



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية

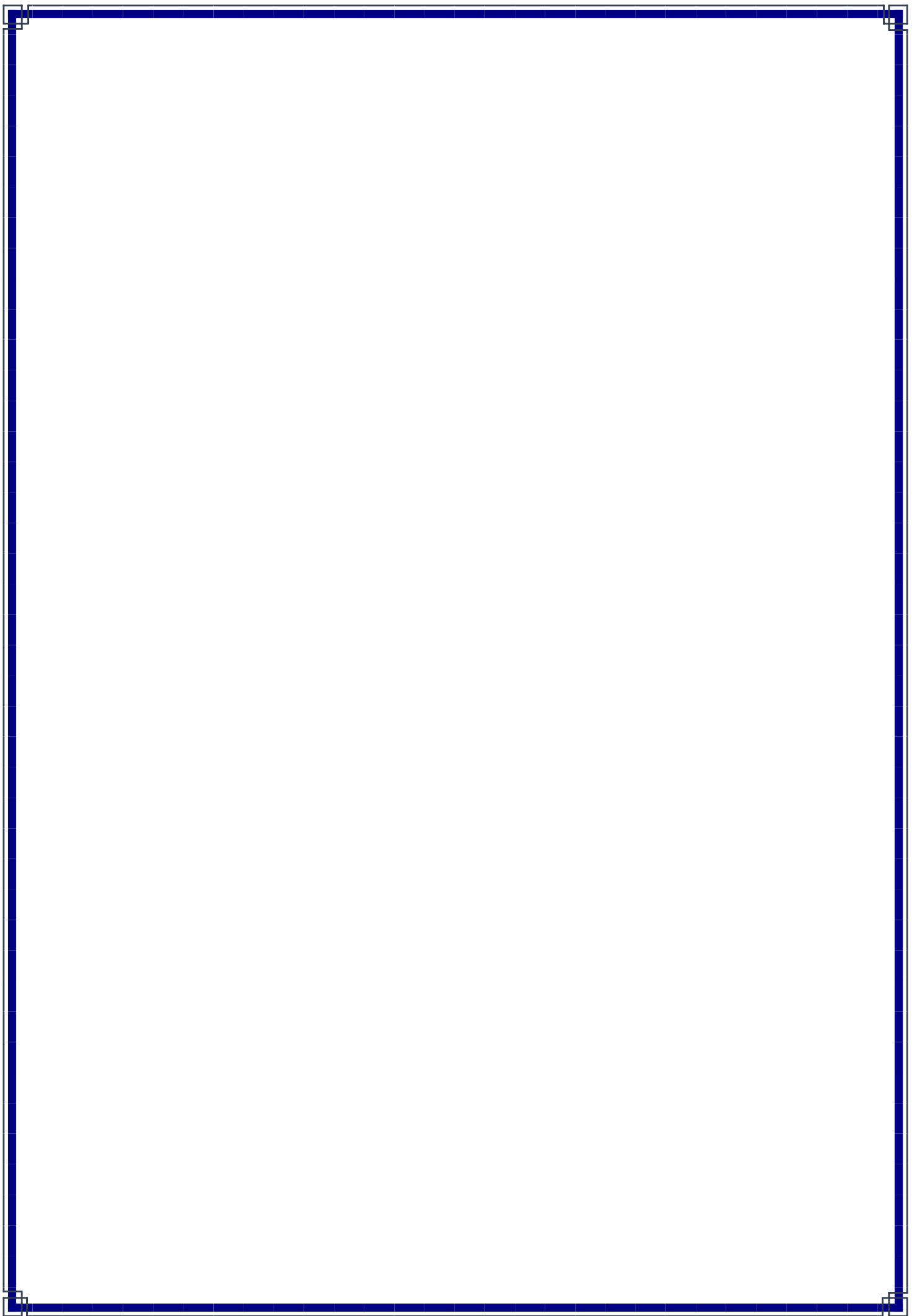
\*إشراف الدكتور :

-د.بوعزيز بوبكر

\*إعداد الطالبة :

- بن مهني نبيلة

-مخوخ يسمينة



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرافان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له"

وعملا بهذا الحديث واعترافا بالجميل نحمد الله عز وجل ونشكره فإليه ينسب الفضل كله على أن وفقنا

لإتمام هذا العمل المتواضع

وبعد الحمد لله نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذنا الفاضل الدكتور بوعزيز بوبكر الذي تفضل

بإشرافه على هذه المذكرة راجين من المولى تعالى أن يسدد خطاه ويحقق مناه فجزاه الله عنا كل خير

وكذلك الشكر موصول لأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف -مسيلة-

خاصة اساتذتنا الكرام الذين رافقونا في الموسمين ماستر صحافة مطبوعة والإلكترونية

نشكر كل الاشخاص -مترشحون أو أساتذة أو مواطنين - استقبلونا و قدموا لنا كل ما نحتاجه من

معلومات ولم ييخلوا علينا

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى كل دعمنا وساهم في إثراء هذا البحث من قريب أو من بعيد لكم منا

أسمى التقدير والاحترام

## الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وجعلنا بالعافية

نتقدم بإهداء عملنا المتواضع إلى من أوصانا الله بهما وقال وبالوادين إحسانا... الوالدين العزيزين حفظهما  
الله وأطال في عمرهم

وأخص بالذكر إلى نور القلب والعقل ومنبع الأمل والعمل والجد إلى من شجعنا وجعلنا نحمل شعلة العلم  
وسلاح الزمن إلى من أوقد في قلبنا الحنان وبعث من أجل راحتنا، إلى من أوصانا فيها رسول الله صلى الله  
عليه وسلم فقال أمك ثم أمك ثم أمك... إلى أمي وحبيبتي قلبي شفاها الله

إلى إخوتي وأخواتي كل واحد باسمه: توفيق محمد إكرام سعاد، وإلى أولاد أختي حفظهم الله

إلى زملائي دفعة ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية كل واحد باسمه كنتم مميزين ، و أخص بالذكر حبيبة و  
يسمينة

إلى زملائي في العمل ببلدية بليمور كل واحد باسمه

إلى كل من ساعدنا طيلة انجاز هذا البحث

إلى كل الذين أحببناهم في الله وأحبونا ونحتفظ بذكراهم في قلوبنا

إلى كل من ترك أثرا طيبا في حياتنا، إلى كل من في قلوبنا ونسيهم قلمنا

إلى كل من يقدر العلم ويسعى في طلبه

بن مهني نبيلة

## اهداء

الى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد منحت من أجلى ولم تبخل جهدا في سبيل اسعادي على الدوام

"امي الحبيبة"

الى روح ابي الزكية الطاهرة رحمه الله واسكنه فسيح جناته

الى اخوتي واخواتي « الطاهر، عبد الوهاب، عبد النور، عبد الحكيم، زينب، دليلة، سهام، ريمة»

الى كل من رافقني طيلة هذا العمل صديقتي "سامية، نبيلة، حبيبة"

مخوخ يسمينة

# خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

1 فكرة الموضوع

2 أسباب اختيار الموضوع

2-1 أسباب ذاتية

2-2 أسباب موضوعية

3 النوع الصحفي المختار (الريورتاج)

-تعريف الريورتاج

-الفرق بين الريورتاج والأنواع الصحفية الأخرى

-خصائص الريورتاج

-مميزات كاتب الريورتاج

-أنواع الريورتاج

-بنية الريورتاج

الإطار التطبيقي

أسئلة الريورتاج

الخاتمة

قائمة المصادر والمراجع

# مقدمة

## مقدمة:

كان للطفرة النوعية وغير المسبوقة التي شهدتها العالم في مجال تقنيات الاتصال والمعلومات تأثيرا كبيرا على أنماط الحياة الإنسانية بأسرها واحداث تغييرات هائلة فيها بوتيرة متسارعة انعكست على الواقع لدى كافة الدول والمجتمعات المتقدمة و النامية على حد سواء، فإذا كانت شبكة الانترنت تمثل أبرز ملامح هذا التغيير والتطور، فإن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي: (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام واتساب ...) وغيرها، يمثل ذروة هذه الطفرة في الوقت الراهن.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من أكثر وسائل الاتصال الحديثة اتساعا وتأثيرا على الواقع من كافة نواحيه، نظرا للنمو المطرد في أعداد مستخدميها من الأفراد، الأمر الذي أكسبها ميزات إعلامية بالغة الأهمية بالنسبة لكل الاتجاهات والقوى الفاعلة، لاسيما وقد ساهمت هذه الشبكات في فتح آفاق واسعة للإعلام وعلى نحو غير مسبوق، ناهيك عن الدور الذي أصبحت تمارسه في مجال صناعة الرأي العام والتأثير عليه بلا قيود رقابية مهنية أو تشريعية.

أثار هذا التحول الذي آلت إليه شبكات التواصل الاجتماعي اهتمام القوى السياسية والأيدولوجية في كل المجتمعات والدول، فسارعت إلى الانطلاق منها في نشر خطاباتها وأطروحاتها بغية حشد الجماهير إليها، أو تعبئة الرأي العام ضد خصومها، وهذا بدوره ما فتح المجال على مصراعيه لمنظمي الحملات الانتخابية، إذ وجدوا فيها بغيتهم، وسهلت لهم الوصول إلى الناخبين، في السياق نفسه الذي تجرئ فيه كافة العمليات الدعائية والنشاطات الترويجية السياسية والانتخابية على أرض الواقع المادي.

