



- جامعة المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

فرع: ماستر اتصال



تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحفية  
دراسة وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة:

ولد جاب الله سعاد

❖ إعداد الطالب:

❖ بلبالي مصطفى

سبتمبر-2013

## خطة الدراسة

### المقدمة

### الإطار المنهجي

الإشكالية

تساؤلات الدراسة.

أهمية الدراسة

منهج الدراسة

أدوات الدراسة

عينة الدراسة

الدراسات السابقة

### الإطار النظري

#### الفصل الأول: الممارسة المهنية الصحفية

- 1- مفهوم الممارسة المهنية
- 2- آداب الممارسة الصحفية
- 3- الصحافة المكتوبة في الجزائر
- 4- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية الصحفية الحديثة
- 5- وضعية الممارسة المهنية الصحفية بالجزائر

#### الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي

- 1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
- 2- نشاءه وتطور شبكات التواصل
- 3- أهم شبكات التواصل الاجتماعي
- 4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
- 5- شبكات التواصل الاجتماعي مصدر للمعلومات والية لنشر في تدعيم الصحافة المكتوبة
- 6- استخدام الصحافة لشبكات التواصل الاجتماعي
- 7- ضوابط وشروط الارتقاء بالمهنة الصحفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي
- 8- مواكبة الصحافة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي

## الإطار التطبيقي

- 1- الفصل الأول : تمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 1-1. التحليل الكمي لتمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 2-1. التحليل الكيفي لتمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي
  - 2- الفصل الثاني: طبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 1-1 التحليل الكمي لطبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 2-1 التحليل الكيفي لطبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي
  - 3- الفصل الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 1-1 التحليل الكمي لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي
    - 2-1 التحليل الكيفي لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي
  - 4- الاستنتاجات العامة
- الخاتمة.

## التشكرات

قال تعالى " هذا من فضل ربي ليبلوني ءاشكر أم أكفر ومن شكر فإنما يشكر لنفسه ..."

### الآية 40 من سورة النمل

الحمد لك على ما أنعمت علينا من قوة وصبر على إنهاء هذا العمل المتواضع .

كما نتقدم بخالص شكري إلى الأستاذة المشرفة

التي أشرفت على هذا البحث الذي لم تبخل علي بأي نصيحة حيث صوبتني عند الخطأ وشجعتني عند الصواب وبذلك كانت نعم المشرفة ونعم الأستاذة.

كما نتقدم بجزيل الشكر

إلى كل الأساتذة الذين درسونا طيلة مرحلة الدراسة.

إلى كل من قدم لنا يد العون من زملاء وأصدقاء إلى كل من علمنا حرفه

فلكم منا جزيل الشكر و جزاكم الله عنا كل خير .

مصطفى

## إهداء

إلى من بيده ناصيتي و إليه آخرتي وبارئني ومصورني  
إلى من هو غني عن إهدائي إليك (إلهي) .

إلى روح العالم الأبني

إلى إمام الخلق و إمام المرسلين له صلواتي فصلي اللهم على سيدنا محمد  
صلى الله عليه و سلم

إلى التي تحت أقدامها الجنان و برضاها يرضى خالق الأكوان

إلى ينبوع الحب والحنان زهرة العطف ومصدر الاطمئنان

إلى أغلى ما في الوجود أُمِّي الغالية

إلى الذي كان دوماً إلى جانبي... صاحب الفضل ومصدر الرعاية

إلى الذي لا يسعني إلا أن أقف أمامه احتراماً وعرفاناً وطاعة وحباً ...

إلى من أخلصت له دعواتي والدي الغالي

إلى جميع إخوتي والأهل و الأقارب

إلى اعز أصدقائي في الجامعة وخارجها

و إلى جميع مشايخي وأساتذة الكرام

مصطفى

## الإشكالية:

إن التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الحديثة فرض على المؤسسة الإعلامية لاسيما منها الصحافة المكتوبة ضرورة التغيير والتأقلم مع المحيط الجديد لهذه التكنولوجيات الحديثة والتي من سماتها السرعة والآنية في نقل الأحداث والأخبار من موقع الحدث .

و قد مكنت هذه الوسائل الاتصال الحديثة الأفراد من الكتابة و إنتاج مضامين إعلامية حتى و إن لم يكونوا صحافيين مهنيين و نشرها على الشبكة العالمية، و حتى نشرها في وسائل الإعلام التقليدية حيث أدى الانتشار الواسع لوسائل و تقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع و سهولة استعمالها من طرف الأشخاص، إلى قيام المواطنين و أفراد الجمهور بصناعة مواد و مضامين إعلامية، كانت في الكثير من الأحيان تنافس و تضاهي مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية، فظهرت العديد من الفضاءات و التقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر و بث هذه المضامين دون أي رقابة أو ضغط، على غرار المواقع التفاعلية و مواقع الفيديو النشر الجماعي التشاركي مثل الموسوعات الإلكترونية الجماعية، المدونات الإلكترونية و منتديات المحادثة الإلكترونية نشر ملفات ملتميديا مواقع الشبكة الاجتماعية (مثل موقع facebook الذي بلغ عدد مستعمليه النشطين 42 مليون سنة 2007م و مواقع تبادل الملفات وهو ما أسال لعاب كثير من المؤسسات الصحفية حيث أخذت لها مكان ضمن شبكات التواصل وذلك بفتح صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والمعلومات وهي تقنية جديد تتيح لصحيفة سرعة الانتشار .

ولدراسة ذلك اعتمدنا على الإشكالية التالية:

هل يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي (صفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي) على الممارسة المهنية للصحافيين الجزائريين ؟

وتتفرع الإشكالية الرئيسية للبحث إلى مجموعة من التساؤلات هي :

1- كيف يتمثل الصحفي الجزائري صفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

2- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على تنظيم العمل ؟

3- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على مختلف مراحل تحرير النص الصحفي ؟

4- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة الصحفي بالقارئ ؟

5- ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي ؟  
أهمية الدراسة:

وتتجل أهمية الدراسة في مجموعة من النقاط وهي:

\_\_شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة المكتوبة موضوع جدير بالبحث في ظل التطورات الحاصلة في هذا المجال

\_\_معرفة طرق تداول المعلومات والإخبار داخل الصحيفة وخارجها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

- كونها مطلوبة في الوقت الحالي و مدى الحاجة إلى تطوير المؤسسات الصحفية المكتوبة من اجل الدخول إلى عصر المعلومات، و مواكبة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة

\_\_تنبع أهمية الدراسة من أنها تقدم معلومات وحقائق عن التطور التكنولوجي وانعكاساته على الصحافة وعملية

تداول المعلومات داخل الصحيفة و التحرير الصحفي كأحد أهم الخطوات في إصدار الصحيفة وما لهذه الوسائل

من دور في تطوير مهارات وإمكانيات الصحفيين

## منهج الدراسة :

الإعطاء صورة كلية وواضحة عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام شبكات التواصل في الصحافة المكتوبة وتوظيفها في عملية نشر المحتوى الصحفي على مواقع التواصل اقتضت الدراسة استخدام المنهج المسحي فالمنهج المسحي يهدف إلى إعطاء صورة كلية عن الظاهرة وموضوع البحث والدراسة كما يهدف أيضا لتعرف ومعالجة الظاهرة في الحاضر وليست في الماضي مما يجعله أكثر ملائمة لموضوع دراستنا.<sup>1</sup>

والمنهج المسحي ( هو عبارة عن مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها والسير عليها قصد الوصول إلى الحقيقة ).

ويعرف أيضا( هو عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة ومكان وفي الوقت الحاضر<sup>2</sup> ) وينقسم المنهج المسحي إلى قسمين:

1- المسح الوصفي: يستخدم في وصف مختلف الظواهر المرتبطة بالدراسة وقد اعتمدنا على هذا المنهج في دراستنا للإجابة على التساؤلات المطروحة ومعرفة اتجاهات المؤسسة الصحفية نحوى نشر المحتوى الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي .

2-المسح التحليلي: والذي يهدف إلى تحليل العلاقة بين المتغيرات من خلال شرح وتفسير وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة وربطها بالتساؤلات بحيث تمكنا من خلال الاعتماد على هذا المنهج من جمع كم معتبر من المعلومات والبيانات ودراسة الظاهرة في حالتها الطبيعية<sup>3</sup>.

---

1محمد الغريب عبد الكريم البحث العلمي التصميم المنهجي والإجراءات المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 1982 ص77

2محمد زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986 ، ص117

استجابة لطبيعة البحث استعنا في هذه الدراسة بوسيلة إحصائية واحدة لحساب نسب التكرارات في الإجابات وهذا من أجل تحويل المعلومات الكيفية إلى معلومات كمية لتصبح أكثر دقة ومصدقية وهذه الوسيلة هي:

النسب المئوية = عدد التكرارات / 100 x مجموع أفراد العينة

#### أدوات البحث :

إن الأداة التي يتم توظيفها في هذا البحث هي أداة الاستبيان وهو مجموعة من الأسئلة التي يتم تحضيرها انطلاقاً من المنهجية المقترحة وهذا للحصول على إجابة تتضمن البيانات والمعلومات المطلوبة والتعريف بكل جوانب الموضوع .

والاستبيان هو أداة من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في علوم الإعلام والاتصال ، حيث يستخدم في الحصول على المعلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها له بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره للبحث بها.

و الاستبيان عادة يوظف في الإطار الميداني وذلك في شكل أسئلة التي توجه إلى المهنيين صحافيين مخرجين تقنيين..... الخ الخاصة بممارسة المهنة ومدى تأقلم هؤلاء بالتقنيات الجديدة للإعلام والاتصال<sup>4</sup>

ومن خلال الجانب النظري والدراسات السابقة وقع اختيار الباحث على التقنية السائدة والشائعة وهي الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتي وجدوها أنجع طريقة لتحقيق الإشكالية لذلك قام الباحث بتحضير استمارة إستبائية تحتوي على ثلاث محاور وهي:

استمارة إستبائية موجهة للصحافيين قامنا ببنائها على النحو التالي:

المحور الأول: تمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي ويتكون من

سبعة أسئلة

---

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد دراسات الجمهور في بحوث الإعلام عالم مكتبة القاهرة 1993 ص 124

<sup>4</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 ، ص 2

المحور الثاني : الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ويتكون من ستة عشر سؤال

المحور الثالث : اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي وهو يتكون من عشرة أسئلة وتم تصميمها وفق مقياس لبكرت

وبعد مناقشة الاستمارة مع الأستاذة المشرفة وتصحيحها للاستمارة تم عرض الاستمارة على 02 محكمين من أساتذة وهما الدكتور كعواش عبد الرحمان أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة ادرار والأستاذ بورباية جلول أستاذ مساعد بقسم الإعلام والاتصال بجامعة باتنة من أجل الاستفادة من آرائهم حول سلامة صياغة لأسئلة، وقد تم حذف بعض الأسئلة وتعديل بعضها حيث كان عدد الأسئلة قبل عرضها على المحكمين 42 سؤال وبعد عرضها أصبح 33 سؤال.

الاثبات : أن فاعلية المقياس يكمن في مدى ثباته ، ومدى قدرته على القيام بالمهمة التي أعدت من أجله ، وقد كان لابد من القيام بالتجريب قبل التطبيق الميداني لاختيار المقياس وتجربى ثباته حيث قمنا بتطبيقه على عينة من الصحفيين التابعين لصحيفة الخبر .

#### عينة الدراسة :

يمثل هنا مجتمع البحث الذي نقوم بدراسته هو المهنيين من الصحفيين مخرجين وتقنيين في الصحافة المكتوبة في الجزائر للحصول منهم على أجوبة عن الأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي لدراسة .

وموضوع بحثنا يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي في الصحافة المكتوبة في الجزائر وتوظيف هذه التقنيات في العمل الصحفي لذلك قمنا باختيار عينة قصديه من مهنيي الصحافة المكتوبة في الجزائر والعينة القصدية هي "تلك العينة التي يختارها الباحث اختياريًا مقصودًا من بين وحدات المجتمع الأصلي، وذلك تبعًا لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث، بحيث تكون الوحدات قريبة الشبه من المجتمع الأصلي، وتترك للباحث في الميدان حرية اختيار وحداتها"<sup>5</sup> .

---

<sup>5</sup> محمد عبد الحميد المرجع السابق ص 184

بحيث قمنا بتوزيع 60 استمارة استبيانيه على الصحفيين في الصحافة الخاصة والصحافة العمومية صحيفة الشروق اليومي وجريدة الشعب كنموذج وكانت بداية توزيع الاستمارة يوم 24 جوان 2013 وانتهت يوم 01 جويلية 2013 وقد تم استرجاع 48 استمارة من أصل 60 استمارة

#### الدراسات السابقة :

عنوان الدراسة : دراسة إبراهيم بعزيز دور "صحافة المواطن" في التغطية الإعلامية للأحداث دراسة حالة قناة الجزيرة  
أهداف الدراسة:

- إبراز دور الإعلام الجديد في تغطية الإعلام التقليدي لمختلف الأحداث .
- أهم التطبيقات التي تستعملها وسائل الإعلام التقليدية للتواصل مع الجمهور، وتوطيد علاقة تفاعلية .
- كما تستشرف الدراسة آفاق هذه العلاقة التي تربط بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، بالتركيز على حالة الجزيرة.

المنهج المتبع : تم استعمال المنهج الوصفي لكونه الأنسب لمثل هذه المواضيع  
النتائج المتوصل إليها :

- عنصر الشباب يرتبط ارتباطا وثيقا بالتطبيقات الحديثة للإعلام الجديد، وهو ما يجب أن تراهن عليه قناة الجزيرة، لتطوير أدائها وتحسين تغطيتها لمختلف الأحداث.
- التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، وهو ما يمكن أن نستشفه من مضامين القناة التي أصبحت مؤخرا تعتمد بشكل كبير على ما يرسله الأفراد وما ينشرونه عبر مختلف المواقع والتطبيقات الالكترونية.
- أن تكنولوجيا الاتصال الجديد بكل أشكالها ، قد أحدث زوابع إعلامية وسياسية انتهت بثورات عديدة في الدول العربية، كما أنه لعب دورا محوريا وأساسيا في نقل واقع المجتمعات (العربية) وكشف المستور فيها، وفي كشف الانتهاكات والتجاوزات العديدة، وعليه فإن دوره الهام في التغطية الإعلامية لمختلف الأحداث والوقائع، يجعل من الضروري على قناة الجزيرة أن تطور علاقتها بهذا الشكل الصحفي الجديد

**عنوان الدراسة الباحثة سولاف بوصبع تحت عنوان : تأثير تكنولوجيا الاتصالات الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر رسالة ماجستير 2005/2004 في علوم الإعلام والاتصال جامع الجزائر 3**  
أهداف الدراسة :

- معرفة العلاقة بين تكنولوجيا الاتصالات الجديدة والعمل الصحفي .
- معرفة تكنولوجيا الاتصال الحديثة وخصائصها وانعكاسها على العمل الصحفي .

منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي على عينة من الصحفيين الجزائريين وهي الخبر الوطن الشعب الأحرار.

أدوات الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان لتحليل معطيات الدراسة الميدانية التي شملت الصحف الأربعة النتائج المتوصل إليها:

- إن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع هي علاقة تأثير وتأثر في ظل التطور التكنولوجي وتتأثر أشكال الكتابة الصحفية بهذا التطور .
- أثرت التكنولوجيا الاتصالية على العمل والوظيفة بصفة عامة حيث أضحى التعامل مع المعلومات الكترونية .
- أدخلت التكنولوجيا الاتصالية الجديد الكثير من المحاسن فيما يتعلق بالجانب الإداري.
- أظهرت نتائج الدراسة إجماع الصحفيين أن التكنولوجيا الجديدة للاتصال وفرت مصادر للمعلومات تتميز بالتنوع والكثرة والجد.

**دراسة فتيحة بوغازي بعنوان صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي رسالة ماجستير 2011/2010**  
جامعة الجزائر .

أهداف الدراسة :

- إلقاء الضوء على مفهوم وجوانب من تطبيقات ما بات يطلق عليه صحافة المواطن كونه يمثل مظهر جديد كلياً من مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة وأنه مازلت في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعض .

- رصد التغيرات التي أحدثتها ظاهرة صحافة المواطن باعتبارها تعتمد على احدث تكنولوجيايات الاتصال الحديثة .

- محاولة تحديد معالم صحافة المستقبل في ظل التطورات الراهنة .

منهج الدراسة :

المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج المسحي وهو الأسلوب الأفضل لتعرف على الظاهرة .

أدوات الدراسة :

اعتمدت الدراسة بالأساس على استمارة الاستبيان والملاحظة بالمشاركة نظرا لطبيعة الموضوع .

نتائج الدراسة

- ظاهرة صحافة المواطن تلقى قبول حسنا لدى الصحفيين نظرا لاعتماد الصحفيين عليها .

- أظهرت الدراسة أن الصحفيين الجزائريين يرون أنهم في المستقبل وفي ظل انتشار ظاهرة صحافة المواطن

سيصبحون مجرد معالجين للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن .

- أثبتت الدراسة أن صحافة المواطن لا تشكل هاجس للصحفي بل بالعكس فتوظيفها في المؤسسات

الإعلامية يعتبر بمثابة مكسب لمهنة الصحافة .

