

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



رقم التسجيل :

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على

مصادر الأخبار التقليدية

– دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين –

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د/غزال عبد الرزاق

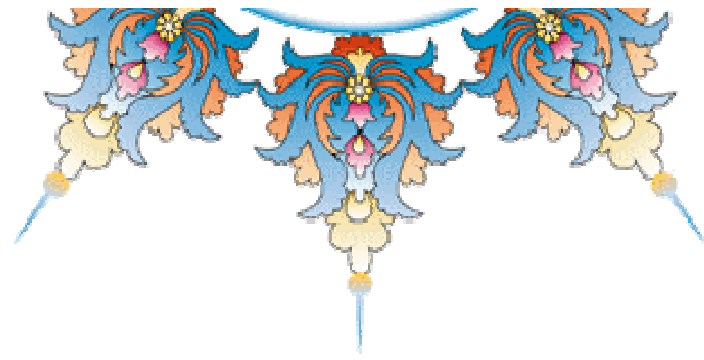
إعداد الطالبتين:

■ سهام جميع

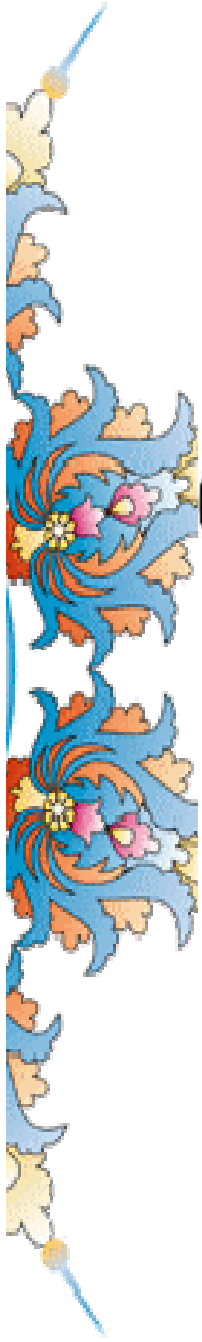
■ قرين مريم

لجنة المناقشة		
رئيسا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د/طبيي رايح
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د/ غزال عبد الرزاق
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	أ/ بورحلي وفاء

السنة الجامعية: 2017/2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ
لِلَّهِ الْحُكْمُ وَإِلَيْهِ أُنزِلَتْ السُّورَةُ



شكر وتقدير

يقول الله عزوجل في محكم تنزيله (لأُمِّ رَكْتَنٍ لَّهُمْ يَز) سورة إبراهيم آية 07

نشكر الله تعالى على فضله ومنته أن هداانا وأمدنا بالعزم و الارادة على انجاز هذا العمل.

ونصلي ونسلم على سيدنا محمد (عليه الصلاة والسلام) القائل: \ من لم يشكر الناس لم يشكر الله زحديث شريف

وإيماننا منا بان الشكر يزيد في النعم نتقدم بالشكر الجزيل الى الأستاذ المشرف الدكتور : **غزال عبد الرزاق**

الذي اشرف علينا طيلة انجاز هذا البحث بنصائحه وإرشاداته ونتمنى أن يجعل الله هذا العمل في ميزان حسناته ، وان يجعله الله ذخرا للقسم وطلبة العلم. كما نتقدم بالشكر الجزيل الى كل أساتذة القسم وعلى رأسهم الدكتور **بوعزيز بوبكر**. ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على رسم طريق النجاح وسهروا لإيصال المعلومة ونخص بالذكر الدكتور **محمد دحماني**.

كما نتقدم بالشكر الى عمال مكتبة الاحسان وبالأخص من امدنا بيد العون والمساعدة طالب الدكتوراه **يوسف حميش**

ونتقدم بالشكر لطلبة إعلام واتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة دفعة **ماي 2017**

سهام و مريم

فهرس المحتويات	
رقم الصفحة	المحتوى
--	كلمة شكر وعرافان
--	الإهداء
--	فهرس المحتويات
--	فهرس الجداول
--	فهرس الأشكال
-أ-	مقدمة
الإطار الجانب المنهجي	
04	1-الإشكالية.....
04	2-التساؤلات.....
04	3-أسباب اختيار الموضوع.....
05	4-أهداف الدراسة.....
05	5-أهمية الدراسة.....
06	6-المدخل النظري للدراسة.....
06	7-نوع الدراسة ومنهجها.....
07	8-أدوات جمع البيانات.....
08	9-مجتمع البحث.....
09	10-عينة الدراسة.....
12	11-تحديد المفاهيم.....
13	12- الأساليب الإحصائية المستخدمة.....
25	13-الدراسات السابقة.....

الفصل الأول: الجانب النظري	
19	1- مصادر الأخبار التقليدية.....
19	1-1- مفهوم مصادر الأخبار التقليدية.....
19	1-2- مراحل تطور مصادر المعلومات.....
20	1-3- أشكال مصادر المعلومات.....
22	1-4- مصادر الأخبار التقليدية.....
23	2- شبكات التواصل الاجتماعي.....
24	2-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.....
25	2-2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي.....
27	2-3- أهم شبكات التواصل الاجتماعي.....
29	2-4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي	
32	1/ عرض وتحليل نتائج الدراسة.....
32	1/1/ عرض وتحليل نتائج المحور الأول.....
37	1/2/ عرض وتحليل نتائج المحور الثاني.....
40	1/3/ عرض وتحليل نتائج المحور الثالث:.....
48	1/4/ عرض وتحليل نتائج المحور الثالث:.....
53	2/ نتائج الدراسة.....
55	خاتمة.....
--	قائمة المراجع
--	قائمة الملاحق

فهرس الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	03
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤسسة التي يعملون فيها.	04
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهنة	05
11	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	06
32	يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي	07
33	يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمتغير المهنة	08
34	يوضح المدة التي مضت على امتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي	09
35	يوضح معدل استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	10
36	يوضح المدة التي يستغرقها المبحوثون يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	11
37	يوضح الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين	12
38	يوضح معدل اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي.	13
39	يوضح اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي	14
40	يوضح نوعية المضمون الصحفي الذي يستقيه المبحوثون من شبكات التواصل	15
41	يوضح كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي	16
42	يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بمتغير الجنس	17
43	يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي.	18
44	معرفة ما إذا كان المبحوثون يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي	19
45	يوضح معرفة كيفية تحقق المبحوثين من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي	20
46	يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة للمبحوثين	21

47	يوضح المعايير التي يوظفها المبحوثون عندما يستقون المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي	22
48	يوضح أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين	23
49	يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء بالنسبة للمبحوثين.	24
50	يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار ، وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين.	25
51	يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار	26
52	يوضح حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة للمبحوثين.	27

فهرس الأشكال		
رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
32	يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي	01
33	يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمتغير المهنة	02
34	يوضح المدة التي مضت على امتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي	03
35	يوضح معدل استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	04
36	يوضح المدة التي يستغرقها المبحوثون يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	05
37	يوضح الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين	06
38	يوضح معدل اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي	07
39	يوضح اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي	08
40	يوضح نوعية المضمون الصحفي الذي يستقيه المبحوثون من شبكات التواصل	09
41	يوضح كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي	10
42	يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بمتغير الجنس.	11
43	يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي.	12
44	يوضح ما إذا كان المبحوثون يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي	13
45	يوضح معرفة كيفية تحقق المبحوثين من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي.	14
46	يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة للمبحوثين	15
47	يوضح المعايير التي يوظفها المبحوثون عندما يستقون المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي	16

48	يوضح أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين	17
49	يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء بالنسبة للمبحوثين.	18
50	يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار، وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين.	19
51	يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار	20
52	يوضح حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة للمبحوثين.	21

مقدمة

جيل حديث أكثر تفاعلاً وأكثر تطبيقاً، إنه الجيل الثاني للويب (Web 2.0) ، ولكن تطور الشبكات بدورها أصبح يمثل علاقة ثنائية أي بمعنى أنه يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك وبالتالي خلق هذا التطور نوع من المشاركة الاجتماعية الإلكترونية والتي تمكن خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الانترنت. فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي ، إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية، ومنه رشحت كمصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات . ومن خلال هذه الدراسة سنحاول معرفة ومدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية ، وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

ر ا ط ل ا ل ي ج ه ن ه ل ا ١ : وتطرقنا فيه إلى ما يخص منهجية البحث.