منذ قرابة عقد مضى أصبح تنظيم الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة شائعة، حتى ذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الحملات السياسية والانتخابية اليوم هي تلك التي تجري عبر تلك الشبكات وأن عالم التواصل الاجتماعي أصبح مندجما بالفعل مع العالم الحقيقي، وبالتالي فإن نجاح المرشحين في أي انتخابات بات يتوقف على مدى نجاح حملاتهم الانتخابية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

# الإطار المنهجي

## فكرة الموضوع:

لقد ساهم الانفتاح الاعلامي الذي كرسه منافذ الإعلام الجديد وتنوع مصادر المعلومة والمرجعيات السياسية ، في إنتاج سيولة في الخطاب السياسي ، وأصبحت صناعة نجوم السياسة لها إمكانيات مادية وتسويقية تشبه إلى حد ما الصناعات الإعلامية التي لها قدرة على صناعة نجوم السينما والفن ، خاصة أمام عجز الخطاب السياسي التقليدي في وسائل الإعلام التقليدية عن الاستجابة لمتطلبات الواقع وإكراهاته ، حيث بدا عاجزا عن الرأي العام الذي فقد ثقته بمصادر الإعلام التقليدية وبرجال السياسة على سواء، ومن هذا المنطلق سعت الأحزاب السياسية إلى تطوير عملها من أجل كسب سمعة جيدة ومراجعة توقعها بشكل واضح ومميز وأيضا إلى تطوير قدراتها على الفعل والتأثير والاستقطاب والتسويق السياسي تقنيا ، فلقد أصبح فن التعامل مع التقنية هو ما يضيف الشرعية على قائد الحزب أو المرشح من خلال فتح باب الحوار مع المواطن وتطبيق سياسة القرب التي أتاحتها تكنولوجيا الويب 2.0 من خلال منافذ التفاعلية و إنتاج خطاب فاعل ومؤثر وواضح ، وهو ما يسمح بتكثيف العلاقات التفاعلية الحينية مع المواطنين وحل الإشكالات الظرفية والاستجابة السريعة لتطلعات المواطن .

كما أن نقص التكلفة، اختصار المسافات، تجاوز حدود الزمان والمكان والانفلات من رقابة جماعات الضغط ويؤر السيطرة كلها خصائص ساهمت وشجعت السياسي لنقل برامجه من مجال أو الفضاء التقليدي إلى فضاء افتراضي أكثر تحررا، خاصة وأن ما تعيشه المجتمعات العربية من هواجس إخفاء المعلومة عبر القنوات الرسمية جعل هذا الفضاء مجالا أكثر فعالية للسياسي والمواطن معا.

## أسباب الدراسة:

لم يكن اختيارنا لريبورتاج حول موضوع خاصية البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للحملات الانتخابية من باب الصدفة وإنما هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار الموضوع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي

## الأسباب الذاتية:

1. حب ممارسة العمل الصحفي والرغبة في اكتساب خبرة مهنية وكذا التمكّن والتمرس في فنيات التحرير فميولنا الشخصي لهذا المجال الإعلامي الحيوي أملا علينا الخوض في غمار هذا الموضوع
- 2- الفضول العلمي لمعرفة الدور الذي لعبته خاصية البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للحملات الانتخابية
- 3- شعورنا بأهمية الموضوع خاصة مع التحولات الحاصلة بسبب الوباء التي عرفها العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة.

## الأسباب الموضوعية:

تتمثل الأسباب الموضوعية للريبورتاج فيما يلي:

- تسليط الضوء على تجربة استخدام خاصية البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للحملات الانتخابية مواكبة للتطور التكنولوجي
- إبراز الدور الذي تؤديه خاصية البث المباشر في الحملات الانتخابية
- إظهار قدرة التطور البرمجي والتقني داخل مواقع التواصل الاجتماعي على أحداث التغيير في النشاط السياسي
- محاولة تقديم رؤية وتوضيح حول الموضوع الذي يمثل اهتمام العديد من الباحثين الأكاديميين في مختلف الميادين.

## النوع الصحفي المختار (الريپورتاج)

## تعريف الريپورتاج

-لغة:

تترجم كلمة reportage الفرنسية أو الانجليزية إلى العربية " بالبيان الصحفي "أو" نقل الأحاسيس " أو " التصوير الحي ( لعقاب ، 2010 ، 84 ).

إن أصل كلمة reportage انجليزية مشقة من الفعل report والتي اشتق منها اسم Reporter أي المخبر الصحفي، وتعني نقل الشيء من مكان إلى آخر أو بالأحرى إرجاع الشيء إلى مكانه أو أصله. كان الانجليز من الأوائل الذين أقحموا هذه الكلمة في العمل الصحفي، وقصدوا بها وصف دورة من دورات البرلمان أو وصف الفيضانات والحرائق والحروب (العباضي ، 1999 ، 46 ).

وهناك من يربط الريپورتاج في اللغة العربية بالاستطلاع فيصبح في اللغة القول: استطلع يستطلع، استطلاعاً.

استطلع رأيه: نظر ما هو.

واستطلع الشيء: طلب معرفته.

وفي اللغة العربية قدم على أساس أنه بيان وصفي أو النقل الصحفي، لكن التوجه الذي هيمن ورسخ في الممارسة أكثر هو الريپورتاج أي الاحتفاظ بنفس التسمية الأجنبية بيد أن هناك من ينفر من هذه التسمية لكونها دخيلة على اللغة العربية واستبدالها بمصطلح التحقيق ويطرح هذا المصطلح الكثير من اللبس والغموض بين نوعين صحفيين مختلفين وهما:

الريپورتاج le reportage والتحقيق الصحفي l'enquête journalistique ويقابل اسم reporter بالعربية محقق صحفي ويدل هذا التعبير على الشخص الذي يقوم بالريپورتاج أي الصحفي الذي ينتقل إلى عين المكان للحصول على الأخبار ونقلها إلى مقر الجريدة أو الإذاعة والتلفزيون (ساعد، 2009، 181 ) والمصور الصحفي reporter photographe presse فهو الذي يعمل بإحدى الصحف ويكلف بالانتقال إلى موقع الخبر أو الحدث لالتقاط صور يكتب بجانب كل واحدة منها شرحاً موضحاً أو تعليقاً موجزاً ويسمى

بالروبورتاج الفوتوغرافي reportage photo الذي يمكن انجازه لجمع المادة الإعلامية من خلال الصور الفوتوغرافية المعبرة (العياضي ، 1999 ، 46).

#### اصطلاحا:

تعددت تعريفات الروبورتاج نذكر منها:

- معنى الروبورتاج، بعيدا عن اشتقاق الكلمة لغويا هو البحث النشط والمباشر في تناول الأنباء، يتم ذلك بطرق مختلفة إذا كان الحدث مرتقبا أو مفاجئا.

- إن الروبورتاج الصحفي هو في حد ذاته سلسلة من الأشياء الذاتية، له بعض الركائز التي يعتمد عليها، يمكن أن تتم كتابته أو صياغته بعدة طرق لأن بعض الأشياء تتطلب رؤية خاصة بالصحافي نفسه حسب ثقافته الشخصية، تكوينه المهني، خبرته، توجهاته السياسية وقناعاته الذاتية.

- الروبورتاج هو نوع صحفي مهمته الأساسية تصوير الحياة الإنسانية، وإلقاء الضوء على العلاقات الإنسانية مع ربط ذلك كله بشكل غير مباشر وبأسلوب يتمتع بقدر من الجمالية والاعتماد على الصور بمجمل الشروط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تشكل الأرضية لهذه الحياة الإنسانية التي يصورها الروبورتاج وهو نوع صحفي يتمتع بقدر كبير من جمالية الأسلوب ومقدرته على التأثير.

- هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشأها، وتكوينها، وتطوراتها بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صورة الحاضر، وتختلف قوة التأثير، الذي يعبر عن نفسه بأقصى قدر من القوة والوضوح، لا تستطيع أن تحققه أي وسيلة إعلام جماهيرية أخرى وبأي معدل مقياس في مجال العواطف.

وهو الذي نسميه قوة تأثير الحضور أو المشاركة، والتي يجب أن ينظر إليها كإحدى السمات الأساسية للروبورتاج كنوع صحفي. (العياضي، 1999، 48)

- عرفه الأستاذ ساعد ساعد هو استطلاع يسلط الضوء على ظاهرة أو منطقة أو واقعة ما أسلوبه قريب جدا من الصياغة الأدبية يمتاز بجمالية اللغة ويركز على الوصف الزماني والمكاني والفاعلين فيه وتتدفق شخصية كاتبة بشكل واضح من خلال أحاسيسه ورؤيته لما لاحظ وشاهد وسمع (ساعد ، 2009 ، 186).