# الآطار النظري

- الفصل الأول: الممارسة المهنية الصحافية
- الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي

## المقدمة :

طرأت في السنوات الأخيرة عدة تغيرات و تطورات في عدة ميادين، بفعل الثورة الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال و المعلومات، و التي جعلت من غير الممكن عدم إقحام هذه التكنولوجيات الحديثة في مختلف الأنشطة و التطبيقات؛ و من بين هذه المجالات التي عرفت قدرا وافرا من التغير و التأثير بهذه الثورة المعلوماتية، ميدان الإعلام و الاتصال الذي لحقه تغييرا كبيرا في مختلف نواحيه، سواء من حيث كيفية أداء المهنة، أو في الطرق و الوسائل الحديثة المستعملة، أو في الأنواع و الأشكال الصحفية المستحدثة. هذه الوظائف جديدة داخل المؤسسات الإعلامية تتسم باليسر و السرعة والآنية كما جعلت الوظائف التقليدية المحيطة بالنشر و التوزيع و البث و استقاء المعلومات تتدرج نحو الزوال بفضل التكنولوجيا الرقمية ظهرت تقنيات التصميم الفني و التصوير الرقمي و المعالجة الآلية للنصوص و تحويل الصحف من شكلها الورقي إلى صحف الكترونية يمكن تصفحها في أسرع وقت ممكن كما أنها تجمع بين الصوت و الصورة و النص المكتوب ، وهو ما يعني القضاء على الفجوة بين تقنيات الإعلام المكتوب و التقنيات السمعية البصرية

وبفضل هذا التطور المستمر في قطاع الصحافة بفعل هذه التكنولوجيات الحديثة، انتقل الحديث و النقاش الى ما تمى تسميته ب "وسائل الاتصال الجديد"، الذي يقوم في الغالب بالإشراف عليها و إنتاج مضمونها مواطنون أو مستعملون عاديون، ليسوا مهنيين مثل الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية أي أنهم هواة من كل أنحاء العالم و من مختلف المستويات و الأجناس، و للإشارة فإن الكتاب يستعملون عدة أدبيات للتعبير عن هذا الشكل الصحفي الجديد، مثل "الصحافة التشاركية إعلام الجمهور" المحتوى الذي ينتجه المستعملون و الصحافة البديلة و صحافة المواطن و مهما اختلفت المصطلحات و التسميات فإنها تستعمل كلها للإشارة إلى ذلك الشكل الصحفي الذي ينتج محتواه و مضمونه أفراد هواة أو مستعملون عاديون والذي يقابل المحتوى و المضمون الإعلامي الذي يصنعه الصحفيون المحترفون الذين يشتغلون في وسائل الإعلام التقليدية، و يبيعونه أو يثرونه في إطار عملهم.

وسندعم دراستنا هذه بخلفية نظرية تتكون من ثلاثة فصول

الفصل الأول: وهو خاص بالممارسة المهنية الصحفية تم التعرض فيه إلى مفهوم الممارسة المهنية و التطور التاريخي للممارسة المهنية في العالم و الجزائر وفي الفصل الثاني وهو خاص با شبكات التواصل الاجتماعي حيث تم التطرق فيه إلى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها ووضعيته القانونية و اعتماد الصحافة على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الاخبار و المعلومات... أما الفصل الثالث: فهو تحليل مختلف النتائج الاستمارة الاستبائية الموجهة لصحافيين كميا وكيفيا لمعرفة تمثل الصحافيين لشبكات التواصل الاجتماعي ونشر محتوى الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الصحافيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

## الفصل الأول: الممارسة المهنية الصحفية

تمهيد :

يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى الكشف عن بعض الجوانب المتعلقة بالممارسة المهنية لصحافيين كتعريفها والإلمام بظروف نشأتها وتطورها وإبراز خدماتها ومساراتها لأهم التطورات التكنولوجية ، كما نسعى من جهة أخرى إلى معرفة حيثيات الممارسة المهنية لصحافيين في الجزائر من حيث وضعيتها القانونية وتطورها من الناحية التاريخية .

### 1-1 الممارسة المهنية:

#### 1-1-1 مفهوم الممارسة :

هي طريقة للعمل أو طريقة يجب أن يتم بها العمل ، و الممارسات يمكن أن تشمل الأنشطة، و العمليات و الوظائف و المواصفات القياسية و الإرشادات.<sup>1</sup>

#### 1-1-2 مفهوم المهنة:

أما مفهوم المهنة يشير إلى تلك العملية التي يمكن من خلالها تحديد الوظيفة كمهنة، والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي أو نظرية تحدد مجال الخبرة، ويضاف إلى ذلك نشوء الروابط المهنية، وزيادة الشعور بالهوية الجماعية وصياغة رموز تلائم السلوك المهني.<sup>2</sup>

#### 1-1-3 مفهوم الممارسة المهنية:

هي الإجراءات والقواعد التفصيلية الخاصة بدورة العمل في الأقسام الفنية في الصحف وتشمل الصفات الصحيحة الإخراج، فرز الصور التنفيذ... الخ، ومدى التنسيق بين هذه الأقسام والتحرير في كل مرحلة، إلى جانب تنسيق التحرير مع الإدارات المشتركة في المنظمة.<sup>3</sup>

كما تعرف بأنها الكيفية التي يتعامل بها الصحفي بتوظيف كل الأنواع الصحفية الممكنة خلال التعامل مع الواقع بنقل الأخبار و المعلومات وإجراء المقابلات و القيام بالتحاليل و التعاليق الصحفية .  
هي العمل مع أعضاء المهنة الواحدة قراء الزملاء و الرؤساء المباشرين ذو أهمية كبيرة، ويولي الصحفي أهمية كبيرة لعمل زملائه الآخرين في وسائل الإعلام المنافسة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم ناصر الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها- شهادة الدكتوراه جامعة الإمام بالرياض.ص 23

<sup>2</sup> فتيحة بوغازي صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي رسالة ماجستير جامعة الجزائر 3 2011 ص 97

<sup>3</sup> حسين عبد الجبار اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، عمان: دار أسامة 2008 ص 23

<sup>4</sup> فتيحة بوغازي مرجع سابق ص 98

كما عرفها "جون هون برغ" بأنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة أساسا في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة وتصحيح الأخطاء في حالة وجودها<sup>1</sup>.

إن الصحافة كمهنة لها تقاليدها ومعاييرها وأخلاقياتها وجدت نفسها أمام متغير تكنولوجي (شبكات التواصل الاجتماعي) والذي فرض على الصحافة مسايرة هذا التطور.

وفي الولايات المتحدة تأسست جمعية "On line news Association" كفضاء يجمع المهنيين الذين يعملون في مجال صناعة الأخبار الالكترونية، تسعى إلى مساعدة الصحفي في مجال الإعلام الالكتروني ورصد الممارسات الجيدة، كما أدرجت جائزة بوليتزر Pulitzer فئة خاصة بالصحافة الالكترونية، بناء على قواعد مخصصة تتضمن توصيفا للصحافة الالكترونية والصحفي الالكتروني ومنها أن يكون الموقع الذي يكتب فيه الصحفي المرشح للجائزة صادرا عن مؤسسات إعلامية، وأن تكون مضامينه ذات علاقة بالأحداث ويحين بشكل دوري، مرة في الأسبوع على الأقل، وملتزمًا بأخلاقيات الصحافة.

تعكس هذه الأمثلة إستراتيجية جلية لتمييز الصحافة الالكترونية عن أشكال الكتابة الجديدة، من منطلق الحفاظ على خصوصيتها المهنية، ومن هذا المنطلق يمثل الخطاب الصحفي حول ممارسات الكتابة الجديدة، كالتدوين خاصة مجالا لمقاربة تمثل الصحفيين لدورهم الجديد في سياق يتسم بظهور منافسين جدد لهم، تغويهم الوظيفة الرمزية للصحفي، فهل يعكس هذا التمثل قبولا بالدمقرطة الجذرية للصحافة مما يعني تغيرا في الآليات الثقافية التي تحكم وظيفة الصحفيين الرمزية كوسطاء وتحولا في مستوى طبيعة الخطاب الصحفي كخطاب يقتضي ضوابط مخصصة؟ أم يحيل هذا التمثل إلى إستراتيجية اختلاف يتميز من خلالها الصحفي عن منافسين جدد يهددون مكانته .

ومع تزايد الاعتماد على هذا النوع من المضامين - الإعلام الجديد - بدأت المؤسسات الإعلامية في تدريب صحفييها على كيفية الاستفادة منها، وصياغة سياسات توضح حقوق وواجبات كل من المؤسسة والمستخدمين بكيفية إرسال مضامينهم الإعلامية، والمبادئ التي يجب الالتزام بها وهو ما انعكس على تطوير الأداء المهني للمستخدمين - المواطنين الصحفيين - وعلى زيادة حرص هذه المؤسسات على التأكد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المواطنون<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> جون هون برغ، الصحفي المحترف، ترجمة آمال عبد الرؤوف، . الدار الدولية للنشر والتوزيع 1996، ص

<sup>2</sup> فتيحة بوغازي مرجع سابق ص 102

## 1-2 آداب الممارسة الصحفية:

أتاحه التكنولوجيا الحديثة أساليب ومنابر إعلامية جديدة، ومع اكتساب هذه الأشكال الإعلامية الجديدة حصة أكبر من القراء والمشاهدين والمستمعين، تزداد حدة النقاش حول ما إذا كان الممارسون المستخدمون لوسائل الإعلام الجديدة يلتزمون بالمعايير المهنية المتبعة منذ زمن ، طويل والتي تفصل بين الصحافة ومنشورات نقل الإشاعات والقيل والقال.<sup>1</sup>

لقد مارس فن الصحافة من قبل أناس لا يملكون لأنفسهم من المؤهلات، غير مجرد الميل أو التجربة أو الموهبة ولكن الموهوبين منهم قليلون و التجربة والخبرة ليست كل شيء في مزاوله المهن والفنون، ومن هنا نشأت الحاجة إلى معاهد الصحافة وأصبحت هذه المعاهد ضرورة من ضرورات الحياة الحديثة ومقوما من مقومات هذا المرفق الحيوي والصحفي أثناء أدائه لعمله يجب أن يتقيد بجملة من الآداب والأخلاقيات التي تجعل عمله يرقى إلى المستوى المطلوب من جهة ومن جهة ثانية تبعده عن المشاكل القانونية كالقذف وما ينجر عنها من مسؤوليات مالية وجنائية، ولعل أهم هذه الآداب تجنب استغلال الحرية استغلالا بشعا يتنافى ومسؤولية الصحفي فالصحافة التي تملك هامشا من الحرية، تملك أيضا سلطة على الهياكل الرمزية التي تحكم تفكيرنا وشعورنا والتي من أجل استمرارها يعمل العقل والذهن، وهي موجودة في كل وقت وعلى شكل كلمة مكتوبة ومنطوقة وهذه السلطة حسب رأي الصحفي روبرت شمول "لا نستطيع أن نتهرب منها و لا يمكن أن نتبرأ منها، هذا الثوب الملتهب الذي أصبح غطاءها الذي لا يمكن أن نخلعه، دون أن نخلع جلد الثقافة نفسها ومن هنا تتضح المسؤوليات الجسام للصحفي خاصة على مستوى تشكيل المنظومة القيمية في المجتمع، وعلى هذا الأساس، كان لزاما على الصحفي مراعاة كتاباته مع معايير المجتمع المحلي ، وبالتالي الاستخدام الجيد" لا إفراط و لا تفريط "للسلطة الممنوحة له ضمن القاعدة الذهبية<sup>2</sup>.

هناك آداب متفق عليها يجب على الصحفي تحريها عند الكتابة، تتمثل فيما يلي:

**1-2-1 تحري الحقيقة:** لأن عمل الصحفي هو تجميع الحقائق فقط، ومسؤوليته أن تحيى هذه الحقائق سليمة فإذا حققت في عملك الحق المطلق، تكون قد حققت إنجازا، ولو أن قضية الحقيقة والحق تطرح إشكالات فلسفية كبيرة و ذلك أن مهمة تجميع الحقائق لا تؤدي بالضرورة إلى الحق المطلق إذ أن العديد من حقائق اليوم تحتاج إلى

<sup>1</sup> ديفيد فاينا: مقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم، الإعلام يصنع التغيير مجلة يو اس ايه العدد 12 يصدرها مكتب برامج الاعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، ديسمبر 20

<sup>2</sup> روبرت شمول: مسؤوليات الصحافة، ترجمة: ألفرد عصفور، تدقيق وتحرير: رائد السمرة، مركز الكتاب الأردني، الأردن

أن يقوم" الحق التاريخي "بتصويبها عبر السنين ، ويشترط عند تجميع هذه الحقائق عدم الافتراض بأن الأحداث ستسير في مسار معين بل التقيد بهذه الحقيقة كما هي موجودة.

**1-2-2 الموضوعية:** على الصحفي محاولة التجرد من جملة القيم المجتمعية والثقافية ، وكذا الميول و النزعات الذاتية في كتاباته الصحفية، وأقول محاولة لأن الأمر ليس بالهين ولا بالسهل لأننا نتحدث عن التجرد من نسق يعتبر الصحفي أحد العناصر الفاعلة فيه والتي تؤثر وتتأثر بعناصر أخرى.

**1-2-3 الحياد الإنصاف:** الحياد و يعني عدم اتخاذ موقف من مسألة أو من قضية معينة والانسحاق وراء هذا الموقف أثناء العمل الصحفي، أما الإنصاف فيعني محاولة الصحفي أن يكون متوازنا مع كل أطراف الموضوع فلا يقضي طرفا معينا لكون وجهة نظره تعارض و جهة نظر الصحفي.

**1-2-4 تجنب القذف:** والقذف هو تشويه صورة شخصية بنسب أفعال أو صفات لها غير صحيحة مع الافتقاد إلى الدليل والبرهان، ولتجنب القذف يجب:

-القيام بمراجعة الحقائق المتوفرة.

-القيام بمقارنة الحقائق من مختلف مصادرها.

-الاهتمام بالوثائق.

-التعامل مع الأسماء والعناوين والألقاب والوظائف بحذر.

-نسب الكلام إلى مصدره عند الارتياح.

-الاستماع إلى الطرف الآخر.

عن طريق كل هذه العناصر يضمن الصحفي حدا أدنى من الممارسة الصحفية النزينة، ويحكم عمله الصحفي بضوابط تجعله عملا محمدا بشرعية أخلاقية<sup>1</sup>

### **1-3 تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية الصحفية:**

إن الحكم على عالم الصحافة كشيء ثابت وقار ومنجز يجانب الحقيقة، هذا ما يشتهه الفرق الصارخ بين المنشورات المتواضعة التي ظهرت في المنتصف الثاني القرن الخامس عشر في أوروبا، والتي كانت تتسم بصورها غير المنتظم، وصحافة القرن السابع عشر التي عرفت الانتظام في الصدور وحاولت أن تلبي حاجيات القراء المعرفية

<sup>1</sup> حمدي عباس، مدخل إلى الصحافة الطبعة الثانية القاهرة 1990 ص 166

والإعلامية ولا يستطيع أن يغطي الفرق الواضح بين صحافة القرن التاسع عشر، الذي يعد العصر الذهبي للصحافة وصحافة مطلع القرن الواحد والعشرين التي تعيش تغييرا شاملا في شكلها ومضمونها ووسائل نشرها إن العمل الصحفي لم يكن أبدا، نشاطا مغلقا على ذاته وكامل التطور، ولا نشاطا متجانسا كما تصوره النظرة التعميمية و تاريخية لوسائل الإعلام ، كما أن تطوره لم يكن خطيا.

إن البنية الاقتصادية للصحافة لم تظل على ما كانت عليه في القرن التاسع عشر، فبعد الاعتماد على عائدات المبيعات فقط، ظهرت الصحيفة التي تعتمد على عائدات المبيعات ومختلف إعانات السلطات العمومية وكذا عائدات الإعلانات ثم الصحيفة التي تعتمد على عائدات الإعلانات فقط، و يطلق عليها تسمية " :الصحافة المجانية"، والتي ظهرت في شمال أوروبا في السنة 1995 وبدأت تزحف نحو العديد من مناطق العالم بما فيها الدول العربية المغرب، ومصر، والإمارات العربية المتحدة، والسودان ، إن هذه العناصر الاستطردية تؤكد أن الصحافة تتميز بتاريخ ثري ومتنوع ومتجدد، أي أنه غير معياري واختراع جماعي دائم ومتجدد ، كما أن وظيفة الصحيفة قد تغيرت هي الأخرى فبعد صحافة الرأي التي اتسمت بطابعها النخبوي، وانخراطها النشط في تأطير الصراع الفكري والسياسي النابع من قناعاتها بإمكانية المساهمة في تغيير العالم، ظهرت الصحافة الإخبارية، التي تعتبر أكثر جماهيرية من صحافة الرأي ، لتركز على الأحداث أكثر من الآراء والأفكار إيماناً منها بأن مهمتها تقف عند وصف العالم ونقل أحداثه بدل تغييره، وعلى هذا الأساس تغيرت الخصوصية المهنية والثقافية للصحافة، فبعد سيطرة الكتاب والمثقفين ورجال السياسة على صحافة الرأي ، شرعت الصحف الشعبية في إعادة هيكلة مهنة الصحافة، وأولت الاهتمام للجانب الحرفي والمهني الذي بدأ يتحدد أكثر سواء على مستوى تصنيف مناصب العمل داخل قاعة التحرير، أو تفضيل العمل الميداني ، هكذا انفتحت الصحافة على الفئات الوسطى والشعبية وبدأت تنقل تفاصيل الحياة وإن كانت تركز على ما هو شاذ وغرائبي وإثاري ، إن هذه التغيرات لم تتم بدون توترات اجتماعية ومهنية داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها، لعل أبرزها تلك التي وصفت بأنها " أزمة الحداثة المنتظمة " في القرن التاسع عشر والتي صادفت الجهود المبذولة من أجل تمهين الصحفيين في وقت تطورت فيه صحافة المواطن .

