtag.
- لا يمكن للصحفي أن ينشر معلومات أو صور أو فيديوهات من منصات الشبكة.

- المسألة القانونية.
- كل ما ينشره الصحفي على البكة في صفحته يتحمل مسؤوليته القانونية الصحفي.
- عندما ينشر الصحفي مضامين في إطار عمله فإن ذلك يشمل كذلك مسؤولية الوكالة.¹

¹ - صادق الحمامي، المرجع السابق، 47.

خلاصة:

شبكات التواصل الاجتماعية بخدماتها المتعددة أتاحت لعديد من تغيرات الجذرية في العمل الإعلامي، فمنذ نشأتها تطورت استخداماتها وتنوعت أشكالها ، و تعددت خصائصها، وتنوع جمهورها بين المواطن العادي، والمهنيين لتحتضن بذلك الإعلاميين وتمنح لهم العديد من العناصر الإعلامية الجديدة لتصنع بذلك إعلام إلكترونيا تفاعليا .



الفصل الثالث :

✓ تمهيد.....

✓ تعريف وسيلة الهاتف النقال

✓ مكونات الهاتف النقال

✓ تطور الاتصالات الهاتفية

✓ الاتصالات لاسلكية وتكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر

✓ مخاطر الهاتف النقال وأضراره

تمهيد:

من بين أهم الوسائل الاتصالية الحديثة التقنية التي ميزت القرن الحالي، تلك الوسائل التي تعتمد على تقنيات الاتصالات اللاسلكية ، الغير ثابتة والتي عرفت انتشارا سريعا بعد نجاح تجاربها حيث ساعدت في الترويج السريع للهواتف النقالة في جميع أنحاء العالم، إذ لم يخطر على بال أكبر المتفائلين أن الهاتف المحمول الذي ظهر في أوائل التسعينيات من القرن الماضي سيتحول إلى ثورة تكنولوجية غير مسبوقه ومستمرة دون توقف ، وأن استخدامه لن يصبح منصبا فقط على مجرد إجراء المكالمات الهاتفية خاصة بعد دخول تقنية الجيل الثالث الذي من خلاله لن يكون الهاتف النقال مجرد تليفون فقط وإنما سيكون جهاز كمبيوتر وتلفزيون وجريدة ومكتبة ومفكرة شخصية، وهذا الانتشار ،منطلقه من دول الشمال "الولايات المتحدة الأمريكية ، أوروبا، واليابان ، لينتقل إلى بقية أنحاء العالم لتصل إلى دول الجنوب ليتم التأكد من انتشار استخدامها في العالم العربي الدول الإفريقية من خلال استغلال كل الإمكانيات وتشجيع السياسات التنظيمية لإنجاح ذلك ، بهدف تطوير قطاع الاتصالات وفتح باب المنافسة بغية تنمية الأسواق المحلية ومواكبة آخر التطورات التكنولوجية التي لا تتوقف عند نقطة نهاية ، وهنا تعددت الشركات المتخصصة في مجال الخطوط الهاتفية اللاسلكية في الوطن العربي بشكل عام والجزائر بشكل خاص ، وأصبح استخدام الهاتف النقال إلى جانب وسائل تكنولوجية أخرى في المجتمع الجزائري من بين الحقائق الإعلامية الحديثة و الآنية التي تميز الحياة اليومية بمختلف تجاربها ، سرعان ما تغلغت في إطار البنية الإعلامية الحديثة ، لتشمل جميع الميادين والنشاطات التي يمارسها الصحفيين ، حتى شبكة العلاقات الاجتماعية التي يقيمونها مع الآخرين .

❖ الهاتف النقال كأداة في تنمية المهارات الإعلامية:

3-1- تعريف وسيلة الهاتف النقال:

الهاتف النقال عبارة عن: "جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة¹. ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية و استقلاليتة العملية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف بـ"الخلوي"، أو بـ"النقال" أو "المحمول"، أو "الجوال"².

الهاتف النقال هو عبارة عن جهاز إرسال، يستخدم موجات الراديو، ويسمح بوصول الإشارة إلى المتلقي في منطقة جغرافية تسمى الخلية "CELL" ثم يتم نقل هذه الإشارة المستقبلية إلى شبكة التليفونات المركزية³، هذا النظام التقني سمح بحمل الهاتف في كل مكان، بعد نشر شبكات مركزية في جميع المناطق، وأصبح الفرد بإمكانه إرسال إشارات صوتية إلى أي فرد إلى جانب ذلك أنواع أخرى من الإشارات مثل: كتابة حروف، الصور، وهنا تطورت أشكال الاتصال الشخصية، بفضل هذه الأداة الاتصالية، التي تركز أساسا على مجموعة من أبراج البث الموزعة في مساحات معينة، وبفضل التنافس الشديد بين مشغلي أجهزة الهاتف النقال، أصبحت تكلفة المكالمات، وتبادل المعطيات في متناول الجميع، لذا فإن عدد مستخدمي هذه الأجهزة في العالم والعالم العربي، يتزايد بشكل سريع ليحل محل الأجهزة الثابتة⁴، كما يعتمد الهاتف النقال أساسا على إشارات ذبذبة مثل رسم القلب تصاعدي وتنازلية بسرعة قوية جدا تصل إلى "MZ 20"، إرسالا واستقبالا في الثانية الواحدة.

نلاحظ من خلال نظام عمل الهاتف النقال الدقيق، أن التقنية المتطورة هي التي ساهمت في إنتاج هذا النوع من الوسائل الذي لم يحدث ثورة في مجال الاتصالات فقط، بل حتى في مجال العلاقات الإعلامية والاجتماعية، والاقتصادية، وجميع نشاطات الأفراد في المجتمع.

3-2- مكونات الهاتف النقال: يتكون الهاتف النقال من مجموعة من المعدات المادية والبرمجيات :

❖ الشاشة: وهي ذات طاقة استيعابية تتراوح ما بين ثلاثة وخمسة أسطر للكتابة والصور والرسوم

¹ - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، (الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، 2003)، ص 128.

² - حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال في عصر العولمة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص 222.

³ - [http://ar.// Wekepedia.org /Wiki /HTML. à 12.50 le 17/3/2014.](http://ar.// Wekepedia.org /Wiki /HTML. à 12.50 le 17/3/2014)

⁴ - [http://ar.// Wekepedia.org /Wiki /HTML. à 12.50 le 17/3/2014.](http://ar.// Wekepedia.org /Wiki /HTML. à 12.50 le 17/3/2014)

❖ لوحة المفاتيح : متعددة الوظائف (اتصالية ووقائية).

❖ ذاكرة : متعددة الوظائف أيضا (التسجيل ، التخزين ، الفهرسة).¹

❖ البطارية : القابلة للشحن والتغيير ويتراوح عمرها العام ما بين 33 ساعة 450 ساعة ، ووقت اتصال فعلى متواصل أقصاه ثماني ساعات.

هذه المكونات الأساسية ، التي تشكل الهاتف النقال ، لكن قد توجد هناك مكونات أخرى إضافية ذلك راجع لوجود عدة منتجات وعلامات تجارية ، تتعامل مع سوق الهواتف النقالة ، هناك الهواتف العادية ، والهواتف المتعددة الوسائط ، MultiMedia" ، التي تتوفر على آلات تصوير ، كاميرات فيديو ، تقنيات إرسال حديثة Bluetooth " و « Infarouge" وخدمات شبكة الانترنت المجهزة بها، وأيضا حسب جيل الهاتف النقال ، والتي سنتطرق إليها من خلال تطور الاتصالات الهاتفية .

كما أن طريقة استخدام الهاتف النقال تعتمد على تشغيل خط هاتفي ، من خلال كارت سيم-SIM CARD عبارة عن بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين ، صغيرة جدا ودقيقة ، ووحدة معالجة تخزن بها بيانات المستخدم والبريد الذي يقوم بإرساله للآخرين.²

3-3- تطور الاتصالات الهاتفية :

قبل أن يعرف الهاتف النقال ، وأن ينتشر بصفة كبيرة منذ ظهوره ، وبعد مروره بعدة تطورات كغيره من وسائل الاتصال الحديثة ، فقبل أن يعرف الإنسان الهاتف النقال ، كان يعتمد على وسائل أخرى مثل التلغراف والهاتف الثابت ، ويرسل رسائل مكتوبة عن طريق التلغراف ، وقبل كل هذا كان على جهده الإنساني ، في التنقل من مكان إلى آخر لتحقيق أغراضه ، أو إرسال الإشارات عن طريق الحيوانات مثل الحمام الزاجل، وبما أن الاتصالات السلكية سبقت أنظمة الاتصال اللاسلكية، سنحاول عرض أهم المحطات التي مهدت إلى ظهور هذه التقنية الحديثة التي ميز انتشارها القرن الواحد والعشرين.

يعد اكتشاف الكهرباء في القرن 19، وبداية التصنيع ، وانتعاش الميدان الاجتماعي بالاكتشافات الصناعية الآلية ، ظهرت الحاجة لتوسيع أسواق ، وتفعيل دائرة توسيع ذلك في كافة أنحاء العالم.³

¹ - فضيل دليو ، المرجع السابق ، 130.

² -http://ar./ Wekepeidia.org /Wiki /HTML. à 12.50 le 17/3/2014 .

³ -Arman Mattelard La mondialisation de la communication Presses universitaire Paris .France .Iere Edition.1996. P7.

ما زاد من الحاجة للاتصال ، والتواصل مع مناطق بعيدة ، لتدعيم سياسة الاكتشافات الجغرافية والحملات الحربية ، خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية .

من ثم تم استثمار الكهرباء ، لإنتاج وسائل اتصالية توفر الجهد والوقت وتسرع الأعمال والنشاطات خاصة منها التجارية و السياسية ، في سنة 1794 ساهم الإخوة ، "Chappe" في وضع مبدأ ، للغة العلامات المشفرة، لنقل المعلومات ووضع أول خط للإرسال آنذاك¹. كانت هذه المحاولة الأولى لوضع كود للعلامات وإرسالها بطريقة سريعة ، مقارنة بما كان من قبلها من أساليب ، حيث سهلت في تجاوز بعض الصعوبات ، لكن لم تحقق سرعة كبيرة ما أدى إلى استغلال، اكتشاف العالم الإنجليزي " وليم سترجون " "Sturjon" للموجات الكهرومغناطيسية². من طرف "Morse" "صمويل مورس" الذي وضع كود يحمل اسمه ، لنقل إشارات عبر الكوابل ، سنة 1833، واضعا أول تلغراف "Télégraphe" سنة 1837.³

ثم تم استغلاله لإرسال إشارات عبر خطوط سلكية من أوروبا إلى أمريكا والهند، خلال القرن 19، بعدها تم التفكير في نقل الصوت عبر هذه الخطوط السلكية، بالإضافة إلى الرموز ، المكتوبة وبعد عدة محاولات أستطاع " ألكسندر غراهام بال " "Alexander Graham Bell" أن ينجح في صناعة وسيلة لنقل الصوت بعد عدة تجارب ، ظهر الهاتف ، الأول الذي عرفته البشرية سنة 1876.⁴

لتستمر المحاولات ، لإيجاد الأفضل والوسائل أكثر تطورا من خلال استثمار المنجزات والتقنيات واستغلال كل الوسائل المتاحة إلى جانب أن الإنسان شديد الفضول لم يتوقف عن البحث عن الحلول وبعد التجريب في المخابر والتأكد من عمل الوسيلة الجديدة ، يتم عرضها تجاريا ، لتصبح قابلة لاستخدامها من طرف الجماهير، كلما كانت الوسيلة مكتشفة حديثا ، كانت تكلفة استهلاكها كبيرة وسرعان ما تنتشر، تنخفض وتعتدل تكاليف استخدامها.

بعد اكتشاف الجهاز الناقل للصوت البشري، تمكن العالم الإيطالي "ماركوني" من اختراع جهاز آخر ناقل للصوت، لكن هذه المرة عن طريق موجات لاسلكية، لتصل إلى أبعد مسافات، ذلك سنة 1895 وقدمت

¹ - Arman Matte lard. La mondialisation de la communication. Presses. universitaire. Paris France .lere Edition.1996. P7.

² - حسن عماد مكاوي ، المرجع السابق،ص 43.

³ - Programme des nations unies Pour le développement .Rapport mondiale .Sur le développement humain.de Boeck. Bruxelles. 2001.p33.

⁴ - Ibid. P33

أول إذاعة "الماركوني" في إنجلترا سنة 1896، غير أن الوسيلة لم تستخدم للاتصال بالدرجة الأولى¹. بل أصبحت وسيلة أساسية لكسب دعم الجماهير من طرف السياسيين واستعملت أكثر لأغراض دعائية، كوسيلة للحرب النفسية ضد الخصم، مابين الحلفاء والمحور أثناء الحروب. بعدما ساهم نقل الصوت من طرف الهاتف في إطار محدود، بالعمل على مبدأ التلغراف في النقل، أتى جهاز الراديو لينقل الصوت على أوسع نطاق ممكن، بعد الجمع بين مؤسستي "التلغراف و الإذاعة"، ظهرت تقنيات التحكم عن بعد، "Télécommunication" من طرف مهندس فرنسي سنة 1932، وظهور مصطلحات المعلومات التي تعتمد على رموز، ثنائية "Binaire" فتحوّلت هذه الأخيرة إلى نظام ووحدة للقياس، وخروج الإعلام من إطار الصحافة والمعاملات القانونية².

إلى جانب ظهور الإعلام الآلي وتوحيد الاتصالات الهاتفية، مع ميدان الإعلام الآلي، من هنا بدأ التفكير في إنتاج وسيلة اتصال جديدة، تعتمد على مبدأ آخر، غير الحبال السلكية، لنقل الصوت عبر الهاتف خاصة وقد أثبتت دراسة أمريكية ل "Ethel Sola Pool" بعنوان "The Social Impact Of The Téléphone" على فعالية الاتصال والتبادل الصوتي، مع وجود نقص في العملية الاتصالية، بفعل غياب صورة، أي عدم رؤية الشخص.

لكن مع تطور مجال البحوث التطبيقية الدقيقة، في مجال الإلكترونيات، والسمعي البصري، والاعتماد على الأقمار الصناعية، وتكيف الأفراد المستمر مع كل ما هو جديد من وسائل اتصالية، خاصة منها تلك الشخصية، على رأسها الهاتف الثابت، الذي عرف حضورا واسعا بين الأفراد والجماعات، تم التفكير في الاعتماد على الموجات اللاسلكية لتجريب استخدام هاتف³.

يمكن الفرد أن ينتقل بواسطته ويتواصل مع غيره في نفس الوقت، للتحرك من قيود المكان، الذي يقيد الأفراد من قبل، مثل: تواجده في المنزل، المكتب، محلات الهواتف العمومية، مؤسسات، لإقامة اتصالات مع الآخرين عن طريق الصوت فقط أو ترك رسائل صوتية عن طريق البريد الصوتي، لكن بعد هذا سوف تعطى فرص عديدة للفرد ويتجاوز عوامل المكان المحدد، ويجد خيارات اتصالية غير الصوت كل هذا عن طريق

¹ - تيال دو سولا بول، ترجمة: عبد الرحمان عزي، تكنولوجيا الحديثة للاتصال، (الجزائر: فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994/10)، ص 293

² - Arman Mattelard . La mondialisation de la communication، opcit .P45.

³ -E mmanuel Pedler . Sociologie de la Communication. Armand Colline. Paris.France . 2005 .P45

"الهاتف النقال" ، منذ بداية القسم الأخير من القرن العشرين ، حيث بدأت أولى التجارب في ، السبعينيات، وإذا أردنا التطرق لتطور الهاتف النقال ، فيجب التحدث عن أجياله التكنولوجية التي تطورت من مرحلة لأخرى ، ليصبح حجمه وشكله سهلا وفعالاً للاستخدام ، ويعود أول هاتف نقال لسنة 1974 عندما بدأت شركة "لوس تكنولوجيز" التجارب في معملها "بنيجورسي"¹.

وبذلك بدأ الجيل الصفري **G0**، في الولايات م. أ. وكندا، كان يعمل على موجات الراديو ولم يكن فعليا نقالا، لأن الموجات كانت محددة ، ولم يترك حرية كبيرة للمستخدم ، وكان هناك تشويش بين الموجات .

ثم ظهر الجيل الأول **G1** للهاتف النقال الذي يعتمد على النظام التماثلي "Analogue" بالاعتماد على ترددات مختلفة لكل مشترك ويبلغ عدد القنوات لكل محطة ، إرسال 832 قناة ، يفضل بين كل قناة وأخرى نطاق ترددي يعرض 30 كيلو هرتز ، وكانت الدول الاسكندنافية وعلى رأسها السويد الرائدة في الدفع القوي، لهذا الجيل عن طريق شركة "Ericsson" سنة 1979 إلى جانب اليابان وأول مكالمة تم إجراؤها كانت في أبريل 1973 ، ثم انتشرت الاتصالات اللاسلكية في بداية 1980.²

في سنة 1982، أطلقت شركة "موتورولا" نموذج أول هاتف خلوي يمكن استخدامه في أي مكان دون الحاجة لأي سلك ، وبعد تجريبية ، تم إعلانه ، تجاريا سنة 1983، كان شكله كبيرا يبدو طويلا ويحتوي على هوائي قصيرة يبلغ وزنه أي قصير يبلغ وزنه **02 باوند أي 0.90 كلغ**، كان سعره باهظا ويعمل ببطاريات يمكن للفرد الحديث بها لمدة ساعة ، وذاكرة تحميل على الأقل تسجيل 30 رقما.³

كانت الهواتف تستخدم أكثر للأعمال إلا بعد ظهور هاتف "Motorola Start AC" سنة 1996، أصبح الهاتف النقال أقل وزنا ، أصبح شكلا من أشكال الموضة.⁴

ومع ظهور الجيل الثاني **G2** ، أصبح الهاتف أقل وزنا أكثر مما سبق حيث يقوم في تشغيله على الأنظمة الرقمية المقررة من طرف معاهدات التجوال الدولي التي تسمح بإمكانية تشغيل خارج ، الحدود الدولية ، لأي منطقة وفي هذه المرحلة أصبحت الهواتف تعتمد على قدرة استيعابية كبيرة تحويل الأصوات إلى سيل من البنات

¹ -<http://ar.Wekepedia.org/Wiki/HTML>. à 12.50 le 17/3/2014 .

² - سامية علي الشريفي ، أنظمة شبكات الهاتف النقال ، (تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات)، العدد 108، يونيو 2010، ص ص (16-17).

³ -WWW.Swalif.net.1 .phone .history.cell.a11.00 : le 16/3/2014

⁴ -David Ray .Interfaces Gsm montagnes Pour Téléphone Portables .éditions techniques françaises. Paris.2004، P3.

التي تحتوي على 0 و 1 لترسل فيما بعد لاسلكيا، وأصبح من الممكن إرسال الرسائل النصية القصيرة، الاتصال بالانترنت عن طريق الهاتف النقال وإرسال واستقبال المكالمات والبيانات ، ثم أصبح النظام مابين التحويل بين الدارات وتحويل الرزم الرقمية ، ويؤمن نقل البيانات بوتيرة سريعة وهذا في فترة الجيل الثاني والنصف ، الذي أمن للمستخدم خاصية الانتظار ، والاتصالات المتعددة، حتى خمسة متحدثين استخدام الخرائط ، إرسال رسائل الوسائط المتعددة (2) ، كما يعتبر نظام " **Global System For Mobile Communication Gsm** " من بين الأنظمة المسيطرة في هذه الفترة، حيث استعمل أول الأمر الموجة " **900 كيلو هرتز** " ثم استعمل الموجة " **1800 كيلو هرتز** " بعد ذلك ظهر الهاتف النقال من الجيل الثالث **G3** سنة **2002**، الذي يستعمل نظام " **Umts Universel Mobile Technologie System** " بحيث تم رفع قوة البث أكثر من **2 Mbits** في الثانية ، بالنسبة للمستخدمين الثابتين و **348 Mbits** بالنسبة للسائقين ، ما مكن من إدخال الانترنت بسرعات عالية ، إمكانية نقل الفيديو والمؤتمرات المصورة ، نقل البث الفضائي الحي وتحديد المواقع.¹

كما ساهمت تكنولوجيا " **Global Pocket Radio Service Gprs** " في تحويل المعطيات على شكل حزم " **Paquets** " بين جهاز الهاتف ومحطة الراديو بقوة تقدر مابين **20** و **50** كيلوبت في الثانية.² كما ساهم الجيل الثالث والنصف في رفع معدل سرعة انتقال البيانات إلى **3 ميقايبت** في الثانية ، والجيل **3.75** في معدل سرعة انتقال البيانات إلى **5.8 ميقايبت** في الثانية ، وتعد شركة " **Hsuda High Speed Uplink Pocket Accès** " الشبكة الوحيدة التي تستوفي متطلبات الجيل **3.75** ولم يتم وضع معاييرها بالكامل.

وبالتالي فإن الهاتف النقال، الذي ينتمي إلى الجيل الثالث ، يعبر عن ثلاث اتجاهات رئيسية ميزت خطوات صناعة الاتصالات العالمية وهي : تغلغل الحاسوب في جميع الميادين ' تعاضم الاتصالات النقالة النمو المتواصل للانترنت ، وأصبحت الثورة الرقمية والنقالة من أهم المحركات الأساسية لشبكات الاتصالات ، وأصبحت المعطيات بكل أنواعها تنقل عبر نظام " **GSM** " الدولي.