- وعرفه الدكتور محمد لعقاب على انه: فن من فنون الكتابة الصحفية يقوم بتصوير الواقع ونقله إلى الجمهور ويجب على الصحفي الذي يكتب الروبورتاج أن يتمتع بمقدرة على الوصف والسردي فلا يقول مثلا في المدينة الفلانية أشجار نخيل عالية إنما يقتضي هذا النوع أن تقول مثلا وأشجار النخيل تتسابق في الوصول إلى السماء ( لعقاب، 2010، 84).

- وعرفه الدكتور محمد الدروري هو شكل من أشكال التعبير الصحفي الذي يخبر عن حقائق ويعالج الظواهر والأحداث وحالات حقيقية بأسلوب أدبي بهدف الكشف عن تناقضاتها وتقييمها وإصدار الأحكام بشأنها ( الدروري، 1996، 174).

- تعريف الروبورتاج في قاموس لاروس: "الروبورتاج الصحفي هو مادة صحفية article في الجريدة تكتب بناء على تحقيق قام به مخبر صحفي" (ساعد، 2009، 186).

- ترى كل من (ستانلي يونس) و (جوليا هاريس) أن الروبورتاج هو مقال يكتب بطريقة أدبية ويؤكد بالدرجة الأولى على الناحية الإخبارية منه ويضيفان (أن على المخبر أن يكون قادرا على الإجابة على الاسئلة الستة: من يمس هذا الحدث؟ أين وقع الحدث؟ كيف وقع؟ لماذا وقع؟ ماذا وقع؟) (التجار، 28)

بالرغم من تعدد التعريفات إلا أنها لا تختلف كثيرا ويمكن تلخيصها في أن الروبورتاج هو النوع الصحفي الذي يعتبر الأكثر نبلا، لا يكتفي فيه الصحفي بتقديم تقرير عن الواقعة لكن يترك شخصيته وحساسيته تدخلان في اختيار الأحداث والسردي والمعالجة.

إن ما يفرق هذه التعاريف أكثر مما يجمعها، فهي تختلف في تحديد طبيعة هذا النوع الصحفي هل هي إخبارية؟ هل هي تعبيرية؟ أو أنها تعبيرية وإخبارية في آن واحد؟

### تعريف الروبورتاج المكتوب:

يختلف الروبورتاج المكتوب عن الكتابة الأدبية كالقصة والشعر والرواية، فهو نوع صحفي خالص يأخذ من خصائص الأدب في الأسلوب واللغة أي يعتني بجمالية النص دون أن يؤثر ذلك على وظيفته التي هي نقل الواقع بطريقة وصفية، وهو يعتمد أسلوبا يمزج بين الأسلوب الأدبي والصحفي، ويقول في هذا الصدد د. ن

صر الدين العياضي: "إن الأسلوب في الريبورتاج مهم بنفس أهمية المضمون، فهو يجعل القارئ يعيش الأحداث حية كما رآها وسمعها كاتبه ويقدم آراء وأفكار وانطباعات ومواقع وشهود الحدث والمشاركين فيه حيث يكون وسيطا بين الحدث والمتلقي."

### الفرق بين الريبورتاج والأنواع الصحفية الأخرى

يتزايد استعمال الريبورتاج في الصحافة المعاصرة من يوم لآخر ويتطور باستمرار، لأنه من الأنواع الصحفية القادرة على إضفاء التمايز والانفراد في مضمون الوسيلة الإعلامية، غير أن بعض الصحفيين يستخدم إسم التحقيق الصحفي أو التقرير للدلالة على الريبورتاج أو العكس فمن خلال ما يلي سنوضح الفرق بين الريبورتاج والتحقيق والتقرير

#### -الريبورتاج والتحقيق:

يعد التحقيق نوع صحافيا أكثر ثقلا من الريبورتاج نظرا للمعلومات التي يقدمها للجمهور والتحليل والاستنتاجات التي يعرضها عليه كما أن التحقيق يتناول شريحة واسعة من الواقع إذ يدور في الغالب على محور أساسي (مشكل، قضية، ظاهرة) يحاول تفسيره إلى حد أن البعض يعتبره بمثابة الدراسة العلمية التي تنطلق من فرضية. أما الريبورتاج الصحفي لا يهدف إلى دراسة ظاهرة أو واقعة ولا يسعى إلى تحليلها بل يكتفي بتسليط الضوء على الشخصيات التي تكون وراء الأحداث أو تكون ضحية لها، أي انه يكشف على العلاقات الإنسانية ومدى ارتباطها بالحدث. (لعياضي، 2007، 135)

#### -الريبورتاج والتقرير :

يتفق الريبورتاج والتقرير في ضرورة نزول الصحفي إلى الميدان ولا يجوز الاعتماد على الوثائق الجامدة إلا بالقدر القليل ويتفقان أيضا في أن كلا منهما يقدم على نقل الواقع إلى الجمهور أما الاختلاف فيتمثل في عدة جوانب وأهمها:

- يهدف التقرير إلى نقل الحدث نقلا كرونولوجيا لما جرى مع إضافة التفاصيل، أما الريبورتاج فلا ينقل الحدث بل يصفه ويصف سلوكيات الناس في إطار هذا الحدث.

- يختلف الريبورتاج عن التقرير في شكل المعالجة وتقديم الواقع إلى الجمهور حيث أن الريبورتاج أقدر على الوصف والتقرير أقدر على السرد ونقل التفاصيل (لعقاب، 2010، 188).

### خصائص الريبورتاج :

يتميز الريبورتاج بعدة سمات وخصائص أبرزها:

- يعتمد الوصف والسرد الذي يجعل المتلقي يرى ويسمع ويحس ويتذوق وحتى يلمس الحدث أو يقبض على الموضوع.

- يتضمن جانبا ذاتيا بكل تأكيد وبعدا نقديا للأشياء والافعال، كما يتطلب قدرا كبيرا من الصراحة في نقل الاخبار وعناصرها. (باهي، 2006، 141)

- يصور فن الريبورتاج الواقع كما هو في كل المؤسسات الاعلامية سمعية، بصرية، مكتوبة، الكترونية فهو أقرب للواقعية، بذلك يعتمد كثيرا في المعالجة الاعلامية لبعض المشكلات لأنه يسمح بالتمايز بين المؤسسات الاعلامية في الموضوع الواحد، ويترك هامشا ومنتسعا لإبداء التوجيهات بطريقة غير مباشرة. (ساعد، 2009، 187)

- لا يكتفي الريبورتاج بتجميع المعلومات من الاشخاص، لكنه يوظف أيضا حاسة الملاحظة التي لا يملكها كل صحفي، فيسجل ما يراه ويسمعه. (رزاق، 2008، 102)

- الريبورتاج يترك الصحفي يقوم بدور المشاهد المفضل الذي يعبر حواسه للجمهور فينقل الأحداث كما رآها وكما سمعها ويجعل الجمهور يعيش ما عاشه الصحفي.

- يعد هذا النوع الصحفي شكلا من أشكال توصيل الجمهور إلى ما هو أصيل في الواقع خاصة في ظل التطورات التي تطرأ على الحياة فتزيدها تعقيدا وتنوعا .

- يركز الريبورتاج على الجانب الإنساني في الوضع أكثر من اهتمامه بالحدث في حد ذاته بمعنى أن الصحفي يعطي الكلمة لشهود العيان ولضحايا حدث ما أو مسببه، ليبرز العواطف التي يثيرها الحدث أكثر من السياق الذي جرى فيه. (العياضي، 2007، 140)

- لغة الريبورتاج هي لغة الحياة اليومية تستخدم فيها جمل قصيرة وكلمات ملموسة كما يتضمن مجموعة من استشهادات الأشخاص المعنيين بالحدث للتعبير عن حالتهم الفكرية والروحية.

- يجسد الريبورتاج التطلع ومعرفة الأشياء والأشخاص والشعور بالمشاركة في الصيرورة الاجتماعية فمن هذا المنطلق يعد هذا النوع الصحفي شكلا من أشكال توصيل الجمهور إلى ما هو أصيل في الواقع خاصة في ظل التطورات التي تطرأ على الحياة وتزايدها تعقيدا وتنوعا.

- يقوم الريبورتاج بالتغلغل في أعماق الحياة الداخلية للأشخاص الذين يصفهم، فيكشف عن العوامل التي تملئ عليهم بعض الأفعال والسلوكيات بما فيها تلك المنتشرة والمخفية فالصحافي لا يصف في ريبورتاجه بساطة كل ما رآه وما عاشه، انه يعبر بتركيز عن العناصر الموصوفة باستخدام الصور الأدبية والجمالية التي تحول الشخصي إلى النموذجي. (العياضي، 1999، 52 )

- تتجسد نقاط التماس التي تربط الصحافة بالأدب في مجموعة قليلة من الأنواع الصحفية لعل أهمها الريبورتاج الصحفي، ففي كتابة القصة أو الرواية ينفصل الكاتب عن الواقع ويتخل الأشخاص والمواقع والأوضاع، يطلق العنان لخياله لوضع حبكة أو عقدة أو ملحمة تتداخل فيها الشخصيات المتخيلة، لكنه في الريبورتاج الصحفي يتقيد بواقعية الأحداث ويلتزم بالوفاء المطلق للحقائق التي تملك قوة وثائقية يقدم الريبورتاج الأشخاص الكائنين فعلا والموجودين في الواقع.