يمكن القول أن تكنولوجيا طرحت وتطرح، بما أتاحتها من ممارسات على صعيد الاتصال الاجتماعي وفي عالم الإعلام، السؤال حول الشرعية المهنية للصحافة ، الكل يعلم أن الصحافة لم تؤسس شرعيتها التاريخية على الإعلام والتثقيف فقط، بل على قيم ومثل كبرى، كالموضوعية واستحلاء الحقيقة وقد استخدمت في ذلك جملة من التدابير الإجرائية والاجتماعية والسياسية، مثل الفصل بين الحدث والرأي، وتعددية المصادر الإعلامية وترسيخ التعددية الإعلامية وحمايتها سياسيا وقانونيا لقد كشف تطور وسائل الإعلام خلال العقدين الأخيرين تآكل الشرعية المهنية المذكورة ، فرغم القراءة الفلسفية المتجددة لماهية الموضوعية بالاعتماد على ما توصلت إليه نظرية بناء الواقع

الاجتماعي، التي تؤكد وجود الموضوعية من خلال الممارسة الصحفية ، إلا أن العديد من العوامل المتفاعلة تفصح عن صعوبة وجودها في مجال الصحافة نذكر منها العامل الإيديولوجي والاقتصادي، والتنظيمي والتقني، والتحريري . كما أن الحقيقة لم تعد ضالة المؤسسات الإعلامية، وذلك نتيجة جملة من التغيرات البنيوية في العمل الصحفي المؤسساتي، كما أن تعدد وسائل الإعلام لم يصبح مرادفا للتعددية بعد أن سقطت العديد من الحواجز أمام تركز المؤسسات الإعلامية واحتكارها بفعل ضغط اقتصاد السوق، وتعددية مصادر الأخبار تقلصت بفعل الامتثال والتمائل الذي ازدادت وطأته في العالم، وحرية الفكر والتعبير داخل قاعات التحرير الصحفي تقلصت بفعل هشاشة وضع الصحفيين الاقتصادي، والأنواع الصحفية الاستقصائية تراجعت أمام تزايد مواد الترفيه والتسلية ، إن التأكيد على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة غيرت الصحافة يعد تحصيل حاصل ، والنظر إلى أنها تقضي على الصحافة نهائيا وبشكل قاطع يتضمن رؤية ثابتة للصحافة تفصلها عن السياق العام لتطور وسائل الإعلام، لقد اتضح بشكل جلي أن هذه الأخيرة تتطور، وتتجدد وتتغير ضمن ديناميكية تفكيك العمل الصحفي وإعادة تشكيله على أسس جديدة، ومعايير مستحدثة، ووفق هوية مغايرة تستند إلى أهداف غير تلك التي كانت سائدة في القرن التاسع عشر وأغلب سنوات القرن العشرين، ففي السابق كانت وسائل الإعلام تغيير وعي الجمهور، وأصبحت الآن تسعى إلى التفاوض حول "نظامهم" الخاص للحقيقية.<sup>1</sup>

إذن جوهر العمل الصحفي تغير عبر التاريخ، فبعد أن كان رأي/موقف المؤسسة الإعلامية يمثل القيمة المحورية في نشاطها، انتقل إلى الحدث/الإعلام، وأصبح في ظل التطور التكنولوجي ممثلا في الحوار والتعليقات التي تثيرها المواد المنشورة ضمن هذه الحركية تجرد الصحفي من بعض الأدوار والوظائف، فلم يعد منتجا وحيدا للأخبار وشاهدا فريدا على ما يجري لينقله إلى الجمهور ، لقد أصبحت العديد من المؤسسات غير الصحفية تنتج الأخبار وتوزعها وتشرك في ذلك العديد من الأشخاص من خارج مهنة الصحافة، كما أن الصحفي لم يعد المحلل الوحيد للأحداث والمعلق عنها حيث دفعت الصحافة الإلكترونية الصحفي لممارسة دور مدير النقاش والحوار ومنظمه، وذلك لأنها بدأت تقترب من فضاء تداول المعلومات ومناقشتها ، فالتطبيقات المختلفة التي أتاحها وتتيحها شبكة الانترنت للصحافة ليست الحلقة النهائية أو القاتلة، في سلسلة التغيرات التي عاشتها الصحافة عبر قرون، بل تذكرنا، ربما بقوة وإيقاع متسارع، بأن الصحافة ليست نصوصا بالمعنى السيميائي فقط، بل إنها ممارسة اجتماعية وثقافية تشكلت تاريخيا عبر العلاقات الاجتماعية التي تقيمها، والمعاني التي تحملها والتمثلات التي ترسخها لدى القراء بأنها تفتح المجال للنظر لتطور الصحافة ضمن رؤية شاملة باعتبارها مهنة ،وبهذا فإنها تتعدى الرؤية التجزئية التي تهتم بالوسيلة

<sup>1</sup> فتيحة بوغازي مرجع سابق ص 40 42 43

فقط أو المهنة في حد ذاتها بعيدا عن الخطاب أو الوظيفة الاجتماعية أو تعني بالخطاب الصحفي بمنأى عن تطور المهنة ، لكن هذه الرؤية الشاملة تبدو غير مكتملة رغم صلابه منطقتها، إذ إنها لم تأخذ بعين الاعتبار الإيكولوجيا العامة التي تتطور فيها الصحافة المعاصرة، والتي لا تصنعها التكنولوجيا فقط، رغم أهميتها بل يتدخل فيها الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، والتي يمكن أن نلخصها فيما يلي:

هدم الحدود التقليدية الفاصلة بين المصدر والوسيلة الإعلامية والجمهور، يمكن التأكد من هذا الواقع من خلال قيام الكثير من المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والعلمية بإنتاج الأخبار والمعلومات وبثها مباشرة . ففي السابق ما كان لها ذلك دون المرور بوسائل الإعلام الكلاسيكية ، ناهيك عن قيام العديد من المواقع بإنتاج المعلومات المكتوبة والمسموعة، والمرئية و بثها مباشرة، مثل صور فيديو الهواة التي التقطت إعصار سونامي في ديسمبر 2004 والصور المنشورة في موقع Flickr التي نقلت تفجير مترو لندن في جوان<sup>1</sup> 2005 ، إن الاستعانة بالمواطنين الصحفيين لتزويد المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية والعريقة، بالصور والأخبار والشهادات، يعني أن المواد الإعلامية والإخبارية التي لا تمر عبر قناة وسائل الإعلام التقليدية في تزايد مستمر، وأن انتشارها أصبح يتم بسرعة مذهلة مما يخلق لها شعبية كبرى في ظرف زمني قياسي ، لكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية لتبادل المعلومات في المجتمع، وظهور فاعلين جدد في مجال إنتاج المعلومات، يدفعان إلى ضرورة الحذر من اعتبارين أساسيين:

أولهما: أن كل المعلومات المتداولة خارج وسائل الإعلام التقليدية ليست ذات محتوى صحفي، فالمادة الإخبارية الصحفية تتميز، بشكل أساسي عن المادة السياسية والعلمية والفنية في علاقتها بالأحداث، والتصاقها بالوقت أو الزمن بصفة عامة ومسؤوليتها الاجتماعية.

وثانيهما: أن العديد من الفاعلين الجدد في مجال إنتاج الأخبار والمعلومات لا يستغنون عن وسائل الإعلام التقليدية . فموقع غوغل نيوز Google News ، على سبيل المثال يحقق أرباحا من تعب الصحف ووكالات الأنباء حيث يقوم بإعادة نشر، وأحيانا صياغة الأخبار والمعلومات التي تنشرها<sup>2</sup>.

لقد أعاد منطق التفاعلية النظر في تموقع مكونات العملية الاتصالية، إذ سمح بتبادل أدوار أقطاب الاتصال المرسل والمتلقي ، وبهذا غير الرؤية للجمهور، بل أعاد النظر فيه واستبدله بمفهوم المستخدم، الذي يركز على الفرد أكثر من الحشد، فاهتم به وثقافته بعد أن كان الاهتمام مركزا على الحشد والثقافة الجماهيرية، كما أن التفاعلية غيرت بنية

---

<sup>1</sup> إبراهيم ناصر مرجع سابق. ص 38 39

<sup>2</sup> فتيحة بوغازي مرجع سابق ص 44

المادة الإعلامية، وبالتالي محتواها إذ كانت تتوقف في السابق على ما يكتبه منتجها سواء كان صحافيا أو مدونا وبفضلها أصبحت التعليقات التي ترسل للكاتب، والنقاش الذي يعقب المادة أكبر الإعلامية مكونا أساسيا من مكوناتها ، بل يملك في الكثير من الحالات أهمية من المادة موضوع التعليق ، ساهمت الوصلات الخارجية والإحالات التي تتضمنها مادة الاتصال في تغيير بنيتها ، فالإضافات التي تقترحها الوصلات تزيد في أهميتها، وترفع كفاءة الجمهور في فهمها بشكل أعمق ، لقد شكلت التفاعلية بوابة "الإعلام التشاركي". "التفاعلية لم تؤد إلى توسيع حلقة النقاش حول المادة الإعلامية وإثرائها فقط، بل دفعت الجمهور للقيام بدور مزدوج مستهلك مادة الإعلامية ومنتجها وموزعها ، وقضت على التراتبية الكلاسيكية التي كانت تنظم العلاقة بين أطراف العملية الإعلامية حيث غيرت موقع منتج هذه المادة الذي لم يعد محتكرا لها ولا العارف الوحيد بموضوعها ورهاناته ، وسلحت المتلقي بما يجعله يقف على قدم المساواة مع منتجها لمساهمته النشيطة في إنتاجها<sup>1</sup>.

إن التواؤم الرقمي غير وسائل الإعلام تغييرا كبيرا ، حيث سمح باندماج الوسائط ، وترحيل المحتوى من وسيلة إعلامية جماهيرية إلى أخرى ويظهر ذلك في إمكانية جمع كل هذه التطبيقات- الخدمات -في وسيلة واحدة ، وهذا التواؤم الذي يعد سابقة تاريخية في وسائل الإعلام ، أثر على المحتوى المتداول فجمع فيه خصائص الإنتاج الجماهيري<sup>2</sup>.

#### 1-4 واقع الممارسة المهنية الصحافية في الجزائر :

سمح دستور 23 فبراير 1989 م بتأسيس الجمعيات السياسية و بحرية الصحافة وتنوعها حيث تدعم الإعلام العمومي و الجهوي بإصدارات جديدة ، كما نشأت الصحف الخاصة و الحزبية التي ظهرت لأول مرة في تاريخ الجزائر المستقلة و بعد الأزمات التي مرت بها الجزائر في جميع الأصعدة جاء الدستور الجديد الذي نص على حرية التعبير و إنشاء الجمعيات و ضمان حق الاجتماع للمواطن وفق المادة 39 وهو ما تكرسه وسائل الإعلام بصفتها الوسيط الأساسي و القناة الرئيسية الناقلة للمعلومات باختلاف مصادرها و توجهاتها إلى المواطن ، و يعد الإعلام المكتوب المستفيد الأول من دستور 1989 م و ذلك بعد هيمنة الإعلام العمومي على الساحة الإعلامية لمدة 26 سنة ، كرسست فيها السلطة السياسية توجهها اشتراكيا لقطاع حساس<sup>3</sup>.

1-4-1 الانفجار الإعلامي الحر:

<sup>1</sup> أمل خطاب تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (القاهرة: دار العالم العربي) ط(1) 2010 ص 39

<sup>2</sup> إياد شكري البكري تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق للنشر، عمان، 2003 ص 45

<sup>3</sup> نورالدين هادف التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال مذكرة ماجستير 2007\_2008 جامعة الجزائر ص 106

لقد أدى ظهور بؤابر الانفجار الإعلامي الحر الذي جاء كنتيجة لمتغيرات ومستجدات المرحلة الجديدة بصحفي القطاع العام إلى التوجه نحو الصحف الخاصة ، خاصة بعد المساعدات التي قدمتها حكومة مولود حمروش لكل المهنيين الذين يختارون إنشاء صحف خاصة وجاء( المرسوم رقم90/04) بعد إجراءات تنظيمية نذكر منها: تقديم مساعدات لكل صحفي يقوم بتأسيس صحيفة خاصة و ذلك بدفع مرتبات سنتين مسبقا لتكوين رأسمال مؤسسة صحفية خاصة.

الحصول على مقر بصفة مجانية لمدة 05 سنوات و الاستفادة من السحب في مطابع الدولة. الحصول على قروض بنكية خاصة لأجل التجهيز مع الاحتفاظ بحق العودة إلى المؤسسات الإعلامية الأهلية في حالة فشل المشروع الجديد. من جهة أخرى تحولت الصحف العمومية بموجب قانون الإعلام لسنة1990 م إلى شركات مساهمة ذات مسؤولية محدودة تراقبها لجان وصية تم تنصيبها لهذا الغرض<sup>1</sup>.

#### 1-4-2 ارتفاع عدد العناوين الإعلامية:

سمحت هجرة الصحفيين من المؤسسات الإعلامية العمومية إلى نظيرتها الخاصة بإنشاء عشرات العناوين الصحفية ، و التي وصل عددها إلى حوالي 140 عنوانا، و في نفس الوقت اشتد الصراع بين مختلف التيارات الحزبية و السياسية على احتكار أهم العناوين و احتوائها ، حيث ظهرت إلى الوجود صحفا خاصة بدعم من الحكومة مثل: "EL WATAN, LE SOIR D'ALGERIE , LE MATIN, ...." في حين كان التأثير جليا على التشكيلات الحزبية التي أنشأت صحفا خاصة بها مثل صحفيتي " البلاغ " و " الفرقان"المقريتان من حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ " السبيل " حركة النهضة الإرشاد والتضامن المقربين من حركة " حماس " وجريدة " الحق " الصادرة باللغة الفرنسية والمقربة من جبهة القوى الاشتراكية و جريدة ليبرتي التابعة لحزب التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية<sup>2</sup>.

#### 1-4-3 قانون الإعلام1990 م

لقد حدد هذا القانون قواعد و مبادئ ممارسة حق الإعلام و بموجبه تحولت الصحف من الملكية العمومية إلى الملكية الخاصة ، كما أضفى الطابع الاقتصادي على هذه المؤسسات و من ناحية أخرى كفّل الحريات الأساسية التي جاءت في دستور1989 م الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة

<sup>1</sup> علي قسايسية، ملايسات الحق في الإعلام في القانون الجزائري ، المجلة الجزائرية للاتصال ، عدد 13 جوان1996 ص191

<sup>2</sup> فضيل دليو الاتصال مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله ، الطبعة الأولى، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع 2003 ص111

و موضوعية على الوقائع و الآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني و الدولي و حق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير و الرأي و التعبير طبقا للمواد 35 و 36 و 39 و 40 من الدستور المادة<sup>1</sup> 02، و بعد صدور قانون الإعلام 1990 م رصدت الدولة إمكانيات مالية هائلة موجهة للصحف و هذا من خلال دعم حصتها في الإعلانات الإشهارية.

عرفت هذه المرحلة تضاعف عدد العناوين الصحفية مقارنة بالمراحل السابقة ، كما شهدت هذه الفترة العديد من التناقضات التي ألفت بضلالها على الساحة الإعلامية أهمها ظاهرة اللاتوازن بين عدد العناوين التابعة للقطاع الخاص و العناوين التابعة للقطاع العام، و نشير إلى أن عدد اليوميات العمومية يبلغ عددها 06 يوميات و تتمثل في : جريدة الشعب، جريدة المجاهد ، النصر، الجمهورية المساء.

#### 1-4-4 وضع الصحافة العمومية بعد سنة 1991 م:

بعد صدور قانون الإعلام 1990 م الذي حول طبيعة الصحف إلى مؤسسات اقتصادية ارتفع النسق الاستثماري في الصحف الخاصة، وهو ما ترجمه ارتفاع عدد العناوين إلى أكثر من 178 صحيفة " بين يوميات، أسبوعيات و مجلات، و دوريات شهرية " ، و ظهر تأثير الصحف الوطنية العمومية جليا إثر عملية الانفتاح التي شهدتها الفضاء الإعلامي ، فبدأت هذه الصحف تفقد قراءها و تراجعت أرقام سحبها بصفة مذهلة و من بين الأسباب التي أدت إلى ذلك نذكر:

1. تعطش القارئ الجزائري إلى إعلام حر و صادق يعبر عن مشاكله و همومها اليومية.
  2. مخلفات التعددية السياسية و التي تمخضت عن أحداث 05 أكتوبر 1988 م وإتساع رقعة الحريات.
  3. اهتمام الأحزاب السياسية بتأسيس " صحافة رأي " تكون مقربة منها وتشكيل قاعدة نضالية بعيدا عن الخطاب السلطوي الأحادي.
  4. تأثير نوع الخطاب الإعلامي الذي تبنته الصحافة الخاصة التي بدأت تطرق مواضيع ساخنة لم يألفها القارئ الجزائري في الصحافة الحكومية.
- #### 1-4-5 وضع الصحافة الخاصة:

لقد عملت الصحف الخاصة في بداية تأسيسها على الأخذ باهتمامات أغلبية الشعب الجزائري و تطلعاته لغة و فكرا و هو ما أهلها للوصول إلى مراتب راقية في الوسط الاجتماعي و وصل سحبها اليومي مجتمعة ب مليوني نسخة يوميا، و فيما يلي أهم الصحف التي برزت في تلك الفترة:

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 14 04 أبريل 1990

الشروق العربي :اقتحمت نوعا جديدا من الصحافة و كانت أسبوعية تتخذ من طابع التشويق و الإثارة مبدءا لها ، و بلغ سحبها 350 ألف نسخة لم تصمد طويلا أمام التحديات التي كانت قائمة آنذاك و التي اضطررتها إلى التوقف عن الصدور في نوفمبر 1997 م قبل أن تعاود الصدور في نوفمبر 1997م

الصح آفة : تأسست في سنة 1991 م و كانت الصحيفة الوحيدة التي استطاعت تغطية تكاليف تسييرها من ثمن مبيعاتها و هذا بفضل الطابع " الساخر " الذي اعتمدته وبلغ سحبها حوالي 300 ألف نسخة و تم حجزها عدة مرات قبل أن تعلق نهائيا في أوت 1992 م

الخبر : كانت أول يومية عربية خاصة صدرت في نوفمبر 1990 م و عانت العديد من الصعوبات في بداية تأسيسها.

المنقذ : مثلت المنقذ لسان حال حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ، حيث بلغ متوسط سحبها 500 ألف نسخة أسبوعيا.

الإرشاد :أسست في سنة 1991 م و كانت أسبوعية ناطقة باسم حركة المجتمع الإسلامي " حماس"، و بلغ سحبها 230 ألف نسخة.