ر ا ط ل ا ل ي ج ه ن ه ل ا ١ : وتناولنا فيه مصادر الأخبار التقليدية وعرضنا فيه مفهوم مصادر الأخبار التقليدية. ومراحل تطور مصادر المعلومات وأهم مصادر الأخبار. وكذا أشكال مصادر المعلومات. و مصادر المعلومات التقليدية. وكذا تطرقنا إلى شبكات التواصل الاجتماعي وقد احتوى على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها ، وخصائص هذه الشبكات ، ثم عرضنا أهم هذه الشبكات ،

ر ا ط ل ا ل ي ج ه ن ه ل ا ١ : احتوى على عرض الجداول ثم تحليل هذه الجداول ، ثم تطرقنا إلى نتائج الدراسة وأهم التوصيات المقترحة

يعتبر دخول التكنولوجيا في مجالات الإعلام و الاتصال من أهم وأقوى الأحداث التي طرأت خلال القرن الحادي والعشرين، حيث ساعد ذلك على خروج من نطاق المنطقة أو المجتمع المحيط إلى إمكانية إتاحة المحتويات إلى العالم كله من خلال الارتباط بشبكة الإنترنت، ولقد ساهمت مشاركة الأفراد في تقديم خدماتها عن طريق شبكة الإنترنت في زيادة حجم المعلومات المتبادلة وتسهيل الاتصال المهني بين العاملين في المؤسسات الإعلامية في البلدان المختلفة لتبادل الخبرات والآراء، وتطوره أو استخدامها للتكنولوجيا يساعد على زيادة ربط بين مؤسسة مع الجمهور وذلك لإحساسهم بضرورة مواكبة لكل جديد وليس كيان مادي جامد مما يساعد على زيادة ارتباط بين طرفي العملية الإعلامية المرسل و المستقبل .

و أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل حيث انها تتيح إمكانية الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل انه اتساع في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم ببعض ومن هذا المنطلق سعت الشبكات لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل الاجتماعي وتتطور سريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي لها الاثر الكبير على حياة الأفراد والجماعات في التحول والانتقال الى المجتمع المعلوماتي ولعل ابرز الخدمات التي اتاحتها الانترنت هي شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في الآونة الاخيرة بشكل كبير على جميع الأصعدة حيث اصبحت هذه الشبكات هي الاكثر زيادة في العالم وقد سهلت هذه المواقع طرق التواصل بشكل مدهل فاصبح الفرد وهو في بيته يتواصل مع من يعرفه ومن لايعرفه وبينهم الاف الأميال وقد اصبحت الان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة الاتصال في هذا العصر والتي لا يمكن الاستغناء عنها مطلقا فقد كان لها تأثيرا كبيرا على حياة الافراد

فان جميع محاولاتنا لتطوير الأداء الإعلامي لابد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولا و الأمر لن يتأتى إلا بالتحكم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة ما تقدمه الانترنت اليوم من خدمات. فدائماً ما يسعى الصحفيين إلى إتاحة الفرص لمهنتهم بالتواجد عبر الفضاء الإلكتروني والافتراضي والذي تقف الشبكة العنكبوتية من أول المنافذ الرئيسية التي تساندهم على ذلك، وها هي النافذة تتطور وتتغير بشكل سريع، فلقد سمعنا جميعا خلال الفترة البسيطة الماضية عن تطوير مواقع الويب لتكون متمثلة في

جيل حديث أكثر تفاعلاً وأكثر تطبيقاً، إنه الجيل الثاني للويب (Web 2.0) ، ولكن تطور الشبكات بدورها أصبح يمثل علاقة ثنائية أي بمعنى أنه يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك وبالتالي خلق هذا التطور نوع من المشاركة الاجتماعية الالكترونية والتي تمكن خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الانترنت. فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي ، إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرهما من الوسائل الإعلامية، ومنه رشحت كمصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات . ومن خلال هذه الدراسة سنحاول معرفة ومدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على

مصادر الأخبار التقليدية ، وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

الإطار المنهجي : وتطرقنا فيه إلى ما يخص منهجية البحث.

الإطار النظري : وتناولنا فيه مصادر الأخبار التقليدية وعرضنا فيه مفهوم مصادر الأخبار التقليدية. ومراحل تطور مصادر المعلومات وأهم مصادر الأخبار .وكذا أشكال مصادر المعلومات. و مصادر المعلومات التقليدية. وكذا تطرقنا إلى شبكات التواصل الاجتماعي وقد احتوى على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها ، وخصائص هذه الشبكات ، ثم عرضنا أهم هذه الشبكات ،

الإطار التطبيقي : احتوى على عرض الجداول ثم تحليل هذه الجداول ، ثم تطرقنا إلى نتائج الدراسة وأهم التوصيات المقترحة

الإطار المنهجي

1. الإشكالية

2. التساؤلات

3. أسباب اختيار الموضوع

4. أهداف الدراسة

5. المدخل النظري للدراسة

6. نوع الدراسة ومنهجها

7. أدوات جمع البيانات

8. مجتمع البحث

9. عينة الدراسة

1- الإشكالية

شبكات التواصل الاجتماعي هي التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فلقد أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، فهي تساعد على الاتصال والربط بين الزملاء و الأصدقاء وليس هذا فقط بل هي تساعد في التواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة، ومن هذا المنطلق سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير أكبر قدر من المواقع التي تدعم التواصل.

ولقد رشحت شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء الأخبار و المعلومات وأصبحت اليوم هي البيئة الخاصة للاتصال والتواصل، وشبكة للإعلام متعددة الاتجاهات تشهد تدفق إعلامي قد لا تحتاج إلى شهادات أكاديمية لأداء مهنة الصحفي بل خبرة إعلامية تصقل فيها واللافت للانتباه اليوم هو أن شبكات التواصل الاجتماعي اعتبرت المصدر الأول لاستقاء المعلومات فهي تساهم اليوم في إمداد المؤسسات الإعلامية المحترفة .

فالإعلاميين لم يكتفوا بما يحصلون عليه من الأخبار التي يشهدونها بل ما تجود به المواطن العادي من خلال إرسال معلومات وأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ولاشك أن إشكالية دراستنا تتوقف عند عتبة التعرف على الشبكات التواصل وإنما التحدث عن هذه الأخيرة التي غيرت مجرى استقاء الأخبار من مصادر أخبار تقليدية إلى مصادر الكترونية ومن هنا نطرح إشكاليتنا على النحو التالي :-

ما هو حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر الإمداد الإخباري لمصادر الأخبار التقليدية ؟ .

2- التساؤلات :

- 1/ إلى أي مدى يستخدم الصحفي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2/ ما هي دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 3/ ما مدى مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدي الصحفي الجزائري ؟
- 4/ ما هو دور المؤسسة الإعلامية في تنظيم عملية استقاء المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5/ ما طبيعة استخدام الصحفي شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات ؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية ارتبط بعدة أسباب و عوامل ذاتية وأخرى موضوعية منها ما يلي :

أ/ الأسباب الذاتية :

*الملاحظة الشخصية : من منطلق أننا مستخدمون فعليون لشبكات التواصل الاجتماعي و ما فيها من مصادر متنوعة للحصول على الأخبار .
*الرغبة بدراسة هذا الموضوع لأهمية في الوقت الحالي مع الظهور الواسع و المتنوع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة .

ب/ الأسباب الموضوعية :

*الاهتمام بالمكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي .
*محاولة تسليط الضوء على واقع شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامه من طرف الإعلاميين.
*اكتساب شبكات التواصل الاجتماعي لمكانة عالية في محاولة استقاء المعلومات والأخبار.
*هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي على المصادر الأخرى للأخبار .
*محاولة التعرف على اثر شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية وحجم اعتماد هذه الأخيرة على هذه الشبكات في نقل وتوصيل الأخبار .

4- أهداف الدراسة :

تسعى كل دراسة إلى الوصول إلى أهداف معينة و أهداف دراستنا لا تخرج عن نطاق المفهوم العام لأسباب اختيار الموضوع وتتمحور فيما يلي:-
1. الوصول إلى تحديد ماهية وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي.
2. الوصول إلى الأسباب التي دفعت الإعلاميين الجزائريين للتخلي على مصادر الأخبار التقليدية و اللجوء إلى شبكات التواصل الاجتماعي .
3. الوصول إلى معرفة مدى ضرورة استخدام الإعلاميين الجزائريين شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات.