- يسعى الريبورتاج دائما إلى إقصاء التعميمات الجاهزة التي نسحبها على كل الأوضاع فهو لا يدخل إلى الحياة الاجتماعية من باب ما هو عام ويقوم بشكل أو آخر، بالتبرير والامثال بل يتجه إلى ما هو خاص. ومضمون دون الاضطرار إلى تبني الرؤية الأثرية للصحافة واختبار ما هو شاذ وغريب .

- يقوم الريبورتاج الصحفي على وصف الحياة الإنسانية وتدخلاتها وتفاعلاتها في المحيط المعين.

- لا يعتمد الريبورتاج الصحفي على التحليل والتنظير والاستنتاجات ولا على التعليق وإبداء الرأي الواضح والمكشوف إزاء الأحداث و الوقائع بل يتركز بدرجة أساسية على الوصف، يبدو الوصف واضحا لا يستحق عناء الوقوف عنده لكنه في حقيقة الأمر يثير قضايا شائكة تعجز النظرية اليقينية والمطلقة للأشياء إخفاءها (لعياضي، 1999، 48 )

- الريبورتاج يعبر عن ذاتية الصحفي ورؤيته للأشياء وأحاسيسه وميوله ويعكس ثقافته كذلك.

## مميزات كاتب الريبورتاج:

مادام الريبورتاج يختلف عن التقرير والتحقيق والصورة القلمية وأنواع مقالات الرأي والتحليل، فإنه يفترض في كاتبه أن يكون ملما بالأنواع الصحفية كلها إلى جانب امتلاكه ناصية اللغة، ومادام الريبورتاج قصة صحفية تتحمل السرد والحوار والتعليق، فإن كاتب الريبورتاج الجيد هو الذي يمتلك أسلوباً قصصياً، لغة سلمية وخيالاً خصباً، إضافة إلى ثروة من المعلومات، والمحرر الناجح هو الذي يرى ما لا يمكن للآخرين الانتباه إليه أو يجب عليه الانتباه إلى ما لا يراه الآخرون .

وهناك إجماع على أن كاتب الريبورتاج هو عين وأذن وأنف المتلقي بحيث يعيش هذا الأخير ما عاشه الصحفي ويتابع الريبورتاج بكل مشاعره فيضحك معها، ويغضب معها، ويرى البعض أن كاتب الريبورتاج الناجح يحتاج إلى خبرة واسعة و مشاهدات متعددة (رزاق، 2008 ، 104 ) .

## أنواع الريبورتاج:

هناك عدة تصنيفات لريبورتاج، إلا أنها تشترك في قاسم واحد بينهما وهو ان الريبورتاج نوع اخباري يقوم على النقل والوصف، ومن الانواع المقدمة تلك التي ذكرها الأستاذ (نوار باهي) في كتابه أكاديمية الصحفي المحترف وهي :

### -الريبورتاج الإخباري:

هذا النوع ينطلق من الأخبار التي يغطيها الصحفي نفسه أو من الأخبار التي تنشرها الصحف الاخبارية أو التي تبثها الوسائل الاعلامية اذاعة وتلفزيون، وهذا النوع يجيب على السؤال كيف وقع الحدث؟

### -روبورتاج التحقيق:

ينطلق هذا النوع الصحفي من فكرة أو قضية تمم الرأي العام وتتعلق بحياته اليومية، والهدف من ذلك تسليط الضوء على الجوانب والمسائل المتعلقة بهذه القضية أو الفكرة، و الأهم من ذلك تقديم خدمة اعلامية للرأي العام من خلال هذا الريبورتاج كأن يحقق في قضية الركوند التنموي ببلدية معينة مثلاً. (باهي، 2006 ، 99 )

وهناك عدة تصنيفات أخرى للروبورتاج أهمها:

## التصنيف الأول: ريبورتاج الحدث وريبورتاج الموضوع

### ريبورتاج الحدث:

هو تغطية صحفية حديثة مرتبطة بالحدث وتكون آنية ومباشرة خاصة في الإذاعة والتلفزيون. هذا النوع أقرب إلى التقرير الصحفي لولا جمالية اللغة والأسلوب والوصف الطاعني على لغة الصحفي .

### ريبورتاج الموضوع:

و هو الذي يدور حول القضايا والأحداث غير الآنية، ولا يلتزم بتقديم أخبار ومعطيات مرتبطة بالحدث بعينه، بل ينطلق منها لرصد نبضات المجتمع و تقديم السلوك الإنساني (العياضي ، ، 144) .

هنا تختار المؤسسة الإعلامية موضوعا ما ينجزه الصحفي ويتم بثه في وقت معين كريبورتاج حول مدينة تيمقاد.

### التصنيف الثاني: مباشر وغير مباشر

#### الريبورتاج المباشر:

هو ذلك الريبورتاج الذي يقوم فيه الصحفي من الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون بالنزول إلى الميدان ويجري ريبورتاجه وتقوم المؤسسة الإعلامية التابع لها بنشره أو بثه ليصبح هذا الإنتاج خاص بهذه المؤسسة .

#### الريبورتاج غير المباشر:

هو ذلك الريبورتاج الذي تنتجه وسيلة إعلامية ما كوكالة الأنباء مثلا، ثم تقوم وسيلة إعلامية أخرى سواء كانت جريدة، إذاعة أو تلفزيون بشراؤه لتنشره أو تبثه، أي أن الريبورتاج هنا ليس من إنتاج تلك الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون، إنما هو من إنتاج غيرها . (لعقاب، 2010، 87 )

### التصنيف الثالث: حسب طبيعة الموضوع

نجد في هذا التصنيف عدة أنواع للريبورتاجات تبعا لطبيعة الموضوع منها:

#### ريبورتاج سياسي:

قضاياه سياسية والأحداث والوقائع فيه لها علاقة بالسياسة كقضايا الأمن والإرهاب.

### ريپورتاج اجتماعي:

ويرتبط مضمونه بالمواضيع الاجتماعية كالمراة، الطفولة، المخدرات، البطالة والتشرد.

### -ريپورتاج ثقافي:

يدور حول المواضيع الثقافية كالمطالعة والتردد على المكتبات، الملتقيات الفكرية، استطلاع جمهور المثقفين حول القضايا الثقافية ... وغيرها

### ريپورتاج سياحي:

وهو من الريپورتاجات التي تركز على المناطق والأمكنة والمنتجات السياحية ... وغيرها.

### ريپورتاج قضائي :

وهو نوع يرتبط عادة بالمحاكم والقضايا المختلفة خاصة المواضيع الاجتماعية، ويتعين على الصحفي الذي يقوم بالريپورتاج أن يكون له ثقافة قانونية.

### ريپورتاج رياضي:

هو ريپورتاج متعلق بالمواضيع الرياضية كاستطلاع المنشآت الرياضية وجمهور الرياضيين والمشجعين وكل ما تعلق بالرياضة.

### ريپورتاج حربي:

وهو من الأنواع الهامة فهو يدور في المناطق الساخنة كالحروب، والتوترات، والنزاعات المسلحة ... وغيرها ويشترط في هذا النوع من الريپورتاجات أن يكون للصحفي تدريب خاص من الناحية البدنية، وفي كيفية الوقاية، وكيفية التعامل مع المسلحين، وغيرها من الأمور الضرورية في حالة الحرب. ( لعقاب،2010،88 )

## بنية الريبورتاج:

الريبورتاج من الأنواع الصحفية التي تعتمد على التحضير المسبق مثله مثل التحقيق والمقال الصحفي، وهذا سواء في الصحافة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية. وإنطلاقاً من خصوصية الريبورتاج والمميزات التي يتصف لها فإننا نرى أن الريبورتاج الأني يقوم على الهرم المقلوب باعتبار أن آنية الحدث تفرض استعمال هذا النوع الفني. في حين يستعمل الهرم المعتدل في الريبورتاج الموضوعاتي حيث يتم فيه الاعتماد على عنصر التشويق.

يتكون الريبورتاج كغيره من الأنواع الصحفية من عنوان، مقدمة، جسم، وخاتمة. وكتابته تتعلق بالإبداع الصحفي لأن الريبورتاج إبداعي أولاً وقبل كل شيء.

## - العنوان

يلعب العنوان دوراً أساسياً في متابعة الجمهور له وذلك فإن اختياره حساس جداً، فهو الواجهة أو نقطة الاستئناف للقارئ أو المستمع أو المشاهد.

يتشكل عنوان الريبورتاج من عنوانين: إشارة ورئيسي، يجب أن تكون العناوين في الريبورتاج وصفية، تعبر بصدق وشفافية عن مضمون الريبورتاج. مثال تقرت لؤلؤة الجنوب المنسية، وقد يكون عنوان الإشارة أحياناً متضمناً في العنوان الرئيسي، مثل: هكذا تحي بومرداس وهكذا تموت. (لعقاب، 2010، 92)

## - المقدمة:

يجب أن تكون مقدمة الريبورتاج مقدمة جارية تسمح للمتابع بالدخول في الموضوع دون الشعور بذلك ومادام الريبورتاج يبني كقصة بأسلوب يمزج ما بين الصحافة والأدب، فإن المقدمة هي المدخل التمهيدي للحديث عن الموضوع أو تحديد عناصر المكان، وتختلف مقدمة الريبورتاج المكتوب عن المسموع وعن المصور، فالكلمات هي السيدة في الصحافة المكتوبة والميكروفون هو السيد في الإذاعة، والكاميرا هي السيدة في التلفزيون ولعل هذا ما دفع البعض إلى القول بأن الكتابة للصحافة ليست الكتابة للإذاعة أو التلفزيون.