النور : هي أسبوعية قريبة من التيار الإسلامي المعارض أسست سنة 1991 م بولاية قسنطينة و بلغ سحبها 80 ألف نسخة قبل أن تغلق بقرار إداري في 17 أكتوبر 1992 م.

Le MATIN : أنشئت في نهاية 1990 م من طرف مجموعة من الصحفيين المنتمين إلى الحزب الشيوعي الجزائري السابق وبلغ سحبها 100 ألف نسخة.

LE SOIR D'ALGERIE . تأسست في 10 أكتوبر 1990 م من طرف 20 صحفيا من جريدة EL MOUDJAHID<sup>1</sup>.

وبما أن موضوع بحثنا يتعلق بالممارسة المهنية للصحافيين الجزائريين، سوف نتطرق إلى تقديم بعض المواد الواردة في قانون الإعلام 90 ، حيث نصت المادة 28 على " أن الصحفي المحترف هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقاؤها واستغلالها وتقديمها خلال نشاطه الصحفي، الذي يتخذ مهنته بصفة منتظمة مصدرا رئيسيا لدخله " كما أن المادة 29 تمنع ممارسة مهنة الصحفي الدائمة في العناوين والأجهزة التابعة للقطاع العام. كيفما يكن نوعه لدى العناوين والأجهزة الإعلامية الأخرى، غير أنه يمكن أن تقدم إسهامات إضافية إلى عناوين وأجهزة أخرى حسب الشروط التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام

<sup>1</sup> فضيل دليو ، مرجع سابق ، ص 113 114

**المادة : 30** يحدد المجلس الأعلى للإعلام شروط تسليم بطاقة الصحفي المحترف التي تصدرها ومدة صلاحيتها وكيفيات إلغائها، ووسائل الطعن في ذلك.

**المادة : 33** تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء والانتماءات النقابية أو السياسية ، يكون التأهيل المهني المكتسب شرطاً أساسياً للتعين والترقية والتحويل، شريطة أن يلتزم الصحفي بالخط العام للمؤسسة الإعلامية.

**المادة : 34** يمثل تفسير توجه أو محتوى أي جهاز إعلامي أو توقف نشاطه أو التنازل عنه سبباً لفسخ عقد الصحفي المحترف شبيه بالتسريح الذي يحول الحق في التعويضات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول به.

**المادة : 36** حق الوصول إلى مصادر الخبر لا يجوز للصحفي أن ينشر أو يفشي المعلومات التي من طبيعتها ما يأتي:

- أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة.
  - أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا استراتيجيا أو دبلوماسيا.
  - أو تمس بحقوق المواطن وحرياته الدستورية.
  - أو تمس بسمعة التحقيق والبحث القضائي.
  - تحدد كيفية تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام.
- المادة : 37** السر المهني حق الصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم، ولا يمكن أن يتذرع بالسر المهني على السلطة القضائية المختصة في الحالات الآتية:
- مجال سر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به.
  - الإعلام الذي يمس أمن الدولة مساسا واضحا.
  - الإعلام الذي يعني الأطفال أو المراهقين.
  - الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق والبحث القضائيين.

**المادة : 40** يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة، أثناء ممارسة مهنته و يجب عليه أن يقوم خصوصا بما يأتي:

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية.
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل موضوعي.
- تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح.

-التحلي بالنزاهة و الموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.

-الامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.

-الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والوشاية.

-الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية أو مادية.

-يحق للصحفي أن يرفض أي تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير<sup>1</sup>

وبعد المصادقة على قانون إعلام لسنة 1990 ، بدأت تظهر الصحافة الحزبية والصحافة المستقلة

خاصة بعد أن فتح المجال للصحافيين العاملين في القطاع العمومي " بحرية إصدار الجرائد في شكل

شركات صحفية مستقلة، تحت إشراف لجنة خاصة تابعة لوزارة الشؤون الاجتماعية، هذه اللجنة

استطاعت أن تحصل على مقر للجرائد المستقلة المتمثلة في دار الصحافة بأول ماي ، هذا في زمن

قياسي (أقل من سنة من صدور القانون) وصل عدد العناوين الصادرة خلال هذه الفترة ما لا تقل

عن 160 عنوان بين يومية و أسبوعية ونصف شهرية وفصلية ونصف سنوية، وبالنسبة لليوميات

وصل عددها 18 يومية ، أما الباقي فقد وزع بين 160 أسبوعية و 21 صحيفة نصف شهرية و 31

صحيفة شهرية و 08 صحف فصلية وصحيفة واحدة سنوية، إضافة إلى 21 غير منتظمة.<sup>2</sup>

إن قانون الإعلام لسنة 1990 م لا يقدم كل الضمانات المهنية للصحافيين، بحيث يشهد هذا القانون فراغا فادحا

سيما فيما يتعلق ببطاقة الصحفي، وما ألح عليه هذا الأخير هو غياب ما يسمى بحقوق المؤلف للصحفي، فقد

أشار بطريقة غير مباشرة في المادة 47 في الوثيقة المؤرخة في 19 جويلية 2003 م فنجد في العديد من الدول غياب

هذا الشرط وفي الحقوق المجاورة ما عدا الدول الأنقلساكسونية التي لا تعترف بهذه الحقوق الأخرى المذكورة، كما

يجب الاعتراف أن المادة 34 من قانون الإعلام لسنة 1990 تعترف صراحة بما يسمى التشريع الذي يخول له الحق

في التعويضات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول به، وحسب الأستاذ إبراهيم إبراهيمي يعتبر مكسب

مهني للصحافيين، ويضيف المتحدث أن لجنة تشكيل بطاقة الصحفي تتكون من 04 ممثلين من وزارة الإعلام العدل

---

<sup>1</sup> المجلة الجزائرية للاتصال، الصادرة عن معهد علوم الاعلام و الاتصال، أفريل 1990 ، العدد 04 الصفحة 159

و الداخلية وكذلك العمل ، 04 ممثلين من ناشري الصحف 02 من الصحافة المكتوبة و 02 الصحافة السمعية البصرية 02 صحفيين يمثلون الجمعيات المعتمدة، وصحفي واحد يكون عضو في مجلس أخلاقيات المهنة. المادة 59 تبين أن اللجنة يجب أن يرأسها قاضي يعين من طرف القضاة، يتعين من طرف المجلس الوطني للقضاة.

03 ممثلين من وزارة الاتصال، الداخلية ووزارة العمل 02 صحفيين الأول من الصحافة المكتوبة والآخر من القطاع العمومي السمعي البصري، ومن بين الإيجابيات الواردة في قانون ( 90 ) هي المادة 14 و 34 والمادة 37 الحق في السر المهني.

**المادة : 68** التي تشير للمرة الأولى عن الحقوق العسكرية.

**المادة : 73** التي تخضع من خلالها الصحفيين العاملين في قطاع الصحافة و الإعلام التأمينات، وهذا في حالة الحروب والكوارث وغيرها"، وتنص المادة 79 عن احترام الحياة الشخصية للأفراد وكذلك الابتعاد عن القذف والشتيم، كما تنص المادة 78 على عدم نشر أسماء الأشخاص المسجلين في سجل السوابق العدلية والحبس الاحتياطي، ويمكن القول في النهاية أن تجسيد قانون يعمل على حماية الصحفي يجب أن لا يخضع لأي إلزام قانوني أو الضغوطات على الصحفيين<sup>1</sup>.

كما نصت التعليمية الرئاسية رقم 17 على أنه من الواجب أن نجد للتوجهات مكانا في القانون العضوي المتعلق بالإعلام، إذ يعد هذا المشروع تعديلا لقانون الإعلام، فإنه وضع في خضم التعددية الحزبية و اقتصاد السوق، وقد تم الانتهاء من تحضير المشروع في سنة 1998 فإن المادة الأولى من هذا القانون تنص على ما يلي:

"يكرس هذا القانون حرية الصحافة والإعلام السمعي البصري، ولكن قانون الإعلام لم يبدل، وتم إحالة عبد العزيز رحابي من منصب وزير الثقافة والاتصال من طرف رئيس الجمهورية أثناء اجتماع مجلس الوزراء"، كما جاءت المادة الثانية لتبين دور هذه الحرية في إطار احترام المواد 36/38/41 من الدستور الذي تم تعديله في استفتاء 28 نوفمبر 1996م في تحقيق ما يلي:

• ممارسة الحريات الأساسية للتفكير والرأي والتعبير.

• ازدهار الثقافة الوطنية.

---

1Brahmi Brahimi, le pouvoir la presse et les droits de l'homme en Algérie, ed Marinoor, Paris, 1996 page 63

• تلبية حاجيات المواطن في ميدان الإعلام، الثقافة، التربية والترقية والعمل على تحقيق التطور التكنولوجي في إطار احترام القيم الوطنية وتنمية الحوار بين مختلف ثقافات العالم، وتجدر الملاحظة على أن القانون الجديد استخدم حرية الصحافة والإعلام بدلا من حق الإعلام، وهذا جانب ايجابي، بالإضافة إلى ذلك لقد أخذ هذا القانون بعين الاعتبار ضرورة جعل ممارسة حرية الإعلام تتم في إطار احترام ضروريات ومتطلبات الخدمة العمومية(1)، ويشير الأستاذ إبراهيم براهيمى : إلى أن التعليمية الرئاسية رقم " 17 شرط ضروري ولكنه غير كاف، وتبقى رسالة غير مجدية لأنها لم تأت بجديد فيما يخص الموظفين وقوانينهم في مجال الإعلام وإنما هي رسالة ضمنية لتحسيد سياسة وإيديولوجية السلطة<sup>1</sup>

ولإعطاء جانب أخلاقي وتنظيمي للممارسة المهنية للصحافيين الجزائريين خلال هذه الفترة، تم في تاريخ 13 أفريل 2000 المصادقة على ميثاق أخلاقيات المهنة، الذي حدد قواعد الممارسة المهنية للصحافيين، وقد احتوت هذه التعليمية على واجبات وحقوق الصحافيين، وقد بلغ عدد الوجبات المسجلة في الوثيقة 18 عنصرا، أما الحقوق فلم تتجاوز 08 عناصر، وفيما يخص تحديد معايير السلوك المهني " فهناك اعتراف عام بحقيقة، أن لدى الصحافيين مسؤولية اتجاه معتقداتهم فحسب، ولكن أيضا إزاء الرأي العام ويمكن إنجاز تلك المسؤوليات في أربعة أنواع:

-مسؤولية تعاقدية فيما يتعلق بوسائل الإعلام وتنظيمها.

-مسؤولية اجتماعية تفرض عليهم التزامات من قبل الرأي العام والمجتمع.

-مسؤولية مترتبة عن ضرورة الالتزام بإحكام القانون.

-مسؤولية اتجاه المجتمع الدولي فيما يتعلق باحترام القيم العالمية،

وهذه الأنواع الأربعة من(المسؤولية يكمن في مجالات معينة، أن تكون متناقضة بل وقد تتعارض فيما بينها2)"

وتنص وثيقة أخلاقيات المهنة على واجبات تتمثل أساسا في:

• إحترام الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العمومية.

• التفريق بين الخبر والتعليق.

• الدفاع عن حرية الإعلام والرأي والتعليق والانتقاء.

• نشر المعلومات التي تم التأكد من صحتها لا أكثر.

• عدم نشر الإشاعات.

• تصحيح أي خبر إذ تم التأكد على عدم صحته.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية دستور 1996 ص 8

•عدم الخلط بين مهنة الصحفي والقائم بالإشهار.

•عدم تقبل موارد مالية من قبل الناشرين.

أما فيما يتعلق بالحقوق يمكن ذكر :حق الوصول إلى مصدر الخبر و حق التكوين، وحق المؤلف، بالإضافة إلى احترام المادة الإعلامية وعدم تشويهها، الظروف المهنية التي تسمح له القيام بعمله<sup>1</sup> ونظرا للفراغ الوارد في هذه الوثيقة وعدم تطبيق بنودها ميدانيا، لجأ صحفيي الخبر بتاريخ الاثنين 03 جانفي 2005 على إعداد ميثاق شرف، وذلك بتشكيل مدونة لأخلاقيات المهنة الصحفية في جمعية عامة حفزها الصحفيون والمؤطرون والمسؤولون، وحملت الوثيقة اسم ميثاق شرف صحفيي الخبر (وتتضمن مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية والاحترافية المتعارف عليها دوليا، وتطبيقها ومراعاتها وأيضا الدفاع عنها خلال ممارسة المهنة،ومن البنود المذكورة في هذه الوثيقة نجد:

•البحث عن الحقيقة و نقلها للقراء.

•الدقة والموضوعية والمسؤولية في نقل الوقائع.

•التراهة الثقة والمصادقية، وذلك بتوفير الظروف الاجتماعية والمهنية والمادية لاستقلالية صحفييها، سيما تمكينهم من عقود عمل قانونية وأجر مناسب يضمن استقرارهم واستقلاليتهم الاقتصادية، تتحمل مؤسسة الخبر كل التكاليف الضرورية خلال التغطيات الصحفية بما يقي صحفييها من السقوط في خطيئة الارتشاء، وهو الشيء الغائب في الجرائد الأخرى إلى درجة استغلال الصحفيين بدون أي مقابل، وهذا ما شوه سمعة الصحافة المكتوبة في الجزائر.

البند : 04 نبذ الانتحال والسطو على مجهودات الآخرين.

البند : 05 الاستقلالية والشفافية، وهو تطبيق كل ما عليه وازع الضمير وتوجهات الخط الافتتاحي للحريدة وانطلاقا من تفحصنا لميثاق أخلاقيات المهنة المتفق عليه من طرف الصحفيين الجزائريين المتعلق بالتنظيم المهني نلاحظ أن موادها مقبولة وموضوعية، لكن لازال يكتنفها نوع من الغموض والفراغ، الأمر الذي جعل صحفيي الخبر يلجئون إلى إعداد ميثاق شرعي لهم في 2005 الذي من خلاله يتم مراعاة أخلاق وآداب المهنة . لكن هذا لا يدل أن ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين الذي تم إعداده في سنة 2000 ناقص وغير كاف<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين، بيان الحقوق والواجبات الجزائر 13 أفريل 2000 ص 2.1

<sup>2</sup> جريدة الخبر . 4285 الصادرة يوم الأربعاء 05 جانفي 2005 ، ص 04

خلاصة :

تعتبر الصحافة المكتوبة احد الوسائل الإعلامية التي لها دور كبير في مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة وذلك خدمة للقراء والجمهور الذي أصبح بفعل هذه التكنولوجيات الحديثة أكثر تفاعلا مع الصحافة المكتوبة من حيث نقل وتبادل المعلومات والأخبار وهذا ما جعل الصحافة المكتوبة تحافظ على مكانتها وجمهورها في ظل المنافسة القوية من قبل وسائل الإعلام الأخرى.

## الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد :

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين ، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب).

### 1-1 شبكات التواصل الاجتماعي

#### 1-1-1 مفهوم الشبكات:

إن كلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس le petit rousse تعرف على أنها: "مجموعة العناصر كبيرة أو صغيرة أو دقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية، أو كمبيوترات، أو بين الأفراد<sup>1</sup>.

جاء في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة (هي مجموعة من عناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة)<sup>2</sup>.

وورد أيضاً في معجم شرح للمصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه :تكنولوجيا الاتصالات و شبكات المعلومات أن الشبكة تعني: "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات<sup>3</sup>.

شبكات عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع وهي تشمل مختلف الروابط التقنية والفنية والأدبية .....<sup>4</sup> الخ

<sup>1</sup> : le petit rousse, 2010 ,p881 : Edition anniversaire de la semeuse

<sup>2</sup> : محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1 ،دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2004، ص301.

<sup>3</sup> : محمد محمد الهادي تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات المكتبة الأكاديمية مصر 2001 ص316.

<sup>4</sup> عبد الله ممدوح دور شبكات التواصل في التغيير السياسي جامعة الشرق الأوسط 2012 ص34

## 1-1-2 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

تعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم".

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".<sup>1</sup>

كما يعرفها أياد الدليمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملية للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع".<sup>2</sup>

## 1-2 نشأة وتطور شبكات التواصل

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates.com؛ وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد، ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر؛ وهو موقع SixDegrees.com، وكان ذلك في خريف عام (1997)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك

<sup>1</sup> عادل فتحي حسين وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع 2011) ص 187.

<sup>2</sup> محمد المنصور تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين رسالة ماجستير الأكاديمية العربية في الدانمارك 2012 ص 26

ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1997-1999) وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين Asianavenue.com ، وموقع البشر ذوى البشرة السمراء Blackplanet.com<sup>1</sup>، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999-2001)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى؛ والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الالكترونية، وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت على الساحة، كما لم يكن يسمع عن التفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والآراء وكل ما تتيحه تقنية الويب (2.0)<sup>2</sup>

ومع بداية عام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster.com ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرةً كبيرةً في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للوب .

وفي بداية عام (2003) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com والتي انطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (2003)؛ والذي وصل عدد مستخدميه إلى (250) مليون مشتركاً بنهاية شهر ديسمبر (2012)، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك Facebook.com؛ حيث انطلق رسمياً في الرابع من فبراير عام (2004)؛ وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام (2006)، وكذلك قيام الفيسبوك في عام (2007) بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين؛ وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير حتى تربع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم<sup>3</sup>.

وانشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twitter حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر (2006)، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة في عام (2007) لتقديم التدوينات

<sup>1</sup> عبد الله ممدوح المرجع السابق ص32

<sup>2</sup> أ. د/ محمد جابر خلف الله منتدى ساحة النقاش عبر الفايس بوك

<sup>3</sup> عبد الله ممدوح المرجع السابق ص33

المصغرة، وقامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر (2009) والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلحظ أنها تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات؛ فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بفئات وتخصصات محددة ومناقشة موضوعات دون غيرها، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من مواقع التواصل المتخصصة في مجال محدد .