5- أهمية الدراسة :

لكل دراسة أهمية، و أهمية هذه الدراسة لا تخرج عن نطاق الإطار العام للهدف الذي وضعت من اجله و التي نلخصها في ما يلي :-
- شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت فضاء هاماً لتداول وتبادل ونشر وإذاعة مختلف الأخبار المتعلقة لمجريات الحياة اليومية .
- تحتل هذه الدراسة الأهمية الكبرى لأنها موضوع الساعة و هو مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في إيصال الأخبار والحقائق .

- إبراز الآتية التي دعمت بها شبكات التواصل الاجتماعية من خلال الدقة والتغطية في الوصول إلى الأخبار .

6- المدخل النظري للدراسة : لقد إعتادنا في دراستنا على نظرية الإعتماد على وسائل الاعلام .

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالأعتماد على وسائل الاعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة ، فكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الاشخاص زاد تأثيرها واصبح لدورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تأنشاء العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الاشخاص . كما تقوم النظرية على عدة فروض :

* تأثر درجة إستقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات ووسائل الاعلام ، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد إعتاد الافراد على وسائل الاعلام ، وتزداد درجة الاعتماد على وسائل الاعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقبل إعتماد الجمهور على وسائل الاعلام¹ .

* يختلف الجمهور في درجة غعتماد على وسائل الاعلام نتيجة لوجود إختلاف في الاهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية .²

7- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي إلى حقل الدراسات الوصفية التي تعني بوصف الظواهر.

1 / **منهج الدراسة :** استخدامنا المنهج المسحي في شق المسح بالعينة حيث سنختار عينة من الصحفيين .

لإعطاء صورة كلية و واضحة عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المصادر الاخبار التقليدية 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 ولسيت في الماضي مما يجعله أكثر ملائمة لموضوع دراستنا³ .

1 - حسن عماد مكاوي ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008، 315.
2- محمد الغريب عبد الكريم، البحث العملي التصميم المنهجي والاجراءات ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1982، ص

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

و يعرف أيضا (هو عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة ومكان معين في الوقت الحاضر).

1- المسح الوصفي : ويستخدم في وصف مختلف الظواهر المرتبطة بالدراسة وقد اعتمدنا على هذا المنهج في 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 الطبيعية¹ .

8- أدوات جمع البيانات :

إن دقة أي بحث علمي تتوقف على إختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانية الباحث في الوصول على بيانات تخدم أهداف الدراسة لهذا إعتماذنا الأداة المنهجية الآتية:

الإستمارة: وهي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح بإستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف إلى إيجاد علاقات رياضية² .

ولقد حاولنا ربط الاستمارة بالإشكالية وتسؤلات الدراسة، وكان الهدف من الدراسة هو مدى تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية.

وإعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار، وتمحورت الأسئلة في أربع محاور تجيب عن أسئلة الدراسة هي:

المحور الاول: ويشمل أسئلة خاصة بإستخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي .

المحور الثاني : وتشمل أسئلة تبين دوافع أستخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث : ويشمل أسئلة حول توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر دعم لكصادر الأخبار التقليدية .

1 - محمد عمر ، البحث العلمي منتهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986، ص 117 .

2 - أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال ، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005 ، ص 214 .

9- مجتمع البحث :

ويعرف مجتمع البحث "مادلين قرافيت"، انه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي تجرى عليها البحث أو التقصي¹ . فمن خلال طبيعة دراستنا والتي تهدف إلى مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية، ومن هنا فمجتمع دراستنا هو الصحفيين والإعلاميين ونظرا للعدد الكبير من الصحفيين، فقد وقع إختيارنا على عينة من الصحفيين المهنيين والممثلة في صحفيين ولاية الجزائر العاصمة. وتعرف العينة على أنها التمثيل السليم في مجتمع البحث الكلي وذلك لتحقيق الأهداف البحثية المطلوبة.

10- عينة الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية (العمدية)، وهي: العينة التي يقوم الباحث فيها بإختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة، والتي تمثله تمثيلاً صحيحاً، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة² . وكانت عينة الدراسة تتكون من 50 إعلامي جزائري يعملون في المؤسسات الإعلامية الجزائرية (مكتوبة، سمعية بصرية)، تم تقسيمها على النحو التالي:

مؤسسة الصحافة المكتوبة تمثلت في جريدتي الصوت الآخر، والبلاد. تم اختيار 26 مفردة هاتين الجريدتين

مؤسسة الإذاعة الوطنية والتلفزيون، تم اختيار 12 إعلامي من مؤسسة التلفزيون و12 إعلامي من مؤسسة الإذاعة، حيث تم توزيع 50 استمارة استبيان على المبحوثين، تم استرجاع 30 استبانة منها. ووزعت كما هو موضح في الجداول التالية:

1 - موريس الجرس ، " منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، لبوزيد صحراوي واخرون" ، ط3 ، دار القصدية ، الجزائر ، 2006 ، ص 62 .

2 - jarveau claud 'l'enquêtes par questionnaire, "manuel a l'usage de pratiquant" édition del'université de bruxelles, belgique, 1978 P26.

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الإجابة
63.3	19	ذكر
36.7	11	أنثى
100%	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح جلياً بأن عدد الذكور في العينة المدروسة 19 فرداً بنسبة 63.3% من العدد الإجمالي للمبحوثين، بينما كان عدد الإناث 11 بنسبة 36.7%.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	الإجابة
26.7	08	من 25-36 سنة
56.7	17	من 36-45 سنة
16.7	05	45 سنة فما فوق
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا بأن جل المبحوثين يتراوح أعمارهم بين 36-45 سنة، بلغ اعدادهم 17 فرداً، بنسبة 56.7%، بعدها فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 25-36 سنة بنسبة 26.7% وفي المرتبة الأخيرة الذين فاق عمرهم 45 سنة، بنسبة 16.7%.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

النسبة %	التكرار	الإجابة
36.7	11	اقتصاد
16.7	05	أدب عربي
36.7	11	إعلام واتصال
06.7	02	اتصال وعلاقات عامة
03.3	01	صحافة مكتوبة
100%	30	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه، يتضح بأن أغلبية المبحوثين، تخصص اقتصاد و إعلام واتصال بنسب متساوية (36.7%) من العدد الكلي لأفراد العينة، وجاء في المرتبة الثانية المبحوثين اللذين يدرسون أدب عربي، بنسبة 16.7%، بينما كان تخصص العلاقات العامة والصحافة المكتوبة، في ذيل الترتيب بنسبة 6.7%، 3.3% على التوالي.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤسسة التي يعملون فيها.

النسبة %	التكرار	الإجابة
36.7	11	صحافة مكتوبة
40	12	إذاعة
23.3	07	تلفزيون
%100	30	المجموع

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يعملون في مؤسسة الإذاعة، بلغ عددهم 12 فرداً، بنسبة 40%، تليها نسبة 36.7% من عينة الدراسة يعملون بالصحافة المكتوبة، في حين نجد في المرتبة الأخيرة الذين يعملون في مؤسسة التلفزيون، حيث كان عددهم 07 أفراد، بنسبة 23.3%.

الجدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهنة

النسبة %	التكرار	الإجابة
23.3	07	رئيس تحرير
40	12	رئيس قسم
16.7	05	صحفي محرر
20	06	مراسل
%100	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح بأن مهنة رؤساء الأقسام جاءت في المرتبة الأولى، حيث كان عددهم 12 رئيس قسم، بنسبة 40% من مجموع أفراد العينة، في حين كانت البقية على النحو التالي (07 رؤساء تحرير، بنسبة 23.3%، تاليها، 06 مراسلين، بنسبة 20%، بعدها في المرتبة الأخيرة الصحفيين المحررين بلغ عددهم 05، بنسبة 16.7%).

الجدول رقم 06: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

النسبة %	التكرار	الإجابة
20	06	أقل من 5 سنوات
40	12	من 5-10 سنوات
33.3	10	من 10-20 سنوات
06.7	02	أكثر من 20 سنة
%100	30	المجموع

بيانات الجدول أعلاه توضح بأن أفراد الدراسة الذين لديهم الأقدمية من 5-10 سنوات جاءوا في المرتبة الأولى، حيث بلغ عددهم 12، بنسبة، وفي المرتبة الثانية من يملك الخبرة من 10-20 سنة بنسبة 33.3% من مجموع أفراد العينة، تليها نسبة 20% من يملكون خبرة أقل من 5 سنوات، في حين نجد فردين فقد ممن يملك أكثر من 20 سنة أقدمية.