¹ - سامية علي أشريفي ، المرجع السابق، ص 18.

² - تاوي عبد العليم ، دراسة سوق خدمات اتصالات الهاتف النقال في الجزائر من 2000-2005، "رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بسكرة" ، ص 80.

وقد بدأ العمل بهذا النظام منذ 1991 في فلندا وكان يبلغ فيه عدد المشتركين سنة 1995 مليوناً ونصف مليون شخص في ألمانيا ، و 500 ألف في فرنسا و 70 ألف في بلجيكا (3). وأنتشر هذا الجيل من الهواتف النقالة بدرجة كبيرة بعد انخفاض أسعاره ، وتكاليفه وساهم في جلب عدد من المشتركين، في جميع أنحاء العالم. لم يتوقف الهاتف عند هذا الجيل فقط ، بل ساهمت التجارب في إنتاج هاتف نقال من الجيل الرابع **G4** الذي يعرف بشبكة النفاذ اللاسلكي ، إلى الشبكات الواسعة ، النطاق المكونة من عدة شبكات تقدم خدمات اتصالات مختلفة ، كإمكانية التنقل بين الأنظمة المختلفة بجهاز واحد ، حيث أعلنت شركات يابانية وهندية عن نجاح تجاربها لهاتف الجيل الرابع بمتوسط سرعة يبلغ 130 ميقايت في الثانية من أهم خصائصه أنه يقوي سرعة إرسال الملفات لاسلكياً ليقترّب من السرعة التي تقدمها شبكة الاتصالات المعتمدة على الألياف الضوئية يتميز بسرعة نقل وبث عالمية ، تصل إلى 100 ميقايت في الثانية ، 50 معطيات للإرسال تغطية جغرافية واسعة¹.

وكان أول هاتف نقال ظهر بتقنية الجيل الرابع تحت اسم « MIMAX WAVE2 » في 2009/12/15 تم إطلاق عملية تسويق أولى لعرض خاص بالنقال من الجيل الرابع "بستوكهولم" بالسويد و "أسلو" بالنرويج .

3-4 - الاتصالات اللاسلكية وتكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر:

الثورة التكنولوجية بمختلف وسائلها ، أصبحت واقعا ، وضرورة من ضرورات الحياة اليومية التي فرضها النظام العالمي وأنماط التعامل الدولية ، تبنتها وشجعتها السياسات الدولية للحفاظ على صورتها وتحسين تعاملاتها ، بما فيها الجزائر التي بادرت بتكوين قطاع خاص للاتصالات اللاسلكية لنشر هذه التكنولوجيا بتجهيز وتسخير كل الإمكانيات لوضع الشبكات ومراكز البث لتشغيل الهواتف النقالة وكذا باقي الوسائل التقنية الحديثة الأخرى ، إلى جانب تعزيز المنافسات التجارية في الأسواق الجزائرية وإتباع أحدث السياسات الترويجية الفعالة لإمكانية إبراز قدراتها وما يمكن أن تحقّقه في مجال تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، وللحصول على أكبر حصة من الأرباح بجذب أكبر عدد من الزبائن المشتركين ، كانت أبرز شركة للاتصالات في الجزائر منذ حصولها على الاستقلال ممثلة في قطاع البريد والمواصلات ، والذي كان يحمل مسؤوليات كثيرة من أبرزها:

¹ - سامية علي الشريف ، أنظمة شبكات النقال ، المرجع السابق ، ص 19.

مد شبكات الهاتف عبر التراب الوطني وفك العزلة عن المناطق الريفية ، تعزيز ورفع الكثافة الهاتفية ، وضع كابلات دولية عبر الحدود وكذا مع بعض الدول الأوروبية¹. وهذا ما بين (1970-1979) عن طريق المخطط الرباعي الأول والثاني (1970-1973) والثاني (1974-1977) ، حيث بلغ عدد مشتركى شبكة الهاتف الثابت 1977 ما يقارب 259.477 مشترك وفي الفترة ما بين (1980-1989) ، في ظل المخطط الخماسي الأول (1980-1984) ، والمخطط الخماسي الثاني (1985-1989)، بلغ عدد الخطوط الهاتفية 998.690 خط في نهاية 1989 بكثافة هاتفية تصل إلى 3% ، بالإضافة إلى توسيع الشبكات الهاتفية العمومية ، حيث بلغت 7000 هاتف عمومي في نهاية سنة 1989، ومع دخول التسعينيات (1990-1999)، انطلقت مبادرات عصرنة قطاع الاتصالات وفق التكنولوجيا الحديثة ، حيث تم إيصال 1600 ألف مشترك في الهاتف الثابت ، بكثافة تقدر بـ 5.4% ، إلى جانب إدخال خدمات الهاتف النقال، حيث بلغ عدد المشتركين 18 ألف مشترك سنة 1999 (نهايتها)².

بعد سنوات من احتكار الدولة لتسيير قطاع الاتصالات ، ونظرا لقصور خدماتها أمام تزايد الطلبات وتطور الاتصالات في العالم ، وكذا كثرة الزبائن ، وبسبب قلة الإمكانيات والتجهيزات والمنافسة ، وتقدم الدول المجاورة في هذا المجال وتعاضم الابتكارات التكنولوجية ، صدر قانون رقم 03-2000، الذي قضى بإصلاح القطاع من خلال الفصل بين : شركة اتصالات الجزائر ، وشركة بريد الجزائر وحددت قواعد جديدة لتسيير النشاطات تحت رقابة الدولة³. وبالتالي ركزت شركة اتصالات الجزائر نشاطها على تنظيم قطاع الهاتف الثابت وكذا الهاتف النقال وتحسين خدمات شبكة الانترنت إلى جانب إنشاء سلطة ضبط البريد والمواصلات (ARPT) التي تسيير نشاطات المنافسة للمتعاملين الثلاث فيما بعد وتراقب نشاطات البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية⁴ بمقتضى المادة 13 من قانون 30-2000. ثم أسست اتصالات الجزائر فرع لها ، تحت اسم " موبيليس " Mobillis" التي تعتبر شركة ذات أسهم ، مختصة في مجال الهاتف النقال بالدرجة الأولى ، والتي لم تتحرر كقطاع خاص فعليا حتى سنة 2003 وبالتالي يعتبر ذلك القانون من الخطوات الرئيسية التي

¹ - ميلي حميدي ، تقييم خدمات الهاتف النقال في الجزائر، "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر ، 2006، ص72.

² - ميلي حميدي ، المرجع نفسه، ص73.

³ - العام يدخل القرن 21 حاملا الهاتف ' الفيديو ، الانترنت النقال،(الأردن: أفاق الشبكة للتعليم المفتوح والتعليم عن بعد ، مكتبة القدس، العدد5)، يناير 2000.

⁴ - www.elouma.com/content/view/11245/98.a10:00le18/03/2014.

دفعت لتفعيل وتطوير سوق الهاتف النقال بالجزائر ، وتزايد عدد المشتركين ، لتتخفف كذلك التكاليف لاحقا، بالفعل كانت أول شركة اتصالات "ATM" . " الجزائر للاتصالات " موبيليس" التي عرفت إنتعاشا بعد سنة 2003 وهي شركة تساهم في توفير عدة خدمات لزبائننا منها: كلمني ، موبيكنت ، موبيليس+ ، إلى جانب العرض الجزائي 0661، واختيار عدد من الأرقام المفضلة للتكلم مجانيا ، ومنذ 2007 عرضت شركات الاتصالات الخاصة ، ذلك من خلال 2621 كلم من شبكة الألياف البصرية ، 34 ألف كلم من شبكة الألياف الأرضية ، 47 ألف شبكات ألياف رقمية ، 650 ألف مشترك في شبكة الانترنت ذات التدفق العالي ، إلى جانب 10 ملايين مشترك في الهاتف النقال ، و 2700 مشترك عبر الساتل و 1400 في نظام "Gmpcs" ، إلى جانب خدمات الرويمنج و استقبال المكالمات عندما يكون المستخدم في الخارج دون ضرورة تغيير الرقم¹.

في سنة 2001 تم إيجاز نشاط شركة مصرية للاتصالات اللاسلكية ، ومن ثم فتح مجال المنافسة بذلك وهي شركة "أوراسكوم تيليكوم الجزائر" : « OTA» تحت اسم جيزي التي ويسجل نشاطها في إطار خدمات التي تعد تسميتها التجارية ، ويسجل نشاطها في إطار خدمات GSM، لتتمكن من جذب أكبر عدد من المشتركين وغطت شبكتها 48 ولاية في الجزائر واحتلت بذلك الصدارة بـ 8 ملايين مشترك ، عامين بعد إطلاقها في فيفري 2002، وذلك بفعل العمل بنظام بطاقات التعبئة المسبقة الدفع (1). إلى جانب تقديمها عدة خدمات ، إرسال SMS مجانيا والاستفادة من الرقم المحمول " APPEL MASOUE" وخدمات الانتظار ، وشريحة المليون يوم 0770 ووفق نظام الرقم الجزائري.

الوطنية للاتصالات الجزائر "WTA" : شركة كويتية أسست فرعها في الجزائر بعد حصولها على إجازة رخصة الهاتف النقال سنة 2003، وتعرف بمنتجها التجاري "نجمة" الذي طرح في الأسواق بداية من 2004، لمنافسه "جيزي" و "موبيليس" ، كما ساهمت في إحداث حلول لاسلكية عريضة النطاق وكثيرة من العروض التكنولوجية المتطورة للاتصالات المرئية، الانترنت اللاسلكي (WNET) وكذلك ساهمت في إطلاق كاميرا الجيل الثالث ، اللاسلكية في الجزائر من خلال شركة "Zhoo" لتصبح البوابة الرئيسية لتحميل المحتويات الشخصية ، وبرامج التلفزيون والموسيقى².

¹ - www.elhiwaronline .com /ara/content/view/28110/120/ ، 10 :49، le 8/2/2010.

² - عامر لمياء أثر السعر على قرار الشراء (دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف النقال)، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر، 2006، ص100.

هذه الشركات الثلاث هي التي تسيطر على السوق وميدان الاتصالات النقالة في الجزائر إذ ساهمت في توفير مختلف الخدمات الهاتفية للزبائن إلى جانب خدمات الانترنت، والاتصال عبر الساتليت وتدعيم وتجهيز شبكات الهاتف عبر التراب الوطني والنهوض بقطاع الاتصالات ودفع عجلة التنمية لتحتل الجزائر المراكز الأولى في شمال إفريقيا حيث صنفت في المرتبة الثانية في مجال الإعلام والاتصال حسب تقرير حول المعلومة الاقتصادية ، توجهات وأفاق 2009، هذا على الصعيد الإفريقي من حيث وتيرة الاستفادة من الهاتف النقال¹ .

كما أكد وزير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر " حميد بن صالح " سابقا أن الجزائر تستعد لإطلاق رخصة الجيل الرابع في حدود نهاية 2010 أمام التطورات التكنولوجية المتلاحقة ، تنتقل الجزائر مباشرة إلى الجيل الرابع الذي هو مقرر إطلاقه عالميا سنة 2012² نلاحظ أن قطاع الاتصالات في الجزائر عرف إهتماما متزايدا بالهاتف النقال وخدماته والتكنولوجيا الحديثة بعد تحرير قطاع الاتصالات " ATM " وإعطاء إجازات إلى متعاملين في القطاع الخاص ، هذا ما ساهم في فتح باب المنافسة في السوق الجزائرية ، وإنعاشها بمختلف العروض والخدمات التي لم تتوقف دقيقة واحدة لتتقدم ، في ميدان التكنولوجيا الحديثة وتواكب المسيرة العالمية، مستعملة كل الفرص والقدرات المتاحة ، وكذا ساهمت في توفير مناصب شغل عبر مكاتبها وفروعها في التراب الوطني الجزائري ، مشجعة بذلك مبادرات ومستثمرة كل الطاقات البشرية لتطوير القطاع ، ما أمكن الجزائر من تحقيق خدمات زبائنها واحتلال المراكز الأولى إقليميا ، على مستوى إفريقيا والعالم العربي، من خلال ارتفاع عدد المشتركين ، حيث أكد " مصطفى بلفوضيل " إن المنافسة في قطاع الاتصالات قد ساهمت في رفع عددهم في خدمات الهاتف النقال ، بالتالي أصبح المجتمع الجزائري ، بمختلف فئاته الاجتماعية يمكنه الاستفادة من خدمات الإتصال بمختلف أنواعها خاصة خدمات الهاتف النقال بمختلف أجياله ومختلف الخطوط الهاتفية : " موبيليس جيزي ، نجمة، إلى جانب الانترنت والهاتف الثابت.

3-5- مخاطر الهاتف النقال وأضراره:

لقد صاحبت انتشار الهواتف النقالة ضجة إعلامية كبيرة حول المخاطر والأضرار النفسية والصحية والاجتماعية التي قد يلحقها بمستعمليه:

¹ - www.maghrbia.com/cocoom/awt/xhtm11/ar/feature/2006/3/12/feature

² - www.hrdiscussion.com/hr9225.html.a22 : 02le 18/3/2014.

❖ الأضرار الصحية:

تثير الكثير من الشخصيات والمؤسسات والجمعيات الطبية بعض المخاوف حول الأضرار الصحية المحتملة. التي يمكن أن يتسبب فيها استعمال أجهزة الهاتف النقال وذلك بسبب الطاقة المشعة من هوائي الهاتف الذي يكون قريبا من رأس الشخص أثناء عملية التهااتف، وقد حاولت بعض البحوث الربط بين هذه الإشعاعات وعدد من الأعراض والاضطرابات الفيزيولوجية كالصداع والسخونة وارتفاع ضغط الدم والسرطان... إلخ، بل إن بعضها ربط بين إصابة بعض الأعضاء الداخلية (الكليتان ' الأعضاء التناسلية ..)، القريبة من مكان تعليق الهاتف النقال. كما أثار بعض الأخصائيين مزيدا من المخاوف حول الهواتف النقالة إذا كان مستعملوها من الأطفال والشيوخ لأن أنظمة مناعتهم أضعف¹.

ومعروف أن منشأ هذه المخاوف يعود إلى عام 1993 بعدما ادعى أمريكي في مقابلة تلفزيونية أن زوجته ماتت بسبب ورم في المخ نتيجة كثرة استعمالها للهاتف النقال، فانتشرت مخاوف مستعمليها ومنتجها بسرعة فائقة، ولكن الأوساط العلمية الرسمية تبقى منقسمة لحد الآن وذلك لافتقارها للدليل القاطع بسبب قلة الدراسات وخصوصية حالات دراستها مما جعل تعميم نتائجها أمر غير منطقي.

❖ الأضرار النفسية والاجتماعية:

إن انتشار المفاجئ والسريع للهاتف النقال في كثير من المجتمعات جعلت البعض يهتم به كنوع أو كغاية في حد ذاته وليس كوظيفة. وهو أمر يحدث عادة مع المبتكرات الجديدة الموجهة للاستعمال الجماهيري ومعروف أيضا أن مثل هذه التكنولوجيات الحديثة الإعلام والاتصال أحدثت تغيرات سلبية في طبيعة العلاقات الاجتماعية وفي بعض القيم والمبادئ (العزلة ' والتشتت الذهني ...) نتيجة الاستغناء عن التنقل والتعامل مع أكثر من قناة معرفية في وقت واحد أو في أوقات متقاربة جدا.. ولذلك ينصح بالتقليل من استعماله وإغلاقه عند الانشغال بأمور جدية.. ومنها قيادة السيارات².

6-3 - إحصائيات عن الهواتف النقالة الذكية :

لقد أصبحت الأجهزة التكنولوجية المحمولة في الوقت الحالي من الأدوات التكنولوجية التي لا تكاد تفارق مستخدميهما في ليل أو نهار، والتي زاد عدد مستخدميها بصورة كبيرة.

¹ - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، (الجزائر : منبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، 2003)، ص131.

² - فضيل دليو، المرجع نفسه، ص132.

خاصة بعد أن أصبحت تقنية تلك الأجهزة رخيصة - سواء فيما تعلق بأسعار تلك الأجهزة أو تكلفة الخدمات المرتبطة بها - فالتقنيات المحمولة من مثل الهواتف المحمولة الحواسيب المحمولة والأجهزة الرقمية الشخصية (PDAs) personale digital assistants أصبحت أسعارها معقولة أكثر من أي وقت مضى فقد تحول الهاتف المحمول - كأحد أهم هذه الأجهزة وأشهرها - من جهاز مكمل يقتصر استخدامه على فئة معينة من الأشخاص، إلى الشيء الأساسي الذي لا يمكن الاستغناء عنه، والمتاح للجميع ليصبح هو المتحدث الرسمي بأخبار المستخدمين، حيث أظهرت العديد من الدراسات أن الهاتف المحمول هو أكثر الأجهزة التكنولوجية استخدام بين أيدينا ، و أن أكثر ثلاثة أغراض نحملها هي: المفاتيح والمحفظة والهاتف المحمول، فبعد مرور أكثر من 20 عاماً على ظهور الهواتف المحمولة تضاعفت أعداد المستخدمين ليتعدى أكثر من ثلث العالم، كما توقع مكتب "ستراتيديجي اناليتيكس" أن أكثر من نصف سكان العالم سيستخدمون المحمول مع حلول العام 2010، مقابل 40% في مطلع 2008، وهو توسع مرتبط بنمو هذه السوق في آسيا والشرق الأوسط وأفريقيا¹.

و أفادت دراسة وضعها المكتب أن عدد الاشتراكات في الخطوط المحمولة سيرتفع عالمياً من 3.9 مليارات العام 2008 إلى 5.6 مليارات العام 2013، كما توقعت أن يصل عدد المستفيدين في العالم من خدمة الجيل الثالث والثالث المطور إلى حوالي 3 مليار شخص بحلول عام 2008 حيث يصل حجم البيانات التي يمكن لأجهزة الجيل الثالث المطور تداولها حوالي 14.4 ميغا بايت في الثانية².

و من يُمعن النظر في بعض الإحصائيات العالمية عن الأجهزة النقالة والمحمولة بوجه عام يُدرّك أهمية وحجم استخدام التقانات اللاسلكية في مجال الصحفي حيث تشير تلك الإحصائيات إلى:

- أكثر من 50% من مواقع العمل في الولايات المتحدة الأمريكية هي مواقع نقالة.
- حتى عام 2005 يمتلك نحو 78% من سكان أوروبا هواتف محمولة.
- عدد أجهزة المساعدات الرقمية المباعة في 2005 تجاوزت 200% من عددها عام 2004.
- حتى عام 2010 سيتجاوز عدد مستخدمي الإنترنت اللاسلكية المليار.

¹ - شبكة عرب نت الإخبارية: بحلول العام 2010 الهاتف المحمول يصل إلى نصف سكان العالم، متاح على الرابط: <http://www.arabnet5.com/communications-news.asp?c=2&id=15890/10/05/>.

² - محمد الحمامي : التعليم النقال مرحلة جديدة من التعليم الالكتروني Learning . a New Stage of ? . M-Learning ، مجلة المعلوماتية، النقانة في التعليم ، العدد (6) ، شهر آب 2006 . متاح على <http://infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=6&id=70>.

- عدد مستخدمي الهواتف المحمولة يتزايد تزايداً كبيراً .

3-7- التطبيقات الإعلامية للهاتف النقال الذكي :

❖ تطبيقات الهواتف الذكية (Mobile Apps):

هي برامج تعمل على أحد الهواتف الذكية بالاعتماد على عدد من المزايا التي تقدمها هذه الهواتف بحيث تقدم خدمة معينة لمستخدميها. وتعتمد بالغال على الاتصال بالإنترنت الذي توفره هذه الهواتف¹.



❖ العلاقة بين تطبيقات الهواتف الذكية والمؤسسات الإعلامية:

ساعدت الهواتف المحمولة الأفراد والمنظمات الإعلامية في القفز إلى عالم أوسع من التكنولوجيا حيث أصبحت تكتسب شعبية أكثر فأكثر وازدياد ملحوظ في حجم المستخدمين بشكل طردي، مما أدت إلى ابتكار طرق جديدة للاستفادة من هذه التكنولوجيا من خلال التطبيقات التي تسهل وتيسر على الصحفيين التواصل وسرعة الحصول على ما يريدون، وفيما يخص المؤسسات الإعلامية ، فهناك العديد من الاستخدامات التي تمكن المؤسسات الإعلامية من تحقيق أهدافها وتنفيذ برامجها من خلال استخدام هذا النوع من التكنولوجيا، نلقي نظرة سريعة على عدد من هذه الاستخدامات:²

¹ - ويكيبيديا الموسوعة الحرة: الهواتف المحمولة - متاح على

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%A7%D9%84>

² - <http://www.arabnet5.com/communications-news.asp?c=2&id=1589/10/5/> 14

❖ **تحسين الأداء:**

فمن خلال استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها اللامتناهية تمكن المؤسسات الإعلامية من تنفيذ أعمالها بوقت وكلفة أقل من السابق من خلال استخدام برامج تنظيم الأعمال وبرامج الاتصال عبر الإنترنت.