وفي هذه الإطار ظهرت مواقع تواصل اجتماعي مرتبطة بمهن محددة ومنها موقع financial.com للمستثمرين، موقع Dailysturnt.com لرجال الطب، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي موجهة لأصحاب لغات معينة ومنها موقع Doltoday.com للبلدان الناطقة باللغة الألمانية، وموقع Kaixin001.com للمتحدثي اللغة الصينية، وموقع aywaa.com للناطقين بالعربية، كما ظهرت مواقع خاصة بحماية أو اهتمام مشترك ومنها موقع Amystreet.com لمحبي الموسيقى، وموقع Wakoopa.com لهوايات ألعاب الكمبيوتر، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي حول محتوى معين ومنها موقع youtube.com للملفات الفيديو، وموقع Emiem.com للتواصل حول الموسيقى والصور، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي متخصصة في الموضوعات الدينية ومنها موقع Mychurch.com وهو خاص بالكنائس 1.

### 1-3 أهم شبكات التواصل الاجتماعي

**الفيس بوك:** هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم ، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج) ، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج) ، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر ، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً ، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه ، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك ، وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد".

<sup>1</sup> نعيم فيصل استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي جامعة البرموك 2011 ص 43

**تويتر:** كما يراه الباحث: "هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي ، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية ، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك - تويتر - يوتيوب). وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) ، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام ، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة ، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).<sup>1</sup>

**اليوتيوب:** هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة ، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي ، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

إذن فما هو موقع اليوتيوب؟ يرى الباحث أن اليوتوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك ويعتبر اليوتوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة.

<sup>1</sup> عواد، محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، أكتوبر 2010. متاح.(On Line)

[http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post\\_7300.html](http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html)

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية ، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش) ، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى ، وقامت (غوغل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) ، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية<sup>1</sup>

- 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 ، وبممكنك تحميل هذه البرامج الذي 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 والمسموع.<sup>2</sup>

#### 1-4 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أن الشبكات الاجتماعية تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرزها :

- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية : ( Profile Page ) من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل : الجنس ، تاريخ الميلاد البلد .

- الأصدقاء / العلاقات : Friends / Connections

وهم الأشخاص الذين يتم التعرف فيما بينهم لغرض معين ، الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى " صديق " على الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على الشخص المضاف لقائمتك.

- إرسال الرسائل :

<sup>1</sup> Rebecca. Rowell YouTube: The Company and Its Founders"p34

<sup>2</sup> عبد الله ممدوح المرجع السابق ص38

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

#### -البومات الصور:

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

#### - المجموعات :

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة.

#### - الصفحات :

إمكانية إنشاء صفحات واستخدامها تجارياً وإنشاء حملات إعلانية تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث كما تمكن وسائل الإعلام التقليدية من إنشاء صفحات لها على مواقع التواصل<sup>1</sup>.

### 5-1 شبكات التواصل الاجتماعي مصدر للمعلومات والية لنشر في تدعيم الصحافة المكتوبة :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا آخر لممارسة مهنة الصحافة وكذا التعريف بالعمل الصحفي بعد الجريدة ووسائل العمل الصحفي المعروفة من كاميرات ومسجلات... غير أن أداء هذه المهنة عبر مواقع الإنترنت يجب أن يحتكم إلى ضوابط وشروط من شأنها أن ترقى بالعمل الصحفي والصحفي في حد ذاته، ومن أهم هذه الشروط التصرف باحترافية والأهم هو خلق هوية رقمية تليق بالصحفي بالإضافة إلى إعطاء أهمية كبيرة للعمل الصحفي، عوض قضاء وقت أكبر في الدردشة

تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها ، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو، ويقول عنها موقع ثورة الويب: "هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع، هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر

---

<sup>1</sup><http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، أما أشهر تلك المواقع فهما: (فيس بوك و تويتر)<sup>1</sup>.

تقدم الشبكات الاجتماعية أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم ، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيره توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع إلكترونية إجتماعية.

ومن خلال هذه الخدمات فإن الباحث يرى أن: "الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم ، حيث يتوفر في هذه المواقع الإجتماعية ومن خلال المشاركين فيها كمأ كبيراً من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية ، التي تهم الطلبة بشكل أساسي ، يضاف إلى ذلك أن التعليم عبر الإنترنت أخذ طابعاً حيويّاً وتفاعليّاً قياساً بالتعليم الكلاسيكي الذي يخيم عليه الجمود والرتابة ، وقد أطلق على هذا النوع الجديد من التعليم أسم (التعليم الإلكتروني) ، الذي يحظى باهتمام قطاعات واسعة من الطلبة والشباب، وكذلك العديد من الفئات العمرية الأخرى التي لم تتاح لها فرصة مواصلة تعليمها لأسباب عديدة منها سياسية واقتصادية واجتماعية".<sup>2</sup>

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد والصحافيين في الدخول إلى المواقع الإجتماعية والتعريف بأنفسهم ، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة ، وتنقسم المواقع الإجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما القسم الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو إجتماعية محددة ، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس ، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة ، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها مثل كبريات الصحف العالمية أسست لها مواقع على شبكة الإنترنت تجتذب الملايين من القراء يومياً ، شأنها شأن مواقع الفضائيات التليفزيونية المنتشرة على الإنترنت والوصلات الشعبية لقنوات الراديو الرقمية.

القسم الثاني: هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، السنة 2007.

<sup>2</sup> D Hawker .Mark. Developer's Guide to Social Programming p25

<sup>3</sup> عواد، محمد نفس المرجع ص42

الآراء في الموقع التواصل الاجتماعي: تعتمد الكثير من مواقع التواصل الاجتماعية والمواقع الإلكترونية وقبلها الصحف الورقية والعديد من الوسائل الإعلامية ، في مراجعة عملها وتصويب سياستها ورسم برامجها على آراء الخبراء وذوي الاختصاص والأسماء المعروفة من جميع القراء من عامة الناس هذه الإمكانية، وقد يجني ثمار هذا الكتاب وقد تجاوزت مساحة الرأي المختصين والخبراء والكتاب في الموقع الاجتماعي كي توفر الإجراء طرقي المعادلة وهما الموقع الاجتماعي من جهة والخبراء والكتاب والقراء من جهة أخرى، فتتنوع الآراء في الموقع يكسبه شعبية كبيرة بين أوساط المهتمين ويزداد الإقبال عليه من المتصفحين ، ويحافظ الخبراء والمختصين والكتاب على حضورهم الدائم في الموقع ، وهي فرصة لهم للتعرف على أسماء جديدة وأفكار جديدة وآراء مختلفة للقراء ، وإمكانية تتاح للزوار أيضاً بتسجيل ما يدور بخلدهم من آراء لطالما بقيت حبيسة رؤوسهم ، إضافة إلى إبداء الآراء التقييمية حول موقع العربية الاجتماعي وتسجيل إعجابهم والتعليق على كل الآراء المطروحة.

اختيارات المحررين في الموقع الاجتماعي: من المعروف أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالدرجة الأولى في نقل الأخبار العاجلة ، وخصوصاً الأخبار السياسية الساخنة المتعلقة بآخر تطورات أحداث (الربيع العربي)، وانعكاساتها على مجمل الأوضاع في المنطقة والعالم ، إلا أن موقع العربية الاجتماعي يهتم أيضاً بالأخبار الاقتصادية والقضايا الاجتماعية وأخبار الرياضة إضافة إلى الجانب الثقافي، وقد أختار المحررون في الموقع الشاب الموسيقي الكوري الجنسية (سونغ بونغ تشوي "Sung-Bong Choi") ليفردوا له صفحة خاصة من بين صفحات الموقع تمكن المعجبين به من الشباب التواصل معه.

أساليب الإخراج والألوان واللغة في الموقع الاجتماعي: هي أساليب إخراجية حديثة تهدف إلى الفائدة والجمالية، وترتكز على قواعد أساسية تستند إلى أسس علمية في تقديم المادة الصحفية، بإشكال جذابة تسهل على القارئ استيعابها وقراءتها بوقت قياسي،، وقد حاول المخرج أن يجعل من التباين الظاهر في شكل صفحات الموقع ميزة يتفرد بها عن المواقع الأخرى، فبني تصميمه على أسس مشابهة للتصميم الفني من حيث الشكل العام وأسلوب الإخراج، فقام بتوزيع المواد حسب أهميتها ونوعها في الأماكن المخصصة لها انسجاماً مع العناوين والصور والروابط وباقي العناصر الأخرى ، وتميزت الصفحة الأولى وأغلب صفحات الموقع بعنوان كبير بارز يحمل أسم وشعار (العربية).

وقد حرص المخرج على أن يضعه دائماً إلى أعلى يمين الصفحة في مقدمة العمود الأيمن، ووضع عنوان الصفحات كلها في مكان واحد إلى أعلى يمين وسط الصفحة بخط متوسط بارز وتراوحت أحجام الخط وأنواعه في صفحات الموقع بين المتوسط والصغير ، فكتبت عناوين الروابط وبعض المواضيع الأخرى بخط متوسط والبعض الآخر كتب بخط صغير مشابه لخط حروف المتن.

وقد توزعت صفحات الموقع خمسة ألوان رئيسية هي: اللون البنفسجي الغامق للاسم والشعار وكلمة (العربية) التي تقع إلى يمين العناوين في الصفحة الرئيسية وبعض الصفحات الأخرى، واللون الأسود الغامق الذي لون الحروف الثقيلة والعناوين أو أسماء الصفحات المتخصصة، واكتست جميع الروابط

ومفردة (قناة العربية) المرافقة باللون الأزرق، واتخذت حروف المتن لوناً رمادياً أي البياض على السواد وتمثل اللون الأبيض في الفراغات أي المسافات البيضاء بين الكلمات التي تمنع اختلاط حروفها وتساعد العين على تمييزها بوضوح وعلى اتخاذ الوقفات أثناء القراءة.

واستخدم اللون الأبيض أيضاً في الحد الأسفل للعنق وجسم الصفحة وبين الالفة والعنق والمسافات البيضاء في صفحة الاستفتاء، وبما أن للصورة حديث آخر وهي (بألف كلمة) ولا يمكن الاستغناء عنها أبداً، فقد وظفها المخرج بشكل يلفت به نظر القارئ ويدفع عنه الملل، فكلما بدت الصفحة جذابة ومشوقة في طريقة توزيعها وتنويعها وتلوينها كلما أراحت العين والذهن معاً، وهذا ما يخلق أواصر قوية جداً من الألفة والتعارف بين القارئ والموقع .

العناوين في الموقع الاجتماعي: لم تحفل صفحات الموقع الاجتماعي بالعناوين الكبيرة المركزة واكتفت بالعناوين المتوسطة والصغيرة الحجم، التي لا تختلف في مضامينها ودلالاتها عن العناوين الكبيرة، وقد تصدرت معظم محتويات صفحات الموقع والعناوين الفرعية التي يبدو هي الأكثر تعبيراً عن محتويات المادة الإعلامية أو فحوى الخبر، وأغلب هذه العناوين هي لبرامج إخبارية على الفضائية العربية مثل برنامج (بانوراما) والذي ورد في إحدى حلقاته العنوان التالي: (ما الذي تغير لتقبل إسرائيل وحماس بصفقة كانتا رافضتاها منذ ثلاثة أعوام لتبادل الأسرى)؟، وأيضاً بعض العناوين المثيرة المأخوذة من موقع العربية الإلكتروني التي ترافقها دائماً الصور ذات الصلة أو مقاطع الفيديو الحديثة، وكذلك عناوين الأخبار العاجلة التي تخلو عادة من الفيديو والصور والمواد المرافقة لها لعدم توفرها لحظة وقوع الحدث أو نشر الخبر، وبإمكان الزائر دوماً الإطلاع على أبرز العناوين لأحدث الأخبار وأهمها من الصفحة الرئيسية، دون عناء البحث عنها في صفحات الموقع الأخرى.

الصور في الموقع الاجتماعي: بعد أن دخلت الصورة على وسائل الإعلام الحديثة، فإنها غيرت الكثير من مفهوم الرسالة الإعلامية، وأصبحت تنقل الأخبار والأحداث التي تجري في مختلف أنحاء العالم في ثوان قليلة، وقد وظف سلطة الصورة هذه في إقناع المتلقي، واستفاد من قوتها وقدرتها في نقل الأحداث الساخنة وقت حدوثها، خصوصاً تلك التي تحتاج العالم العربي ومنطقة الشرق الأوسط.

ومن اللافت فإن معظم هذه الصور في الموقع التواصل الاجتماعي مرافقة للأخبار العاجلة، وتتغير باستمرار مع تغيرات الأحداث وتطورها على الساحة العالمية، والصور في الموقع مأخوذة بالأساس من مصدرين رئيسيين هما: الإعلام التقليدي أما صور الزوايا والأبواب الثابتة: (الرياضة الكاريكاتير وغيرها) فهي من الموقع الإلكتروني، ويحاول موقع التواصل الاجتماعي تقديم رسالة إعلامية رزينة وحديثة ومكتملة المحتوى، توازي بين قوة الحرف وحديث الصورة وقيمة المضمون.

الأخبار في الموقع الاجتماعي: تنشر الأخبار على الموقع التواصل الاجتماعي في أغلب الأحيان بشكل موجز، وذلك لأسباب عديدة منها إن المساحة المتاحة للنشر في مواقع التواصل الاجتماعية محدودة، ولا تسمح بنشر قصص إخبارية مطولة، حيث لا تتعدى تلك المساحة الـ (500) حرفاً في

أفضل الأحوال ، إلا في حالة تطوير الصفحة وإدراج القصة الخبرية في حقل خاص مثل (الملاحظات) وهذا ما سيكون مملاً وثقيلاً على الزائرين خصوصاً إذا ما أخذنا بالاعتبار أن عدد أصدقاء الموقع تجاوز المليون شخص حالياً ، وأن أغلب زوار مواقع التواصل الإجتماعية يفضلون الأخبار القصيرة الموجزة ومشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة والحديث المتعلّقة بالخبر، وإنهم يفضلون كذلك معرفة آراء الزائرين والتفاعل معها وإبداء الآراء حولها والتعليق عليها<sup>1</sup>.

## 6-1 استخدام الصحفيين للشبكات التواصل الاجتماعية :

إن الإقبال المتزايد على استخدام شبكات التواصل الاجتماعية فرض على المؤسسات الصحفية والصحفيين استخدام الانترنت و فضائها المتعددة كشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات تساعد الصحفيين من التفاعل مع الجمهور و الاطلاع على الأحداث بقرب حيث تتميز مواقع التواصل الفايسبوك والتويتر بسرعة والآنية في نقل الأحداث وهو ما يكسب الصحفيين والمؤسسات الصحفية الأسبقية في نشر الخبر كما يمكن لصحيفة من الوصول إلى المناطق التي تغيب فيها التغطية الصحفية والإعلامية سواء نتيجة الحروب والأزمات أو البعد في المسافة أو المنع من طرف السلطات الحاكمة..... الخ من خلال استغلال شبكات التواصل الاجتماعي .

كما لا يحتاج الصحفي اليوم الذهاب إلى موقع الحدث وتغطية الأحداث حيث يستطيع من خلال الفيسبوك والتويتر أن يحصل على المعلومات وهو يعتبر مكسب لصحفيين والمؤسسات الصحفية ولذلك فإننا نشهد اليوم توجه نحو استعانة الصحافة التقليدية بتطبيقات شبكات التواصل (الإعلام الجديد)، للحفاظ على قرائها ولتحقيق أكبر قدر ممكن من التغطية الإعلامية من خلال الاستعانة بالجمهور، وهذا ما يجعل "تطبيقات شبكات التواصل تبدو بمثابة "جسر إعلامي" (bridg media) يربط وسائل الإعلام التقليدية بأشكال جديدة من أشكال مشاركة الجمهور"<sup>2</sup>، في العملية الاتصالية وفي البيئة الإعلامية بصفة عامة، يقول "دان جيلمور" في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا: "على المحررين والصحفيين أن يستفيدوا من هذا المنهج الجديد في الإعلام (صحافة المواطن)، وبتابعاتهم مثل هذه المواقع فإن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا، لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على حوارات الناس وهمومهم واتجاهاتهم وأفكارهم، وتضع هذه المواقع وسائل الإعلام في وضع أشبه ما يكون بمأزق حيث يتم طرح قضايا وموضوعات في مثل هذه المواقع، فلا تجد الصحافة التقليدية بدا إلا الدخول فيها والتجاوب معها

<sup>1</sup> محمد المنصور نفس المرجع ص68

<sup>2</sup> Jan Schaffer : citizen media ; Fad or the Future of News?, The rise and prospects of hyper local journalism, Baltimore : The Institute for Interactive Journalism( University of Maryland), 2007, p3

وهذا يرفع من مستوى الشفافية لدى وسائل الإعلام التقليدية في تناول موضوعات جيدة ما كانوا ليتناولونها، أو مناقشة آراء وموضوعات قائمة ما كانوا ليفسحوا المجال لها<sup>1</sup>.