11-تحديد المصطلحات و ضبط المفاهيم:

بعد تحديد مفاهيم الدراسة أحد الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي تمكن على القارئ إدراك المعاني والأفكار والتي يريد الباحث التعبير عنها دون أن يختلفوا فيها وقد ورد في هذا البحث مصطلحات ومفاهيم رأينا من الأجدد تحديدها وضبط مفاهيمها :

1/تأثير: يقصد بالتأثير في عملية الاتصال، حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي إذن فالتأثير مرتبط بالقصدية والرغبة في بث رسالة معينة¹.

2/شبكات التواصل الاجتماعي: يتكون من كلمة الشبكات والتواصل الاجتماعي:

أ/الشبكات:

لغة: ورد في معجم منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من عناصر الكهربائية أو الافراد أو المؤسسات أو الحواسيب و الكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة².

وكلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني Réseaux في قاموس لاروس Le petit rouse تعرف على انها "مجموعة العناصر كبيرة أو صغيرة أو دقيقة كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية أو كمبيوترات ، أو بين الافراد³.

1 - [http:// www.alukah.net/culture/o/48206](http://www.alukah.net/culture/o/48206)

2 - منير حجاب ، المعجم الاعلامي ، ط1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص301 .

3- *Edittion aniversaire de la semeuse 'Le petit rouse.2010.p 881*

وفي اللغة الانجليزية Networt وهي شبكة قد تضم شبكة مواصلات أو شبكة تجارية، شبكة حواسيب، أو محطات إذاعية وغيرها¹.

ب/التواصل الاجتماعي:

جزئيا: هو تفاعل بين أفراد الجماعة عبر الزمان والمكان، باستخدام كل الاشكال التعبير المتاحة التقليدية والحديثة في تحقيق فهم مشترك وموحد حول قضايا معنية متفاوتة الاهمية .
ومنه يمكن تعريف شبكات والتواصل الاجتماعية أنها :

- هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات التواصل بين الافراد في بيئة للويب ما يعرف على شبكة خدمات التواصل المباشر².
- هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت في الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باليب 2.0 يتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرمثل : ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للاخرين ومعرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

- هي حلقات إجتماعية كما في الحياة اليومية لكن القرئ انما عبر الانترنت وتضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودردشات وتعارف³.

3/ **تعريف مصادر الاخبار:** عرفها الدكتور فاروق أبو زيد بأنها الاشارة إلى الإدارة التي يحصل من خلالها الصحفي وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار المسؤولين والشخصيات الرسمية أو نجوم الحياة الإجتماعية أو كبار الشخصيات التي تزور البلد وغيرها من المصادر الحية . وقد يكون هذا المصدر جملة مثل وكالات الأنباء والوزارات وغيرها⁴.

12- الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تمّ ترميز البيانات وإدخالها إلى جهاز الحاسوب الآلي، ثمّ معالجتها وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج "SPSS" أي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "fore Social Science Statistical Package".

1- press, Word pouver oxford oxford university,2008;p 518

2 - محمد البدوي، الشبكات الاجتماعية والتسويق ، نسخة الكترونية، متاح على www.bodui.com، 2011، ص4.

3 - بخوش ايمان ، مرزوقي حسام الدين ، الويب 2.0 (الشبكات الاجتماعية ةالاعلام الجديد)، مذكرة مقدمة مكملة لنيل شهادة ليسانس في الاعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار ،عنابة، ص15

4 - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2000 ، ص 90.

وتمّ اللجوء في تحليل بيانات الدراسة إلى الاختبارات التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- اختبار كاي² (*Chi Square Test*) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات التي تخص الدراسة.
- حساب معامل الارتباط بيرسون "Pearson Correlation" لمحاور الدراسة ومدى اتساقها بالدرجة الكلية للإستبانة.
- اختبار ألفا كرونباخ Cronbach Alpha لمعرفة وقياس ثبات عبارات الاستبيان.
- وبعد الانتهاء من ترميز وإدخال البيانات تمّ معالجتها وإخراجها، وتبويبها في جداول إحصائية منتظمة، وكل هذه الإجراءات من أجل الحصول على نتائج صحيحة، دقيقة وموضوعية.

13- الدراسات السابقة :

✚ الدراسة الأولى :

دراسة الطالبة شيمسي ورداد : "مذكرة مكملة لنيل الماجستير، الصحفيون الجزائريون

ومصادر المعلومات الالكترونية، دراسة مقارنة بين القطاع السمعي والسمعي البصري والمكتوب".

وقد إنطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

1- هل تأتي الوسائل الالكترونية في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية المختلفة في

استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

3- ما هي الإشباعات المحققة للصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

◀ **المنهج المتبع :** هو المنهج الوصفي لكونه الانسب لمثل هذه المواضيع.

◀ **النتائج المتواصل اليها :**

- 1- لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الانترنت كمصدر معلوماتي دائم.
- 2- لم تستفد نسبة كبيرة من الصحفيين الجزائريين من التكوين في مجال استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، مما جعل الصحفيين يواجهون في الكثير من الأحيان صعوبات تقنية أثناء استخدام الانترنت.
- 3- لا يستخدم الصحفيون الجزائريون البريد الالكتروني للحصول على المعلومات وذلك لأن أغلبهم لا يملك حساب بريد الكتروني أصلا.

4- لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية كمصدر للحصول على المعلومات وذلك لأنهم لا يجيدون استخدامها، أما الأقلية التي تستخدمها فهي تفضل الفيسبوك بالدرجة الأولى يليه التويتر فمالي سبيس.

5- أكثر المواقع التي يتصفحها الإعلاميون الجزائريون هي المواقع الوطنية السياسية.

6- لا يملك الصحفيون الجزائريون اشتراكات في المواقع الإخبارية لأنهم لا يعرفون طريقة الحصول على اشتراك.

7- إن الحاجات الأساسية التي تلبها مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين الجزائريين هي حاجة الحصول على الأخبار واكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام.

الدراسة الثانية :

دراسة صورية ولها وصهيب عيسي "مذكرة تخرج بعنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الممارسة المهنية للصحفي الجزائري".

دراسة وصفية لعينة من الصحفيين الجزائريين المهنيين في المؤسسات الإعلامية، جامعة المسيلة

2012/2011

وقد إنطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

- هل يستخدم الإعلامي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعية؟
- هل هناك معايير مهنية على الصحفي الجزائري احترامها عندما يستقي المعلومات و الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعية؟
- هل يعتبر الصحفي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعية مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ؟
- هل اثر اعتماد الصحفي الجزائري على شبكات التواصل على إنتاج المحتوى الإعلامي؟

◀ **المنهج المتبع :** المنهج المستخدم فهو المنهج المسحي ،فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية .

◀ النتائج المتواصل إليها :

✓ الصحفيون الجزائريون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعية يظهر ذلك أن أغليتهم تمتلكون حسابات خاصة بهم عليها في أكثر من شبكة ، وبنسبة كبيرة حيث أن نسبة امتلاك حساب واستخدام أو اشتراك المبحوثين من الصحفيين المهنيين الجزائريين في شبكات التواصل الاجتماعية حيث بلغت نسبة 98.6% من الذين كانت إجابتهم نعم ،وهذا يدل على أن الصحفي الجزائري ليس عن بمنأى عن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التواصل .

✓ غالبية الصحفيين الجزائريين الذين يقبلون على شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمون بنسبة كبيرة الفيسبوك، ثم اليوتيوب و تويتر. ويعود مصدر استخدام الفيس بوك لدى الصحفيين الجزائريين إلى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع.

✓ نسبة اعتماد المبحوثين من الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم 58.6% و نسبة الإجابة ب لا 41.4%. و يرجع ذلك إلى أن الصحفيين بالرغم أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي .

✓ يعتبر الصحفي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعية مصدرا موثوقا للمعلومات و الأخبار لا يزال تحفظ حول اعتبارها مصدر موثوق للمعلومات . لكن غالبية الصحفيين الجزائريين لا يكتفون بالمصادر التقليدية للأخبار، بل يحاولون إثراء المواضيع التي يحررونها عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة :

مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع- التجربة السعودية - للمنشار الإعلامي محمد بن سعود بن خالد وهي دراسة قام بها في سنة 2003 ، بجامعة الملك سعود بالرياض في إطار ندوة بعنوان " الإعلام السعودي سمات الواقع وإتجاهات المستقبل " وذلك بالمنتدى الإعلامي الأول بالجامعة.