يرى البعض أن هناك ثلاث مقدمات صالحة للريبورتاج: (رزاق، 2008، 109)

### المقدمة التمهيديّة:

يقوم الصحفي بالتمهيد لموضوع الريبورتاج بأي طريقة يراها مناسبة.

### مقدمة تحديد المكان:

يحدد من خلالها الصحفي موضوع الريبورتاج، مثل موقع المدينة.

### مقدمة تحديد الموضوع:

يحدد فيها الصحفي موضوع الريبورتاج مثل الانتحار، التشرد، وغيرها من المواضيع.

### - الجسم:

نظراً لأن الريبورتاج يأخذ بعض السمات من الأدب فإنه يسعى إلى تصوير واقع الحدث أو الموضوع كما هو، مركزاً على جوانب الزمان والمكان والفاعلين فيها، وبأسلوب تعبيرى بليغ وحيوي وفعال يشعرك بالمشاركة من خلال المشاهدة، حتى وإن كان النص في الصحف ومواقع الانترنت فتركيز الريبورتاج على لغة التمشهد تجعل المتبع يشعر وكأنه يعيش اللحظة لحظة القيام بالريبورتاج. (ساعد، 2009، 189)

ومادام المحرر هو الذي يشيد بنيان الريبورتاج بنفسه، والريبورتاج لا يتوقف عند الكشف عن الحالات وعن أساليبها وظروفها وأبعادها وانعكاسها، فعليه أن يقدم أحكامه وتقييماته بشأن موضوعه.

وإذا كانت الصورة في الريبورتاج المصور هي التي تحسد جسم الريبورتاج فإن الأطراف المشاركة في صياغة الحدث أو المتأثرة به هي التي تصنع بأصواتها جسم الحدث في الريبورتاج الإذاعي، أما في الريبورتاج المكتوب فإن قلم المحرر وأسلوب كتابته هو الذي ينقل للقارئ الحدث بأبعاده المختلفة وتأثيراته على الآخرين. (رزاق، 2008، 111).

### الخاتمة:

لا تخرج خاتمة الريبورتاج عن السياق الزماني و المكاني للموضوع، خاصة في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية حيث يكون الإمضاء النهائي أو الوقفة الأخيرة هي الخاتمة، في حين تأتي خاتمة الريبورتاج المكتوب والالكتروني مبلغة لرسائل معينة و بأسلوب رقيق كالدعوة إلى زيارة منطقة تاريخية أو طبيعية معينة (ساعد، 2009، 189)

# الإطار التطبيقي

## أسئلة الروبورتاج

هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي لاعبا أساسيا في الانتخابات؟

ماهي فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي على صعيد التأثير في الرأي العام الانتخابي الجزائري؟ وكيف يتم ذلك؟

هل مواقع التواصل الاجتماعي بتوفيرها الفرص للمرشحين ذوي الامكانيات المحدودة يمكن أن تؤثر في نتائج

الانتخابات؟

تقنية البث المباشر تعتبر تجربة جديدة في الترويج للحملات الانتخابية، هل استخدمتم هذه التقنية؟ وكيف كانت

نتائجها؟

## شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الاعلام في الحملات الانتخابية

بعد أن كانت منصات التواصل الاجتماعي واحدة من مجموعة خيارات وأدوات يستعملها المترشحون في الانتخابات للوصول الى الجمهور والناخبين في دوائهم الانتخابية خلال دورات سابقة كأدوات مساندة لوسائل الدعاية التقليدية، تقدمت هذه المنصات في انتخابات الآونة الأخيرة لتصبح ضرورة حتمية وخيارا أولا لكل المترشحين والقوائم الانتخابية خصوصا مع ما فرضته أزمة الكورونا من واقع جديد، كما أصبحت فيه التكنولوجيا أولوية عند الناس في تواصلهم مع بعضهم البعض ولتسيير أمور حياتهم اليومية والعملية. فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم تعج بالكثير من الاعلانات والحملات الدعائية الانتخابية للقوائم والمترشحين، حيث يؤكد خبراء ومتخصصون زيادة كبيرة في الاعتماد على السوشال ميديا للتواصل مع الجمهور والدوائر الانتخابية وينسب وأعلى من الانتخابات السابقة



وتشهد السنوات الأخيرة توجهات جديدة مثل زيادة الاعتماد على المحتوى الفيديوي القصير الذي يؤثر في الناس أكثر من المنشورات العادية وعلى خدمات " البث المباشر " التي توفرها المنصات الاجتماعية وعرض البرامج الانتخابية من خلالها أو عقد المناظرات ، مع دخول منصات جديدة على خط الدعاية الانتخابية مثل التيك توك و السنابشات... وميزة القصص التي توفرها معظم شبكات التواصل رغم ان جمهور المنصات هو من فئات صغيرة العمر وترجع هذه التوجهات حسب الخبراء إلى سببين رئيسيين الأول تجاوز محدودية اللقاءات الوجيهة والضوابط

على عقد المهرجانات الانتخابية بسبب كورونا ، والآخى استهداف الجمهور الذى يرغب المترشح فى الوصول إليه عبر الإعلانات و أدوات التكنولوجيا الحديثة التى أصبحت توفرها شبكات التواصل الاجتماعى بأقل الكلفة.

أشار السيد عبد المجيد خيناش صحفى واستاذ بجامعة برج بوعرييج إلى أن الانتخابات تميزت بعاملين مهمين أساسين وهما: جائحة كورونا حيث تحفظ المواطنين على حضور التجمعات فى ظل انتشار الفيروس وارتفاع عدد المصابين والوفيات، كما أن العالم الافتراضى أصبح عاملا مهما فى إنجاح الحملات الانتخابية لأن الكثير من الشباب يلجؤون يوميا إلى منصات التواصل.

كما يرى خيناش أن هناك فرقا بين خطاب المرشح فى التجمعات عنها فى منصات التواصل، معتبرا أن خطاب المرشح عبر مواقع التواصل يكون بشكل مباشر إلى الجمهور بدون أى نقاش أو سجال. أما التجمعات الانتخابية فتطلب جهدا إضافيا لإقناع الكتلة الناخبة.

### مستخدمى الأنترنت

يدو من خلال الأرقام والاحصائيات حول مستخدمى الأنترنت فى الجزائر أن جائحة كورونا كانت " الضارة النافعة" بالنسبة لمرشحي الانتخابات، حيث أظهر آخر تقرير رقمى للجزائر عام 2021 أن عدد مستخدمى الأنترنت فى الجزائر بلغ 26,35 مليون شخص وهو ما يمثل 59,6% من العدد الإجمالى لسكان الجزائر المقدر بـ 44,23 مليون نسمة فيما يبلغ عدد الناخبين أكثر من 23 مليون ناخب.

بينما وصل عدد مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى إلى 25 مليون مستخدم بينهم 23 مليون مشترك فى موقع فيسبوك وهو ما يمثل 97,9% إجمالى مستخدمى منصات التواصل بالجزائر.

بينما وصل عدد مشتركى موقع تويتر 625 ألف مستخدم و 6,80 مليون مستخدم لتطبيق انستغرام، و2,5 مليون مستخدم فى منصة لينكد إن و 5 ملايين مستخدم على سناب شات.

### بأمر كورونا... حملات افتراضية لانتخابات الجزائر

ملاح مختلفة رسمها فيروس كورونا لحملات الانتخابات بالجزائر مجبرا المرشحين على هجرة الساحات واللجوء إلى العالم الافتراضى. واقع جديد أبرزته الحملات الانتخابية سواء البرلمانية أو المحلية للاقتراع المؤخر حيث انتعشت سوق الحملات الافتراضية للمرشحين بشكل غير مسبوق، ووجد المنافسون فى مواقع التواصل الاجتماعى فرصة

كبيرة للترويج لبرامجهم ووعودهم الانتخابية وسيرهم الذاتية، والاستفادة من ملايين المستخدمين لهذه المنصات الرقمية.

المميز في انتخابات 2021 بالجزائر سواء التشريعية أو المحلية هو زيادة الاعتمادية على شبكات التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية خاصة بعد ظهور الأزمة الوبائية التي فرضت واقعا متأزما جعلت اللقاءات الوجيهة والتجمعات تقل، والتوجه إلى عالم السوشيال ميديا من طرف الأحزاب السياسية والمرشحين يزداد، خصوصا مع ما تتميز به هذه الأخيرة من انخفاض في التكلفة مقارنة بالوسائل التقليدية، وكذا اتسامها بالسرعة وعدم التقيد لمكان وزمان فضلا عن إمكانية الاستهداف لشرائح أكبر في المجتمع.