"وفي محاولات جادة من قبل بعض المؤسسات الصحفية لاستثمار مثل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة شبكات التواصل، فقد سعت بعض هذه المؤسسات إلى إدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عمل وبرامج المؤسسات الصحفية التقليدية، ويتم في ذلك دمج الخدمة الإعلامية المتاحة من خلال شبكات التواصل من أخبار وصور فوتوغرافية في مجمل الخدمة الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسات، ولعل هذا ما جعل العديد من وسائل الإعلام التقليدية تعقد اتفاقيات لتبادل المعلومات والأخبار مع مواقع ومدونات إلكترونية (مثل ما حدث مع صحيفة "InternationalHeraldTribune" التي أمضت عقدا في ماي 2006م مع موقع لصحافة المواطن [www.ohmynews.com](http://www.ohmynews.com) وذلك لتزويده بالمعلومات والأخبار الإعلامية و يستقطب هذا الموقع الإخباري 02 مليون زائر يوميا، و يشارك فيه حوالي 26 ألف صحفي مواطن، وهذه محاولة من هذه المؤسسات الصحفية للاستفادة من واقع إعلام قائم وخدمة إخبارية متاحة، كما أن هذا بلا شك يعطي إدراك وشرعية لمثل هذه الجهود التي يقوم بها مواطنون عاديون في خدمة الشأن العام، مما يفرز مزيدا من الديناميكية في العلاقة بين الإعلام والجمهور.<sup>2</sup> فكل هذه الأشكال والتقنيات يقوم المستعملون بصناعة محتواها، فهم الصحفيون والمحررون والناشرون، وبذلك فهم متعاونون هواة من كل أنحاء العالم، و يشاركون في محتوى هذه الوسائل بدون مقابل في الغالب، و في كثير من الأحيان يقوم أشخاص مثلا بتصوير بعض الأحداث باستعمال تقنيات مختلفة (كاميرا رقمية، هاتف محمول...) و إرسالها إلى مؤسسات الصحفية لتقوم بنشرها (مثل ما حدث أثناء عاصفة كاتارينا بأمريكا، و ما يحدث اليوم في عدة مناطق من العالم التي تشهد حروبا مثل العراق، فلسطين و من أحسن الأمثلة هي الصور التي تم التقاطها أثناء إعدام صدام حسين، و التي لم تكن لتنتشر للرأي العام و للصحافة العالمية لولا ذلك الشخص الذي صورها بهاتفه النقال)، و يحدث هذا كذلك مع بعض المؤسسات الإعلامية خاصة المعارضة منها، و التي منع من وجود مراسلين في بعض البلدان، و تم التضييق على مراسليها و صحفييها، مما يجعل "الصحافيين المواطنين" من أنجع السبل للحصول على المعلومة و الخبر الصحفي في تلك الأماكن و التي تعطي فرصة للمواطنين بأن ينشروا مضامين إعلامية متعلقة بمختلف الأحداث العالمية و الوقائع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين عبد الجبار اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر عمان دار أسامة 2008م ص124.

<sup>2</sup> فتيحة بوغازي مرجع سابق ص 59

<sup>3</sup> إبراهيم بعزیز، "صحافة المواطن، السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية"، 2012م،

((<http://brahimsearch.unblog.fr>))

## 1-7 ضوابط وشروط الارتقاء بالمهنة الصحفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعية :

حدد من خلالها نائب مدير المعهد التطبيقي للصحافة بباريس السيد إيريك ناهون أهم الممارسات التي يجب أن يلتزم بها الصحفي الممارس عبر صفحات الواب وشبكات التواصل الاجتماعي والتي لا يجب أن تختلف عن تلك المعتمدة عبر صفحات الجرائد ووسائل الإعلام الثقيلة، معتبرا أن كل هذه الوسائل المستعملة في العمل الصحفي ليست مهمة بقدر أهمية التصرف الاحترافي للصحفي والذي يجب أن يلتزم به على الواب.

وحسب السيد إيريك، فإن أهم ما يجب أن يلتزم به الصحفي عبر شبكات التواصل هو الهوية الرقمية التي سترافقه طوال مساره الصحفي، وتتضمن هذه الهوية معلومات حول الهوية الشخصية للصحفي بالإضافة إلى بيانات حول رغباته وكل ما يقال عنه والآراء التي يتقاسمها مع غيره، بالإضافة إلى معلومات حول أبرز أصدقائه إلى جانب أبرز كتاباته الصحفية وتحقيقاته الميدانية، دون إغفال عناوينه الشخصية وتشخيص ملامح الصحفي في صورة مشرفة .

وعلى الصحفي المحترف ألا يتلاعب بالمعطيات التي يقدمها من خلال هويته الرقمية، لأن ذلك سيؤثر على سمعته وشعبته لدى أصدقائه ومعجبيه عبر شبكات التواصل، كما أنه لا يجب أن يقضي معظم وقته في الدردشة كما هو الحال بالنسبة للصحافة الفرنسية، بل عليه أن يواظب على كتابة تقاريره اليومية وتحقيقاته أو أعمدته المعتادة ومواصلة الحديث عن كل ما يكتب وما يدور في المجتمع سواء على الصعيد السياسي أو الاقتصادي والثقافي وإلا فلن يكون لمهنته أي معنى أو أهمية عبر الواب.

وأكثر من هذا، فعلى الصحفي أن يلتزم بقواعد الكتابة الصحفية أو العمل الصحفي تماما كما هو متعامل به على الورق، مع العمل على تامين موقعه لضمان أكبر عدد من المتصفحين والأصدقاء وضمان تمرير أفكاره وتعليقاته التي يجب أن تكون دقيقة، على اعتبار أن أي تصريح أو تعليق صحفي عبر الواب يعد بمثابة التصريح الرسمي لدى المتصفحين وعليه، فإن على الصحفي أن يتعد قدر الإمكان عن المغالطات والمصادر غير الدقيقة.

وركز السيد إيريك على نقطة أساسية بالنسبة للصحفي ولموقعه تحديدا، وهي الصورة التي يعتمد عليها والتي يجب أن تكون واضحة وتعكس شخصيته وهويته.

مشيرا إلى أن هذه الصورة سترافق الصحفي لسنوات، وإن فضل أن يعتمد صورة فنان معروف أو حسناء أو كلبه مثلا، فإن صورة هذا الحيوان سترافقه طوال مساره المهني الذي لن يتوقف عند مجرد صحفي عادي، بل سيرقى إلى مراتب ومناصب هامة، وعندها سيصعب عليه التخلص من هذه الصورة المزعجة والمحفورة في أذهان أصدقائه .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إيريك ناهون نائب مدير المعهد التطبيقي للصحافة بباريس محاضرة بعنوان العمل الصحفي عبر مواقع الواب بالمدرسة العليا للصحافة بين عكنون،

كما أن الجمعية الوطنية الأمريكية للصحف وضعت مجموعة من القواعد تلزم الصحفيين لاستخدام الأمثل لشبكات التواصل ومن هذه القواعد :

#### 1- القاعدة الأولى : المبادئ الأخلاقية التقليدية التي يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني .

- لا يمكن للصحفي أن ينشر مالا يرضي نشره في الصحيفة .<sup>1</sup>
- لا يمكن للصحفي أن ينشر على الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصيا أو مهنيا أو ما يسيء إلى مؤسسته.
- لا يوجد مبرراً أن لا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني .

#### 2- القاعدة الثانية : يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه .

- تحمل مسؤولية كل ما تنشره على الانترنت لأنه يصبح عاما .
- حتى إذا كان صفحة الصحفي صفحة خاصة و شخصية و غير مرتبطة بالمؤسسة الإعلامية.
- لا يمكن دائما الفصل بين الفضاء الشخصي و الفضاء العام .
- ضرورة التوازن .

#### 3- القاعدة الثالثة : تفاعل مع القراء لكن بطريقة مهنية .

- يمكن للصحفي أن يطلع عن الأحداث و جمع المعلومات لكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود
- لا يجب أن يخطر الصحفي في الاتصال العدائي .

#### 4- القاعدة الرابعة: لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفيسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة.

- يجب نشر الأخبار الحصرية على الموقع وليس على التويتر.
- يمكن أن تصبح الشبكات الاجتماعية مصدرا لإضافة الوقت.
- المبدأ العام هو التوازن.

#### 5- القاعدة الخامسة : انتبه إلى نظرة الآخرين إليك .

- تجنب صراع المصالح
- على الصحفيين الإشارة إلى أن الوصلات التي يصون بها لا تلزمهم
- من المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر الأخبار

<sup>1</sup> : صورة ولهة و صهيبي عيسي تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري

- الصحفيون يجدون أنفسهم للانضمام إلى بعض الصفحات من خلال like وذلك لمتابعة الأخبار وقد يؤدي هذا في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحف
- يوصي هنا بعدم الالتحاق بالمجموعات ذات الاتجاه الأيديولوجي الواحد.<sup>1</sup>
- حاول التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا تبدو نصيرا لمجموعة معينة أو تكشف تضارب المصالح.

#### 6-القاعدة السادسة : تأكد من أصالة و صحة ما تقرأه على الشبكة.

- تأكد من كل شيء تشاهده وتقرأه على الشبكات الاجتماعية ذلك أن كل ما ينشر ليس دائما صحيحا.
- دور المؤسسات الإعلامية والصحافيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها.

#### 7-القاعدة السابعة : قدم نفسك دائما على أنك صحفيا

- لا يمكن للصحفي أن يخفي هويته سواء كان ذلك في فعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الانترنت.
- إذا طلب الصحفي معلومات بغاية نشرها فيجب عليه أن يفصح عن هويته.

#### 8- القاعدة الثامنة : الوسائط الاجتماعية هي أدوات و ليس لعبة .

- الصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة.
- إن أحد ركائز أخلاقيات الشبكة الاجتماعية الضرورية هي الاعتماد على المصادر الأساسية.

#### 9-القاعدة التاسعة : كن شفافا واعترف بأخطائك.

- اعترف بأخطائك بسرعة.
- المبادئ ذاتها التي تستخدم في الممارسات التقليدية تبقى صالحة.

#### 10-القاعدة العشرة: حافظ على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة

- عدم إفشاء الأسرار الخاصة ببيئة التحرير الإعلامية.
- يمكن لوسائط الإعلام الاجتماعية أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة.
- بعض المصادر يمكن أن تخفي بعض المعلومات.
- بعض الصحافيين يمكن أن يتحدثوا مثلا عن بعض القرارات الداخلية.<sup>2</sup>

#### 8-1 مواكبة الصحافة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعية :

<sup>1</sup> صورية ولهة المرجع السابق ص129

<sup>2</sup> صورية ولهة المرجع السابق ص130

تعتبر الصحافة الجزائرية من بين الصحف العالمية التي أدركت أهمية تكنولوجيا الاتصال الجديد وأهمية مضامينها، وهو ما جعلها تطلق عدة مبادرات للمواطنين، وتعتمد على عدة تطبيقات تفاعلية لتحقيق تكامل ولتفعيل دورها في التغطية الإعلامية الشاملة لكل الأحداث، داخل الوطن بصفة خاصة وفي العالم بصفة عامة.

ولذلك ينبغي على الصحافة الجزائرية أن تعمل على تطوير هذه العلاقة التفاعلية مع جماهيرها وتحفيزهم أكثر على المشاركة بمختلف المضامين، وبإطلاق المزيد من المبادرات، وتقديم جوائز وتكريمات للأفراد الناشطين بصفة دائمة أو منتظمة، أو جوائز لأحسن مضمون ومشاركة، وهذا بهدف حث الأفراد على المشاركة خاصة فئة الشباب منهم، فحسب ما تشير إليه عدة دراسات، فإن الشباب هم الأكثر إقبالا على استعمال تقنيات الاتصال الحديثة، كما أنهم أكثر من يقوم بالمشاركة بالمضامين عبر هذه التقنيات ولهذا فإن عنصر الشباب يرتبط ارتباطا وثيقا بالتطبيقات الحديثة للإعلام الجديد، وهو ما يجب أن تراهن عليه الصحافة الجزائرية لتطوير أدائها وتحسين تغطياتها لمختلف الأحداث.

ولهذا نجد أن الصحافة الجزائرية واكبت هذا التطور وذلك من خلال المشاركة في عدة دورات تكوينية الخاصة باستخدام التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال لفائدة الصحفيين ومن أهم هذه الدورات التكوينية الورشات التدريبية الصيفية للإعلام الجديد بالحضيرة التكنولوجية لسيدى عبدا لله تتناول مواضيع عدة متعلقة بالإعلام الجديد و إستخدام التقنيات الحديثة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال موجهة للصحافيين من مختلف وسائل الإعلام الوطنية.

الدورة الأولى تمحورت حول إستخدام تقنيات وادوات غوغل في العمل الإعلامي حيث تناول المشاركون التقنيات التي يوفرها محرك البحث العملاق غوغل والأدوات التي من شأنها تسهيل عمل الصحفي والتقليل من متاعبه ، بالإضافة إلى تدريبات حول الوصول السهل والسريع إلى المعلومة والتأكد منها وطريقة البحث الاحترافي والذي نشطها الخبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وعضو فريق مطوري غوغل بالجزائر حليم لعقريد .

أما الدورة الثانية تمحورت حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي والتعامل الاحترافي معها<sup>1</sup>

كما نظم متعامل الهاتف النقال "نجمة" الدورة التكوينية لفائدة الصحفيين في إطار نشاطاتها لنادي الصحافة التابع لها، منذ سنة 2006 إذ نظمت 44 دورة تكوينية إلى يومنا هذا، منها 40 بالجزائر العاصمة و أربعة بالمناطق الجهوية لصالح الصحفيين المرسلين.

تمحورت هذه الدورة التكوينية التي أشرف عليها يونس قرار، خبير ومستشار في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حول موضوع : "التكنولوجيات والاستعمالات المتنقلة." حيث كشف الخبير والمستشار في

<sup>1</sup> منير ركا ب. الورشات التدريبية على تكنولوجيا الاتصال الحديثة الخاصة بالصحافيين الجزائريين . الشروق اون لاين

تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، بأن عدد مشتركى الانترنت بالهاتف النقال بالجزائر قد بلغ 37 مليون مشترك مقابل 1 مليون مشترك "adsl" ، في حين بلغ عدد مستعملي الفايبر عبر الهاتف 600 مليون مشترك عبر العالم ، أما موقع التواصل الاجتماعي تويتر فقد وصل 50 بالمائة ، وأضاف انه حيث وبحلول سنة 2014 سيتم الإبحار على الانترنت عبر الهواتف النقالة أكثر منه على الحواسيب ، بالنظر لأهمية الهاتف النقال عبر العالم وكذا الاهتمام الكبير الذي يحظى به لدى مستخدميه نظرا لانخفاض تكاليف وضع وتوسيع شبكات الهاتف النقال سيصبح النقال السبيل المفضل للولوج للمحتويات و الخدمات عبر الواب."

وأوضح يونس قرار ، ان أسباب الاهتمام المتزايد بالهاتف النقال ، كونه أصبح في متناول الجميع و نظرا للإمكانيات التي يُتيحها للمؤسسات للتقرب من الزبائن ، حيث أشار قرار إلى الدور الفعال الذي يلعبه الهاتف النقال في الإطلاع على المعلومات والأخبار ومختلف الأحداث الوطنية والعالمية بفضل تكنولوجيات G 3 و G.4.

وفي ختام مداخلته ، عرض الخبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال بعض الأمثلة عن مختلف الخدمات التي يوفرها الهاتف النقال على غرار تحديد الموقع الجغرافي والاطلاع على مختلف المعلومات المفيدة والخدمات الموجهة للطلبة ، وتعمل نجمة جاهدة على تنويع مواضيع دوراتها التكوينية للاستجابة بطريقة أفضل لتطلعات الصحفيين فيما يخص المعارف والتمكن في المجالات المفيدة لأداء مهامهم<sup>1</sup>.

وتشير الإحصائيات التي يقدمها موقع سوشل باكرز المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي في العالم أن عدد المشتركين في موقع الفايبر تجاوز الأربعة ملايين مشترك حيث أصبحت الجزائر تحتل المركز 40 عالميا في تصنيف أكثر الدول حضورا على الشبكة .

وتتقدم صفحة الشروق في ترتيبها على شبكة فايبر كلا من صحيفتي الخبر والهداف وبفارق كبير من المشتركين يقدر بالآلاف ويؤكد ذات التقرير أن صفحة الشروق هي أكبر صفحة من الصحف الجزائرية على الفايبر بنصف مليون مشترك أغلبهم من داخل الجزائر فيما يتقدم رواد الشبكة من تونس والمغرب مصر وفرنسا قائمة أكثر المشتركين الأجانب في صفحة الشروق بشكل يؤكد طابعها العربي والدولي حيث أصبحت من أهم المصادر الإعلامية لمتابعة الأخبار والأحداث داخل وخارجها بالنسبة إلى رواد الانترنت في الخارج وخصوصا الجالية الوطنية في دول أخرى .

وتشهد صفحة الشروق أونلاين على فايبر نشاطا معتبرا خلال الأشهر الأخيرة من خلال التفاعل مع مشتركى الصفحة بمختلف المقالات المنشورة عبر الموقع الرئيسي أو الصور ومقاطع الفيديو وكذلك إطلاق عدة خدمات إخبارية وتفاعلية مثل موجز النشرات الإخبارية المتخصصة التي تنشر على مدار الساعة على غرار الموجز الدولي والموجز الرياضي والموجز المحلي .

<sup>1</sup> يوسف بقليل مليون مشترك في الهاتف النقال في الجزائر الشروق أون لاين بتاريخ الأربعاء 03 أبريل 2013

كما عبر الكثير من مستخدمي الصفحة عن تقديرهم لمبادرة مشرفي صفحة الشروق أون لاين التي أصبحت مفتوحة أيضا لمستخدميها لنشر أهم منشوراتهم ومساهماتهم .  
وتوفر الصفحة على فايسبوك تغطية أنية ومتواصلة للإحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم بالإضافة إلى استطلاعات للرأي وتبادل الأفكار والنقاش.  
وتم مؤخر إطلاق صفحة جديدة من إدارة موقع الشروق أون لاين خاصة بالنسخة الفرنسية للموقع على صفحة فايسبوك تلبية لرغبة القراء باللغة الفرنسية الذين أصبح بإمكانهم متابعة الأحداث الوطنية والدولية باللغة الفرنسية<sup>1</sup>.