تحدث الباحث في إشكاليته عن مدى إعتداد وسائل الإعلام على المصادر لتزويدها بم محتاجه من مواد إعلامية وأن وكالات الأنباء شكلت ولفترة طويلة إحدى أهم هذه المصادر وبعد دخول الوسائط التكنولوجية الحديثة وظهور تقنيات تخزين ونقل المعلومات الجديدة التي ربطت بصفة مباشرة المؤسسات الإعلامية بالمصادر تمكنت هذه الاخيرة من تجاوز المصادر التقليدية باحثه عن معلومات أسرع وطرق أكثر إختصاراً للوصول إلى المستجندات.

وطرح الباحث التساؤل الرئيسي الذي تدور حوله مشكلة البحث كالاتي : ماهي مصادر المعلومات الإخبارية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية ؟ وتفرغت إلى الأسئلة البحثية التالية :

- ماهي مصادر المعلومات الإخبارية التقليدية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية ؟

- ماهي مصادر المعلومات الإخبارية الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية ؟

← **المنهج المتبع** : المنهج الوصفي الذي يحاول من خلاله الباحث تسليط الضوء على المؤسسات الإعلامية السعودية ووصف طريقة تعاملها مع المصادر الصحفية وتحليل هذه الطريقة تحليلًا يمكنه من التعرف على الوضع الراهن للصحافة السعودية.

← **النتائج المتواصل اليها** :

مصادر المعلومات والأخبار الرسمية: أوضحت النتائج أن هناك اعتماد كامل على وكالة الأنباء السعودية يليها المراسلون والمسؤولين الرسميين .

1- أظهرت النتائج أن معظم الصحف السعودية لديها مراسلين متفرغين يزيد عددهم عن 21 مراسل ومحرر وصحيفة واحدة اليوم أشارت إلى أن عدد المراسلين المتفرغين بها في حدود 10 مراسلين.

2- فيما يتعلق بالمراسلين غير المتفرغين في جميع صحف العينة فعددهم فوق العشرين مراسل.

3- مصادر المعلومات والأخبار المحلية: هناك اعتماد كلي على المراسلين في جميع صحف العينة يليه الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية والمسؤولين الرسميين.

4- مصادر المعلومات والأخبار الخارجية: أظهرت النتائج أن هناك اعتماد كلي % 100 على وكالات الأنباء العالمية في الأخبار الخارجية أما المصادر الأخرى فتوزعت بين المراسلين، المسؤولين الرسميين.

5- مصادر المعلومات والأخبار الرسمية: أوضحت النتائج أن هناك اعتماد كامل على وكالة الأنباء السعودية يليها المراسلون والمسؤولين الرسميين.

6- المصادر الحديثة: الاشتراك في الشركات الإخبارية المتخصصة 4 صحف لديها اشتراك.

7- استفادة المحررين من هذه الخدمات % 50 يستفيدون والباقي استفادتهم محدودة الاشتراك في مواقع الصحف الأخرى على شبكة الانترنت 3 نعم والآخرين لا يملكون اشتراكا.

🚩 **الدراسة الرابعة** :

دراسة بلباي مصطفى "مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحافي على الممارسة الصحافية".

دراسة وصفية لعينة من الصحفيين الجزائريين جامعة المسيلة سبتمبر 2013

وقد إنطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

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

2- هل أثر 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 بالجراند على مواقع التواصل الاجتماعي؟

◀ **المنهج المتبع :** المنهج المستخدم فهو المنهج المسحي ،فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية .

◀ **النتائج المتواصل إليها :**

1- 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- مواقع التواصل مهمة بنسبة لصحفيين حيث نجد ان غالبية الصحفيين يملكون حساب خاص على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأهمية هذه المواقع لدى الصحفيين .

3- معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة وهو ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحفية

4-أكد الصحفيين على أن الأخبار التي تنشر في الصحيفة الورقية هي نفسها التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي

5-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

6- 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 يديها القارئ وذلك بإعطاء الفرصة للقارئ لأبدأ رأيه حول مختلف القضايا مما يجلب القارئ أكثر تجاوب مع الصحيفة .

الفصل الأول

الإطار النظري

1. مصادر الأخبار التقليدية.

2. شبكات التواصل الاجتماعي.

1/ مصادر الأخبار التقليدية.

تعتمد وسائل الاعلام على العديد من المصادر لتزويدها بما تحتاجه من المواد الاعلامية، التي تنشرها، وتأتي وكالات الأنباء ضمن مجموعة أهم المصادر التقليدية التي ظلت تعتمد عليها الوسائل الاعلامية لفترة طويلة، ويمكن الملاحظة في الآونة الاخيرة دخول وسائل توزيع حديثة أوصلت المؤسسات الاعلامية مباشرة بالمصدر وتجاوزت من خلالها المصادر التقليدية .

1-1 مصادر الأخبار التقليدية :

1-1-1 مفهوم مصادر الأخبار التقليدية:

هي المصادر التي تعود الصحفي إستقاء المعلومات منها منذ البدايات الاولى للصحافة أو هي تلك المصادر التي يحصل منها الصحفي على الخبر مباشرة مثل: كبار الشخصيات ونجوم الحياة الإجتماعية والبيانات والنشرات والمؤتمرات الصحفية¹ .
فضلاً عن كل الهيئات الحكومية وغير الحكومية والجمعيات والمنظمات وخدمات الطوارئ والعلاقات الشخصية للصحفي في حد ذاته .

كما نستطيع تعريف مصادر الاخبار التقليدية مكان إنتاج، إمتلاك أو بث معلومات حصرية أو غير مصاغة في قالب نهائي، وهذه المصادر يمكن أن تكون داخلية أو خارجية بالنسبة للمؤسسة، فقد تكون أشخاص "مصادر معلومات شفوية"، هيئات أو وثائق صادرة عنها أو للمصالح المعلوماتية كبرقيات وكالات الأنباء، وهو ما يجعل الكثير من مصادر الاخبار تشكل مرجعاً رئيساً للمؤسسات الاعلامية المختلفة² .

2-1 مراحل تطور مصادر المعلومات :

مر تطور المعلومات بثلاث مراحل أساسية وهي:

1-2-1 **المرحلة قبل التقليدية:** "مرحلة ما قبل الورق" : فقد وجدت المعلومات منذ أن بدأ الانسان في تسجيل أفكاره و معارفه، وفيها سجل الانسان تجاربه وخبراته على أو أوعية بدائية إستطاع أن يطوعها لتحقيق أهدافه³ .

2-2-1 **المرحلة التقليدية:** "مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة" :

1 - جمال محمد الفار، المعجم الاعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن ، 2006، ص64 .

2 - Serge Cocaly Dictionnaire de l'information, Deuxième édition, Armand Collin, Paris, 2004, p171.

3 - غالب عوض النواسية، مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية، ط1، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص30.

وهي المرحلة التي اخترع فيها الورق كمادة صالحة للكتابة، وتشير الدراسات التاريخية بان الصين هي مصدر الكتاب الورقي الاول على إعتبار أن الصين هي أول موطن للورق، ولم تتعزز صناعة الكتاب إلا بعد ظهور الطباعة وشهدت هذه الفترة التي تلت غوتنبورغ . تطور هذه الصناعة بشكل كبير ونمو هائل في عدد عناوين الكتب المطبوعة والجرائد ولازال هذا التطور والنمو مستمران حتى يومنا هذا وقد أدى ذلك كله إلى تحويل المطبوعات الى وسيلة إعلامية جماهيرية بدلا كم كونها وسيلة تستخدم في التبشير الديني فحسب حيث عرفت هذه المرحلة أيضا ظهور الدوريات والخطوط كمصادر رئيسية للمعلومات

1-2-3 المرحلة غير التقليدية: "مرحلة مصادر المعلومات الإلكترونية" :

في هذه المرحلة اختلاعت مصادر متطورة قادرة على إتباع ثورة المعلومات وذلك بفضل التطور العلمي وتكنولوجيا المعلومات وثورة الإتصالات عن بعد، إذ غيرت هذه الوسائل في نقل المعلومات للكثير من أوعية المعلومات التقليدية الورقية، فعرفت الوسائل السمعية والبصرية والمصغرات الفيلمية، وإستطاع الانسان أن يحول المعلومات إلى أشرطة وأسطوانات ممغنطة وأقراص متراصة وقواعد بيانات وشبكات معلومات ومن أشهرها شبكة الأنترنت، وكل هذه الوسائل بالقدرة وفي الوقت والشكل المناسب لظروف طلبها¹.