❖ **التعلم وتقديم المعلومات:**

فمن خلال تطبيقات الهواتف الذكية يمكن المؤسسات الإعلامية بث الوسائط الإخبارية والمعلومات ونشرها للفئة المستهدفة لتحقيق أهداف برامجها في رفع الكفاءة وزيادة الوعي.

❖ **جمع المعلومات والاستبيانات:**

توفر تطبيقات الهاتف الذكية أداة سهلة لجمع المعلومات من تطبيقات مخصصة لهذه الغاية وإرسالها عبر الإنترنت لتجميعها وتحليلها والخروج بالنتائج.

❖ **حالات الطوارئ والكوارث:**

يمكن من خلال الهواتف الذكية وتطبيقاتها تسجيل حالات الطوارئ والكوارث ونقل هذه المعلومات إلى سائر أنحاء العالم عن طريق إرسال واستقبال رسائل الإغاثة والمساعدة.

❖ **إعداد التقارير:**

فمن خلال الهواتف الذكية يمكن تسجيل الأخبار والنشاطات وإعداد التقارير الصحفية المختلفة وبثها إلى العالم من خلال هذه التطبيقات التي توفر إمكانيات متقدمة من تسجيل صوتي وصور وفيديو والتواصل عبر الإنترنت.

❖ **الملاحظة وتحديد المواقع:**

توفر الهواتف النقالة خدمة تحديد المواقع وبشكل مجاني دون الحاجة إلى استخدام أجهزة وتطبيقات معقدة ومكلفة حيث تفيد هذه الخدمة منظمات المجتمع المدني خصوصاً العاملة منها في المناطق النائية والبعيدة. هناك العديد من الاستخدامات الأخرى التي توفرها تطبيقات الهواتف الذكية المؤسسات الإعلامية والتي تعمل جميعها على تنفيذ هدف واحد متمثل بتحقيق رؤى هذه المؤسسات¹.

¹ - شبكة عرب نت الإخبارية: بحلول العام 2010 الهاتف المحمول يصل إلى نصف سكان العالم، متاح على الرابط:

<http://www.arabnet5.com/communications-news.asp?c=2&id=15890/10/05/>

❖ المستحدث الاتصالي الجديد "3G" وتأثيره على الأداء الإعلامي:

لقد أطلقت دول كثيرة منها الجزائر حالياً الجيل الثالث 3G من الهواتف المحمولة ، حيث تسمح إمكانات هذا الجيل بتقديم مجموعة كبيرة من الخدمات اللاسلكية كإجراء اتصالات مرئية تفاعلية مباشرة بالصوت والصورة حيث يرى المتصلون بعضهم بعضاً من خلال الهواتف النقلة المتوافقة مع تقنية هذا الجيل، ونقل البيانات بسرعة عالية تصل إلى 2 ميغا بايت في الثانية، كما تتيح إمكانية الاتصال بالإنترنت بسرعة عالية، وتسمح بتبادل رسائل الوسائط المتعددة، وتنظيم مؤتمرات الفيديو، وتوفير خدمة تحديد المواقع عبر الهاتف النقال، والصرف الآلي، وإمكانية مشاهدة القنوات الفضائية عبر الهاتف المحمول، مع سرعة إنجاز هذه الخدمات، بل وبدأت بعض الشركات إنتاج مجموعة من الهواتف أطلق عليها الهواتف الذكية **Smart Phones** وهي مزيج من الهواتف الخلوية والمساعدات الرقمية ، وبدأت تأخذ دورها في أسواق الأجهزة المحمولة بشكل منافس خاصة مع الخدمات التي تقدمها ، من استعراض الانترنت ودعم لبرامج متنوعة خاصة بما يجعلها تأخذ دوراً هاماً في العمل الصحفي ، ومن المتوقع إطلاق الجيل الرابع 4G من الهواتف المحمولة بحلول عام 2010 حيث من المتوقع زيادة سرعات الهاتف التي قد تصل إلى 100 ميغابايت في الثانية¹.



فتقنية الهاتف المحمول - خاصة خدمات الجيل الثالث والجيل الثالث المطور للمحمول- يستطيع الصحفي من خلالها فعل الكثير، فهي تمكنه من تركيب كاميرات في أي مكان ومتابعتها والتحكم فيها من خلال الهاتف المحمول، وتوفر اتصالاً دائماً بالإنترنت يتعدى سرعة ال **DSL** .

إضافة إلى خدمات البث التلفزيوني الحي والقنوات الفضائية، بكفاءة وجودة عالية، علاوة على إجراء مكالمات بالصوت والصورة، ونقل المعلومات والفيديو بسرعات عالية، كما وتشمل أيضاً خدمة الفيديو حسب الطلب

¹ - أحمد محمد سالم: التعلم الجوال " Mobile Learning . . . رؤية جديدة للتعلم باستخدام التقنيات اللاسلكية ، " ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثامن عشر للجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس "، في الفترة من (25- 26) يوليو 2006. ص2.

والملفات الصوتية حسب الطلب، وهذه الخدمة تتيح للصحفي مشاهدة الملفات المتعددة الوسائط حسب الطلب وفي أي وقت، أما خدمة الإنترنت فتعتبر أسرع بحوالي 35 ضعفاً عما تقدمه تقنية "GPRS"، وهو أسرع بمائة مرة عن الإنترنت التي توفره الخطوط الثابتة، وهو أيضاً أسرع بـ 350 مرة عن شبكة GSM، وغيرها من الخدمات التي يمكن الاستفادة منها في تقديم خدمة إعلامية تستفيد منها كل أطراف العملية الإعلامية¹، الأمر الذي يجعلنا نعتقد أنه من الممكن الاستفادة من الهواتف المحمولة في عملية صناعة المواد الإعلامية².

إن تقنية الهواتف المحمولة يمكن أن تزودنا كذلك بسياق المعرفي إخباري متميز، والذي يزود الصحفيين بالمهارات والمعرفة التي يحتاجونها لازدهار الأداء الإعلامي، هذه الأنشطة لا تتوقف على الأوقات والأماكن المحددة مسبقاً والتي يصعب تحقيقها من خلال الإعلام التقليدي ذلك أن تقنية الهواتف المحمولة غنية بالأدوات التي تدعم سياق الإعلامي مدى الحياة عبر توفير التنقل العالي، الفردية، التكيف لسياق الإعلامي يتضمن تقوية معارف الإعلاميين ومهاراتهم³.

❖ خدمات الهواتف النقالة الذكية لإنجاز العمل الإعلامي:

توفر الهواتف المحمولة العديد من الخدمات التي يمكن من خلالها إنجاز العديد من المهام الإعلامية، وذلك من خلال ما يتوافر فيها من تقنيات تقدم من خلالها العديد من الخدمات، من أبرز تلك الخدمات ما يلي:

1- خدمة الرسائل القصيرة "Short Messages Service (SMS)":

الرسالة النصية القصيرة: هي رسالة مكتوبة تكتب عن طريق لوحة أزرار الهاتف المحمول و ترسل عبر شبكاته . تسمح لمستخدميه بتبادل رسائل نصية قصيرة فيما بينهم بحيث لا تتجاوز حروف الرسالة الواحدة 160 حرفاً، وتعتبر خدمة الرسائل النصية القصيرة اقتصادية، ومسلية، ووسيلة سهلة للاتصال بشخص آخر على هاتفه المحمول في أي مكان، فانه بإمكانك إرسال أو الرد على شخص آخر ، وهي خدمة مثالية للاستخدام

¹ - أحمد محمد سالم، مرجع سابق، ص 2 .

² - أبو تركي: ماذا بعد الجيل الثالث من الهاتف المحمول؟ 3.5 و 3.75 و g4، متاح على:

<http://qatarshares.com/vb/showthread.php?t=91919>

³ - أبو تركي: ماذا بعد الجيل الثالث من الهاتف المحمول؟ 3.5 و 3.75 و g4، متاح على:

<http://qatarshares.com/vb/showthread.php?t=91919>

الصحفي، أو في مؤتمرات الصحفية أو في الندوات الصحفية . بالإضافة إلى ذلك، فإن الرسائل النصية القصيرة تصل إلى الطرف الآخر حتى عندما تكون مكالماته محولة إلى رقم آخر، أو إذا كان هاتفهم مشغولاً، أو حتى إذا كان الهاتف المحمول الذي ترسل له الرسالة النصية القصيرة مغللاً (يتم استلام الرسالة النصية القصيرة بمجرد تشغيل الهاتف مرة أخرى)¹.

ولذلك تعد خدمة الرسائل النصية من أكثر الخدمات استخداماً من قبل مستخدمي الهواتف المحمولة فقد قدر التقرير الإجمالي لعام 2008 من Gartner عدد الرسائل النصية القصيرة التي أرسلت من الهواتف المحمولة حول العالم خلال العام الماضي 2008 بـ 2.5 بليون رسالة ، وأن الزيادة في عدد رسائل إل SMS التي تم إرسالها خلال العام الماضي 2008 عن العام الذي سبقه 2007 تصل إلى 32%، وأن هذا العدد مرشح للوصول إلى 3.3 بليون رسالة خلال العام القادم 2009².

حيث يمكن استخدام خدمات الرسائل القصيرة SMS في العملية الإعلامية لأداء مهام عديدة فالصحفي يمكن أن يحصل من خلالها على المعلومات بشكل أسهل وأسرع من المحادثات الهاتفية أو البريد الإلكتروني مثل جداول مواعيد المؤتمرات والندوات الصحفية أو جداول الاجتماعات وخاصة مع إجراء تعديلات طارئة على هذه الجداول، كما يمكن التواصل بحرية مع الإعلاميين في أي وقت وطرح الأسئلة وتلق الإجابات بسهولة وتبادل الرسائل بين الصحفيين بعضهم البعض، وبينهم وبين وكالات الأنباء سواء ما تعلق منها بالأمر الإعلامية أو الاجتماعية³.

2- خدمة الوسائط المتعددة MMS: هي خدمة إرسال و استقبال الرسائل المصورة أو الملفات الصوتية أو ملفات الفيديو، وكذلك الرسائل النصية و بمحتوى أكبر مما هو عليه في الرسائل القصيرة SMS، فهي امتداد أو تطور لتقنية الرسائل بوجه عام، و ما يميزها عن الرسائل القصيرة العادية أنها تتيح للصحفي، إمكانية إرسال محتوى يصل حجمه إلى 100 كيلو بايت في الرسالة الواحدة بينما لا يتعدى حجم الرسالة القصيرة 140 بايت فقط إن خدمة رسائل الوسائط المتعددة (MMS) مثل خدمة الرسائل النصية القصيرة تقوم

¹ - بتلكو: الرسائل النصية القصيرة. متاح على: http://arabic.batelco.com/Bus_msg_sms.asp (SMS)

² - احمد جابر:الرسائل النصية القصيرة، ثروة تصنعها شركات الاتصالات دون تكلفة حقيقية. متاح على: <http://www.gadgetsarabia.com/2014/03/29/text-messaging-tops-2trillionin-2008>

³ - هند الخليفة: الرسائل النصية القصيرة في خدمة التعليم- جريدة الرياض- عدد الجمعة 9 المحرم 1429 هـ - 18 يناير 2008م - العدد 14452. متاح على: <http://www.alriyadh.com/2014/03/18/article309934.htm>

بتوصيل الرسائل الشخصية بشكل تلقائي وفوري، تتيح هذه الخدمة للصحفي إرسال واستقبال الرسائل متعددة الوسائط، حيث يمكن تبادل الرسائل النصية، ولقطات الفيديو، والرسوم المتحركة، والصور الملونة.



كما تتيح خدمة رسائل الوسائط المتعددة إضافة الصوت، الصور وغير ذلك من العناصر الرائعة التي تحول رسالتك إلى رسالة شخصية مرئية ومسموعة، و أيضا من الهاتف إلى البريد الإلكتروني والعكس¹.

3- خدمة الواب (WAP) Wireless Application Protocol

هو عبارة عن بيئة استخدام ومجموعة قواعد اتصال (او مواصفة قياسية لبروتوكول) خاصة بأجهزة الاتصال اللاسلكية، تم تصميمها بمواصفات معيارية من أجل توحيد أسلوب عمل وطريقة وصول الأجهزة اللاسلكية إلى الإنترنت، من خلال ربط أهم شبكتين في العالم شبكة الهاتف الجوال وشبكة الإنترنت، فالواب "برنامج يحول صفحات الإنترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف" المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة الأخرى، فيستفيد المستخدم للهاتف من خاصية التجوال، ومما يقدمه الإنترنت من خدمات ومعلومات².

الأمر الذي يسهل عملية نقل وتبادل البيانات والاستفادة من بقية خدماتها المختلفة مثل البريد الإلكتروني والشبكة العنكبوتية ومجموعات الأخبار وخدمات المعلومات المختلفة عبر الإنترنت ومعرفة الأحوال الجوية وغيرها.

¹ - ماهي خدمة رسائل الوسائط المتعددة MMS من الجوال؟- متاح على: <http://www.nsaim-lil.com/vb/showthread.php?t=3113/3/4/et/http://www.kuwaitvip.com/vb/t5650.html>

² - ماذا تعرف عن خدمة تصفح الإنترنت عبر الجوال wap الواب؟. متاح على : <http://www.arabiyat.com/forums/showthread.php?t=32428>

أما عن الاستفادة من تلك الخدمة وتوظيفها في مجال الإعلامي فلا يخفى على احد ما قدمته شبكة الانترنت من خدمات عديدة في مجال الصحافة- خاصة إذا ما تم ذلك من خلال الهواتف المحمولة بين أيدينا- حيث استطاعت تلك التقنية أن تتيح لكل صحفي إمكانية الاطلاع والاستفادة بطريقة تسمح له بالتحكم في ذلك وفق حاجاته وإمكانياته بغض النظر عن موقع وجوده الجغرافي¹.

4- خدمة MSN المتنقل:

يمكن من خلال هذه الخدمة أن تصلك رسائل MSN Hotmail و MSN Messenger مباشرة إلى هاتفك المحمول واستلام رسائل تنبيه علي هيئة رسائل SMS لأشعارهم بوصول الرسائل الالكترونية على عنوان Hotmail الخاص بهم ، إضافة إلى ذلك بإمكانهم استلام الرسائل من أصدقائهم المشمولين في خدمة MSN Messenger .

5- خدمة التراسل بالحزم العامة للراديو (GPRS):

كلمة **GPRS** ما هي إلا اختصار لـ (General Packet Radio Services) وتعني التراسل بالحزم العامة للراديو، وهي من التقنيات المبتكرة لنقل البيانات عبر شبكات (GSM) وتستخدم في الوصول إلى المعلومات عبر أجهزة الهواتف المحمولة المتوافقة مع هذه التقنية ، ويميز هذه الخدمة كونها تؤمن اتصالاً مستمراً ودائماً بشبكة الإنترنت ، مما يعني أنك لن تدفع سوى تكلفة المعلومات التي ترسلها أو تستقبلها عوضاً عن مدة الاتصال، فهي تقنية مبتكرة جديدة تسمح للهواتف النقالة بالدخول إلى الإنترنت بسرعة فائقة وإمكانية استقبال البيانات والملفات وتخزينها واسترجاعها وتبادلها لاسلكياً بسرعة في حدود 171.2 كيلوبايت في الثانية والوصول إلى كم أكبر من المعلومات المتاحة من خدمة الواب بتكلفة أقل وجهد أقل. وتختلف هذه الخدمة عن خدمة الواب².

¹ - نجوى يوسف جمال الدين: تطوير إعداد المعلم باستخدام التعليم الإلكتروني ،" بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث "التعليم عن بعد ومجتمع المعرفة"، "متطلبات الجودة واستراتيجيات التطوير" - مركز التعليم المفتوح - جامعة عين شمس (5-7) مايو 2007 .ص2.

² - منتديات جمعية الثقافة الكلدانية: ماهي تقنية GPRS؟- متاح على:

<http://www.kaldayta.com/forums/index.php?topic=25.0> /متاح أيضا على : منتدى قفزات: شرح موسع عن تقنية ال GPRS - متاح على: <http://www.gafzat.com/vb/showthread.php?t=922/03/04/2014>

كون أن تقنية الـ GPRS تحقق للمشارك فيها سرعة أعلى في تصفح المعلومات مقارنة بسرعة الخدمة الحالية المقدمة عبر شبكة الجوال و التي لا تتجاوز سرعة نقل البيانات من خلالها¹.

6-البلوتوث:

إضافة إلى "البلوتوث" إلى عالم الهواتف المتحركة فهذه التكنولوجيا تكون مصممة في رقابة إلكترونية يتم تثبيتها في الأجهزة الإلكترونية مثل الكمبيوتر والهواتف المتحركة والمفكرات الكفية وهذه التقنية تسمح بربط العديد من الأجهزة مادامت ضمن نطاق التغطية وهي تسمح بنقل وتبادل المعلومات والبيانات والصور وحتى مقاطع الفيديو بشكل سريع².

❖ البعد الإعلامي للتصوير بالهاتف المتحرك:

لقد حل الهاتف النقال محل آلات التصوير كبير الحجم وصار بإمكان أي شخص أن يلتقط ما يشاء من الصور في أي مكان وحتى صارت مصدرا معلوماتيا لا يستهان به، فمع صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات إلا أن ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل بين الناس وحتى بين المؤسسات الإعلامية والأفراد العاديين ، وبعضها يوثق الأحداث مهمة بعضها خطير مثل ما هو الحال في صور تعذيب المعتقلين العراقيين في سجن أبو غريب وصور إعدام الرئيس العراقي "صدام حسين" التي تم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال ولا تتطلب مهارات تصويرية أو خبرة في المجال فتركيز الصورة أوتوماتيكي ولا حاجة لضوء قوي أو متطلبات آلات الأخرى.

¹ - شرح موسع عن تقنية الـ GPRS - متاح على:

<http://www.gafzat.com/vb/showthread.php?t=922/03/04/2014>

² - عباس مصطفى الصادق ، المرجع السابق، ص317.

خلاصة:

بالرغم من المشكلات التي جاءت مع تطبيق هذه التقنية "الهاتف" مثل اختراق الخصوصية وتجاوزها للملكية الفكرية إلا أنها من نوع التكنولوجيات التي حولت الإعلام إلى أيدي الناس فقد كرس الهاتف النقال فكرة الإعلام المتحرك أو الإعلام المحمول كمقابل لنظام إعلام المكان الذي يصف إعلام المحطات الثابتة ليصبح كأحد أهم مرتكز لإنجاز العمل الإعلامي بكل كفاءة واحترافية .



الجانِب التطبيقي



الإطار التطبيقي:

عرض وتحليل النتائج

عرض البيانات ، وتحليلها وتفسير النتائج :

التحليل الكمي و الكيفي .

تمهيد:

تعتبر مرحلة تفرغ البيانات والتعليق عليها وتحليلها من أهم مراحل البحث الميداني إذ على أساسها يبين الباحث النتائج إذا أراد الموضوعية والمصدقية لبحثه ، وتأتي هذه المرحلة بعد النزول إلى الميدان وإتمام الدراسة الميدانية بتطبيق الاستمارة على عينة البحث ، هذه الأخيرة التي يجب أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، وبالتالي تكون البيانات والمعطيات التي تتضمنها معبرة عن الواقع وتدل بصدق عن المجتمع. تم تفرغ استمارة الاستبيان باستخدام برنامج SPSS قسمت استمارة الاستبيان إلى ثلاث فصول تطبيقية ، تحوي كل منها أسئلة المحاور التي أجاب على المبحوثين لتعبر عن استجابات لبعض نواحي الممارسة الإعلامية الممكنة ، في الفصل الأول تطرقنا إلى أسئلة تخص خصائص مفردات عينة الدراسة في الفصل الثاني تطرقنا إلى استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي لتنمية مهاراته الإعلامية ، حيث تضمن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، مدة انخراطه فيها ، أيضا عادات استخدامها، إضافة إلى المدة التي يقضيها و هو يستخدم شبكات التواصل الاجتماعية وأماكن الاستخدام وما هي الشبكات المنخرط فيها. في الفصل الثالث تطرقنا إلى استخدام الهواتف النقالة الذكية في تنمية المهارات الإعلامية ، حيث تضمن امتلاك أفراد العينة للهاتف النقال الذكي ، أيضا عادات استخدامه له ، و الدوافع و الاشباع المحققة من استخدامه.

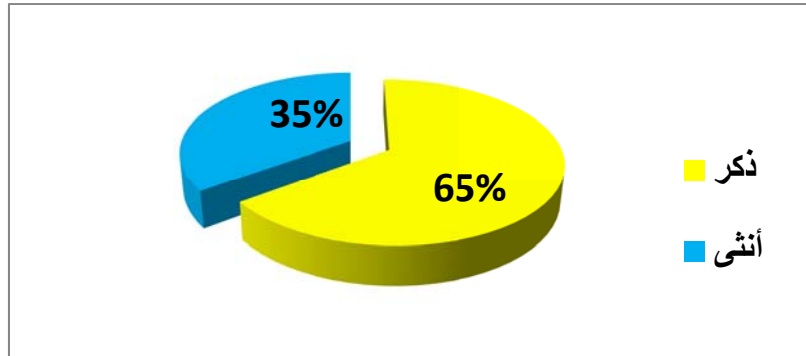
المحور الأول : البيانات الشخصية.

الجدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | 26 | 65% |
| أنثى | 14 | 35% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 65% من مفردات العينة هي من جنس الذكور ، فيما بلغ عدد الإناث نسبة 35% ، ما يعني استخدام الذكور لتكنولوجيات الاتصالات الحديثة أكثر من الإناث ويمكن أن نرجع ميل الكفة إلى فئة الذكور دون الإناث إلى :

- طبيعة توزيع العمل في المؤسسات الإعلامية الإذاعية التي قمنا بإجراء الدراسة فيها.

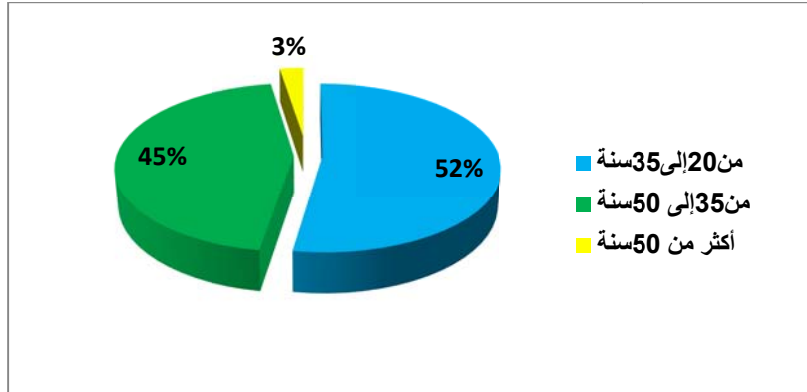


الجدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .

| السن | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| من 20 إلى 35 سنة | 21 | 52.5% |
| من 35 إلى 50 سنة | 18 | 45% |
| أكثر من 50 سنة | 1 | 2.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 52.5% من مفردات عينة الدراسة يتراوح سنها ما بين (20 سنة إلى 25 سنة) ، في حين 45% من مفردات عينة الدراسة يتراوح سنها ما بين (35 سنة إلى 50 سنة) ، ثم تليها نسبة 2.5% من مفردات العينة تمثل الفئة العمرية التي تفوق 50 سنة .

* نستنتج أن فريق العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الإذاعية محل البحث فريق شبابي .

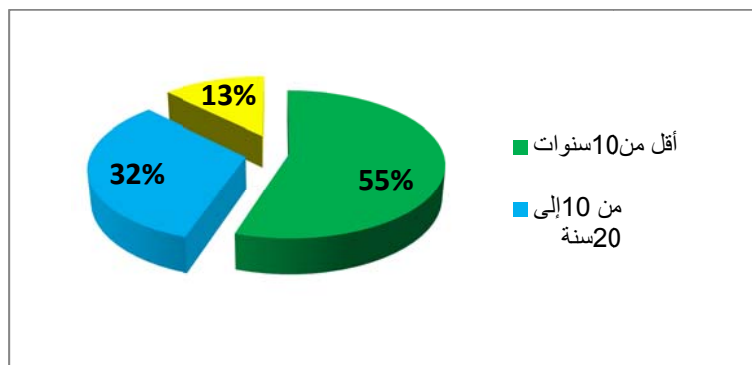


الجدول رقم 03 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة .

| الخبرة | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| أقل من 10 سنوات | 22 | 55% |
| من 10 إلى 20 سنة | 13 | 32.5% |
| أكثر من 20 سنة | 5 | 12.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 55% من مفردات العينة هي من تمتلك خبرة أقل من 10 سنوات في المجال العمل الصحفي، في حين نسبة 32.5% هي من تمتلك خبرة تتراوح ما بين 10 إلى 20 سنة وتليها نسبة 12.5% ممن يمتلكون خبرة أكثر من 20 سنة .

* نستنتج من خلال الجدول أن معظم مفردات العينة تمتلك خبرة أقل من 10 سنوات وهذا راجع إلى شبابية فريق العمل الصحفي كما أشرنا إليها في الجدول السابق .



المحور الثاني: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنمية المهارات الإعلامية.

الجدول رقم 04 : توزيع أفراد العينة حسب استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي .

| النسبة المئوية | التكرار | استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---------------------------------|
| 62.5% | 25 | دائما |
| 27.5% | 11 | أحيانا |
| 10% | 04 | نادرا |
| 100% | 40 | المجموع |

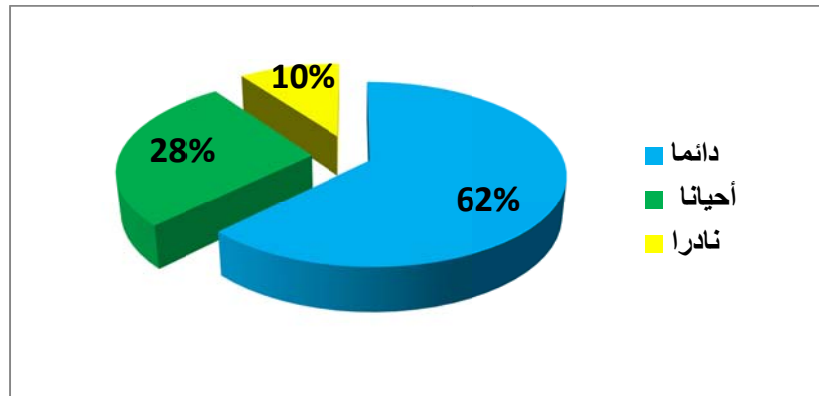
يمثل الجدول أعلاه استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي حيث عبرت نسبة 62.5% بأنها دائما ما تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي، في حين عبرت نسبة 27.5% على أنها أحيانا ما تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ، بينما عبرت نسبة 10% أنها نادرا ما تستخدم هذه المواقع.

* ويمكن إرجاح أسباب اهتمام العديد من أفراد العينة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى الأسباب التالية :

- الرغبة في اكتساب مهارات وتقنيات جديدة في المجال الإعلامي .

- الاندماج بالواقع الافتراضي والاستفادة من خدمات شبكات التواصل الاجتماعي

- التواصل مع من هم أكثر خبرة في المجال الصحفي والاحتكاك المباشر بهم عن طريق هذه المواقع.

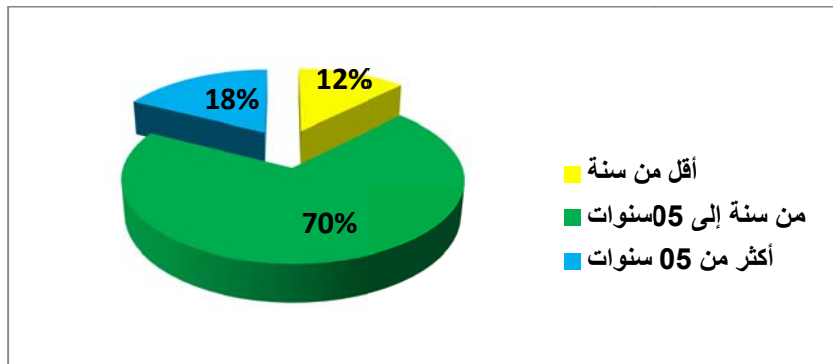


الجدول رقم 05 : توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية في استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | المدة الزمنية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|--|
| 12.5% | 5 | أقل من سنة |
| 70% | 28 | من سنة إلى 05 سنوات |
| 17.5% | 07 | أكثر من 05 سنوات |
| 100% | 40 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح بأن أغلبية المبحوثين بنسبة 70% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من سنة إلى 5 سنوات، وهذا يدل أن الصحفيين يهتمون كثيرا بما تقدمه هذه المواقع من تسهيلات في المجال الإعلامي، وكذا طبيعة بعض الأحداث التي تفرض على الصحفي عدم النزول إلى الميدان " شأن الحروب والأزمات " أما المبحوثين الذين لهم أكثر من 5 سنوات في استخدام هذه المواقع فقدرت نسبتهم 17.5% من المبحوثين، في حين سجلنا نسبة 12.5% من لهم أقل من سنة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهو أقل معدل استخدام بالنسبة لجميع المبحوثين .

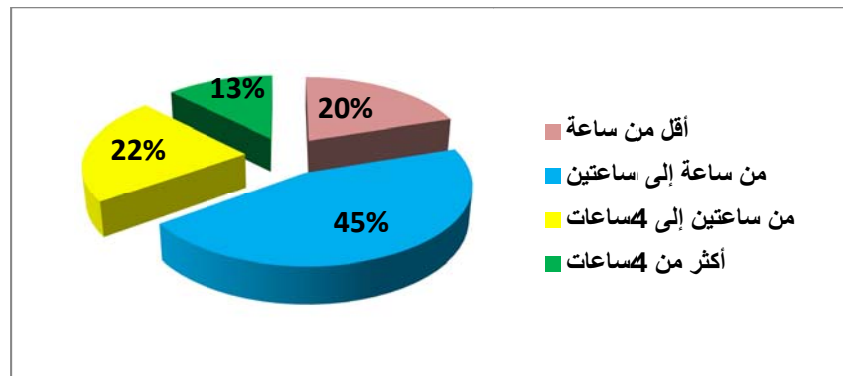
والملاحظ في هذه النتائج أن المدة الزمنية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة غالبيتها ابتداء من سنة إلى خمس سنوات.



الجدول رقم 06 : توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تستغرقها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

| النسبة المئوية | التكرار | المدة المستغرقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|--|
| 20% | 8 | أقل من ساعة |
| 45% | 18 | من ساعة إلى ساعتين |
| 22.5% | 9 | من ساعتين إلى 4 ساعات |
| 12.5% | 5 | أكثر من 4 ساعات |
| 100% | 40 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه والمتعلق بالوقت المخصص لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أن مفردات العينة تستغرق (من ساعة إلى ساعتين) وقتها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 45% وهي أعلى نسبة سجلت في الجدول يلي ذلك الوقت المستغرق من ساعتين إلى 4 ساعات بنسبة 22.5% ثم تليها نسبة 20% مما تستغرق مدة أقل من ساعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يأتي في الأخير الوقت المستغرق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من أربع ساعات بنسبة 12.5% وهو أقل معدل في استخدام بالنسبة لجميع الباحثين، والملاحظ في هذه النتائج أن الوقت المستغرق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي معتبر، حيث وصل عند أفراد العينة من ساعة إلى ساعتين .



الجدول رقم (07) توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

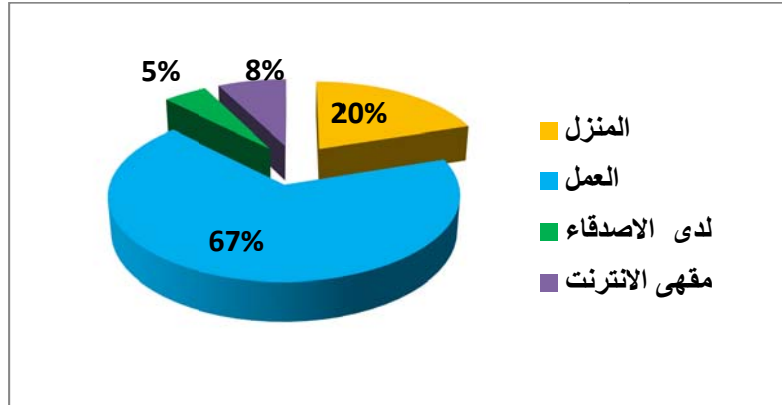
| أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------------------|---------|----------------|
| المنزل | 08 | 20% |
| العمل | 27 | 67% |
| لدى الأصدقاء | 02 | 5% |
| مقهى الانترنت | 03 | 7.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن نسبة 67.5% من مفردات العينة ترى أن مكان العمل هو المفضل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن هذه التكنولوجيا أساسا توظف في العمل الصحفي فهو بحاجة سواء في " جمع الأخبار، أو تحرير، أو البث عبر الشبكة"، ويليهما استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المنزل بواقع 20% كون أن العمل الصحفي لا يقتصر على المجال المكاني والزمني فيإمكانه موازلة عمله أينما كان، ثم تأتي نسبة 7.5% ممن يفضلون استخدام هذه المواقع في مقاهي الانترنت ثم يأتي استخدام مفردات العينة لهذه المواقع لدى الأصدقاء بنسبة 5% وهي تمثل أقل نسبة في الجدول ويعود اتفاق مفردات العينة على الاستخدام المفضل لشبكات التواصل الاجتماعي في أماكن العمل إلى الأسباب التالية :

- حاجة الصحفي إلى مثل هذه المواقع في جمع وإعداد وتوزيع وبث المواد الإعلامية عبر هذه المواقع .
- اعتماد صحفيين بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي في تأدية حل المهام الإعلامية، أما بالنسبة لمستخدميها في المنازل نرجحها إلى :

* استكمال الصحفي لعمله بالمنزل فالعمل الصحفي أساسا لا يقتصر على المكان فهو دائم ومستمر كما نجد أن اشتراكات الانترنت في المنزل ارتفعت ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة إذ بلغت حد 700 ألف مشترك حسب إحصائيات 2011م، في حين نفسر أقلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مقاهي الانترنت إلى انشغال الصحفيين بالمهام الموجهة إليهم، أما عن أقلية استخدامها لدى الأصدقاء راجع إلى الخصوصية

الفردية التي تتميز بها هذه المواقع إذ يفضل الأفراد في استخدامها، وهذا ما نلاحظه في البيت ومقاهي الانترنت.



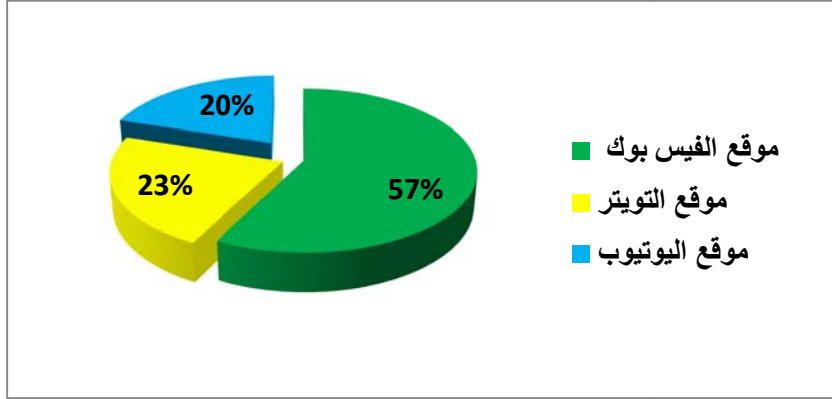
الجدول رقم 08 : توزيع أفراد العينة حسب أصناف استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي .

| أصناف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------------------|---------|----------------|
| موقع الفيس بوك | 23 | 57.5% |
| موقع التويتر | 09 | 22.5% |
| موقع اليوتيوب | 08 | 20% |
| المجموع | 40 | 100% |

من خلال الجدول المبين أعلاه والمتعلق بأصناف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة يتضح أن نسبة 57.5% هي أعلى نسبة استخدام لموقع الفيس بوك في حين نسبة 22.5% من مستخدمي تويتر ونسبة 20% لليوتيوب . ومن خلال النتائج السابقة يبرز جليا أن الفيس بوك أحد أكبر المواقع استخداما من قبل أفراد عينة الدراسة وعليه فإن ترتيب أفضلية المواقع تأتي بالشكل التالي : الفيس بوك بالمرتبة الأولى يليه اليوتيوب وآخرهم التويتر .

وصدارة موقع الفيس بوك ترجع إلى لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأطراف الخارجية والحفاظ على العلاقات المهنية الداخلية إضافة إلى ميزة الشبوع في الاستخدام، المشاركة وتحميل مقاطع الفيديو والملفات النصية عن طريق صداقات الفيس بوك، تأليب الرأي العام حول قضية معينة شأن الثورات العربية، وأحداث تيقنتورين بالجزائر، في حين نجد نسبة استخدام اليوتيوب مرتفعة نسبيا وهذا راجع إلى توافر ملايين مقاطع

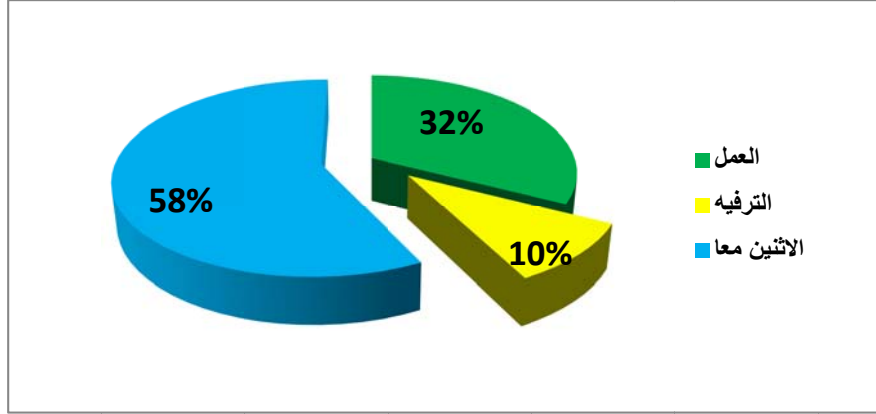
الفيديوهات الحصرية التي يعتمدها كمرجع لتحقيق مصداقية الخبر، أما بالنسبة لقلّة الاستخدام لموقع التويتّر راجع إلى أن استعماله معقد بالمقارنة مع الفيس بوك و اليوتوب .



الجدول رقم 09 : توزيع أفراد العينة حسب أغراض استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي .

| أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------------------|---------|----------------|
| العمل | 13 | 32.5% |
| الترفيه | 4 | 10% |
| الاثنين معا | 23 | 57.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتبين من خلال الجدول أغراض استخدام المبحوثين من الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي بحيث أن نسبة 32.5% من مفردات العينة تستخدمها بغرض العمل، في حين نجد نسبة 10% من مفردات العينة تستخدمها بغرض الترفيه ، في حين نسبة 57.5% من مفردات العينة زواجت بين الاثنين معا "العمل والترفيه" ويرجع ذلك إلى اعتماد الصحفيين عليها في تأدية العمل الإعلامي، بالرغم من أنهم لازالو مترددين في اعتبارها مصدر يعتمد عليه كلية في العمل الصحفي إلا أن الثورة التي أحدثتها هذه المواقع في نقل الأخبار والأحداث الهامة سواء على الصعيد الوطني والمحلي جعل أكثر الصحفيين يعتمدون عليها، إضافة إلى طبيعة الخدمات التي توفرها هذه الشبكات، وكذا طبيعة المبحوث التي تميل إلى الترفيه من جهة و من جهة الارتباط بالعمل و الزامية.



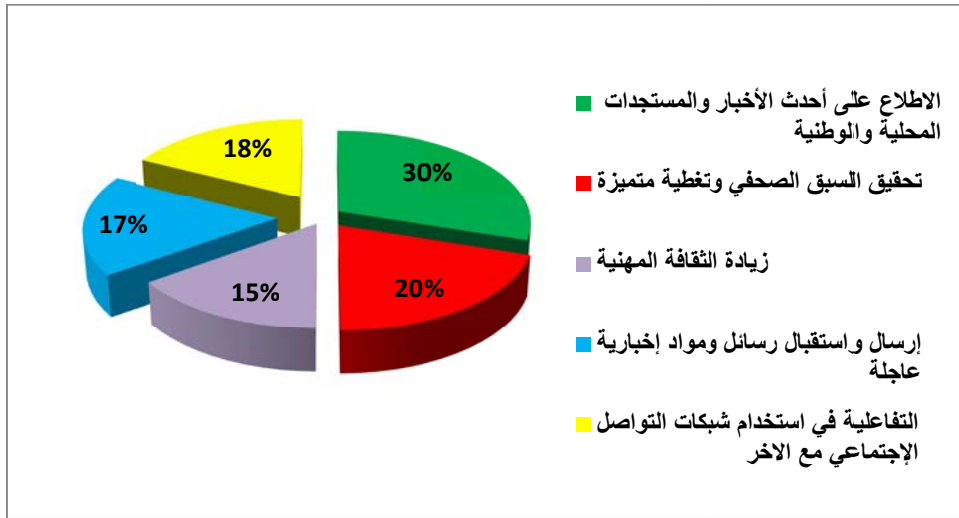
الجدول رقم 10 : توزيع أفراد العينة حسب الدوافع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---|
| 30% | 12 | الإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات المحلية والوطنية |
| 20% | 08 | تحقيق سبق صحفي وتغطية متميزة |
| 15% | 06 | زيادة الثقافة المهنية |
| 17.5% | 07 | إرسال واستقبال رسائل ومواد إخبارية عاجلة |
| 17.5% | 07 | التفاعلية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع الاخر |
| 100% | 40 | المجموع |

يظهر من خلال الجدول أعلاه أهم دوافع استخدام أفراد العينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي حيث جاء ترتيب الدوافع كالتالي : في المرتبة الأولى "الإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات المحلية والوطنية" بسبة 30%، ثم تليها في المرتبة الثانية "تحقيق سبق الصحفي وتغطية متميزة" بنسبة 20% ، أما الاقتراحين: "إرسال واستقبال رسائل ومواد إخبارية عاجلة" و" التفاعلية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع الاخرين" فقد جاء بنسبة متساوية 17.5% ، ويأتي في الأخير "زيادة الثقافة المهنية" بنسبة 15% ويمكن إرجاع سبب إختيار غالبية الصحفيين لدافع " الإطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات المحلية والوطنية" إلى الأسباب التالية :

- اقتراح مهم لاستكمال التفاصيل وا الحلفيات عن الأحداث المهمة .
- عنصر مهم في تحرير وصياغة الأخبار من خلال تصفح الأخبار الواردة على الصفحات المواقع الاجتماعية .