## قائمة المحتويات

شكر وعرفان

الإهداء

مقدمة

### الإطار المنهجي

|         |                  |
|---------|------------------|
| 03..... | الإشكالية        |
| 04..... | تساؤلات الدراسة  |
| 04..... | أهمية الدراسة    |
| 05..... | منهج الدراسة     |
| 06..... | أدوات الدراسة    |
| 07..... | عينة الدراسة     |
| 08..... | الدراسات السابقة |

### الإطار النظري

#### الفصل الأول: الممارسة المهنية الصحافية

تمهيد.

|         |                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------|
| 12..... | 1-1- مفهوم الممارسة المهنية                                        |
| 14..... | 1-2- آداب الممارسة المهنية الصحافية                                |
| 16..... | 1-3- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية الصحافية |
| 19..... | 1-4- واقع الممارسة المهنية الصحافية في الجزائر                     |

#### الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

|         |                                                                                  |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 29..... | 1-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي                                               |
| 30..... | 1-2- تطور شبكات التواصل الاجتماعي                                                |
| 32..... | 1-3- أهم شبكات التواصل الاجتماعي                                                 |
| 34..... | 1-4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي                                               |
| 35..... | 1-5- شبكات التواصل الاجتماعي مصدر للمعلومات والية لنشر في تدعيم الصحافة المكتوبة |
| 39..... | 1-6- استخدام الصحافة لشبكات التواصل الاجتماعية                                   |
| 41..... | 1-7- ضوابط وشروط الارتقاء بالمهنة الصحافية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي       |
| 44..... | 1-8- مواكبة الصحافة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي                           |

-تمهيد

. الفصل الأول : تمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي

1-1. التحليل الكمي لتمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي ...49

1-2. التحليل الكيفي لتمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي ...61

الفصل الثاني : طبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل

1-1 التحليل الكمي لطبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي .....69

1-2 التحليل الكيفي لطبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي .....93

الفصل الثالث : اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل

الاجتماعي

1-1 التحليل الكمي لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل.

الاجتماعي.....115

1-2 التحليل الكيفي لاتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل

الاجتماعي .....132

الاستنتاجات العامة .....146

الخاتمة : .....148

قائمة المصادر و المراجع.....150

الملاحق.....155

قائمة المحتويات.....163

جامعة المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم: الإعلام والاتصال

## استمارة استبيان موجهة إلى الصحفيين في الصحافة المكتوبة بالجزائر

في إطار البحث الذي نجريه حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحافية نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي نرجو منكم الإجابة عليها بكل صدق حتى يتسنى لنا الوصول إلى معلومات وحقائق تفيد دراستنا.

ولكم منا فائق الاحترام والتقدير.

إشراف الأستاذة :

إعداد الطالب :

ولد جاب الله سعاد

بلبالي مصطفى

سبتمبر-2013

## المحور البيانات الشخصية

الجنس :

أنثى

ذكر

السن - : من 20 سنة إلى 30 سنة

- من 31 سنة إلى 40 سنة

- من 41 سنة إلى 50 سنة

- من 51 فم افوق .

الخبرة المهنية:

- من سنة إلى 5 سنوات

- من 6 سنوات إلى 10

- من 11 إلى 15 سنة

- من 16 سنة فما فوق









الوظيفية :

رئيس تحرير

رئيس قسم

صحفي متعاون




صحفي دائم

صحفي مؤقت



أخرى اذكر .....

ملكية الجريدة:

- عمومية

- خاصة

- حزبية

## المحور الأول: تمثيل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي

1\_ كيف يمكن أن تصف وضعية الانترنت بالنسبة لعملك اليومي كصحفيّ ؟

ضرورية جدا

ضرورية

لا ادري

غير ضرورية

غير ضرورية على الإطلاق

2- هل تمتلك حسابا خاصا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

3- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في عملك تالصحفي

لا

نعم

4- حدد مواقع التواصل الاجتماعي التي تملك بها جريدتك صفحة خاصة (يمكن اختيار أكثر من إجابة)؟

.....

.....

5- هل تعتقد أن صفحات جريدتك على مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر؟

تطور تكنولوجي حتمي و منطقي

وسيط جديد للنشر و التقرب من القراء

أفق جديد للصحيفة الورقية

مجرد محاولة لإظهار التمكن من التكنولوجيا

..... أخرى حدد.....

6\_ هل تعتقد أن نشر محتويات الصحيفة في صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

يفعل دورك كصحفي و يسهل عملك من خلال ما يتميز به من خصائص

☐

لم يسهم بأي شكل في تفعيل دورك كصحفي بالجريدة التي تعمل بها

7- كيف ترى مستقبل الصحيفة بعد نشر محتواها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....

.....

## المحور الثاني: واقع نشر محتوى الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل

### الاجتماعي

8- هل ارتفع عدد متصفحي وقراء الصحيفة بعد نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐☐

9- هل هناك جهة معينة داخل الصحيفة تشرف نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐

لا

☐

نعم

10- هل الأخبار التي تنشرها في الصحيفة الورقية هي نفسها التي تنشرها على شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐

لا

☐

نعم

11- هل سبق و ان طلب منك تحرير خبر او موضوع صحفي موجه للنشر على صفحة الجريدة في مواقع

التواصل الاجتماعي؟

☐

لا

☐

نعم

12- هل يختلف أسلوب تحرير موضوع صحفي موجه للنشر على صفحة الجريدة في مواقع التواصل

الاجتماعي عن اخر موجه للنشر الورقي؟

☐

لا

☐

نعم

13-هل ترى أن نشر المحتوى الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي هو توسيع وتحقيق أكبر قدر ممكن من التغطية الصحفية ؟

☐

لا

☐

نعم

14-هل سبق وان شاركت القراء في نقاشاتهم او تعليقاتهم على صفحة الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي

☐

لا

☐

نعم

15- تراهن الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل لتطوير أدائها وتحسين تغطياتها لمختلف الأحداث وذلك من خلال

☐

- تشجيع الصحفيين على استخدام مواقع شبكات التواصل

☐

- استعمال عدة لغات لمخاطبة مختلف الجماهير

☐

- التفاعل مع مشتركى الصفحة بمختلف المقالات المنشورة عبر الموقع

16-هل نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل يساهم في تطوير طرق اتصال الصحيفة بقراءها وتعميق العلاقة عبر الرسائل التفاعلية ؟

☐

لا

☐

نعم

17-هل سبق لصحيفتكم وأن قدمت تحفيزات للأفراد الناشطين بصفة دائمة على صفحاتها في شبكات التواصل الاجتماعي ؟

☐

لا

☐

نعم

18-هل تساعدك مواقع شبكات التواصل بعد نشر محتوى الصحيفة على معرفة أذواق و متطلبات القراء ؟

☐

لا

☐

نعم

19- هل نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل غير من سياسة التحريرية والبرامج وترتيب

الأولويات في الصحيفة من حيث؟

الأخبار المقدمة

اختيار المحررين

اللغة المستخدمة

أساليب الإخراج

20- هل يساهم نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل إمكانية إرسال المواد الصحفية بملفات

قابلة لتعديل ساعدت المحرر على إجراء تعديلات على المواد الصحفية ؟

لا

نعم

21- هل استخدام الصحيفة لمواقع التواصل تسمح لصحفي ببناء عالمه المهني الخاص به من خلال إبراز

شخصياته وميولاته وكتابات ومقالاته الصحفية؟

لا

نعم

22- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي تساهم في بناء الصحيفة من حيث

- اختيار تصميم الصحيفة المفضل

- اختيار أساليب الكتابة الصحفية

- تطوير مهارات الصحفيين

- تقديم منتجات صحفية بأشكال وصور متنوعة

أخرى حدد.....

23- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفية على البناء التنظيمي لصحيفة من حيث

- حركة تنقل المواد الصحفية داخل الأقسام الصحفية

- تغيير مهام الصحفيين ومسؤولياتهم

- تطابق قيم المهنة التقليدية على الممارسة الصحفية الحديثة

أخرى حدد.....

المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجراند على مواقع التواصل

الاجتماعي؟

| الأسئلة                                                                                                         | نشطة | مواقف | مواقف | مواقف | مواقف |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|
| ساهمت صفحة الجريدة على مواقع التواصل في التعرف على مواقف القراء و حصر ردود افعالهم حول ما ينشر من محتوى الصحيفة |      |       |       |       |       |
| ساهمت صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تلبية حاجات و اهتمامات القراء                                           |      |       |       |       |       |
| ساهمت صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تفعيل ثقة الصحفي في القارئ كشريك في عملية صناعة المحتوى الصحفي          |      |       |       |       |       |
| تساهم صفحة الجريدة على مواقع التواصل في إثراء موقع الصحيفة                                                      |      |       |       |       |       |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                    |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  | أن نشر محتوى الصحيفة على موقع شبكات التواصل قربت المسافة بين القارئ والصحفي                                        |
|  |  |  |  |  | تستجيب صفحة الجريدة على مواقع التواصل لتطلعات الجمهور                                                              |
|  |  |  |  |  | ساهمت صفحة الجريدة على مواقع التواصل في رفع عدد قراء الصحيفة                                                       |
|  |  |  |  |  | أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح لصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي                        |
|  |  |  |  |  | ساهمت صفحة الجريدة على مواقع التواصل في نقل الأخبار بصورة مهنية حقيقية                                             |
|  |  |  |  |  | أن نشر محتوى الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اعدد زوار موقع الصحيفة وبالتالي تساهم في زيادة الإعلانات |

## قائمة الأشكال :

| رقم | عنوان الشكل                                                                                                  | الصفحة |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01  | الدائرة النسبية تمثل وضعية الانترنت بالنسبة لصحفي                                                            | 49     |
| 02  | الدائرة النسبية تمثل مدى امتلاك الصحفيين لحساب خاص على شبكات التواصل                                         | 51     |
| 03  | الدائرة النسبية تمثل أهم المواقع التي يملك بها الصحفي حساب خاص                                               | 53     |
| 04  | الدائرة النسبية تمثل درجة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي                                          | 54     |
| 05  | الدائرة النسبية تمثل أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تملك بها الجريدة صفحة خاصة                             | 56     |
| 06  | الدائرة النسبية تمثل رأي الصحفيين حول مواقع التواصل الاجتماعي                                                | 57     |
| 07  | الدائرة النسبية تمثل رأي الصحفي حول نشر محتويات الصحيفة في صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي            | 58     |
| 08  | الدائرة النسبية تمثل مستقبل الصحيفة بعد نشر محتواها على مواقع التواصل                                        | 60     |
| 09  | الدائرة النسبية تمثل مدى ارتفاع عدد متصفحي وقراء الصحيفة بعد نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي   | 69     |
| 10  | الدائرة النسبية تمثل الجهة المكلفة بنشر محتوى الصحفي على مواقع التواصل                                       | 71     |
| 11  | الدائرة النسبية تمثل الأخبار التي تنشرها في الصحيفة الورقية هي نفسها التي تنشرها على شبكات التواصل الاجتماعي | 73     |
| 12  | الدائرة النسبية تمثل انه سبق لصحفي وان حرر خبر موجه لنشر على مواقع التواصل الاجتماعي                         | 75     |

|    |                                                                                                                                                                          |    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 77 | الدائرة النسبية تمثل درجة اختلاف أسلوب تحرير موضوع صحفي موجه للنشر على صفحة الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي عن آخر موجه للنشر الورقي                                  | 13 |
| 79 | الدائرة النسبية تمثل نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أولاً يعتقدون أن نشر المحتوى الصحيفة على المواقع هو توسيع وتحقيق أكبر قدر ممكن من التغطية الصحفية                      | 14 |
| 81 | الدائرة النسبية تمثل إذا سبق لصحافيين مشاركة قراء الصحيفة على مواقع التواصل                                                                                              | 15 |
| 82 | الدائرة النسبية تمثل مدى مراعاة الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل لتطوير أدائها وتحسين تغطيتها لمختلف الأحداث                                                    | 16 |
| 84 | الدائرة النسبية تمثل مدى اعتباران نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل يساهم في تطوير طرق اتصال الصحيفة بقراءها وتعميق العلاقة عبر الرسائل التفاعلية                | 17 |
| 85 | الدائرة النسبية تمثل درجة تحفيز وتشجيع الصحيفة للأفراد الناشطين على صفحاتها على مواقع التواصل                                                                            | 18 |
| 87 | الدائرة النسبية تمثل مدى مساعدة مواقع شبكات التواصل الصحفيين بعد نشر محتوى الصحيفة على معرفة أذواق و متطلبات القراء                                                      | 19 |
| 88 | الدائرة النسبية تمثل إذا كان نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل غير من سياسة التحرير والبرامج وترتيب الأولويات في الصحيفة                                         | 20 |
| 89 | الدائرة النسبية تمثل ما مدى إمكانية إرسال المواد الصحفية بملفات قابلة لتعديل ساعدت المحرر على إجراء تعديلات على المواد الصحفية                                           | 21 |
| 91 | الدائرة النسبية تمثل موقف الصحفيين إذا كان استخدام الصحيفة لمواقع التواصل تسمح لصحفي ببناء عالمه المهني الخاص به من خلال إبراز شخصياته وميولاته وكتابات ومقالاته الصحفية | 22 |
| 92 | الدائرة النسبية تمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي تساهم في بناء الصحيفة                                                                         | 23 |
| 93 | الدائرة النسبية تمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي على البناء التنظيمي لصحيفة                                                                      | 24 |

|     |                                                                                                                                               |    |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 116 | الدائرة النسبية تمثل درجة مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تعرف على مواقف القراء حول ما ينشر                                          | 25 |
| 117 | الدائرة النسبية تمثل مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تلبية حاجات و اهتمامات القراء                                               | 26 |
| 119 | الدائرة النسبية تمثل درجة مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تفعيل ثقة الصحفي في القارئ كشريك في عملية صناعة المحتوى الصحفي             | 27 |
| 120 | الدائرة النسبية تمثل ما مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في إثراء موقع الصحيفة                                                       | 28 |
| 122 | الدائرة النسبية تمثل أن نشر محتوى الصحيفة على موقع شبكات التواصل قربت المسافة بين القارئ والصحفي                                              | 29 |
| 123 | الدائرة النسبية تمثل ما مدى استجابة صفحة الجريدة على مواقع التواصل لتطلعات الجمهور                                                            | 30 |
| 125 | الدائرة النسبية تمثل مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في رفع عدد قراء الصحيفة                                                            | 31 |
| 127 | الدائرة النسبية تمثل أهمية نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي في إنجاح الصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي                         | 32 |
| 129 | الدائرة النسبية تمثل ما مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في نقل الأخبار بصورة مهنية حقيقية                                           | 33 |
| 130 | الدائرة النسبية تمثل ما مدى مساهمة نشر محتوى الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي في اعداد زوار موقع الصحيفة وبالتالي تساهم في زيادة الإعلانات | 34 |

قائمة الجداول :

| الصفحة | عنوان الجدول                                                                                                                    | رقم الجدول |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 49     | وضعية الانترنت بالنسبة لصحفي                                                                                                    | 01         |
| 50     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة في وصف وضعية الانترنت بالنسبة لصحفي                                                 | 02         |
| 51     | مدى امتلاك الصحفيين لحساب خاص على شبكات التواصل                                                                                 | 03         |
| 52     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة من حيث امتلاك الصحفيين لحساب خاص على مواقع التواصل                                  | 04         |
| 53     | أهم المواقع التي يملك بها الصحفي حساب خاص                                                                                       | 05         |
| 54     | درجة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي                                                                                  | 06         |
| 55     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة من حيث درجة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل                                         | 07         |
| 57     | أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تملك بها الجريدة صفحة خاصة                                                                     | 08         |
| 57     | رأي الصحفيين حول مواقع التواصل الاجتماعي                                                                                        | 09         |
| 58     | رأي الصحفي حول نشر محتويات الصحيفة في صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي                                                    | 10         |
| 59     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة على موقف الصحفيين حول ما ينشر في مواقع التواصل                                      | 11         |
| 60     | مستقبل الصحيفة بعد نشر محتواها على مواقع التواصل                                                                                | 12         |
| 59     | مدى ارتفاع عدد متصفح وقرأ الصحيفة بعد نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي                                             | 13         |
| 70     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة على ارتفاع عدد متصفح وقرأ الصحيفة بعد نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي | 14         |
| 71     | الجهة المكلفة بنشر محتوى الصحفي على مواقع التواصل                                                                               | 15         |
| 72     | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة وملكية الصحيفة في وجود جهة معينة                                                    | 16         |

|    |                                                                                                                                                                                    |    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|    | داخل الصحيفة تشرف نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي                                                                                                                    |    |
| 73 | الأخبار التي تنشرها في الصحيفة الورقية هي نفسها التي تنشرها على شبكات التواصل الاجتماعي                                                                                            | 17 |
| 74 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة من حيث تشابه الأخبار التي تنشر على الصحف الورقية والأخبار على شبكات التواصل                                                            | 18 |
| 75 | إذا كان الصحفي سبق له وان حرر خبر موجه لنشر على مواقع التواصل                                                                                                                      | 19 |
| 76 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة من الصحفيين الذين طلب منهم تحرير الأخبار على مواقع التواصل                                                                             | 20 |
| 77 | درجة اختلاف أسلوب تحرير موضوع صحفي موجه للنشر على صفحة الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي عن اخر موجه للنشر الورقي                                                                 | 21 |
| 78 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة في معرفة اذا يوجد اختلاف في أسلوب تحرير موضوع صحفي موجه للنشر على صفحة الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي عن آخر موجه للنشر الورقي     | 22 |
| 79 | نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أولا يعتقدون أن نشر المحتوى الصحيفة على المواقع هو توسيع وتحقيق اكبر قدر ممكن من التغطية الصحفية                                                      | 23 |
| 80 | إذا سبق لصحفيين مشاركة قراء الصحيفة على مواقع التواصل                                                                                                                              | 24 |
| 81 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس السن والخبرة في تحديد وتميز إجابة الصحفيين حول التفاعل مع جمهور الصحيفة                                                                             | 25 |
| 82 | مدى مراعاة الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل لتطوير أدائها وتحسين تغطياتها لمختلف الأحداث                                                                                  | 26 |
| 83 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس والخبرة وملكية الصحيفة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مراعاة الصحافة الجزائرية على مواقع شبكات التواصل لتطوير أدائها وتحسين تغطياتها لمختلف الأحداث | 27 |
| 84 | مدى اعتباران نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل يساهم في تطوير طرق اتصال الصحيفة بقرائها وتعميق العلاقة عبر الرسائل التفاعلية                                               | 28 |
| 85 | يوضح درجة تحفيز وتشجيع الصحيفة للأفراد الناشطين على صفحاتها على مواقع التواصل                                                                                                      | 29 |