1-3 أشكال مصادر المعلومات :

إن العملية الإخبارية هي الكلمة الصحفية المعادلة لكلمة البحث وتعني جمع البيانات والحقائق المتعلقة بالاحداث الجارية والقضايا المعاصرة وبالمعنى الصحفي هي فن ومهارة وصناعة جمع المعلومات للاستخدام الفوري².

إن نوعية المصادر الاخبارية التي يعتمد عليها الصحفيون في الحصول على المعلومات والأخبار هي معيار مرتبطة بدرجة فعالية الصحفي وحركته داخل المجتمع وتعبير عن جهوده الذاتية في بناء العلاقة مع المصادر الاخبارية .

لذا ورد في الانتاج الفكري أكثر من أساس لتقسيم مصاجر المعلومات إلى فئات أو أشكال أو أنواع مختلفة وإن اختلفت وتعددت هذه التقسيمات فإنها في النهاية تتجه إلى هدف واحد هو التعريف بهذه المصادر.

1 - حاتم محمد جرجيس وبريع قاسم ، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 1998، ص 6.

2 - حسني محمد نصر ، الانترنت و الاعلام والصحافة الالكترونية، ط1 ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الامارات العربية المتحدة، 2003 ، ص 92 .

- مصادر معلومات حسب الموضوع: فمثلاً في قسم الاخبار المحلية يوجه صحفيون إلى مصادر الأخبار المحلية كالوزارات، رئاسة الجمهورية... وغيرها. وفي الأخبار الاقتصادية يتوجه الصحفيون إلى الابحاث والتقارير الاقتصادية وأسعار العملات .
 - مصادر معلومات حسب طريقة الإخراج.
 - مصادر معلومات حسب بعد المعلومات عن المصدر.
 - مصادر معلومات حسب الجة والحدثة¹ .
- وهناك من قسمها إلى:

مصادر أولية : وهي أول وثائق تنشر من قبل مؤسسات حكومية أو شخصيات رسمية وقد تكون تصريحاً أو تقريراً أو بحثاً لغرض التفسير والكشف عن حدث قديم بحاجة إلى إيضاح للرأي العام.

مصادر ثانوية : وهي معلومات من مصادر ثانوية استندت إليها المؤسسة الإعلامية لعدم تمكنها من الحصول على معلومات جديدة كما يوجد تقسيم آخر قسمها إلى مصادر مطبوعة ومصادر وثائقية و مصادر برقية ومصادر مهنية² .

ويوجد تقسيم آخر مسبق مصادر المعلومات الصحفية إلى :

- **مصادر مباشرة** : وهي تلك التي يستقي الصحفي معلوماته من مصادر رسمية أو من أشخاص طبيعيين يدلون بتصريحاتهم إزاء مسألة معينة.

- **مصادر غير مباشرة** : وذلك عندما يستقي الصحفي الملوثة من شخص يكون هو بدوره قد استقى المعلومة من مصدر مباشر.

- **مصادر معرفة** : عندما يستعمل الصحفي عبارات تدل مباشرة على مصدره سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً³ .

- **مصادر غير معرفة** : عندما يستعمل الصحفي عبارات عامة متحاشياً ذكر مصدره .

1 - غالب عوض النواسية، المرجع السابق، ص 37-39.

2 - حسين عبد الجبار، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، ط1 ، أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 59 .

3 - أبو بكر محمود الهومش ، دراسة في نظم وشبكات المعلومات ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الاسكندرية ، 2001 ، ص 21.

4-1 مصادر المعلومات التقليدية:

1-4-1 **الصحفي نفسه**: يجب أن يكون موهباً في فن مخاطبة الناس وفي القدرة على إقامة الصداقات الجديدة والعلاقات المتنوعة وكسب ثقة مصادرهم، إضافة إلى موهبة الأسلوب الصحفي الذي يمكنه من صياغة الخبر بحيث يضمنه أكبر عدد من المعلومات في لأقل عدد من الكلمات¹.

1-4-2 **خدمات الطوارئ**: فكثير من الأخبار ترد عبر أحد المصادر التالية:

✚ أقسام الشرطة ودوائر الأمن المختلفة.

✚ المطافئ والحماية المدنية.

✚ الإسعاف.

✚ حرس الحدود والمونئ لذلك على الصحفي تأسيس علاقة منتظمة مع هذه الجماعات وعناصر منها بما يضمن له الحصول على الأخبار والمعلومات المباشرة.

1-4-3 **شهود العيان**: هم أشخاص عاديون تصادف أن شهدوا أحداثاً غير عادية فالمصدر أولاً وآخر هو قد يكون شخص لديه معلومات يحتاجها الصحفي من أجل مصداقية عالية لدى الجمهور لأنه جزء منهم فهو يقدم رواية فورية لما جرى ويجب توخي الحذر معهم لأنهم غالباً ما تسيطر عليهم الصدمة النفسية².

1-4-4 **وكالات الأنباء**: هي مؤسسات متخصصة في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل إشتراك مالي محدد عادة، ما كان يتم أخباره عبر الأقمار الصناعية أو الأنترنت إلى غرفة الأخبار مباشرة. تعمل هذه المؤسسات في خدمة وسائل الإعلام أي أنها تخدم خدماتها للمحترفين وليس الجمهور مما يزيد المعايير المهنية على أداؤها.

كما أن تعاون وكالات الأنباء المحلية مع الوكالات العالمية أمكن إيجاد نوع من التسيير للحصول على الخبر من مصدره مع تأكيده بمصادر أخرى متنوعة حتى أننا نرى الوكالات العالمية والمحلية تتفق على خبر معين يشغل بال الرأي العام³.

1-4-5 **أجندة الأحداث المتوقعة**: أو ما يسمى "ملف الأحداث المقبلة" فهو مستودع المذكرات والرسائل والبرامج والبلاغات المتعلقة بأحداث مقبلة وغالباً ما يغطي في بعض الصحف أحداثاً

1 - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 107.

2 - مليفين مينشتر، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ترجمة أديب حضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998، ص 145.

3 - شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، ط1، دار المعارف، القاهرة، 1994، ص 32.

لثلاثة أشهر تالية فقد أصبح من السهل الاعداد المسبق لأجندة المتوقعة أو المقدرة وتوفر تلك الأجندة أداة مثالية لتخطيط وتجنب المفاجآت فهي تقدم قائمة أولية بالأخبار قبل بداية اليوم أو وقوع أي أحداث.

1-4-6 **المقابلات الصحفية:** المقابلة هي إحدى الوسائل الأساسية للحصول على المعلومات في وسائل الاعلام كلها بياهدف النهائي من أي مقابلة هو نيل معلومات تصنع الخبر ولايتحقق ذلك الهدف إلا بالاعداد الجيد عبر مايلي:

- ◀ اختيار الضيف المناسب.
- ◀ إتباع أسلوب المقابلة المناسب مع طبيعة الخبر.
- ◀ إجراء البحث المعلوماتي اللازم.
- ◀ صياغة الأسئلة بحرص حيث تجنب الأسئلة الموجبة كما يجب الاستماع بحرص إلى إجابات الضيف.

1-4-7 **المؤتمرات الصحفية:** المؤتمر الصحفي هو مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات العامة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة أو قوانين محل الدراسة أو مناقشة قضية تم الرأي العام، والمؤتمرات الصحفية يقدمها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء، حيث تكون حاجة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكل تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام¹.

وتوجد العديد من مصادر المعلومات التقليدية منها :

- البيانات الصحفية - القصاصات الصحفية - الصور - الصحف المحلية و الاجنبية
- الإذاعات المحلية والأجنبية - المناقسون -أرشفيف المعلومات - المصادر الشخصية وغيرها من المصادر الأخرى .

2- شبكات التواصل الاجتماعي.

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج 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 - فاروق أبو زيد ، المرجع السابق ،ص 113.

1-2 شبكات التواصل الاجتماعي :

1-1-2 مفهوم الشبكات :

جاء في معجم شرح المصطلحات للدكتور "محمد الهادي" في كتابه: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات أن الشبكة تعني: "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات"¹.

شبكات عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع وهي تشمل مختلف الروابط التقنية والفنية والادبية... إلخ².

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

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة-Node)، بحيث يتم ايصال 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 عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"³.

كما يعرفها أياد الديلمي بالقول: " إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال مشتملة بـ (الفييس بوك والتويتر واليوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للاعلام التقليدي، ليتنج اعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعدام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب إنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع"⁴.

1 - محمد عبد الهادي ، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الاكاديمية ،مصر ، 2001، ص 316.