يلفت المرشح براهيم محمد الأمين وهو المكلف بالإعلام وأمين قسم بحزب جبهة التحرير الوطني بليمور أن سرعة انجاز الحملات وتنفيذها والقدرة على الوصول إلى شريحة أكبر -خاصة في ظل الظروف الوبائية التي قننت التنقل -عملت على انخفاض نسبة التعرض لإعلانات الطرق وبالتالي زيادة استخدام الأنترنت وزيادة التعرض لإعلانات المرشحين على منصات التواصل.

### بين الأمس واليوم ... من التقليدي إلى الافتراضي نقلة نوعية



على مساحة أرضية واسعة وبشكل من التقارب الاجتماعي كانت تقام الندوات والملتقيات لمرشحي الانتخابات لعرض برامجهم ورؤاهم للناخبين، لقاء كان يبدأ بسلام الأيدي الذي بات ممنوعا في زمن فايروس كورونا، وسائل دعائية تقليدية إعتاد عليها الشارع الجزائري في كل فترة انتخابية جديدة بدأت تنتقل بشكل تام إلى المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل

الاجتماعي من أجل مواكبة النقلة الافتراضية الكبيرة التي فرضتها الظروف الحالية، وسائل يرى مختصون أنها أصبحت مجدية.

وفي هذا الجانب أفادنا السيد زاز عبد القادر مترشح واستاذ بالثانوي، الإعلام الإلكتروني إعلام يستطيع أن يواكب الحدث ويستطيع أن يوصل المعلومة وأن يوصل الشخص إلى الطريق الصحيح. فالنظرة للأشياء تتغير بتغير

الوقت ولأن الواقع الذي نعيش فيه يجد ذاته تغير فشيء طبيعي أن الوسائل المستخدمة وطرق التأثير سوف تتغير وتختلف حسب الظروف. وبحسبه فإن السوشيايل ميديا حاليا من أقوى الوسائل المؤثرة في حياة الأفراد إن لم تكن الأقوى

ووضع رضوان سوامية مسؤول خلية الاعلام لحزب التجمع الوطني الديمقراطي أن منصات التواصل أصبحت إعلاما بديلا عن الصحف وحتى القنوات التلفزيونية والاذاعية، لهذا وجب الوصول إلى الناخبين عن طريقها. وتابع أن الأساليب التي اعتمدها المرشحون لهذه الانتخابات تختلف عن أساليب الانتخابات السابقة، من حيث استعمال تقنيات حديثة، وأساليب حديثة للتواصل مع المواطنين

ورأى أن هذا الأمر إيجابي، ومواقع التواصل ستعوض مع الوقت الإعلام التقليدي، ومضى رضوان قائلا أن الإعلام الجديد عبر منصات التواصل ومختلف الوسائط تخاطب أشخاصا أغلبهم لا يشاركون في الانتخابات عكس الاعلام التقليدي الذي يخاطب من لديهم ثقافة سياسية.

وأردف قائلا إن الاشكال الأكبر هو اقناع المواطنين بالمشاركة في الانتخابات، رغم أهمية مواقع التواصل، غير أن الدور الأبرز يبقى للإعلام التقليدي. وأوضح أن الأساليب الجديدة تكمن في الدعاية عبر منصات التواصل وذلك من خلال فتح المترشحين صفحات وأسلوب الجرافيكس والصور الجيدة والفيديوهات الترويجية للحملة.

### مواقع التواصل خطة بديلة للقوائم الحرة

عملت التشكيلات السياسية والقوائم الحرة على التقيد بضوابط صحية صارمة خلال الحملات الانتخابية في



ظل جائحة كورونا واتجهت خطط المترشحين إلى اعتماد الطرق الأنسب للوصول إلى الناخب من بينها شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها كوسيلة جديدة وحديثة لنشر برامجها الانتخابية لدى شريحة واسعة من المجتمع.

وفي هذا الجانب أفاد السيد مسعودان مصطفى مترشح عن حزب حركة الإصلاح الوطني في تصريح لنا أنه مع انطلاق الحملة الانتخابية لتشريعات 12 جوان 2021 بحث

المرشحون عن منابر حديثة لإيصال صوتهم إلى الهيئة الناخبة فوجدوا في مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الفعالة والناجعة للوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع.

ويرى السيد مسعودان أن الأحزاب في العالم وفي الوطن العربي أصبحت تستعمل هذه الوسائل الحديثة لتمير الرسائل السياسية لمختلف أطياف الشعب خاصة في ظل وباء كورونا فهي وسيلة نجحت إلى حد ما خاصة للتقيد بالبروتوكول الصحي.

وكان اللجوء إلى النقل المباشر في الصفحات الالكترونية لنشر البرامج الانتخابية والتحاوور المرئي عبر المنصات الرقمية من بين السبل التي انتهجها الأحرار خلال الحملة الانتخابية مثلما أبرزه أحد المرشحين الأحرار لنا. وأكد المتحدث ذاته أن التركيز كان كبير على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل حديثة وجديدة لتنشيط الحملة الانتخابية ونشر البرامج الانتخابية باعتماد الملصقات والنقل المباشر لأحداث الحملة الانتخابية.

### مواقع التواصل الاجتماعي حتمية رقمية لتنشيط الحملات الانتخابية

عكف عدد من المرشحين محليات 27 نوفمبر 2021 على تنشيط حملاتهم الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كونها أضحت حتمية رقمية ومكملة لنشاطهم في الميدان وذلك لاستقطاب الهيئة الناخبة ومن مختلف فئات المجتمع من خلال الاستغلال الأمثل لوسائل الاتصال المتاحة حيث بادر المرشحون لفتح صفحات خاصة بحملتهم الانتخابية كما خصصوا مسيرين لها لنشر محتوى ترويجي والتفاعل مع المستخدمين ومحاولة اقناعهم ببرامجهم الانتخابية .

عبر في هذا السياق خ-م مترشح عن حزب جبهة التحرير الوطني للانتخابات المحلية لبلدية بليمور برج بوعريريج أن إقبال المرشحين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو حتمية رقمية فرضها التطور التكنولوجي والاستخدام الواسع لهذه الشبكات من طرف كل الفئات.

وأبرز أن هذه الوسائط التي أصبحت تحظى -حسبه- بمتابعة واهتمام كبير من طرف المواطن مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية أتاحت له كمرشح عديد الخيارات فيما يخص استهداف واستقطاب فئات عمرية ومناطق مختلفة وفقا لاختياره فضلا عن أنها تندرج ضمن التحضير للتوجه نحو التصويت الالكتروني مستقبلا.

من جانبها استخدمت المترشحة لانتخابات المجلس الشعبي الولائي عن حركة الإصلاح د-س شبكات التواصل الاجتماعي لتنشيط حملتها الانتخابية في العالم الافتراضي بالنظر لدورها في إيصال صوتها لمختلف أرجاء بلديات برج بوعريبريج في ظل عدم قدرتها على تنظيم لقاءات جوارية عبر 34 بلدية بالولاية، كما أن منصات التواصل الاجتماعي تساعد على استقطاب الفئات الشابة لا يستهويها في الغالب حضور التجمعات داخل القاعات.

أما المترشح الحر م. ع فيعتبر أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط الحملة الانتخابية لا يعدو كونه استخداما لوسائل الاتصال الحديثة لاستقطاب الهيئة الناخبة وتشجيعها للتوجه نحو صناديق الاقتراع لاسيما فئة الشباب التي تستخدم بكثرة هذه المنصات، ويشير المترشح أن التفاعلية والمتابعة الكبيرة التي تحظى بها صفحات بعض المترشحين ليست بالضرورة مؤشرا على نجاحهم في الاستحقاق الانتخابي

وأضاف أن أعضاء قائمته الحرة يستخدمون هذه المنصات الرقمية مواكبة للتحول الرقمي الذي يشهده العالم دون إغفال أو التخلي عن الاتصال المباشر بالمواطن من خلال التجمعات والنشاطات الجوارية، والذي يبقى -حسبه- الوسيلة الأساسية لإقناع المواطنين للتوجه إلى صناديق واختيار ممثليهم.

وفي هذا الصدد أكد السيد نادة الدراجي دكتور في الإلكترونيك وأستاذ جامعي أن استخدام مختلف وسائط الاتصال الرقمي وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي خلال الحملة الانتخابية للتعريف بالمنتخبين والترويج لبرامجهم إنما هو "ممارسة إيجابية لإعادة بعث الاستخدام الرقمي في المجال السياسي بالطريقة الصحيحة وبداية لثقافة الممارسة الإلكترونية السليمة"

وأضاف أن أهم أسباب توجه المترشحين لإقناع الناخبين والتعريف ببرامجهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعود الى الظروف الصحية المرتبطة بجائحة كورونا التي أفرزت التواصل الافتراضي بقوة، فيما مكنت تشريعات 12 جوان الفارط من اختيار هذا المجال، واستخدام عديد المترشحين لهذه المنصات الرقمية.

واستنادا للسيد نادة تعد الحملات الرقمية أداة من أدوات الاتصال السياسي التي يتوقع منها، مع النخب الناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تكريس وعي سياسي إلكتروني والتأسيس لثقافة بناء فضاء عمومي متكامل ما بين الميدان والعالم الرقمي، الذي يتم عبره مناقشة مشاغل العامة وآراء المواطنين واحتياجاتهم ومساءلة المسؤولين، في إطار الديمقراطية التشاركية ومقاربة تنموية وفقا لخصوصيات كل منطقة.