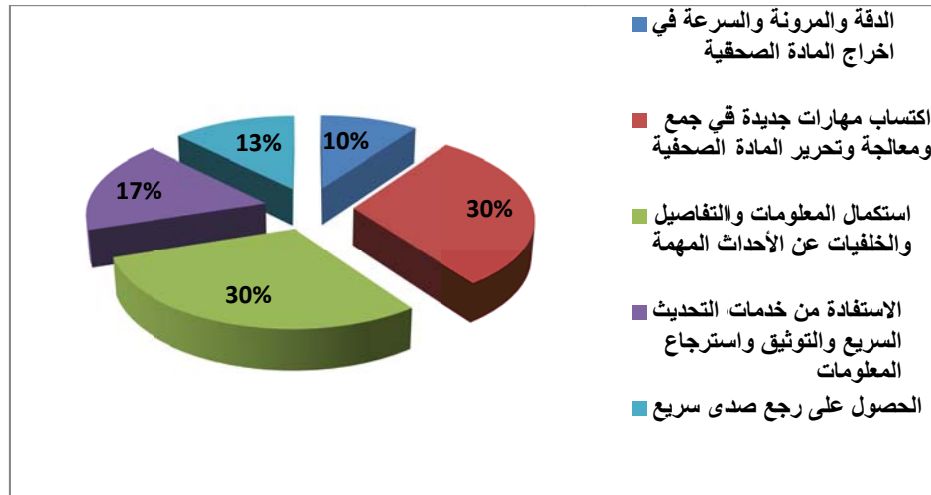
- اكتساب معلومات إضافية من الأحداث المحلية والدولية .



الجدول رقم 11 : توزيع أفراد العينة حسب الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

| النسبة المئوية | التكرار | الاشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---|
| 10% | 04 | الدقة والمرونة والسرعة في إخراج المادة الصحفية |
| 30% | 12 | اكتساب مهارات جديدة في جمع ومعالجة وتحرير المادة الصحفية |
| 30% | 12 | استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة |
| 17.5% | 07 | الاستفادة من خدمات التحديث السريع والتوثيق واسترجاع المعلومات |
| 12.5% | 05 | الحصول على رجع صدى سريع |
| 100% | 40 | المجموع |

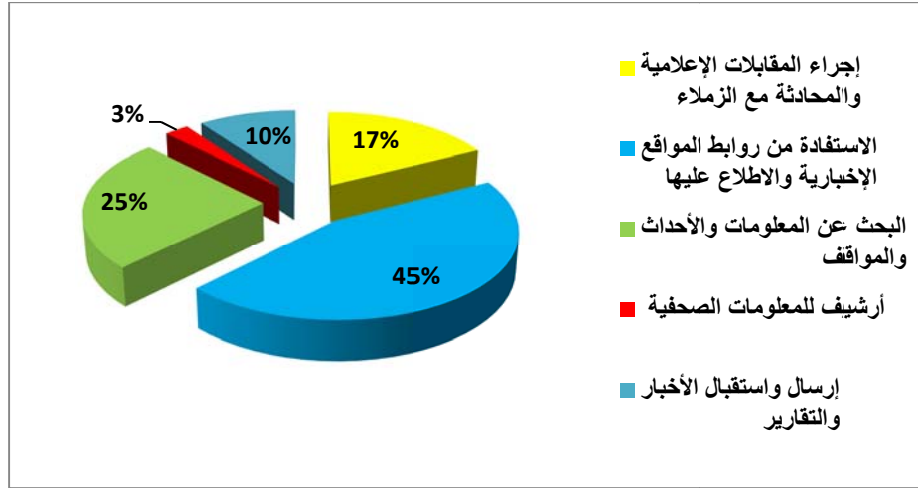
يبين الجدول أعلاه الاشباع المحققة من استخدام مفردات العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حيث جاء ترتيب اشباع الصحفيين من شبكات التواصل الاجتماعي كالتالي : في المرتبة الأولى الاقتراحين "اكتساب مهارات جديدة في جمع وإعداد ومعالجة وتحرير المادة الصحفية" و"استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة" بنسبة متساوية بواقع 30% ، في حين نسبة 17.5% "للاستفادة من خدمات التحديث السريع والتوثيق واسترجاع المعلومات" ، أما في المرتبة الثالثة في "الحصول على رجع صدى سريع" بنسبة 12.5% وتأتي في الأخير "الدقة والمرونة في إخراج المادة الصحفية" بنسبة 10%.



الجدول رقم 12 : توزيع مفردات لعينة حسب خدمات التي تفيد الصحفي في مجال عمله .

| النسبة المئوية | التكرار | خدمات التي توفرها شبكات ويستفيد منها الصحفي |
|----------------|---------|---|
| 17.5% | 7 | إجراء المقابلات الإعلامية والمحادثة مع الزملاء |
| 45% | 18 | الاستفادة من روابط المواقع الإخبارية والإطلاع عليها |
| 25% | 10 | البحث عن المعلومات والأحداث والمواقف |
| 2.5% | 01 | أرشيف للمعلومات الصحفية |
| 10% | 04 | إرسال واستقبال الأخبار والتقارير |
| 100% | 40 | المجموع |

يوضح الجدول أعلاه أهم الخدمات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين في المجال الصحفي، حيث جاءت في المرتبة الأولى "الاستفادة من خدمة الروابط الإخبارية والإطلاع عليها بنسبة 45%"، أما في المرتبة الثانية خدمة البحث عن المعلومات والأحداث والمواقف بنسبة 25%، في حين نسبة 17.5% لخدمة إجراء المقابلات الإعلامية بنسبة 17.5%، في حين نسبة 10% لخدمة إرسال واستقبال الأخبار والتقارير، وفي الأخير خدمة أرشفة المعلومات الصحفية بنسبة 2.5%، ومن إجابات الباحثين نستنتج أن خدمة "الروابط الإخبارية والإطلاع عليها" من أكثر الخدمات التي يستفيد منها الصحفي الجزائري في مجال عمله فهي تمنحه إمكانية الإطلاع على كل ما هو جديد بغض النظر عن مكان تواجد الصحفي .

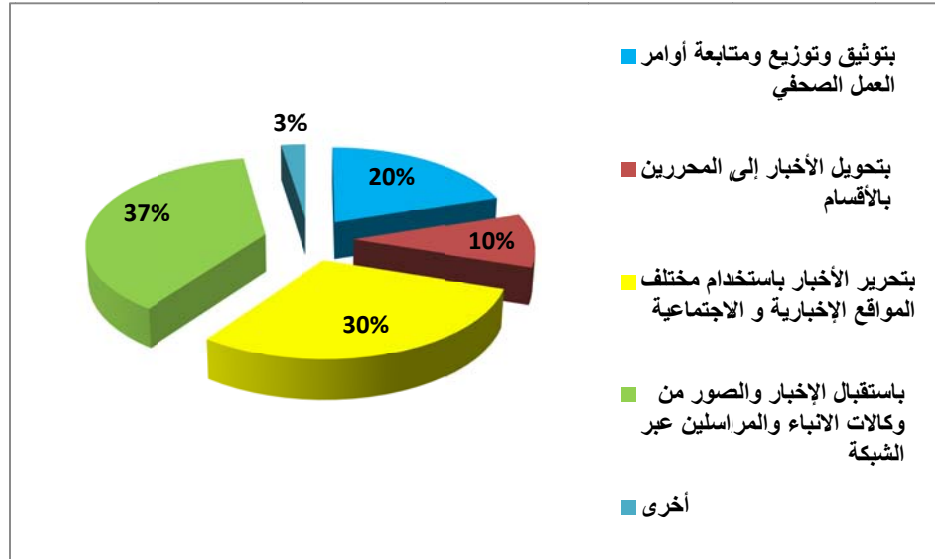


الجدول 13 رقم : توزيع أفراد العينة حسب طريقة المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

| طريقة المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| بتوثيق وتوزيع ومتابعة أوامر العمل الصحفي | 08 | 20% |
| بتحويل الأخبار إلى المحررين بالأقسام | 04 | 10% |
| بتحرير الأخبار باستخدام مختلف المواقع الإخبارية و الاجتماعية | 12 | 30% |
| باستقبال الأخبار والصور من وكالات الأنباء والمراسلين عبر الشبكة | 15 | 37% |
| أخرى | 01 | 2.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن معظم مفردات العينة الممثلة بنسبة 37.5% تعالج الأخبار عن طريق استقبال الأخبار والصور من وكالات الأنباء والمرسلين عبر الشبكة، في حين نسبة 40% من مفردات العينة تعالج الأخبار عبر الشبكة بتحرير الأخبار اعتماداً على مختلف المواقع الإخبارية و الاجتماعية تليها نسبة 20% من مفردات العينة تقوم بمعالجة الأخبار عبر الشبكة بتوثيق وتوزيع ومتابعة أوامر العمل الصحفي، تأتي في الأخير نسبة 10% من مفردات العينة تقوم بمعالجة الأخبار عن طريق تحويلها إلى المحررين بالأقسام، في حين نسبة 2.5% فقط من تعالج الأخبار الصحفية بطرق أخرى.

نستنتج أن المعالجة الصحفية الأخبار من قبل الصحفيين الإذاعيين تعتمد كثيرا في معالجتها للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي باستقبال الأخبار والصور من وكالات الأنباء والمرسلين عبر الشبكة بحكم أن ما تقدمه هذه الوكالات يتميز بنوع من المسؤولية المصدقية .



الجدول رقم 14 : توزيع أفراد العينة حسب رأيها اتجاه سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.

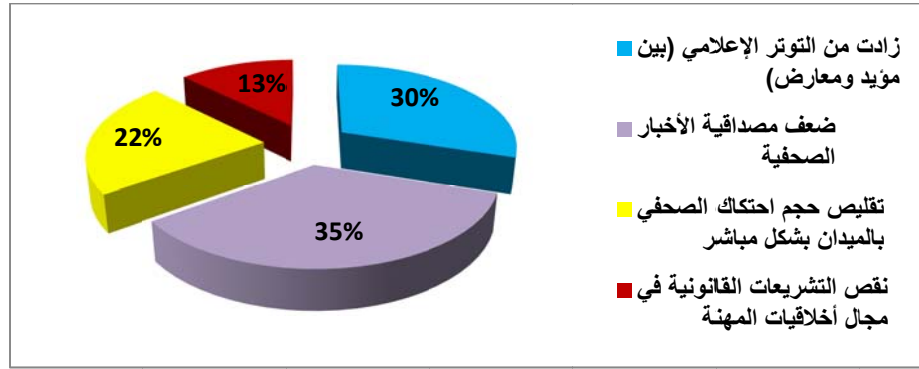
| النسبة المئوية | التكرار | سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---|
| 30% | 12 | زادت من التوتر الإعلامي (بين مؤيد ومعارض) |
| 35% | 14 | ضعف مصداقية الأخبار الصحفية |
| 22.5% | 09 | تقليص حجم احتكاك الصحفي بالميدان بشكل مباشر |
| 12.5% | 05 | نقص التشريعات القانونية في مجال أخلاقيات المهنة |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن فئة مهمة من أفراد عينة الدراسة ترى بأن سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تكمن في " ضعف مصداقية الأخبار الصحفية " بنسبة 35% ، ثم تليها نسبة 30% والتي ترى بأن سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تظهر في أنها "زادت من التوتر الإعلامي بين (مؤيد ومعارض)" ، ثم تليها الفئة التي تجد أنه من سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها " تقلص من حجم احتكاك الصحفي بالميدان " بنسبة 22.5% لتأتي في الأخير الفئة التي تجد أن سلبيات شبكات التواصل

الاجتماعي تظهر جليا بنسبة 12.5% في كونها "تفتقر إلى تشريعات قانونية في مجال أخلاقيات المهنة الصحفية".

ويعود سبب ارتفاع نسبة فئة الصحفيين في الاتفاق على "ضعف مصداقية الأخبار الصحفية" كأهم سلبية لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبار أن هذه المواقع الاجتماعية لا تزال لا تتمتع بالمصداقية الكافية للاعتماد المطلق عليها في استقاء الأخبار وبثها للجمهور، كون أن الأقلام التي تنشط فيها ليست بالضرورة أقلام صحفية وبالتالي لا يمكن الاعتماد عليها كلية في صياغة الأخبار لأن شبكات التواصل الاجتماعي تنشر إشاعات حول حدث ما قبل ظهور المعلومات الرسمية عنه فهي تحاول دائما جذب إنتباه الرأي العام قصد تحقيق مصالحها المادية .

نستنتج أن ضعف مصداقية الأخبار تؤثر على درجة لاستخدام الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي.

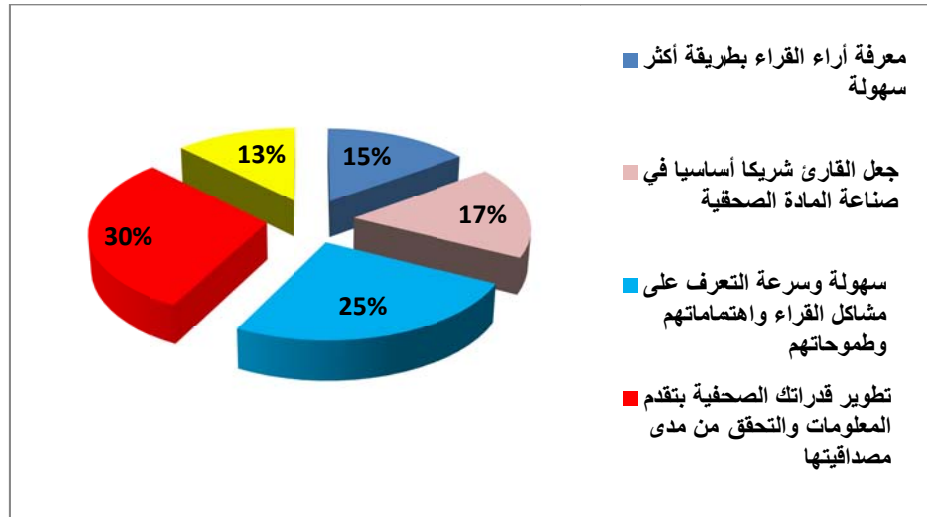


الجدول رقم 15 : توزيع أفراد العينة حسب حجم الاستفادة من الشبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي .

| النسبة المئوية | التكرار | حجم الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|--|
| 15% | 06 | معرفة آراء القراء بطريقة أكثر سهولة |
| 17.5% | 07 | جعل القارئ شريكا أساسيا في صناعة المادة الصحفية |
| 25% | 10 | سهولة وسرعة التعرف على مشاكل القراء واهتماماتهم وطموحاتهم |
| 30% | 12 | تطوير قدراتك الصحفية بتقديم المعلومات والتحقق من مدى مصداقيتها |
| 12.5% | 05 | وضع معايير للاختيار بين المصادر والمعلومات والوثائق |
| 100% | 40 | المجموع |

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية من مفردات العينة تستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 30% في "تطوير القدرات الصحفية بتقديم المعلومات بعد التحقق من مصداقيتها"، ثم يليها في المرتبة الثانية نسبة 25% في الإستفادة من "سهولة وسرعة التعرف على مشاكل القراء واهتماماتهم وطموحاتهم أما في المرتبة الثالثة فهي تستفيد من "جعل القارئ شريكا أساسيا في صناعة المادة الصحفية" بنسبة 17.5%، أما في المرتبة الرابعة فتستفيد من "معرفة آراء القراء بطريقة أكثر سهولة" بنسبة 15%، وفي المرتبة الأخيرة نسبة 12.5% في الاستفادة من "وضع معايير للأختيار بين المصادر والمعلومات والوثائق".

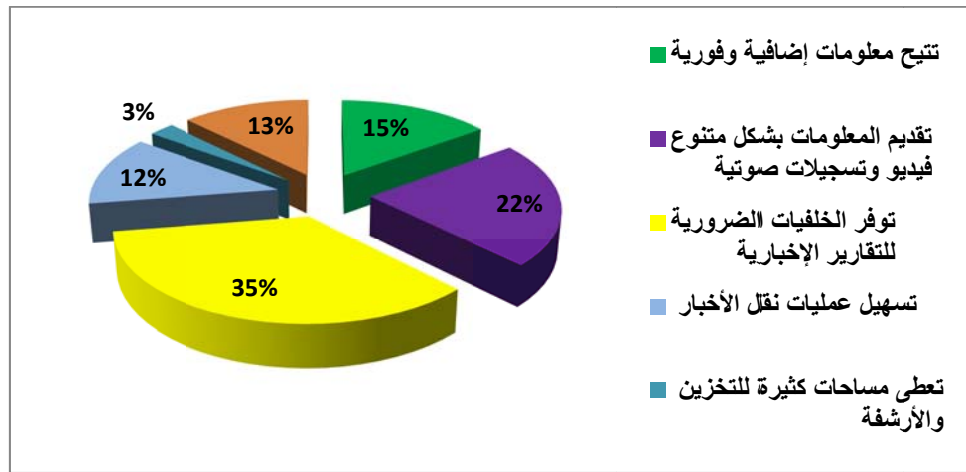
نستنتج أن أغلبية الصحفيين الإذاعيين يتحدد عندهم مجال الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير القدرات الصحفية وذلك بتقديم المعلومات بعد التحقق من مدى مصداقيتها .



الجدول رقم 16 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الامتيازات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير العمل الصحفي .

| النسبة المئوية | التكرار | الامتيازات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---|
| 15% | 06 | تتيح معلومات إضافية وفورية |
| 22.5% | 09 | تقديم المعلومات بشكل متنوع فيديو وتسجيلات صوتية |
| 35% | 14 | توفر الخلفيات الضرورية للتقارير الإخبارية |
| 12.5% | 05 | تسهيل عمليات نقل الأخبار |
| 2.5% | 01 | تغطي مساحات كثيرة للتخزين والأرشفة |
| 12.5% | 05 | تطوير الممارسة الصحفية والارتقاء بالأداء الصحفي |
| 100% | 40 | المجموع |

يبين من خلال الجدول أعلاه أهم المقترحات التي جاءت في إجابة الباحثين حول الامتيازات التي تمنحها شبكات التواصل الاجتماعي للعمل الصحفي ويأتي " توفير الخلفيات الضرورية للتقارير الإخبارية كأهم امتياز بنسبة 35% في حين نسبة 22.5 في "تقديم المعلومات بشكل متنوع فيديو وتسجيلات صوتية" في حين نسبة 15 " تتيح معلومات إضافة" ليأتي في المرتبة الرابعة الإقترحين " تسهيل عمليات نقل الأخبار "و" تطوير الممارسة الصحفية" بنسبة متساوية بلغت 12.5% في حين نسبة 2.5% في كونها "تعطي مساحات كثيرة للتخزين والأرشفة"، ويمكن إرجاع أسباب اهتمام العديد من مفردات العينة في التركيز على امتياز "توفير الخلفيات الضرورية للتقارير الإخبارية" إلى زخم المواضيع والموضوعات والمعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي .



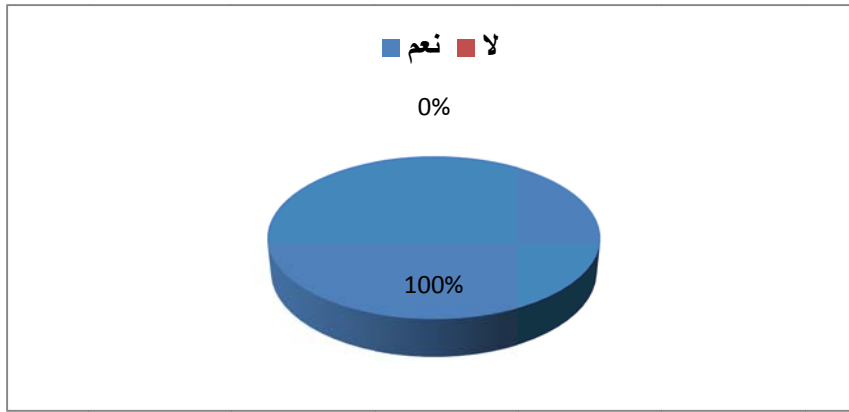
عرض نتائج المحور الثالث: استخدام الهواتف النقالة الذكية كأداة لتنمية المهارات الإعلامية.