2 - عبد الله ممدوح ، جور شبكات التواصل في تغير السياسي ، جامعة الشرق الاوسط ، 2012 ، ص 34.

3 - عادل فتحي حسين ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفييس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 187.

4 - محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، رسالة ماجستير الاكاديمية العربية ، الدانمارك ، 2012 ، ص 26 .

2-2 نشأة وتطور شبكات التواصل :

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء وأول مواقع للتواصل الاجتماعي لطلاب مدارس ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates.com؛ وهذا المواقع 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 ينتسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة .

وتبع ذلك محاولة ناجحة لمواقع تواصل إجتماعي آخر؛ وهو موقع SixDegrees.com، وكان ذلك في خريف عام (1997)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي دون 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 ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1997-1999) وكان محور إهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل الاجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل مواقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com ، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com¹ .

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التوصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999-2001)، وقد إتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنية الويب في مرحله الأولى؛ والتي تركز على إستخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية، 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 وكلما تتيحه تقنية الويب (2.0)² .

ومع بداية عام (2002) إنطلق موقع التواصل الاجتماعي الشهير 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 إجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

1 - عبد الله ممدوح، المرجع السابق، ص 32 .

2 - محمد جابر خلف الله ، منتدى ساحة النقاش عبر الفيس بوك .

وفي بداية عام (2003) ظهر موقع التواصل الاجتماعي Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل Linkein.com والتي إنطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (2003)؛ والذي وصل عدد مستخدميه إلى (250) مليون مشتركاً بنهاية 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 الفيس بوك من المحلية إلى الدولية عام (2006)، وكذلك قام الفيس بوك في عام (2007)، بإتاحة تكوين للتطبيقات للمطورين؛ وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيس بوك بشكل كبير حتى تربع الفيس بوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الانترنت بصفة عامة على مستوى العالم¹.

وإنتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twitter حيث ظهر هذا المواقع 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 المصغرة، وقامت شركة Odeo بفصل خدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر (2009) والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلحظ أنها إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الاصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات؛ فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وعلى رغم 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 هذا الإطار ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بمهن محددة ومنها موقع Financial.com للمستثمرين، وموقع Dailysturmt.com لرجال الطب، كما ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي موجهة لاصحاب 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 بهواية أو إهتمام مشترك ومنها موقع Amystreet.com لمحبي الموسيقى، وموقع Wakoopa.com لهوايات ألعاب الكمبيوتر، كما ظهرت مواقع التواصل

1 - عبد الله ممدوح، المرجع السابق، ص 33.

الاجتماعي حول محتوى معين ومنها موقع Youtube.com لملفات الفيديو، وموقع Emiem.com للتواصل حول الموسيقى والصور، كما ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي متخصصة في الموضوعات الدينية ومنها موقع Mychurch.com وهو خاص بالكنائس¹.

2-3 أهم شبكات التواصل الاجتماعي :

أ/ الفيس بوك: هو شبكة إجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصاً من الشباب 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 المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقيين له أن 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 أضحى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام الذي تفكر الجامع في إنشائه، اظن انه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد".

ب/ تويتر: كما يراه الباحث: " هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الاخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الاحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الاوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الاونة الاخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك-تويتر-يوتيوب). وأخذ (التويتر) 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 مكثف 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 الالكتروني، وكذلك أهم الاحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

1 - نعيم فيصل ، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، جامعة اليرموك ، 2011 ، ص 43 .

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 بإعتباره 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)¹.

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

إذن فما هو موقع اليوتيوب؟ يرى الباحث أن اليوتيوب 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 الاعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الاوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة .

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 (ادوب فلاش) ويشتمل المقطع 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) الأمريكية² .

ج / 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 الاجل وتتميز بالاتصال والتواصل الاجتماعي الفعال بالصوت والصورة، ويمكنك تحميل هذه البرامج التي تتيح لك التواصل مع الآخرين في

1 - عواد محمد ، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني ، موقع تأملات ، اكتوبر 2010 ، متاح (On Line)

<http://www.taamolat.com2010/10/blog-post-7300.html>

2- Rebecca.Rowell YouToube '*The Company and Its Founders* , p 34

خلال دقائق معدودة ويسمح للشركات وتسيير عملها بسهولة وبشكل 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 هو [http:// www.Skype.com](http://www.Skype.com) وموقع الشبكة لايحوي أي مجموعات ولكن به مقطع خاص بالأعمال والشركات تستخدم خاصية المرئي والمسموع¹.

4-2 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أن الشبكات الاجتماعية تشترك في خصائص أساسية بينما تمتاز بعضها عن الأخرى بميزات 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** : وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن .

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

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

- **الصفحات** : إمكانية إنشاء صفحات وإستخدامها تجارياً وإنشاء حملات إعلانية تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين يتم فيها وضع

1 - عبد الله ممدوح ، المرجع السابق ، ص38

معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث كما تمكن وسائل الإعلام التقليدية من إنشاء صفحات لها على مواقع التواصل¹.

1 - [http:// www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites](http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites)

الفصل الثاني

الإطار التطبيقي

1. عرض وتحليل نتائج الدراسة

2. نتائج الدراسة

1/ عرض وتحليل نتائج الدراسة: يتمحور الفصل الثاني للإطار التطبيقي عل مجموعة من الأسئلة التي تعبر عن دوافع استخدام الصحفي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي منها لأي غرض يستخدمها الصحفي، فيما إذا يعتمد عليها الصحفي الجزائري في عمله الإعلامي، و من خلالها يمكن أن نصل إلى نتائج من شأنها توضيح إمكانية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي.

1/1/ عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي

السؤال رقم 01: حدد نوع الحساب الذي تملكه في شبكات التواصل الاجتماعي؟

الهدف منه: معرفة نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي

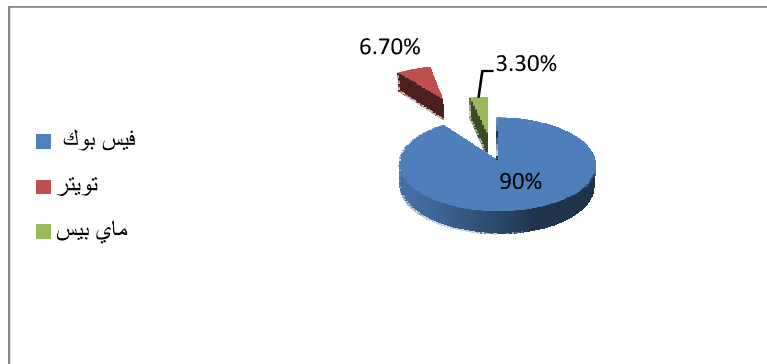
الجدول رقم 07: يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
90	27	فيس بوك
06.7	02	تويتر
03.3	01	ماي بيس
100%	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه تبين لنا أن الغالبية من المبحوثين يملكون حساب "فيس بوك"، عددهم 27، بنسبة 90% من العدد الإجمالي لأفراد العينة، بينما نجد فردين يملكان حساب على التويتر، وفرد فقط على "ماي سبايس".

يمكن تفسير هذه النتائج على أن "الفيس بوك" ذاعت شهرته، نظرا لكثرة مستعمليه من الجمهور، بالإضافة إلى أن الفيس بوك يملك خصائص لا توجد في المواقع الأخرى، فمثلا يمكن للصحفي أن يكتب فيه ما يشاء من ناحية الكم المعلوماتي، عكس التويتر لا يمكن أن تتجاوز فيه عدد الكلمات 140 كلمة.