## صفحات التواصل الاجتماعي " ضرورية ولكنها ليست حاسمة

أكد المحامي بوبترة محمد الشريف وهو المحافظ الولائي لحزب جبهة التحرير الوطني ومرشح سابق أن استخدام صفحات التواصل الاجتماعي وتوظيفها أثناء الحملة الانتخابية كأدوات جديدة في الممارسة السياسية أصبح ضرورة لا بد منها للتعريف والاشهار والترويج للمرشح لكنها كأداة لن تكون أبدا حاسمة في النتائج التي يطمح المتنافسون إلى تحقيقها.

وقال المتحدث أنه بإمكان المرشح الاستفادة من الحملة الانتخابية الافتراضية كعامل فاعل في الوصول للهيئة الناخبة لكن دون الاعتماد عليها كعامل حاسم للحصول على صوت الناخب، لأن الحصول على هذا الصوت لن يتم افتراضيا بل سيكون لصالح القوة المنظمة والتي تتمكن فعليا من الوصول إلى التأييد الحقيقي الذي يعبر عنه بالتوجه نحو صناديق الاقتراع

ويتفق معه المرشح س. ع قائلا إن القوة الاجتماعية والحضور والتحضير السابق للانتخابات هي العوامل التي يمكن أن تحسم مصير أي مرشح، وليس عدد المتابعين أو المعجبين بالصفحات التي يتواجد من خلالها عبر العالم الافتراضي، وإن كان للمرشح 100 ألف متابع فهذا لا يعني بالضرورة أنها تعد أصواتا ناخبة بصفة قاطعة.

بتوفير الفرص للمرشحين ذوي الامكانيات المحدودة في وسائل التواصل الاجتماعي هل يعني ذلك تأثيرها في نتائج الانتخابات ؟

أجابنا بوبترة بالنفي معتبرا أن هذا الأمر لم يؤثر في النتائج الانتخابية وإنما زاد من عدد المنتخبين المؤيدين للأحزاب الكبيرة ، كما وضح أن فيسبوك و التويتز وغيرها هم وسائل للتواصل والاتصال ، وليست وسائل اعلامية تقدم المحتوى وقد تكون وسائل لزيادة الناخبين وتجييش الجماهير ، لكنهم حتما لن يغيروا النتائج .

وردا على سؤال حول شراء عدد المؤيدين "like" أو عدد المشاركين للمحتوى على منصات التواصل الاجتماعي ، أشار إلى أن هذه العملية تعرف بالنشر الذكي على اعتبار أنها من أقوى الطرق التسويقية للخدمات والمنتجات ، وأكثرها فاعلية وهي توفر للمرشحين طريقة سهلة للوصول إلى الناخبين ، كما أنها توفر لهم تقارير تفصيلية عن حملاتهم و تأثيرها . ولفت بوبترة أخيرا إلى أن الفيسبوك هو وسيلة التواصل الأكثر استقطابا.

## تسويق صعب

إذا كان التسويق الاقتصادي يقتضي ربح رهان الجودة لاكتساح قاعدة واسعة من الأسواق ، فإن التسويق السياسي يقتضي ربح رهان عملية "الاجراج" الجيدة لصورة الحزب السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بالشكل الذي يسمح باستقطاب أكبر قاعدة من المتبعين وتوجيه أصواتهم في اتجاه لون سياسي معين ، كما يشرح سالم بن عريوة تقني في الاجراج الاذاعي ومرشح سابق ، ويستدرك قائلاً إن مهمة تسويق الحزب عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس بالأمر الهين في غياب استراتيجيات واضحة ، وتواصل سياسي حقيقي مع رواد شبكات التواصل الاجتماعي ، ودراية كافية باهتماماتهم ، واستيعاباً أكثر بطبيعة تلقياتهم للصورة المسوقة عن الحزب السياسي وتأويلاتهم .

وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي يضيف المتحدث يمكن ربح حملة انتخابية وإلحاق الخسارة بالخصم، وأن نقيم الحجة أو ننقضها ونرفع من قيمة الحزب أو نخط من صورته، وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن نضخم من إمكانية برنامج حزبي أو نقلل منها.

## خاصية ال live عبر السوشال ميديا تزامم عدسات الكاميرا



مع تسارع وتيرة التطور الهائل الحاصل في تطبيقات التواصل الاجتماعي أطلقت خاصية جديدة منذ مدة وازداد بريقها بعد ان اضافت بعض هذه التطبيقات مثل الفيس بوك والانستغرام والتويتير واليوتيوب هذه الميزة التي تمكن المستخدم العادي من بث اي فيديو وبشكل مباشر وبأقل التكاليف على اي منصة او تطبيق يتيح هذه الخاصية وذلك في ظل توفر شبكة انترنت سريعة وهاتف ذكي.

في بداية انتشار هذه الخاصية استبشر البعض بها وعدّها ثورة جديدة في عالم الاتصالات فيما أبدى البعض الاخر تخوفه منها وما يمكن أن تسببه من مشاكل اجتماعية وسياسة وأخلاقية هم في غنى عنها إلا أنّها لاقت إقبالا واسعا وانتشارا سريعا وذلك باستخدامها في ابسط امور الحياة

كشفت ممثل حزب التجمع الوطني الديمقراطي أن السبب الرئيسي وراء اختيارهم لخاصية البث المباشر التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي في حملتهم الانتخابية كونها الأكثر انتشارا والأسهل في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المواطنين خاصة فئة الشباب التي تعد الفئة الأكثر استعمالا لشبكات التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك والانستغرام. وهي النقطة التي يتفق معه ممثل حزب جبهة التحرير الوطني الذي أكد أن اللجوء لهذه التقنيات الحديثة في التواصل إشارة إلى أنها أقرب الطرق للوصول إلى الشباب وأنها أنسب الوسائل وربما أكثرها نجاعة في اقناع هذه الفئة بجدوى المشاركة في الانتخابات

وأضاف السيد نعيم قرينة أن الأفراد لا يهتمون بالملصقات والتجمعات، وأن الحل يكمن في الذهاب والوصول إليهم حيثما كانوا وهو ما توفره بكل أريحية تقنية البث المباشر. ويضيف نفس المتحدث أن الشخص اليوم تعود على تدفق المعلومات والحصول عليها، إما بنقرة واحدة أو بالتمرير `scrolling`، فالفيديوهات هي التي تعرض نفسها عليه، وما عليه إلا التوقف أو التمرير وهو ما ينطبق خاصة البث المباشر.

كما أكد قرينة قائلاً "الخبر يموت لحظة ولادته عبارة يدرك معناها المختصون في السمعي البصري، لكن اليوم لم يبق هذا المفهوم حكرا على المختصين بل أصبح مطلبا للمتبعين حيث أنهم يهتمون بكل ما هو آني، خبر حي ينقل لحظة وقوعه وهو ما توفره تقنية البث المباشر، فأنت تتابع مترشحك بالصوت والصورة، وتفاعل الجمهور وكذا رده الآني على انشغالهم وتساؤلاتهم.

من أسباب لجوء المترشحين لتقنية البث المباشر وتحديدًا انتخابات السنة الماضية هي كثرة المترشحين خاصة الشباب منهم ، وحتى لا تختلط الأمور على المنتخبين فضل المترشحون هذه الوسيلة للتعريف بأنفسهم وشرح برامجهم والإجابة على تساؤلاتهم وإبراز مدى إلمامهم واطلاعهم على ما يحدث حولهم وهو ما يعزز حظوظهم في الإقناع وبالتالي حصد الأصوات وهي النقطة التي شرحها قرينة مؤكداً أن استعمال البث المباشر يسهل عملية التخاطب مع المواطن فيتسنى له طرح انشغالاته عن طريق الأسئلة المباشرة بالإضافة إلى إعطاء الانطباع الأحسن للمواطن لأنك ستراقبه بكل شفافية على المباشر دون ترتيبات .

التقييم إجراء يعقب كل عملية أو تجربة جديدة لمعرفة مدى نجاحها ، وبما أن اعتماد البث المباشر في الحملات الانتخابية يعد تجربة فنية في الجزائر فما النتائج التي استخلصها المترشحون منها ؟

صرح السيد قرينة أن وسائل التواصل الاجتماعي قد كان لها الأثر الإيجابي الكبير في نتائج الانتخابات إذ ساهمت بنسبة 70% في بلوغ أهدافها ، و 50% منها كانت بفضل تقنية البث المباشر

وأردف مبينا أنه وبعبكس الطريقة التقليدية الخاصة بتجمعات القاعات التي كانت تجمع وبشق الانفس من 100 إلى 300 شخص على الأكثر ، فإن البث المباشر قد نجح في إيصال الرسالة وقت بثها إذ تصل المشاهدات إلى حوالي 6000 شخص .