الجدول رقم 17 : توزيع أفراد العينة حسب امتلاكها للهواتف النقالة الذكية .

| النسبة المئوية | التكرار | امتلاك الهواتف النقالة الذكية |
|----------------|---------|-------------------------------|
| 100% | 40 | نعم |
| 00% | 00 | لا |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 100% من مفردات العينة من الصحفيين الإذاعيين يمتلكون الهاتف النقال الذكي، وهي تدل على أن كل الصحفيين الإذاعيين يستخدمون الهاتف النقال الذكي. وسبب في ذلك يعود إلى :

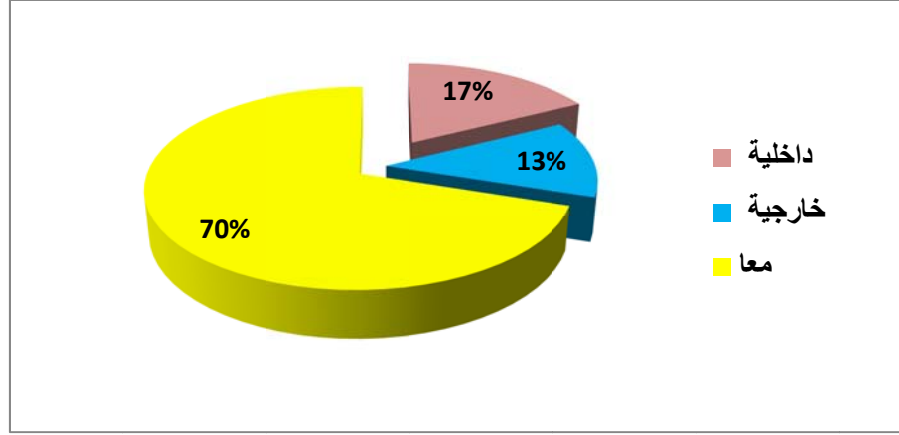
- الرغبة الصحفيين في مواكبة تكنولوجيات الاتصالات الحديثة .
- الولوج إلى شبكات الانترنت عن طريق الهاتف الذكي الذي يوفر تطبيقات بإمكانها تحسن الأداء الصحفي.
- حاجة الصحفيين الجزائريين لاستخدام الهواتف النقالة الذكية في العمل الصحفي .



الجدول رقم 18 : توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاتصالات الهاتفية التي تقوم بها في مجال العمل الصحفي .

| النسبة المئوية | التكرار | طبيعة الاتصالات الهاتفية في مجال الصحفي |
|----------------|---------|---|
| 17.5% | 07 | داخلية |
| 12.5% | 05 | خارجية |
| 70% | 28 | معا |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن معظم الاتصالات الهاتفية التي تقوم بها مفردات العينة داخلية وخارجية معا بنسبة 70 %، في حين نسبة 17.5% اتصالات داخلية فقط، ونسبة 12.5% اتصالات خارجية فقط. ونرجع ذلك إلى طبيعة العمل الصحفي الذي يفرض إجراء اتصال داخلي وخارجي معا.

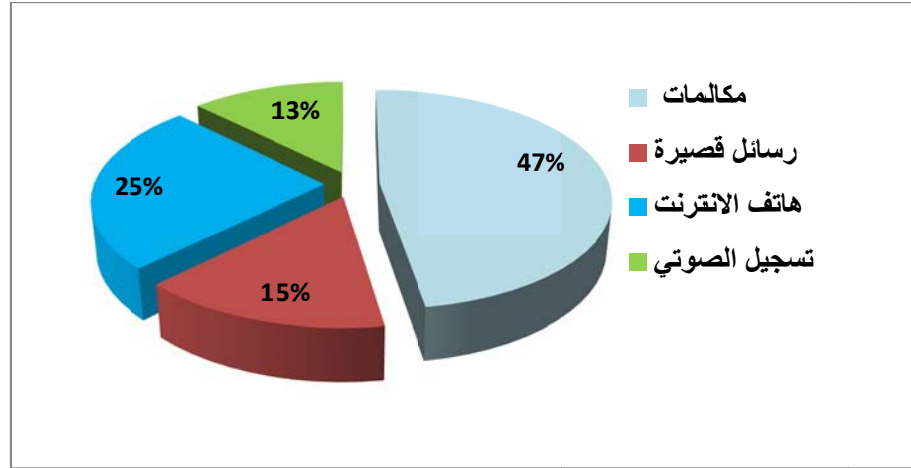


الجدول رقم 19 : توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي تستخدم فيها هاتفها النقال في إجراء عملية الاتصال .

| النسبة المئوية | التكرار | طريقة استخدام الهاتف النقال في إجراء عملية الاتصال |
|----------------|---------|--|
| 45.5% | 19 | مكالمات |
| 15% | 06 | رسائل قصيرة |
| 25% | 10 | هاتف الانترنت |
| 12.5% | 05 | تسجيل الصوتي |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن معظم مفردات العينة تستخدم هاتفها النقال في إجراء المكالمات بنسبة 47.5%، في حين نسبة 25 % من مفردات العينة تستخدمها في هاتف الانترنت، تليها نسبة 15% تستخدم طريقة الرسائل القصيرة ونسبة 12.5% تستخدمها في التسجيل الصوتي، ويرجع سبب ميل الكفة إلى المكالمات .

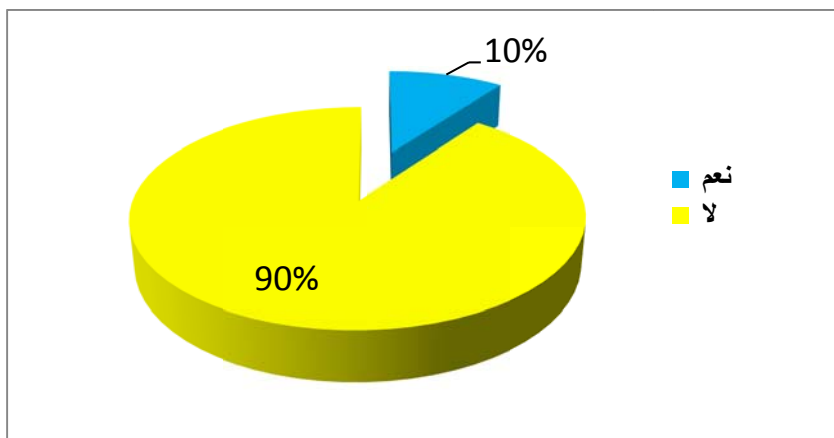
لطبيعية الهاتف النقال في كون أن الإستعمال الأساسي للهاتف النقال يكون في المكالمات الصوتية .



الجدول رقم 20 : توزيع أفراد العينة حسب إدخالها لتقنية 3 G في هاتفها النقال .

| إدخال تقنية 3G في الهواتف النقالة لدى الصحفي | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| نعم | 04 | 10% |
| لا | 36 | 90% |
| المجموع | 40 | 100% |

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن معظم مفردات العينة لا تمتلك تقنية 3 G في هاتفها النقال بنسبة 90% في حين أن نسبة ضئيلة جدا ممثلة في 10% تمتلك التقنية ويمكن ارجاع ذلك إلى أن أفراد عينة الدراسة من الصحفيين ينتمون إلى ولايات لم تصلها بعد هذه التقنية .

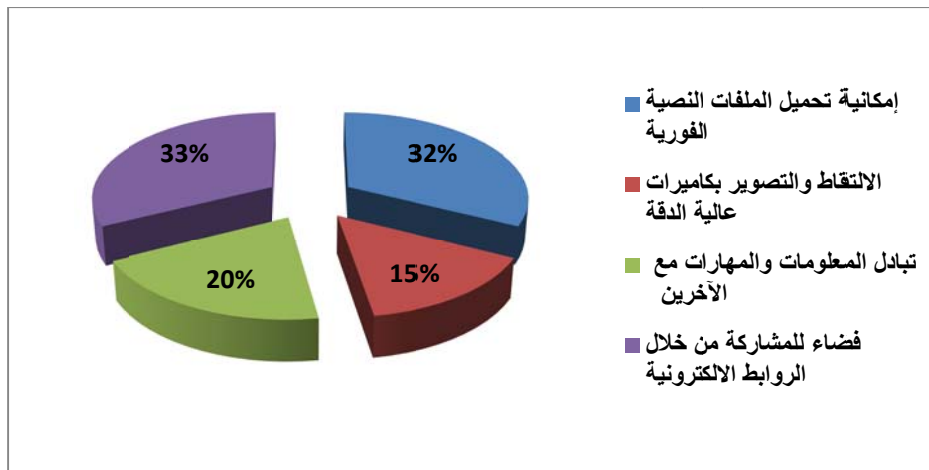


الجدول رقم 21 : توزيع العينة حسب مجالات الاستفادة من الهاتف النقال الذكي.

| النسبة المئوية | التكرار | مجالات الاستفادة من الهاتف النقال الذكي |
|----------------|---------|---|
| 34.2% | 13 | إمكانية تحميل الملفات النصية الفورية |
| 15% | 06 | الالتقاط والتصوير بكاميرات عالية الدقة |
| 21.1% | 08 | تبادل المعلومات والمهارات مع الآخرين |
| 34.2% | 13 | فضاء للمشاركة من خلال الروابط الالكترونية |
| 100% | 40 | المجموع |

يظهر من خلال الجدول أن معظم مفردات العينة الممثلة بنسبة 34.2% تستفيد من تطبيقات الهاتف النقال الذكي في "تحميل الملفات النصية الفورية" وكذلك في "المشاركة من خلال الروابط الالكترونية" في حين بنسبة 21.1% من مفردات العينة تستفيد من تطبيقات الهاتف النقال الذكي في "تبادل المعلومات والمهارات" تليها نسبة 10.5% من مفردات "التقاط الصور بكاميرات عالية الدقة"، ويرجع تفضيل مفردات عينة الدراسة لتحميل الملفات النصية الفورية والمشاركة من خلال الروابط الالكترونية إلى كون هاتين الأخيرتين أهم ما يميز تطبيقات الهاتف النقال الذكي .

الصحفيين الجزائريين يستخدمون الهاتف الذكي من أجل تحميل الملفات النصية الفورية والمشاركة من خلال الروابط الالكترونية.



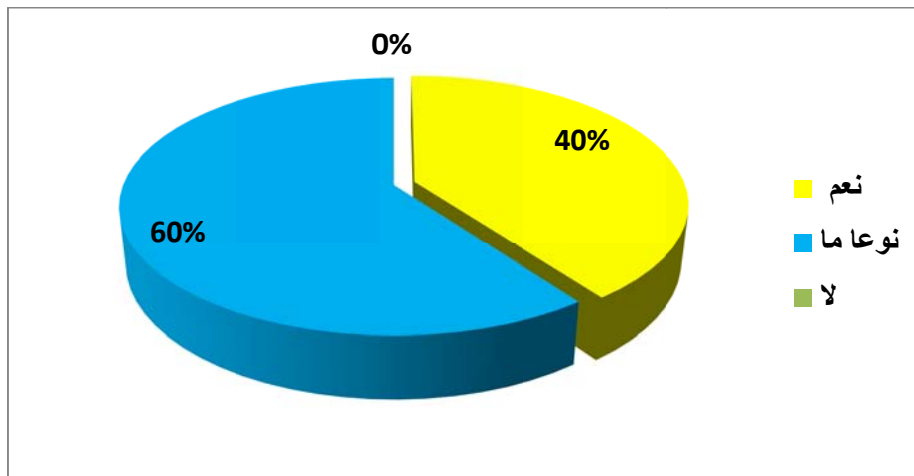
الجدول رقم 22 : توزيع أفراد العينة حسب رأيها في دور الهواتف الذكية في تجديد شكل الأداء الصحفي.

| النسبة المئوية | التكرار | رأي أفراد العينة في الدور الهواتف الذكية في تجديد شكل الأداء الصحفي |
|----------------|---------|---|
| 40% | 16 | نعم |
| 60% | 24 | نوعا ما |
| 00% | 00 | لا |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن معظم مفردات العينة الممثلة بنسبة 60% أجابت بنوعا ما، في حين 40% من مفردات العينة أجابت بنعم، وفي حين أن نسبة منعدمة تاما عارضت هذا الطرح.

ويرجع سبب إجابة المبحوثين بنوعا ما إلى :

- أن دخول الهواتف النقالة الذكية في العمل الصحفي لا تزال دخول محتشم، حداثة استخدام التكنولوجيا الهاتف الذكي لدرجة أن بعض الولايات الجزائرية لم تصلها بعد تقنية الجيل الثالث للهواتف النقالة الذكية .
- دور الهاتف النقال في تجديد شكل الأداء الصحفي دور هزيل .

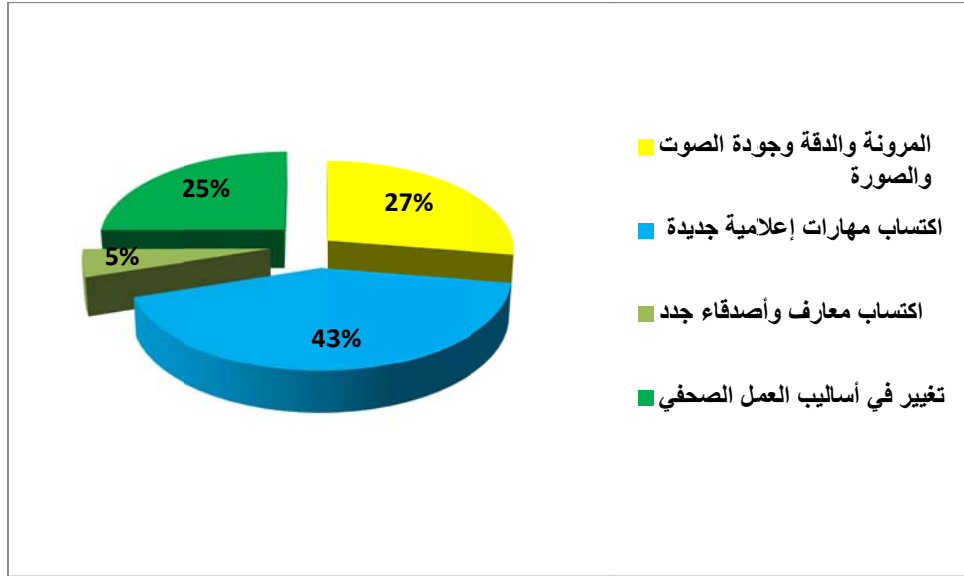


الجدول رقم 23 : توزيع أفراد العينة حسب رأيها في إيجابيات إدخال تكنولوجيا الهاتف النقال الذكي على مستوى الأداء الصحفي .

| النسبة المئوية | التكرار | الايجابيات |
|----------------|---------|------------------------------------|
| 27.5% | 11 | المرونة والدقة وجودة الصوت والصورة |
| 42.5% | 17 | اكتساب مهارات إعلامية جديدة |
| 5% | 02 | اكتساب معارف وأصدقاء جدد |
| 25% | 10 | تغيير في أساليب العمل الصحفي |
| 100% | 40 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول أن معظم مفردات العينة الممثلة بنسبة 42.5% ترى أن إيجابيات ادخال تكنولوجيا الهواتف النقال الذكية على مستوى الأداء الصحفي تكمن في "اكتساب مهارات إعلامية جديدة" في حين نسبة 27.5% من مفردات العينة ترى أن إيجابياته التغيير في أساليب العمل الصحفي وتأتي أخيرا نسبة 5% تقول بـ اكتساب معارف وأصدقاء جدد .

نستنتج أن معظم مفردات العينة ترى في الهاتف النقال الذكي إيجابية في "اكتساب مهارات إعلامية جديدة" لأن هذا ما يخدم مستوى الأداء الصحفي ويحسنه إضافة إلى أن طبيعة العمل الصحفي تحتم التحديد في الأداء ومواكبة الصحف العربية والعالمية لأن التكنولوجيا الحديثة متوفرة وليس حكرا على مخترعيها إضافة إلى أن هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة ساعدت الصحفيين في تطوير الاداء الاعلامي وتحسين مهارات الصحفي المتمثلة في التحرير "الانتقال من التحرير النص المطبوع الى النص الفائق "HTML" وكذا الانتقال من النشر المكتبي إلى النشر الإلكتروني .



أما فيما يخص إجابات الباحثين عن الأسئلة المفتوحة كانت كمايلي:

-السؤال (14) "مستقبل الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد الوسائل الاتصالية والإعلامية " : كانت غالبية إجابات أفراد عينة الدراسة من الصحفيين على أن مستقبل الممارسة الصحفية مستقبل واعد ، لكن بإيجابية استغلال هذه الشبكات وفق أطر سليمة ، في حين عبر أفراد العينة على أنه خطوة جد مهمة في مجال الاحترافية والتمكن من تحقيق تغطية شاملة وتمييزة للأخبار ، كما أنه مستقبل جيد للإرتقاء بالأداء الإعلامي ضمن هذه البيئة الإلكترونية التفاعلية ، كما عبرت أفراد عينة الدراسة عن رأيها من زاوية أخرى على أنه لا بد من اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي كأحد مصادر الإعلامية التي تتطلب التدقيق .

السؤال (23) " ما هو تقييمك لاستخدام الهواتف الذكية بمؤسستكم الإعلامية"

أجابت غالبية أفراد عينة الدراسة على أن الهواتف الذكية أضحت أكثر من ضرورة في المؤسسة ، رغم الاستخدام المختشم لها نظرا لحدثة التقنية في الأوساط الإعلامية الجزائرية ، في حين نجد نسبة مهمة تري أنها خطوة مهمة ومحفز جيد للإبداع وتكوين مهارات وأساليب جديدة في العمل الإعلامي.

السؤال(24)"كيف يؤثر الاستخدام اليومي للهواتف الذكية على تنمية كفاءات ومهارات الصحفي " .

أجاب غالبية أفراد العينة على أن استخدام الصحفي الجزائري للهواتف النقالة الذكية يؤثر فعلا في تنمية مهاراته الإعلامية و يظهر ذلك فيما أتاحه من التعامل الفوري مع المادة الإخبارية، وكذا المشاركة والتفاعل مع الجمهور في صناعة الحدث وأيضا الإمكانيات الهائلة التي يوفرها في تحميل والتخزين والتوزيع ، كما أنه ينمي خبرة الصحفي ويوسع مجال التعارف بينه و بين الشرائح الإعلامية ، وكذا إعفائه من النزول إلى الميدان نظرا لما يتمتع به من تطبيقات متميزة .

1- عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس

سيتم عرض الفروقات بين أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس في الأسئلة ذات الأرقام التالية :

| فروق الجنس | رقم السؤال | القيمة المحسوبة | القيمة المجدولة | درجة الحرية | طبيعة الدلالة |
|------------|------------|-----------------|-----------------|-------------|------------------|
| | 01 | 4.19 | 0.12 | 2 | دالة احصائيا |
| | 02 | 5.87 | 0.05 | 2 | غير دالة احصائيا |
| | 03 | 4.01 | 0.26 | 3 | دالة احصائيا |
| | 04 | 1.88 | 0.59 | 3 | غير دالة احصائيا |
| | 05 | 3.22 | 0.20 | 2 | دالة احصائيا |
| | 06 | 1.91 | 0.38 | 2 | دالة احصائيا |
| | 07 | 1.27 | 0.86 | 4 | غير دالة احصائيا |
| | 08 | 3.41 | 0.49 | 4 | دالة احصائيا |
| | 10 | 6.37 | 0.17 | 4 | دالة احصائيا |
| | 17 | 3.81 | 0.28 | 3 | دالة احصائيا |
| | 18 | 0.19 | 0.65 | 1 | غير دالة احصائيا |
| | 21 | 0.16 | 0.68 | 1 | غير دالة احصائيا |
| | 22 | 1.71 | 0.63 | 3 | غير دالة احصائيا |

يتضح من خلال الجدول بعد حساب الفروق في استجابات أفراد العينة و معرفة فيما اذا كانت هناك

فروقا تعزى لمتغير الجنس أن هناك بعض الأسئلة التي وجدنا فيها فروقا و ذلك حسب قيم "كا2" كما يلي :

✓ بالنسبة للسؤال الأول (1) و السؤال (3) و السؤال(5) و السؤال (6) و السؤال (8) والسؤال (10) والسؤال (12) والسؤال (17). وجدنا أن هناك فروقا في استجابات أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس.

✓ أما بالنسبة للأسئلة الأخرى وبعد حساب الفروق بالبرمجة "spss" في :السؤال(2) والسؤال(4) والسؤال(7). فلم نجد فروقا تعزى لمتغير الجنس و ذلك حسب قيم "كا2" المبينة في الجدول.

✓ السؤال الأول: " استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما بينه اختبار كا2 المحسوبة 4.19 أكبر من كا2 الجدولة 0.12 عند درجة حرية 02، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الذكور .

✓ السؤال الثالث: " مدة استخدام شبكات التواصل "

وهذا ما بينه اختبار كا2 المحسوبة 3.01 أكبر من كا2 الجدولة 0.26 عند درجة حرية 03، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الذكور .

✓ السؤال الخامس: "أصناف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي":

وهذا ما بينه اختبار كا2 المحسوبة 3.22 أكبر من كا2 الجدولة 0.20 عند درجة حرية 02، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في تحديد أصناف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الذكور .

✓ السؤال السادس: "أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"

وهذا يبينه اختبار كا2 المحسوبة 1.91 أكبر من كا2 الجدولة 0.38 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الذكور .

✓ السؤال الثامن: الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

وهذا يبينه اختبار كا2 المحسوبة 3.41 أكبر من كا2 الجدولة 0.49 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الذكور .

✓ السؤال العاشر: كيفية المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وهذا يبينه اختبار كا2 المحسوبة 6.37 أكبر من كا2 الجدولة 0.17 عند درجة حرية 03، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمعالجة الأخبار الصحفية لصالح الذكور .