|     |                                                                                                                                                                                |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 86  | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس والخبرة وملكية الصحيفة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث درجة تحفيز وتشجيع الصحيفة للأفراد الناشطين على صفحتها على مواقع التواصل                   | 30 |
| 87  | مدى مساعدة مواقع شبكات التواصل الصحفيين بعد نشر محتوى الصحيفة على معرفة أذواق و متطلبات القراء                                                                                 | 31 |
| 88  | إذا كان نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل غير من سياسة التحريرية والبرامج وترتيب الأولويات في الصحيفة                                                                  | 32 |
| 89  | ما مدى إمكانية إرسال المواد الصحفية بملفات قابلة لتعديل ساعدت المحرر على إجراء تعديلات على المواد الصحفية                                                                      | 33 |
| 90  | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث إمكانية إرسال المواد الصحفية بملفات قابلة لتعديل ساعدت المحرر على إجراء تعديلات على المواد الصحفية | 34 |
| 91  | موقف الصحفيين إذا كان استخدام الصحيفة لمواقع التواصل تسمح لصحفي ببناء عالمه المهني الخاص به من خلال إبراز شخصياته وميولاته وكتابات ومقالاته الصحفية                            | 35 |
| 92  | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي تساهم في بناء الصحيفة                                                                                                    | 36 |
| 93  | تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي على البناء التنظيمي لصحيفة                                                                                                 | 37 |
| 115 | درجة مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تعرف على مواقف القراء حول ماينشر                                                                                                 | 38 |
| 116 | مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تلبية حاجات و اهتمامات القراء                                                                                                     | 39 |
| 117 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تلبية حاجات و اهتمامات القراء                             | 40 |
| 118 | درجة مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تفعيل ثقة الصحفي في القارئ كشريك في عملية صناعة المحتوى الصحفي                                                                   | 41 |
| 119 | يبين اثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في تفعيل ثقة الصحفي في                                       | 42 |

|     |                                                                                                                                                                                                         |    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | القارئ كشريك في عملية صناعة المحتوى الصحفي                                                                                                                                                              |    |
| 120 | ما مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في إثراء موقع الصحيفة                                                                                                                                      | 43 |
| 121 | يبيّن أثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد اجابة الصحفيين من حيث مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في إثراء موقع الصحيفة                                                                | 44 |
| 122 | أن نشر محتوى الصحيفة على موقع شبكات التواصل قربت المسافة بين القارئ والصحفي                                                                                                                             | 45 |
| 123 | ما مدى استجابة صفحة الجريدة على مواقع التواصل لتطلعات الجمهور                                                                                                                                           | 46 |
| 124 | يبيّن أثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد اجابة الصحفيين من حيث استجابة صفحة الجريدة على مواقع التواصل لتطلعات الجمهور                                                                     | 47 |
| 125 | مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في رفع عدد قراء الصحيفة                                                                                                                                           | 48 |
| 126 | يبيّن أثر متغيرات الدراسة الجنس والسن والخبرة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في رفع عدد قراء الصحيفة                                                              | 49 |
| 127 | أهمية نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي في إنجاح الصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي                                                                                                        | 50 |
| 128 | يبيّن أثر متغيرات الدراسة الجنس والخبرة وملكية الصحيفة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مساهمة نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي في إنجاح الصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي                 | 51 |
| 129 | ما مدى مساهمة صفحة الجريدة على مواقع التواصل في نقل الأخبار بصورة مهنية حقيقية                                                                                                                          | 52 |
| 130 | ما مدى مساهمة نشر محتوى الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي في اعداد زوار موقع الصحيفة وبالتالي تساهم في زيادة الإعلانات                                                                                | 53 |
| 131 | يبيّن أثر متغيرات الدراسة الجنس والخبرة وملكية الصحيفة في تحديد إجابة الصحفيين من حيث مساهمة نشر محتوى الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي في اعداد زوار موقع الصحيفة وبالتالي تساهم في زيادة الإعلانات | 54 |

الكتب :

- 1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003
- 2- أمل خطاب تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (القاهرة: دار العالم العربي) ط(1) 2010
- 3- إياد شكري البكري تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق للنشر، عمان، 2003
- 4- جون هون برغ، الصحفي المحترف، ترجمة آمال عبد الرؤوف، . الدار الدولية للنشر والتوزيع 1996 .
- 5- حسين عبد الجبار اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، عمان: دار أسامة 2008
- 6- حمدي عباس، مدخل إلى الصحافة الطبعة الثانية القاهرة 1990
- 7- روبرت شمول، مسؤوليات الصحافة، ترجمة :ألفرد عصفور، تدقيق وتحرير :رائد السمرة، مركز الكتاب الأردني الأردن 1990
- 8- محمد منير حجاب المعجم الإعلامي، ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2004،
- 9- محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الإتصال وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001
- 10- محمد الغريب عبد الكريم البحث العلمي التصميم المنهجي والإجراءات المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 1982 ص 77
- 11- محمد زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986
- 12- محمد عبد الحميد دراسات الجمهور في بحوث الإعلام عالم مكتبة القاهرة 1993
- 13- نعيم فيصل استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي جامعة اليرموك 2011
- 14- ديفيد فاينا :مقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم، الإعلام يصنع التغيير مجله يو اس ايه العدد 12 ، يصدرها مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، ديسمبر 20
- 15- عبد الله ممدوح دور شبكات التواصل في التغيير السياسي جامعة الشرق الأوسط 2012
- 16- عادل فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011).

17- **فضيل دليو** الاتصال : مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله ، الطبعة الأولى، القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع  
2003

### الرسائل الجامعية

18- **إبراهيم ناصر** الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها- شهادة الدكتوراه جامعة الإمام بالرياض.

19- **محمد المنصور** - تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين رسالة ماجستير الأكاديمية العربية في  
الداغمارك 2012

20- **نور الدين هادف** التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال مذكرة ماجستير 2007\_2008 جامعة الجزائر

21- **صورية ولهة و صهيب عيسي** تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي  
الجزائري مذكرة ليسانس سنة 2011/2012

22- **فتيحة بوغازي** صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي رسالة ماجستير جامعة الجزائر 3 2011

### الجرائد والمجلات

23- **المجلة الجزائرية للاتصال**، الصادرة عن معهد علوم الإعلام و الاتصال، أفريل 1990 ، العدد 04

24- **الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**، الجريدة الرسمية دستور 1996 ص 8

25- **ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين**، بيان الحقوق والواجبات الجزائر 13 أفريل 2000

26- **جريدة الخبر** . 4285 الصادرة يوم الأربعاء 05 جانفي 2005 ، ص 04

27- **علي قسايسية** ملاحظات الحق في الإعلام في القانون الجزائري ، المجلة الجزائرية للاتصال عدد 13 جوان 1996

28- **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية** / العدد 14 04 أفريل 1990

### المواقع الالكترونية :

29- **إبراهيم بعزيز** "صحافة المواطن السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية"، 2012م،

<http://brahimsearch.unblog.fr>

30-إيريك ناهون نائب مدير المعهد التطبيقي للصحافة بباريس محاضرة بعنوان العمل الصحفي عبر مواقع الواب بالمدرسة العليا للصحافة  
بين عكنون،

31-جنيفر دورو شبكة الصحفيين الدوليين الموسوعة الحرة [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

32-حسن مهليلا من خدمة بي بي سي السواحلية الأخبار عبر الهواتف المحمولة [siwar.aouadi@bbcmediaaction.org](mailto:siwar.aouadi@bbcmediaaction.org)

33-عواد محمد شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، أكتوبر 2010. متاح.(On Line)

34-مارغريت لوني مديرة تحرير مساعدة في شبكة الصحفيين الدوليين، تكتب المقالات والتدوينات حول أهم الصيحات الإعلامية  
الرائجة وأدوات التغطية الصحفية، والموارد الإعلامية

[http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post\\_7300.html](http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html)

35-منير ركاب. الورشات التدريبية على تكنولوجيا الاتصال الحديثة الخاصة بالصحفيين الجزائريين . الشروق اون لاين

36- نشاط كبير تشهده الشروق عبر شبكات التواصل

<http://www.facebook.com/Echorouk>

37- يوسف بقليل مليون مشترك في الهاتف النقال في الجزائر الشروق اون لاين بتاريخ الأربعاء، 03 أفريل 2013

### المراجع باللغة الأجنبية :

38- Chronologie sur l'histoire de la presse : «[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)», page vue le 20/06/2006

39-ZAHIR IHADADEN, la Presse Ecrite en Algérie De 1965 à 1982 Editions Ihdaden " At 12\_

40-Rebecca. Rowell YouTube: The Company and Its Founders

41- D Hawker .Mark. Developer's Guide to Social Programming

42-Jan Schaffer : citizen media ; Fad or the Future of News?, The rise and prospects of hyperlocal journalism, Baltimore : The Institute for Interactive Journalism(University of Maryland), 2007

43-L'azhari Labter, journaliste Algérien entre le baillon et les balles, ed, L'harmattan, paris,

1995, page 34

**43-Brahmi Brahimi**, le pouvoir la presse et les droits de l'homme en Algérie, ed Marinoor Paris, 1996 page,63

**44-le petit rousse**,2010 ,p881 : Edition anniversaire de la semeuse

## الخاتمة :

في ظل هذا التطور التكنولوجي الذي استفادت منه كل وسائل الاعلام وخاصة الصحافة المكتوبة وذلك من خلال اتحاد المعلومة مع شبكة الانترنت، التي جمعت العوالم كلها في عالم واحد هو عالم الاتصالات، وتجسد هذا الأمر من خلال ميلاد وسيلة إعلامية جديدة سميت "بشبكات التواصل الاجتماعي"، لخصت كل خصائص وسائل الإعلام التقليدية وزادت عليها مميزات التكنولوجيا الحديثة. وحتى وان اختلفت أسباب ظهور هذا النوع الإعلامي الجديد، إلا أن هناك عوامل عامة اشتركت فيها كل وسائل الاعلام تقريبا بدرجات متفاوتة، فكانت إمالتحقيق سرعة الانتشار او للوصول الى شريحة واسعة من الجماهير او هروبا من الضغوطات السياسية أو الاقتصادية لتحقيق أعلى سقف من الحرية. والصحافة المكتوبة بالجزائر جزء من هذا الاعلام و الذي بفعل التطور التكنولوجي الذي لعب دورا رياديا في تقريب بين الجماهير والمجتمعات وعلاقتها با وسائل الإعلام .

ومن هنا بدأت الصحافة المكتوبة في الجزائري كغيرها من الصحف العالمية الولوج إلى التكنولوجيا و التقنية الرقمية في السنوات الأخيرة بشكل تدريجي ، لمواجهة المنافسة الشديدة الناتجة عن وسائل الإعلام الحديثة ، و من ثمة تبحث لها عن مكانة لتحافظ على جمهورها على الأقل في مرحلة أولية و في محاولة منا للتعرف و بطريقة عملية على إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية نشرى المحتوى الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي و معرفة أترنشر المحتوى الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي شكلا و مضمونا على الممارسة الصحفية عليه ، فقد تناولنا موضوع الدراسة من خلال فصول نظرية كانت بمثابة أرضية للوصول إلى صلب الموضوع ، و الاستعانة بأدوات الدراسة المتمثلة في الاستمارة الاستبيان الموجهة إلى الصحفيين المهنيين في الصحافة المكتوبة للإجابة عن إشكالية الدراسة، والفرضيات و إزالة الغموض ومن خلال هذه الدراسة خرجنا بمجموعة من التوصيات أهمها :

- العمل على تحسين الأداء بصفة مستمرة للصحافيين المحررين و المخرجين، و ذلك من جانب المهارة في اللغة و الاسلوب .....الخ من خلال نشر المحتوى الصحفي على شبكات التواصل ، لما لهذه العملية من أهمية بالنسبة للجمهور الجزائري في الوطن و خارجه و ربح جمهور واسع ، في ظل المنافسة الشديدة من طرف وسائل الاعلام الجديدة .

- ضرورة الاهتمام بتطوير القوانين التي تسيّر نشر المحتوى الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف جوانب العملية والقانونية وذلك لتجنب الوقوع في مختلف الاخطاء المهنية والحفاظ على مصداقية الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي .

- تنويع في الخدمة الإخبارية والإعلامية ، و تنويع الاهتمام بالأخبار الوطنية إلى الأخبار الدولية من خلال تنويع المصادر وتحقيق التغطية الشاملة لمختلف الجماهير والقراء .
- ضرورة تكوين الصحفيين الجزائريين على مختلف تكنولوجية الاتصال الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال اجراء دورات التكوينية لفائدة الصحفيين من حيث التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيط جديد لنشر .
- تشجيع القراء والجمهور على متابعة الصحيفة على شبكات التواصل من خلال تقديم تحفيزات للجمهور الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي .

## الاستنتاجات العامة:

من خلال الدراسة التي قامنا بها في ما يخص إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير الممارسة الصحفية بالجزائر نستنتج ما يلي:

- 1-أكدت الدراسة على أن الانترنت تعتبر وسيلة ضرورية لصحفي في عمله اليومي ولا يمكن الاستغناء عنها في إنتاج وصياغة ونشر المضمون الإعلامي وهو ما عبر عنه الصحفيين من أن الانترنت ضرورية لصحفي
- 2-نستنتج ان مواقع التواصل مهمة بنسبة لصحفيين حيث نجد ان غالبية الصحفيين يملكون حساب خاص على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأهمية هذه المواقع لدى الصحفيين وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة
- 3-أثبتت النتائج أن معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة وهو ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحفية
- 4-الصحفيين يعتبروا مستقبل الصحيفة بعد نشر محتواها على مواقع التواصل أكثر انتشار واستجابة لتطلعات القراء والجمهور محققة بذلك خاصية التفاعل مع مختلف شرائح المجتمع
- 5-أظهرت نتائج الدراسة أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة عدد قراء ومتصفحى الصحيفة وذلك من خلال ما تقدمه الصحيفة على مواقع التواصل من أخبار وحقائق ومعلومات حصريّة وانية
- 6-أكد الصحفيين على أن الأخبار التي تنشر في الصحيفة الورقية هي نفسها التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي
- 7-أثبتت نتائج الدراسة أن هناك فئة من الصحفيين مكلفين بتحرير الأخبار والمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي دون غيرهم من الصحفيين أي أن الصحيفة تولي أهمية كبيرة لتحرير على مواقع التواصل
- 8-لاحظنا من خلال الدراسة أن نشر المحتوى الصحفي على مواقع التواصل يساهم في تحقيق تغطية شاملة لمختلف الأحداث الوطنية والعالمية مما يجعل القارئ ملم بكل الأخبار والأحداث التي تنشر على شبكات التواصل

9- يعتبر الصحفيين أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل غير من سياسة التحريرية والبرامج وترتيب الأولويات في الصحيفة من حيث الأخبار المقدمة أي أن الأخبار على مواقع التواصل تختلف عن الأخبار في الصحيفة الورقية ومن حيث اختيار المحررين لا بد على الصحيفة الحرص على اختيار محررين يحسنون التعامل مع مواقع التواصل كما يجب أن تكون أساليب الإخراج أكثر ملائمة للمواضيع والأخبار المقدمة حتى تساعد القارئ على التفاعل معها .

10- أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع شبكات التواصل مكنا الصحفيين من إرسال المواد الصحفية بملفات قابلة لتعديل ساعدت المحرر على إجراء تعديلات على المواد الصحفية مما جعل المحتوى الصحفي على مواقع التواصل أكثر مرونة وسهولة سهل على الصحفيين والقراء التأقلم مع هذه الوسائل الجديدة كما سمح للقراء بتداول الأخبار والمساهمة في نشرها عن طريق النسخ واللصق على مواقعهم الخاصة .

11- مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في بناء الصحيفة من حيث توظيف الصحيفة لمنتجات صحفية بأشكال متنوعة تستجيب لطموحات الجمهور كما تعمل على تطوير ورفع من كفاءة الصحفيين والتقنيين... الخ القادرين على التعامل مع مختلف الأساليب الكتابة الصحفية وتصميم الصفحات المفضلة لدى جمهور الصحيفة.

12- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفية على البناء التنظيمي لصحيفة من حيث حركة وسرعة تنقل المواد الصحفية داخل الأقسام الصحفية وخارج الأقسام الصحفية كما انه حافظة على مختلف القيم الصحفية الممارسة في الصحيفة التقليدية إضافة إلى إدخال بعض التعديلات على البناء التنظيمي لصحيفة.

13- الصحفيين يعتبرون أن نشر محتوى الصحيفة على موقع شبكات التواصل قربت المسافة بين القارئ والصحفي وذلك من خلال الأخذ بعين الاعتبار كل الملاحظات والانتقادات التي يبدىها القارئ وذلك بإعطاء الفرصة للقارئ لأبدأ رأيه حول مختلف القضايا مما يجلب القارئ أكثر تجاوب مع الصحيفة .

14- الصحفيين الذين شملتهم الدراسة أكدوا على أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح لصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي وكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيات الاتصال والإعلام

15- أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل يمكن الصحيفة من حصر ومعرفة عدد القراء والجمهور الذين يتابعون الصحيفة من خلال شبكات التواصل لتحديد طبيعة ووضعية الاشهارات والإعلانات في الصحيفة وهو ما يعطي لصحيفة فرصة الاستثمار في هذا المجال والذي يعتبر من ضمن اولويات أي صحيفة

# الآطار التطبيقي

- الفصل الأول: تمثل الصحفي الجزائري لصفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي

- الفصل الثاني: طبيعة نشر محتوى الصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي

- الفصل الثالث: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي

الأمير المنصور

الملاحق