وأردف قائلاً أنه بفضل تقنية البث المباشر لن تخسر الكثير من المال ، فكل ما تحتاجه هو هاتفك الذكي ودفق حقوق الاشتراك بالإنترنت ، وأنت في مكتبك ودون التنقل بإمكانك توصيل رسالتك وشرح برنامجك الانتخابي . وهذا أفضل بكثير من الطريقة القديمة التي كانت ترصد لها أموال كبيرة خاصة بكراء القاعات وتجهيزها ، ونقل الأشخاص لحضور التجمع ، ناهيك عن الإكراميات ...

قد يعتقد الكثيرون أن خدمة البث المباشر لأجواء الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي تخص صفحات المرشحين الرسمية فقط . لكن في الواقع أنها ملاذ كل مواطن مشارك في تجمعات الحملة الانتخابية وذلك لاستغلالها في نقل تفاصيل الحملة الانتخابية لكل المرشحين وتجمعاتهم الشعبية ، كونها الأكثر استقطاباً للمتابعين.

يقول أحد المواطنين بأن الناس التي تنقل الأحداث على المباشر يعتبر شيء إيجابي ، لأنه هناك شريحة كبيرة من المجتمع يقومون بتغليط الناس ونشر أفكار ومعتقدات تخدم مصالحهم الشخصية عن طريق نشر صور أخرى منافية للواقع . لكن عندما يكون الحدث مباشر نعيش اللحظة على المباشر بطبيعتها وحققتها.

فهي فكرة سريعة للبث والتواصل والتفاعل من مكان الحدث أصبحت تنافس عدسات الكاميرات في نقل أجواء الحملات الانتخابية لإنجاح العرس الانتخابي.

### السوشيال ميديا سلاح ذو حدين

رغم إيجابيات الدعاية على المنصات الإلكترونية إلا أن عدم نضوج التجربة وقلة الخبرة في التعاطي معها شكل حالة من التضليل الإعلامي حسب المختصين

وفق الدكتور دحمار نور الدين استاذ بجامعة برج بوعرييج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج الانتخابي في الجزائر لا بد أن يكون مؤثر وذلك من خلال -تعرف الناخبين إلى المرشحين والتواصل معهم مباشرة والحصول على معلومات خاصة عن حياتهم من خلال مواقعهم الإلكترونية. وأيضا تفاعل المرشحين مع الناخبين والتأثير فيهم. إنشاء تكتلات عبر المواقع التواصلية والمعلوماتية.

وفيما اعتبر أن هذه الحركة قد تؤثر بشكل كبير على الناس سلبا أو إيجابا، أكد أن الدعاية الانتخابية تؤثر بشكل كبير على الناس الذين لا يملكون قناعات انتخابية ثابتة، أما بالنسبة للملتزمين بإيديولوجية سياسية وطائفية أو حزبية ثابتة فالأمر صعب جدا.

ومع الإشارة إلى تفأؤله إلى الدور الإيجابي الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي على الصعيد التغيير بفضل ما توفره من مساحات للتفاعل، يشير إلى أن الأنظمة مهما كانت ثابتة وجامدة فهي سوف تهتز أمام هذا التفاعل. لكن هذه المواقع سيف ذو حدين بسبب عجز السلطات الرقابية عن ضبط حركتها، فمن جهة هناك أمل بتعزيز الديمقراطية، ومن جهة أخرى هناك مجال للمزيد من السيطرة ومن التلاعب بالعقول والتضليل عبرها.

اتفق معه المترشح براهيم محمد الأمين فاعتبر أن السوشيال ميديا سلاح ذو حدين فيمكن استخدامها بشكل إيجابي كما يمكن استخدامها بشكل سلبي لكن الحاصل في الجزائر للأسف في عملية الدعاية الانتخابية أو العملية السياسية حاليا هو يتركز في ثلاث محاور أولها عرض البرامج الانتخابية، وثانيا التفاعل مع الجمهور، وأخيرا استخدامها للأسف في عمل حملة مضادة للخصوم.

### صعوبات البث المباشر

صنفت الجزائر في المرتبة 141 عالميا من حيث حركة تدفق الأنترنت حسب مؤشر اختبار سرعة "سيد تاست أوكلاب" الصادر في أكتوبر 2021. ورغم احراز الجزائر تقدما ملحوظا في المجال إلا أن ضعف تدفق الأنترنت خصوصا في بعض المناطق التي ماتزال الأنترنت بها ضعيفة حالت دون التوفير في تمرير الرسالة كما ينبغي وهذا بسبب الانقطاعات التي تحول دون وصول الفكرة، وفقدان صبر المشاهد مما يدفعه إلى التوقف عن المتابعة هي أهم وأول الصعوبات التي واجهها المرشحون وهو ما كشف عنه ممثل عن حزب جبهة التحرير الوطني.

يعد التعرض للانتقادات اللاذعة والمسيئة إلى جانب الإشاعات الكاذبة في حق المترشح صعوبة أخرى تواجه المترشح والحزب بصفة عامة .

وأخيرا الحملة الانتخابية عبر الانترنت لا يمكن الاستعانة بها لان اغلب شباب الجزائر يتصفحون باستمرار صفحات التواصل الاجتماعي وان كانت العائلة الكبيرة شخص واحد يجهل العالم الرقمي فإنها تضم مجموعة من الشباب العارفين بهذا العالم اذ حوالي 22 مليون جزائري يملكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يعادل الرقم الرسمي للهيئة الناخبة التي تقدر بـ23 مليون ناخب فاستهانة بعض المرشحين و المكلفين بتنشيط حملاتهم عبر الولايات وابتعادهم عن استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لكل ما توفره من مميزات وخصائص وتقنيات سيأثر سلبا على استقطب المصوتين لبرامجهم.

فاستغلال هذه المواقع في الحملة الانتخابية يعتبر وسيلة سهلة في الترويج للبرامج السياسية وتحليلها والنقاش الشبابي حلها وكذا تحديد رؤية مستقبلية ولو نسبية حول نتائج الانتخابات رغم ان التعليقات واشارات الاعجاب على فايسبوك وتويتر تبقى مجرد اراء الا انها يمكن ان تكون وسيلة لرفع المعنويات والدعاية وجلب الانظار وتغيير المواقف.

خاتمة

الخاتمة:

شكل موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية بالجزائر في الآونة الأخيرة محور نقاش بين السياسيين والمتخصصين في مجال التسويق الإلكتروني، إذ مكنت من ربط التكنولوجيا بالسياسة، فقد أصبحت هذه الأخيرة الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع، محققة بذلك وجها جديدا للممارسة السياسية الإلكترونية، وهو ما يمكن اعتباره تحديا جديدا للمؤسسات السياسية التي ينبغي أن تبادر إلى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بكافة تطبيقاتها مكونا ضروريا من برامجها التسويقية والترويجية ضمن منهجيات علمية واحترافية وخطط استراتيجية فعالة يمكنها من الوصول إلى المواطنين والناخبين الحاليين والمستهدفين بأقل تكلفة وأسرع طريقة وأكثر تفاعلية بما يحقق فعالية عالية في الاتصال مع قطاعات المجتمع والوصول إليها، وبما يسهم في توفير الوقت والجهد والموارد في الحملات الانتخابية، ونشر الوعي السياسي وتنميته في المجتمع من جهة، والتفاعل مع الناخبين لتحسين صورة الحزب أو المرشح من خلال الاتصال المباشر الذي توفره هذه المواقع من جهة أخرى.

# قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع:

- 1- دروي، محمد (1998): الصحافة والصحفي المعاصر، القاهرة.
- 2- رزافي، عبد العلي (2008) : التقارير الاعلامية، الصور الفيلمية، التحقيق، الحدث(ط1) دار الصباح الجديد.
- 3- ساعد، ساعد (2009): فنيات التحرير الصحفي (ط2) القبة الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- 4- لعقاب، محمد (2004) : الصحفي الناجح دليل للطلبة والصحفيين (ط1) الجزائر : دار هومة.
- 5- لعقاب، محمد (2006): الصحفي الناجح (ط 2) الجزائر : دار هومة.
- 6- العياضي، نصر الدين: (1999): إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، (ط1) الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 7- لعياضي، نصر الدين (2009): اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية (ط2) بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 8- باهي، نوار (2006) : أكاديمية المرسل الصحفي المحترف (ط1) الجزائر : دار الهدى لنشر.

المجلات والدوريات:

- 1.التجار رضا :مقومات الروبورتاج الصحفي والإذاعي، مجلة الدراسات الاعلامية للسكان والتنمية، دمشق

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات:

.....	مقدمة.....
.....	الإطار المنهجي.....
08.....	1 فكرة الموضوع.....
09.....	2 أسباب اختيار الموضوع.....
09.....	1-2 أسباب ذاتية.....
09.....	2-2 أسباب موضوعية.....
10.....	3 النوع الصحفي المختار (الريورتاج).....
10.....	-تعريف الريورتاج.....
13.....	-الفرق بين الريورتاج والأنواع الصحفية الأخرى.....
14.....	-خصائص الريورتاج.....
16.....	-مميزات كاتب الريورتاج.....
16.....	-أنواع الريورتاج.....
19.....	-بنية الريورتاج.....
.....	الإطار التطبيقي.....
22.....	أسئلة الريورتاج.....
36.....	الخاتمة.....
38.....	قائمة المصادر والمراجع.....