✓ السؤال السابع عشر: "طريقة استخدام الهواتف النقالة في عملية الاتصال"

وهذا يبينه اختبار كا2 المحسوبة 3.81 أكبر من كا2 الجدولة 0.28 عند درجة حرية 3، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في طريقة استخدام الهواتف النقالة الذكية لصالح الذكور . نستنتج مما سبق أنه: يمكن إرجاع الفروق بين الذكور والإناث في طريقة ومدة وأصناف اختيار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكذا كيفية المعالجة الصحفية و الاشباعات المحققة من هذه المواقع لصالح الذكور إلى أن عامل الجنس يؤثر في مدى استخدام هذه الشبكات وقد يرجع هذا إلى:

* سهولة وتمكن فئة الذكور من استخدام هذه شبكات بالمقارنة مع الإناث وكذا المسؤوليات الإناث بالمنزل تحول دون استخدامها المكثف لهذه المواقع .

* اهتمام كل فئة (ذكور ،إناث) بفترات محددة لاستخدام هذه المواقع حسب ميولا تما ورغباتها.

* فئة الذكور أكثر تفاعلية وتعاملا مع كل المحتويات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أصنافها(فيس بوك ،تويتر ،اليوتيوب).

* طبيعة الذكور التي تميل إلى حب الاطلاع ومعرفة كل ما هو جديد في ساحة الإعلامية دولية كانت أم وطنية أو محلية بالمقارنة مع الإناث .

2- عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير السن:

سيتم عرض الفروقات بين أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس في الأسئلة ذات الأرقام التالية :

| فروق السن | رقم السؤال | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولة | درجة الحرية | طبيعة الدلالة |
|-----------|------------|-----------------|----------------|-------------|------------------|
| | 01 | 5.92 | 0.20 | 4 | دالة احصائية |
| | 02 | 9.74 | 0.04 | 4 | دالة احصائية |
| | 03 | 1.89 | 0.92 | 6 | غير دالة احصائية |
| | 04 | 4.69 | 0.58 | 6 | غير دالة احصائية |
| | 05 | 2.85 | 0.58 | 4 | غير دالة احصائية |
| | 06 | 11.55 | 0.02 | 4 | دال احصائية |
| | 07 | 3.25 | 0.91 | 8 | غير دالة احصائية |
| | 08 | 17.23 | 0.02 | 8 | دالة احصائية |
| | 10 | 7.70 | 0.46 | 8 | دالة احصائية |
| | 17 | 7.40 | 0.28 | 6 | دالة احصائية |
| | 18 | 0.14 | 0.93 | 2 | غير دالة احصائية |
| | 21 | 0.84 | 0.65 | 2 | غير دالة احصائية |
| | 22 | 3.85 | 0.69 | 6 | غير دالة احصائية |

يتضح من خلال الجدول بعد حساب الفروق في استجابات أفراد العينة و معرفة فيما إذا كانت هناك فروقا تعزى لمتغير الجنس أن هناك بعض الأسئلة التي وجدنا فيها فروقا و ذلك حسب قيم "كا2" كما يلي :

بالنسبة للسؤال الأول(01)و السؤال (02) و السؤال (06) و السؤال (08) والسؤال(10) والسؤال(17). وجدنا أن هناك فروقا في استجابات أفراد العينة تعزى لمتغير السن.

أما بالنسبة للأسئلة الأخرى وبعد حساب الفروق بالبرمجة "spss" في :السؤال(03) والسؤال(04) والسؤال(05) والسؤال(07) والسؤال(18) والسؤال(21) والسؤال(22). فلم نجد فروقا تعزى لمتغير السن و ذلك حسب قيم "كا2" المبينة في الجدول.

✓ السؤال الأول: " استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 5.92 أكبر من كا2 الجدولة 0.20 عند درجة حرية04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى.

✓ السؤال الثاني : "المدة الزمنية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 9.74 أكبر من كا2 الجدولة 0.04 عند درجة حرية04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في المدة الزمنية المستغرقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى.

- السؤال السادس: "أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 11.55 أكبر من كا2 الجدولة 0.02 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة

95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في الأغراض المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى .

✓ السؤال الثامن: الاشباكات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 17.23 أكبر من كا2 الجدولة 0.02 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في الاشباكات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى .

✓ السؤال العاشر: " كيفية المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا يبينه اختبار كا2 المحسوبة 7.70 أكبر من كا2 الجدولة 0.46 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمعالجة الأخبار الصحفية لصالح المجموعة الأولى .

✓ السؤال السابع عشر: "طريقة استخدام الهواتف النقالة في عملية الاتصال"

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 7.40 أكبر من كا2 الجدولة 0.28 عند درجة حرية 06، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين الأكبر من 20 سنة والأصغر من 35 سنة في طريقة استخدام الهواتف النقالة الذكية لصالح الذكور . نستنتج مما سبق أنه:

يمكن إرجاع الفروق بين المجموعتين في طريقة ومدة وأصناف اختيار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكذا كيفية المعالجة الصحفية و الاشباكات المحققة من هذه المواقع لصالح الأكبر من 35 سنة إلى أن عامل السن يؤثر في مدى استخدام هذه الشبكات ويؤثر أيضا في مدى استخدام الهواتف النقالة الذكية وقد يرجع هذا إلى :

* طبيعة وحجم الصداقات التي يربطها الصحفي مع جميع شرائح المجتمع التي يتفاعل معها للحصول على المعلومة. * إقبال كبير على تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وقابلية تبني أفكار ومستحدثات جديدة في العمل الإعلامي. * طبيعة مهنة الصحفي التي ترغمه على صبر أغوار كل متطلبات شرائح المجتمع نحو إشباع حاجاته النفسية والاجتماعية والإعلامية. * حب الصحفي في البحث عن المعلومة من مصادرها البشرية المتنوعة بهدف الحصول على السبق ومصداقية وموضوعية الأخبار المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي. * رغبة الصحفي في الإطلاع على كل ما هو جديد عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تتسم بسرعة تدفق المعلومات .

3- عرض نتائج الفرق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة:

سيتم عرض الفروقات بين أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة في الأسئلة ذات الأرقام التالية :

| فروق الخبرة | رقم السؤال | القيمة المحسوبة | القيمة المجدولة | درجة الحرية | طبيعة الدلالة |
|-------------|------------|-----------------|-----------------|-------------|------------------|
| | 01 | 4.52 | 0.34 | 4 | دالة احصائية |
| | 02 | 3.60 | 0.46 | 4 | دالة احصائية |
| | 03 | 6.47 | 0.37 | 6 | دالة احصائية |
| | 04 | 4.77 | 0.57 | 6 | غير دالة احصائية |
| | 05 | 4.03 | 0.40 | 4 | دالة احصائية |
| | 06 | 9.29 | 0.05 | 4 | دالة احصائية |
| | 08 | 7.84 | 0.44 | 8 | دالة احصائية |
| | 10 | 9.16 | 0.32 | 8 | دالة احصائية |
| | 17 | 2.96 | 0.81 | 4 | غير دالة احصائية |
| | 18 | 0.95 | 0.62 | 2 | غير دالة احصائية |
| | 21 | 0.32 | 0.84 | 2 | غير دالة احصائية |
| | 22 | 1.95 | 0.92 | 6 | غير دالة احصائية |
| | | | | | |

يتضح من خلال الجدول بعد حساب الفروق في استجابات أفراد العينة و معرفة فيما اذا كانت هناك فروقا تعزى لمتغير الجنس أن هناك بعض الأسئلة التي وجدنا فيها فروقا و ذلك حسب قيم "كا2" كما يلي :

بالنسبة للسؤال الأول (1) و السؤال (3) و السؤال (5) و السؤال (6) و السؤال (8) و السؤال (10). وجدنا أن هناك فروقا في استجابات أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس.

أما بالنسبة للأسئلة الأخرى وبعد حساب الفروق بالبرزمة "spss" في: السؤال (4) و السؤال (17) و السؤال (18) و السؤال (21) و السؤال (22). فلم نجد فروقا تعزى لمتغير الجنس و ذلك حسب قيم "كا2" المبينة في الجدول.

✓ السؤال الأول: " استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 4.52 أكبر من كا2 الجدولة 0.34 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال الثاني: " المدة الزمنية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 3.60 أكبر من كا2 الجدولة 0.46 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في المدة الزمنية المستغرقة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال الثالث: " مدة استخدام شبكات التواصل "

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 6.47 أكبر من كا2 الجدولة 0.37 عند درجة حرية 06، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال الخامس: "أصناف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي":

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 4.03 أكبر من كا2 الجدولة 0.40 عند درجة حرية 04، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في اختيار أصناف شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال السادس: "أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 9.29 أكبر من كا2 الجدولة 0.05 عند درجة حرية 06، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في الأغراض المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال الثامن: الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 7.84 أكبر من كا2 الجدولة 0.44 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ السؤال السادس: "أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"

وهذا ما يبينه اختبار كا2 المحسوبة 9.16 أكبر من كا2 الجدولة 0.32 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في أغراض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

✓ السؤال العاشر: "كيفية المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي"

وهذا ما بينه اختبار كا2 المحسوبة 7.84 أكبر من كا2 الجدولة 0.44 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمعالجة الأخبار .

✓ السؤال السابع عشر: "طريقة استخدام الهواتف النقالة في عملية الاتصال"

وهذا ما بينه اختبار كا2 المحسوبة 9.16 أكبر من كا2 الجدولة 0.32 عند درجة حرية 08، وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل أننا متأكدون بنسبة 95 % من وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة المهنية القصيرة (اقل من 5 سنوات) وذوي الخبرة الطويلة (أكبر من 5 سنوات) لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة في طريقة استخدام الهواتف الذكية لصالح الذكور .

يمكن إرجاع الفروق بين المجموعتين في طريقة ومدة وأصناف اختيار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكذا كيفية المعالجة الصحفية للأخبار و الاشباع المحققة من هذه المواقع لصالح ذوي الخبرة المهنية القصيرة إلى أن عامل الخبرة يؤثر في مدى استخدام هذه الشبكات ويؤثر أيضا في مدى استخدام الهواتف النقالة الذكية وقد يرجع هذا إلى :

*أقدمية الصحفي في مجال عمله تفتح له أفقا ترغمه على فتح مجال واسع النطاق لربط صداقات تمثل مجموع اهتماماته المختلفة .

*ثبات وثقة الصحفي بنفسه وبما يقوم به في عمله يجعله يغامر في الكثير من الاهتمامات والمواضيع المطروحة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار ومعالجتها ثم طرحها بمستوى عال من الدقة والجودة.

*المرونة التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي تمنح الصحفي مهارات جديدة في التعامل مع كل المضامين المطروحة، مما يخلق وجود فروق دالة إحصائية بين ذوي الخبرة القصيرة وذوي الخبرة المهنية الطويلة بحكم أن هذا الأخير يتفاعل معها بشكل قليل علي اعتبار أنه كفىء ومؤهل، كما أنه يتعامل مع مصادر أخرى غير شبكات، بالمقارنة مع ذوي الخبرة المهنية القصيرة الذين يعتمدون بشكل كبير في انتقاء الأخبار ومعالجتها و اكتساب أساليب ومهارات جديدة في العمل الصحفي .

*الهواتف النقالة الذكية هي الأخرى أظهرت فروقا ذات دلالة إحصائية حسب متغير الخبرة حيث وجدنا أن ذوي الخبرة القصيرة هم من يعتمدون عليها كثير على اعتبار هم أكثر شبائية وأكثر قابلية لتبني أفكار ومواكبة مختلف التكنولوجيات الاتصالية الحديثة بالمقارنة مع ذوي الخبرة الطويلة فهم أقل استخداما لها .

النتائج العامة للدراسة:

* الصحفيون الجزائريون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعية ، يظهر ذلك أن أغليتهم دائما ما يكون لديهم اهتمامات إزاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الذي يستخدم فيه أغلبهم هذه المواقع منذ سنة إلى خمس سنوات ومعظمهم يصل متوسط عدد ساعات استخدامهم لها من ساعة إلى ساعتين في اليوم . وهذا يدل على أن الصحفي الجزائري ليس بمنأى عن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التواصل . فهم يسعون إلى الالتحاق بثورة مجتمع المعلومات و الاتصال لمواكبة الأحداث المحلية و العالمية ، و الفئة العمرية من الصحفي الإذاعات المحلية التي لها الالتحاق بشبكات التواصل هي فئة الشباب أي الجيل الجديد من الصحفيين الجزائريين.

* كشفت الدراسة أن غالبية الصحفيين الجزائريين الذين يقبلون على شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمون نسبة كبيرة الفيس بوك، ثم اليوتيوب و تويتر. ويعود استخدام الفيس بوك لدى الصحفيين الجزائريين إلى عدة أسباب من بينه التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع ، و أيضا الشهرة التي يتمتع بها هذا الأخير نظرا لأن الجمهور فيه أكثر تواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية ، ثم يليه اليوتيوب و التويتر.

* لعل الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعية هي: الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات المحلية والوطنية بنسبة 30% ، تحقيق سبق الصحفي وتغطية متميزة بنسبة 20% .

التفاعلية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع الآخرين بنسبة 17.5% ، إرسال واستقبال رسائل ومواد إخبارية عاجلة بنسبة 17.5% ، زيادة الثقافة المهنية بنسبة 15%.

* توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين من الصحفيين الجزائريين قد زوجت في اعتمادها على شبكات التواصل الاجتماعي في "العمل و الترفيه" بلغت نسبة 57.5% . و يرجع ذلك إلى أن الصحفيين بالرغم أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي ، غير أن الثورة التي أحدثتها في نقل الأحداث الهامة سواء على الصعيد المحلي والعالمي جعل أكثرية المهنيين الصحفيين يعتمدون عليها.

* أفادت الدراسة أن الاشباغات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي من معظم الصحفيين الإذاعيين تظهر جليا وبنسبة متساوية بين الذكور والإناث في اكتساب مهارات جديدة في الجمع والإعداد والمعالجة وتحرير المادة الصحفية وكذا استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة في حين نجد أن الذكور

أكثر ميلا إلى الاستفادة من خدمات التحديث السريع والتوثيق واسترجاع المعلومات وكذا الدقة والمرونة في إخراج المواد الإعلامية في الوقت الذي نجد فيه الإناث أكثر

*يفضل أغلب المبحوثين خدمة الاستفادة من روابط المواقع الإخبارية والاطلاع عليها ثم البحث عن المعلومات والأحداث والمواقف، وتليها إجراء المقابلات الإعلامية والمحادثة مع الزملاء وإرسال واستقبال الأخبار والتقارير وفي الأخير خدمة أرشفة المعلومات الصحفية، حيث نجد أن الذكور العينة أكثر استفادة من هذه الخدمات مقارنة مع الإناث.

*أشارت الدراسة إلى أن طرق المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين تميل إلى فئة الذكور باستقبال الأخبار والصور من وكالات الأنباء وتوثيق وتوزيع ومتابعة أوامر العمل الصحفي و تتجه بصورة متساوية بين الذكور والإناث باستقبال الأخبار اعتمادا على مختلف المواقع الإخبارية و الاجتماعية في حين ترجح الكفة إلى إناث العينة بتحويل الأخبار إلى محررين بالأقسام.

*توصلت الدراسة إلى أن استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في تنمية مهاراته الإعلامية يظهر ذلك في ما أتاحتها من تطوير في القدرات الصحفية بتقديم المعلومات والتحقق من صدقها وكذا سهولة وسرعة التعرف على مشاكل القراء ومعرفة آرائه، ثم جعل القارئ شريكا أساسيا في صناعة المواد الإعلامية، كما أثرت في وضع معايير للاختيار بين المصادر والمعلومات والوثائق المطروحة ضمن الشبكة.

*نستنتج أن معظم الصحفيين الإذاعيين يمتلكون الهاتف النقال الذكي رغبة في مواكبة تكنولوجيات الاتصالية الحديثة، وكذا الولوج إلى شبكات الانترنت عن طريق الهاتف الذكي الذي يوفر تطبيقات بإمكانها تحسن الأداء الصحفي.

*خلصت الدراسة إلى أن معظم مفردات العينة لا تمتلك تقنية 3 G في هاتفها النقال بنسبة 90% في حين أن نسبة ضعيفة جدا ممثلة في 10% تمتلك التقنية وسبب ذلك أن أفراد عينة الدراسة من الصحفيين ينتمون إلى ولايات لم تصلها بعد هذه التقنية .

و لعل الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين للهواتف النقالة الذكية في المجال الإعلامي :

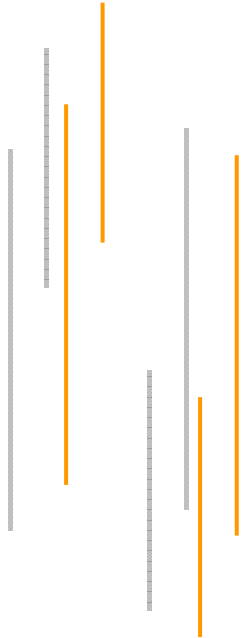
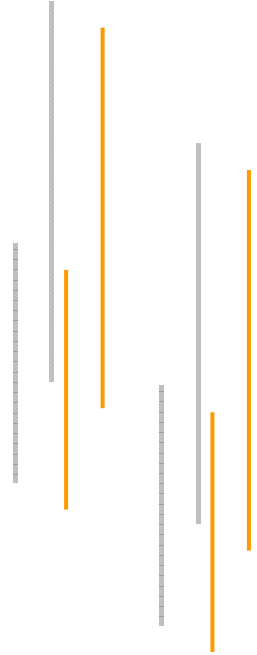
*اكتساب مهارات إعلامية جديدة *اكتساب معارف وأصدقاء جدد

*تحقيق المرونة والدقة في جودة المادة صوتا وصورة *تغيير أساليب العمل الإعلامي .

*توصلت الدراسة إلى أن استخدام الصحفي الجزائري للهواتف النقالة الذكية يؤثر في تنمية مهاراته الإعلامية و يظهر ذلك فيما أتاحه من التعامل الفوري مع المادة الإخبارية، وكذا المشاركة والتفاعل مع الجمهور في صناعة الحدث وأيضا الإمكانيات الهائلة التي يوفرها في تحميل والتخزين والتوزيع ، كما أنه ينمي خبرة الصحفي ويوسع مجال التعارف بينه و بين الشرائح الإعلامية ، وكذا أعفائه من النزول إلى الميدان نظرا لما يتمتع به من تطبيقات متميزة .



خاتمة



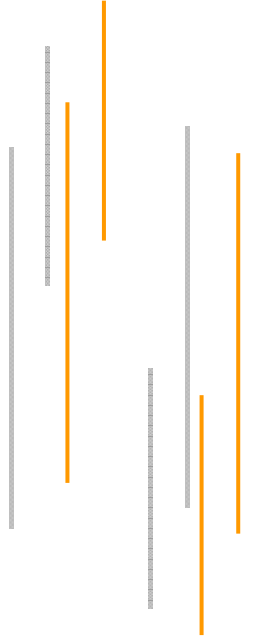
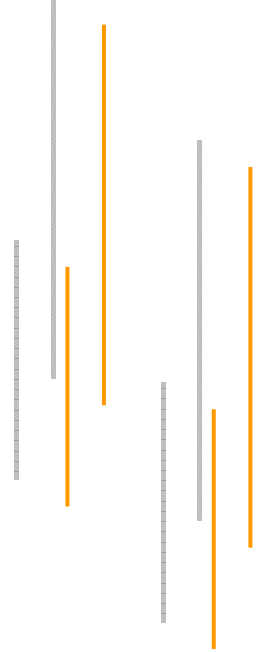
خاتمة:

لقد ساهم التقدم الهائل في تكنولوجيات الاتصال الحديثة إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تحسين أساليب الأداء الصحفي في بيئة الكترونية تفاعلية تلغي كل الحواجز المكانية و الزمانية بين مختلف الشرائح الإعلامية، مشكلة بذلك ظاهرة إعلامية جديدة تتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة، واليوم باتت تشكل نافذة مهمة جدا لنشر المعلومات والحصول عليها

ومن خلال الأدبيات التي تم جمعها حول متغيرات الدراسة ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها حول: "تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري"، أتضح جليا الدور الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية في تعزيز كفاءة الصحفي الناجح في عصر العولمة والتدفق السريع للمعلومات بإعتبار العالم قرية صغيرة يستطيع سبر أغوارها من يمتلك الكفاءة العالية والمعلومة الجديدة في ظل عالم ساخن بالأحداث والمواقف التي ترغم الصحفي على أن يكون على قدر كبير من الإحترافية والتميز وقدرة عالية على التحكم بفعالية في التكنولوجيات الحديثة.

كما يتضح جليا من خلال دراستنا الميدانية أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في عملية التغيير في شتى مجالات الحياة وخير دليل على ذلك ثورات العربي ودور الإعلام من خلال الشبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على العديد من القرارات المهمة فيها.

قائمة المراجع



قائمة المراجع

* مراجع باللغة العربية :

❖ القواميس والمعاجم:

1. محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2004.

❖ كتب بالعربية:

1. احمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال ،الدار الجامعية الإسكندرية، 2000.
2. أحمد مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علم الإعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005.
3. أسامة الخوالي، القرارات التكنولوجية وأثرها على وسائل الإعلام ، دار النهضة العربية، الإسكندرية ، 2000.
4. اسما حسين حافظ،تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي،(مصر:الدار العربية للنشر والتوزيع، 2005.
5. أماني جمال مجاهد : الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ، دراسات المعلومات ، ع8، جامعة المنوفية، 2011 .
6. تيال دو سولا بول ،ترجمة: عبد الرحمان عزري ، تكنولوجيا الحديثة للاتصال، فضاء الإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1994/10.
7. جهيان احمد رشتي ،الأسس العلمية لنظريات الإعلام ،دار الفكر العربي ، القاهرة، 1978.
8. حسن رضا نجار ،الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009.
9. حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ،دار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 1994.
10. حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال في عصر العولمة ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2003.

11. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
12. خطاب أمل، تكنولوجيا الاتصال ودورها في تطوير الأداء الصحفي، دار العربي، القاهرة، 2009 .
13. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في علوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، 2007.
14. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
15. زاهر راضي "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي" مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، ع15، 2003.
16. زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
17. سامية علي أشرifi، أنظمة شبكات الهاتف النقال، (تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات)، العدد 108، يونيو 2010 .
18. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
19. سعيد يس عامر، علي محمد عبد الوهاب : الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، ط2، مركز وايد سير قيس، القاهرة، 1998.
20. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة غير مذكورة.
21. السنو مي العبد الله، الاتصال في عصر العولمة (الدور والتحديات الجديدة)، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999.
22. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال.. المخاطر والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
23. صادق الحمامي: أخلاقيات المهنة و الميديا الجديدة، وثيقة أعدت في إطار برنامج النوع الاجتماعي و الإعلام العربي، مركز الكوثر، نوفمبر 2011 .
24. العام يدخل القرن 21 حاملا الهاتف ' الفيديو ، الانترنت النقال، أفاق الشبكة للتعليم المفتوح والتعليم عن بعد ، مكتبة القدس، العدد5، الأردن، يناير 2000.

25. عباس مصطفى الصادق : الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ،(الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن،2008 . عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق للنشر والتوزيع ، 2008.
26. عبد الرزاق محمد الدليمي.الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.
27. عبد العالي رزاقى: ما لا يقال، ط1، دار الأمة ، الجزائر، 2011.
28. عبد الله محمد الشريف ،مناهج البحث العلمي ،مكتبة الإشعاع للطباعة و النشر والتوزيع، مصر، 1996.
29. علم الدين وآخرون ،الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال،دار الشروق القاهرة،1998.
30. عماد عبد الوهاب الصباغ ، الحاسوب في إدارة الأعمال ، دار الثقافة ، عمان،1996.
31. فضيل دليو ،مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1998.
32. فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ،مخبر علم اجتماع الاتصال ،جامعة منتوري،الجزائر، 2003.
33. فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ،مخبر علم اجتماع الاتصال ،جامعة منتوري،الجزائر، 2003.
34. فضيل دليو،وسائل الاتصال وتكنولوجياته،(الجزائر: منشورات جامعة منتوري، د س.د)2003.
35. فضيل دليو،الاتصال، مفاهيمه و نظرياته ووسائله،دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة،2003.
36. فؤاد شعبان ، عبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2011.
37. المجالات و المنشورات:
38. محمد شفيق ،البحث العلمي ،الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
39. محمد الزعبي ، التغير الاجتماعي ، ط1، دار الطليعة ،القاهرة،1988 .

40. محمد شطاح ، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا ، دار الهدى ، الجزائر، 2006، السيد بخت ، الصحافة والانترنت، العربي للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة، 2000.
41. محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1993.
42. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، مصر، 2004.
43. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ط3 القاهرة، 2004 .
44. محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية، ج2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
45. محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، دار الرحاب القاهرة، 2005.
46. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات - الأساسيات والمستحدثات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
47. محمود علم الدين و عبد الحسيب محمد ، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، 1997.
48. مرفت الطرايشي و عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2006.
49. ملفين ديفلر و ساندار بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ش م م ، ط 5 ، القاهرة، ، 2004 .
50. منى العبد الله ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، بيروت ، 2006.
51. نوب بنت المبارك عبد الله : الخصوصية في الشبكات الاجتماعية ، مركز التميز لأمن المعلومات، مقالات علمية.

❖ مذكرات ماجستير والدكتوراه

1. احمد، هند، تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة ، أطروحة دكتوراه ، قسم الصحافة كلية الإعلام ، القاهرة،2007.
2. أمينة عادل سليمان السيد وهبة محمد خليفة عبد العال ، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة "دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك، مكتبة د.شوقي سالم ،جامعة حلوان،2009.
3. إيمان بخوش، مرزوقي حسام الدين: الويب 0.2 (الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد)، "مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال"، جامعة باجي مختار، عنابة،2009.
4. بلفار عادل ،علي مهني أمال ، بوجلال دلال : الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي ، دراسة في الاستخدامات التواصلية والاشباع المعرفية " مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال"، جامعة المسيلة،2011.
5. صلاح محمد صلاح ،اثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي ،دراسة تطبيقية ميدانية الجامعة الإسلامية ،غزة ،2011-2012.عبد الجواد سعيد محمد ربيع ، إدارة المؤسسات الصحفية ، دراسة في الوقائع والمستحدثات،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،،2004.
6. عامر لمياء "أثر السعر على قرار الشراء (دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف النقال)، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر،2006.
7. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني...دراسة تطبيقية ميدانية ، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع،2005.
8. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط1 القاهرة،2004.
9. ميلي حميدي ، تقييم خدمات الهاتف النقال في الجزائر ..."،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية العلوم الاقتصادية والتسيير،2006.

❖ ويوغرافيا العربية:

1. محمود خليفة: دور التكنولوجيا المعلومات في هزيمة النظم العربية المستبدة ، " ماجستير في علوم المعلومات " ، جامعة القاهرة ، متاح على: moud@cybrarians.org
2. ممدوح عبد الهادي عثمان، التكنولوجيا ومدرسة المستقبل: الواقع والمأمول"، متاح على الرابط: www.edc.gov.sa. (2014/02/23).
3. الموسوعة العلمية الشاملة، www.m3loma.com، (2014/02/23).
4. محمد هناد: ماذا بعد الثورات؟ مؤسسة الأهرام 2010 : متاح على الرابط التالي: <http://digital.ahram.org.eg/Policy.aspx?Serial=639920>
5. New youtube statistics :25 may 2011 earchenginewatch
6. محمد البدوي : التويت، نسخة الكترونية،السعودية،2011 متاح على الرابط: www.badwi.com، السعودية،2011.
7. شبكة عرب نت الإخبارية: بحلول العام 2010 الهاتف المحمول يصل إلى نصف سكان العالم، متاح على الرابط: <http://www.arabnet5.com/communications-news.asp?c=2&id=15890/10/05/>.
8. محمد الحمامي : التعليم النقال مرحلة جديدة من التعليم الالكتروني . a M-Learning New Stage of ?. Learning ، مجلة المعلوماتية، التقانة في التعليم، العدد (6) ، شهر آب 2006. متاح على: <http://infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&isuenb=6&id=70>
9. ويكيبيديا الموسوعة الحرة :الهاتف المحمول - متاح على <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%A7%D9%84>
10. أحمد محمد سالم: التعلم الجوال " Mobile Learning . . . رؤية جديدة للتعلم باستخدام التقنيات اللاسلكية ، " ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثامن عشر للجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس "، في الفترة من (25 - 26) يوليو 2006.

11. أبو تركي: ماذا بعد الجيل الثالث من الهاتف المحمول؟ 3.5 و 3.75 و g4، متاح على:

<http://qatarshares.com/vb/showthread.php?t=91919>

12. ريم عمر: التعلم النقال متاح على: <http://www.et-ar.net/vb/showthread.php?t=6858>

13. بتلكو: الرسائل النصية القصيرة.

متاح على: (SMS) http://arabic.batelco.com/Bus_msg_sms.asp

14. احمد جابر: الرسائل النصية القصيرة، ثروة تصنعها شركات الاتصالات دون تكلفة حقيقية. متاح على الرابط:

<http://www.gadgetsarabia.com/2014/03/29/text-messaging-tops-2trillionin-2008>

15. هند الخليفة: الرسائل النصية القصيرة في خدمة التعليم - جريدة الرياض - عدد الجمعة 9 المحرم 1429 هـ - 18 يناير 2008م - العدد 14452. متاح على:

<http://www.alriyadh.com/2014/03/18/article309934.htm>

16. ما هي خدمة رسائل الوسائط المتعددة MMS من الجوال؟ - متاح على:

<http://www.nsaim->

[lil.com/vb/showthread.php?t=3113/3/4/et/](http://www.nsaim-lil.com/vb/showthread.php?t=3113/3/4/et/)

<http://www.kuwaitvip.com/vb/t5650.html>

17. ماذا تعرف عن خدمة تصفح الانترنت عبر الجوال wap الواب؟. متاح على:

<http://www.arabiyat.com/forums/showthread.php?t=32428>

18. نجوى يوسف جمال الدين: تطوير إعداد المعلم باستخدام التعليم الإلكتروني، " بحث

مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث "التعليم عن بعد ومجتمع المعرفة"، "متطلبات الجودة

واستراتيجيات التطوير" - مركز التعليم المفتوح - جامعة عين شمس (5-7) مايو 2007.

19. منتديات جمعية الثقافة الكلدانية: ماهي تقنية GPRS؟ - متاح على:
/http://www.kaldayta.com/forums/index.php?topic=25.0
ومتاح أيضا على : منتدى قفزات: شرح موسوع عن تقنية ال **GPRS** - متاح على:
<http://www.gafzat.com/vb/showthread.php?t=922/03/04/20>
20. <http://www.arabnet5.com/communications>
[news.asp?c=2&id=1589/10/5/ 14](http://www.arabnet5.com/communications)
21. www.elhiwaronline .com
22. WWW.Swalif.net.1 .phone .history.cell.a11.00 :
le 8/2/2010 ،49:10،/ara/content/view/28110/120/
23. www.alwaqt.com/vb/article4721.html
24. www.maghrbia.com

/cocoom/awt/xhtm11/ar/feature/2006/3/12/feature

New-YouTube-Statistics 48-Hours -of- Video.

.Uploaded-Per-Minute-3- Billion-Views

❖ مراجع باللغة الأجنبية :

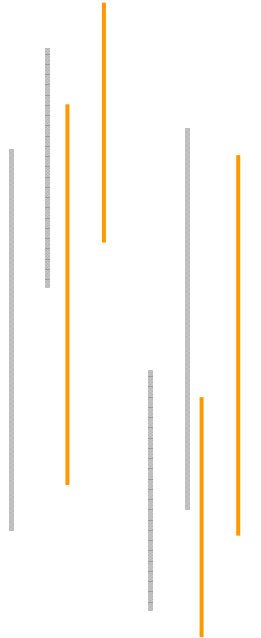
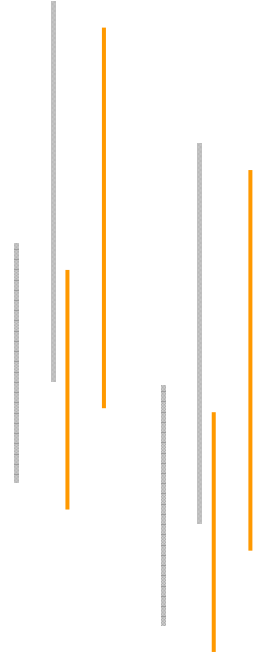
كتب

1. Arman Mattelard La mondialisation de la communication Presses universitaire Paris .France .lere Edition.1996
2. Programme des nations unies Pour le développement .Rapport mondiale .Sur le développement humain.de Boeck. Bruxelles. 2001.
3. E mmanuel Pedler . Sociologie de la Communication. Armand Colline. Paris.France . 2005 .

4. montagnes Pour Téléphone Portables .éditions techniques françaises. Paris.2004.
5. Mody „Firszt World Communication technology in the third wold „contexte .
6. Marcel Danesi.(2009) : Dictionary of media and communications. M.E.Sharpe .New york.



ملاحق



جامعة محمد بوضياف " المسيلة "

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

تخصص : إتصال

إستمارة إستبائية تدرج في إطار تحضير مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال بعنوان:

إستخدام تكنولوجيات الإتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية

لدى الصحفي الجزائري

شبكات التواصل الإجتماعي والهاتف النقال " أنموذجا "

دراسة ميدانية على عينة من صحفيي إذاعات (برج بوعرييج, مسيلة, سطيف)

سيدي'سيدي

تحية طيبة وبعد:

في إطار إنجاز دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر تحت عنوان : "إستخدام التكنولوجيات الإتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري" نرجو منكم ملاً هذه الاستمارة بعناية' واعلموا أن إجاباتكم على قدرا كبير من الأهمية وأنها ستحظى بكل السرية ولن تتجاوز حدود البحث العلمي.

* ضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

إشراف الأستاذة:

إعداد الطالبة :

* تيميزارفاطيمة

* دوادي شابحة

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: 20 الى 35 سنة 35 الى 50 سنة اكثر من 50

1- عدد سنوات الخبرة في المجال الصحفي:

- اقل من عشر سنوات من 10 الى 20 سنة 20 سنة فأكثر

المحور الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنمية المهارات الاعلامية

2- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- دائما احيانا نادرا

3- منذ متى تستخدم الشبكات التواصل الاجتماعي؟

- اقل من سنة من سنة الى خمس سنوات اكثر من خمس سنوات

4- ماهي المدة التي تقضيها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين
- من ساعتين إلى أربع ساعات اكثر من أربع ساعات

5- اين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- المنزل العمل لدى الأصدقاء مقهى الإنترنت

6- ماهي الشبكات الأكثر إستعمالا من طرفك؟

- فيس بوك تويتر اليوتيوب

..... اخرى تذكر

.....

7- لأي غرض تستخدم شبكات التواصل الاجتماعية ؟

- العمل الترفيه والتسلية الاثنين معا

8- ماهى الدوافع التى تجعلك تستخدم شبكات التواصل الاجتماعى اكثر من المعتاد ؟

- الاطلاع على أحدث الاخبار والمستجدات المحلية والوطنية
- تحقيق سبق الصحفي وتغطية متميزة
- زيادة الثقافة المهنية
- ارسال واستقبال رسائل ومواد اخبارية عاجلة
- التفاعلية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعى مع الاخرين
- أخرى تذكر:

9- ماهى الاشباعات التى تحققها لك شبكات التواصل الاجتماعى؟

- الدقة والمرونة والسرعة فى اخراج المادة الصحفية
- اكتساب مهارات جديدة فى جمع وإعداد ومعالجة وتحرير المادة الصحفية
- استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الاحداث المهمة
- الاستفادة من خدمات التحديث السريع والتوثيق واسترجاع المعلومات
- الحصول على رجع صدى سريع
- أخرى تذكر:

10- ماهى خدمات شبكات التواصل الاجتماعى التى تفيدك فى مجال عملك الصحفى وتستخدمها ؟

- اجراء المقابلات الاعلامية و المحادثة مع الزملاء
- الاستفادة من روابط المواقع الاخبارية والاطلاع عليها
- البحث عن المعلومات والأحداث والمواقف
- أرشيف للمعلومات الصحفية
- إرسال واستقبال الاخبار والتقارير

11- كيف تتم المعالجة الصحفية للاخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعى؟

- بتوثيق وتوزيع ومتابعة أوامر العمل الصحفى
- بتحويل الاخبار الى المحررين بالأقسام
- بتحرير الاخبار باستخدام مختلف المواقع الاخبارية والاجتماعية
- باستقبال الاخبار والصور من وكالات الانباء والمراسلين عبر الشبكة
- أخرى تذكر:

12- ماهى سلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى العمل الصحفى براك؟

- زادت من التوتر الاعلامي (بين مؤيد ومعارض)
- ضعف مصداقية الاخبار الصحفية
- تقليص حجم احتكاك الصحفى بالميدان بشكل مباشر

- نقص التشريعات القانونية في مجال اخلاقيات المهنة الصحفية
- 13- هل ساعدك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي على تحقيق التالي:

- معرفة اراء القراء بطريقة اكثر سهولة
- جعل القارئ شريكا اساسيا في صناعة المادة الصحفية
- سهولة وسرعة التعرف على مشاكل القراء واهتماماتهم وطموحاتهم
- تطوير قدراتك الصحفية بتقديم المعلومات والتحقق من مدى مصداقيتها
- وضع معايير للاختيار بين المصادر والمعلومات والوثائق

- 14- ماهى اهم الامتيازات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير العمل الصحفي؟

- تتيح معلومات اضافية وفورية
- تقدم المعلومات بشكل متنوع فيديو وتسجيلات صوتية
- توفر الخلفيات الضرورية للتقارير الاخبارية
- تسهيل عمليات نقل الاخبار
- تعطى مساحات كثيرة للتخزين والارشفة
- تطوير الممارسة الصحفية والارتقاء بالاداء الصحفي
- أخرى تذكر:

- 15- كيف ترى مستقبل الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها احد الوسائل الاتصالية و الاعلامية الجديدة؟

-
-

المحور الثالث : الهواتف المحمولة الذكية كأداة في تنمية المهارات الاعلامية

- 16- هل تملك هاتفا ذكيا؟ نعم لا
- 17- ماهى طبيعة الاتصالات الهاتفية التي تقوم بها في مجال العمل الصحفي؟
 - داخلية خارجية معا
- 18- ماهى الطريقة التي تستخدم فيه هاتفك النقال في عملية الاتصال؟
 - مكالمات رسائل قصيرة هاتف الانترنت تسجيل صوتي
- 19- هل ادخلت تقنية (3G) على هاتفك النقال؟
 - نعم لا
- 20- اذا كانت الاجابة بنعم ماذا اضافت هذه التقنية من مهارات في مجال عملك ؟

-
-

21- ماهي مجالات استفادتك من تطبيقات الهاتف النقال الذكي ؟

- امكانية تحميل الملفات النصية الفورية
- الالتقاط والتصوير بكاميرات عالية الدقة
- تبادل المعلومات والمهارات مع الاخرين
- فضاء للمشاركة من خلال الروابط الالكترونية

22- في رأيك هل احدث ادخال الهواتف الذكية تجديدا في شكل الاداء الصحفي؟

- نعم نوعا ما لا

23- ماهي ايجابيات ادخال تكنولوجيا الهواتف النقال الذكية على مستوى الاداء الصحفي؟

- المرونة والدقة وجودة الصوت والصورة
- اكتساب مهارات اعلامية جديدة
- اكتساب معارف واصدقاء جدد
- تغيير في اساليب العمل الصحفي

24- ماهو تقييمك لاستخدام الهواتف الذكية بمؤسستكم الاعلامية؟

-
-

25- كيف يؤثر الاستخدام اليومي للهواتف الذكية على تنمية كفاءات ومهارات الصحفي؟

-
-
-



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الصحفيين الإذاعيين لتكنولوجيات الاتصال الحديثة وأثرها في تنمية المهارات الإعلامية من خلال دراسة عينة من مستخدمي هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة في الإذاعات المحلية الثلاث "برج بوعرييج"، "مسيلة"، "سطيف"، وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان، لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور:

المحور الأول البيانات الشخصية، و المحور الثاني شبكات التواصل الاجتماعي كأداة لتنمية المهارات الإعلامية، تطرقنا فيه إلى عادات وأنماط، الدوافع والمبررات وأثر استخدام هذه الشبكات في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفيين والمحور الثالث تطرقنا فيه إلى الهواتف النقالة الذكية من حيث عادات وأنماط، الدوافع والمبررات، وأثرها في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفيين، وبعد معالجة هذه البيانات كميًا وكيفيًا توصلنا إلى رزمة من نتائج كصورة تعكس الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي.

الكلمات الدالة: تكنولوجيات الإتصال الحديثة، شبكات التواصل الاجتماعي، الهاتف النقال الذكي.

Résumé de l'étude:

L'objectif de cette étude vise à détecter l'utilisation des journalistes aux technologies modernes de communication et leur impact sur le développement des compétences des médias à travers l'étude d'un échantillon d'utilisateurs de ces technologies de communication dans les postes locaux modernes de radio trois "Bordj bou arreridj", "M'sila", "Sétif", a misé sur le questionnaire de l'outil, de recueillir des données auprès des répondants, où le questionnaire a été divisé en trois zones:

Le premier axe de données à caractère personnel et le deuxième axe de réseautage social comme un outil pour le développement des compétences des médias, a parlé des habitudes et, les motivations les justifications et l'impact de l'utilisation de ces réseaux dans le développement des compétences médiatiques chez les journalistes, et le troisième axe a parlé au sujet des téléphones mobiles en termes d'habitudes et de motifs, les motifs et les justifications, et leur impact sur le développement des compétences médiatiques chez les journalistes, et après le traitement de ces données quantitativement et qualitativement atteint un ensemble de résultats de l'étude reflètent l'image, à la fois théorique et appliquée.

Mots-clés: les technologies modernes de communication, les réseaux sociaux, Smartphones.