الشكل 01: يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

الجدول رقم 08: يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته

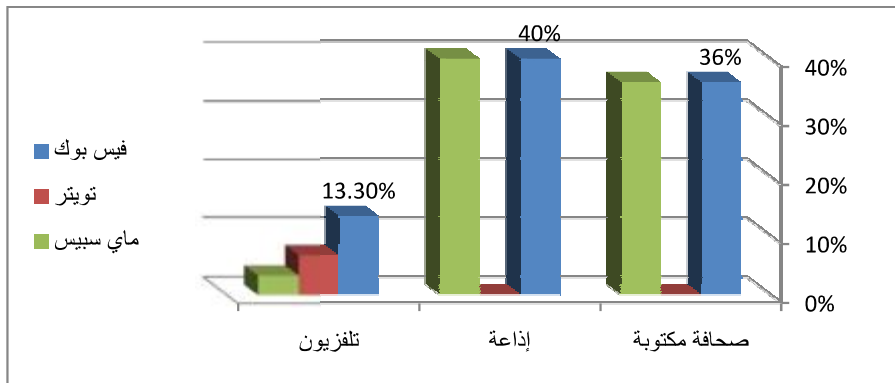
بمتغير المهنة

المجموع	ماي سبيس		تويتر		فيس بوك		
	%	ك	%	ك	%	ك	
36	11	36	00	00	36	11	صحافة مكتوبة
40	12	40	00	00	40	12	إذاعة
23.3	07	3.3	01	6.7	13.3	04	تلفزيون
100	30	3.3	01	6.7	90	27	المجموع
م/الدلالة: 0.027		د/الحرية: 04		10.952		كا2 المحسوبة:	

حسب بيانات الجدول أعلاه يتضح جليا بأن 90% من أفراد العينة يستخدمون فيس بوك، منهم 40% يعملون بالإذاعة، تليها بنسبة (36%)، يعملون بالصحافة المكتوبة و13.3% بالتلفزيون، و نسبة 6.7% من يستخدمون التويتر من مجموع أفراد العينة، كلهم يعملون بمؤسسة التلفزيون، بينما نجد 3.3% فقط من مجموع العينة المدروسة، من يستخدمون ماي سبيس. ويمكن إيعاز هذه النتائج إلى أن موقع ماي سبيس ليس مشهورا كالفيس بوك والتويتر، وأنه نادرا ما يستخدم من طرف الجمهور.

وعند اختبار كا²، تبين لنا انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، بين نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمتغير المهنة، حيث أن قيمة كا²: 10.952، بدرجة حرية 04 عند مستوى الدلالة 0.027، وهو أصغر من 0.05، وبالتالي فهو دال إحصائيا، أي أن متغير المهنة له أثر على استخدام نوع الحساب في مواقع التواصل الاجتماعي. الشكل رقم: 02 يوضح نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمتغير

المهنة



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 02: منذ متى وأنت تملك الحساب على تلك الشبكات؟

الهدف منه: معرفة المدة التي مضت على فتح حساب بالنسبة للمبحوثين

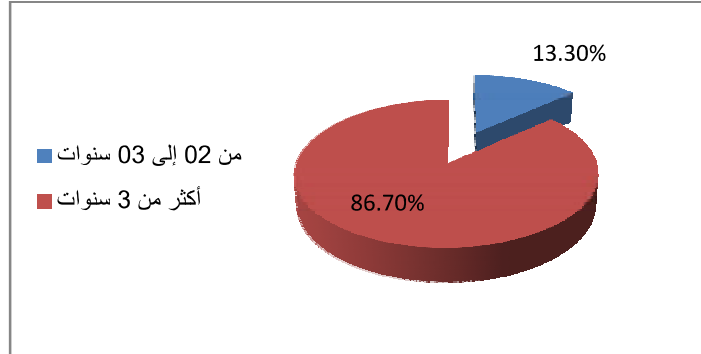
الجدول رقم: 09 يوضح المدة التي مضت على امتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
13.3	04	من 02 إلى 03 سنوات
86.7	26	أكثر من 3 سنوات
%100	30	المجموع

يوضح الجدول أعلاه جلياً من خلال البيانات الواردة فيه، أن السواد الأعظم من المبحوثين يملكون حساباً في مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات، حيث كان عددهم 26 فرداً، بنسبة 86.7%، من العدد الإجمالي لأفراد العينة محل البحث، بينما نجد فقط 4 أفراد ممن لديهم أقل من 3 سنوات مضت على امتلاكهم لحساب في مواقع التواصل الاجتماعي.

تفسير هذه النتائج يرجع إلى أن جل المبحوثين كما جاء في الجدول السابق يملكون موقع على الفيس بوك، وأن هذا الأخير، ظهر منذ أكثر من 10 سنوات، بالإضافة إلى أن أفراد العينة كلهم من طبق مثقفة.

الشكل رقم: 03 يوضح المدة التي مضت على امتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 03: ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

الهدف منه: معرفة معدل استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

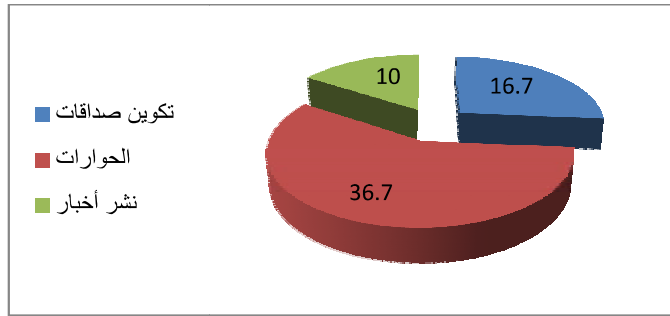
الجدول رقم 10: يوضح معدل استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
33.3	10	دائما
60	18	أحيانا
06.7	02	نادرا
%100	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه تبين لنا بأن 60% من أفراد العينة " أحيانا" ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، تليها في المرتبة الثانية من يداومون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 33.3%، وفي المرتبة الذين نادرا ما يستخدمون بنسبة 06.7%.

وقد اتفقت هذه النتائج مع النتائج المتحصل عليها في دراسة الباحثة شمسي وداد، حيث تحصلت في هذه الدراسة أن المبحوثين اللذين دائما ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي 35%. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ضرورة ملحة بالنسبة للصحفي، ولو لوقت قصير، نظرا لارتباطها بالجمهور.

الشكل رقم 04: يوضح معدل استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

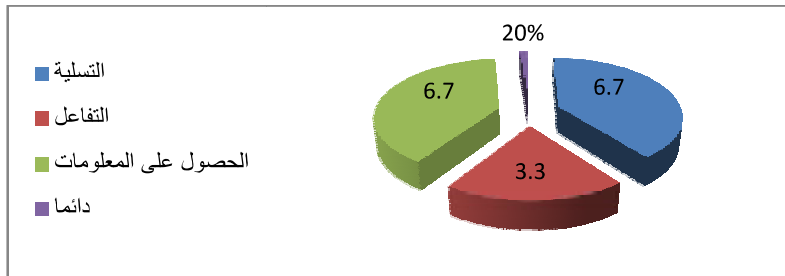
السؤال رقم 04: ما هي المدة التي تقضيها يوميا وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟
الهدف منه: معرفة المدة التي يستغرقها المبحوثون يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
الجدول رقم 11: يوضح المدة التي يستغرقها المبحوثون يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
03.3	01	أقل من ساعة
33.3	10	من 1 سا إلى 2 سا
40	12	من 2 سا إلى 4 سا
23.3	07	أكثر من 4 سا
%100	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح بأن جل المبحوثين يستغرقون ما بين (2-4 سا، بنسبة 40%، ومن 1-2 سا، بنسبة 33.3%، على التوالي)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة الذين يستغرقون أكثر من 4 ساعات بنسبة 23.3%، وأخيرا من يستغرق أقل من ساعة، بنسبة 03.3%.

هذه النتائج تدل على اهتمام الصحفيين بمواقع التواصل الاجتماعي وما يقال فيها، سواء من أجل المعلومات، أو من أجل استقصاء آراء الجمهور والتفاعل معهم، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تقرب المسافات بين المرسل والمستقبل.

الشكل رقم 05: يوضح المدة التي يستغرقها المبحوثون يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

2/1 / عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي

السؤال رقم 05: لأي غرض تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

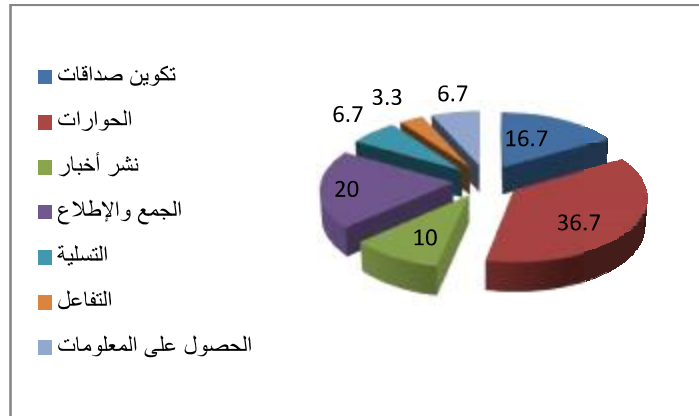
الهدف منه: معرفة الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين

الجدول رقم 12: يوضح الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين

النسبة %	التكرار	الإجابة
16.7	05	تكوين صداقات
36.7	11	الحوارات
10	03	نشر أخبار
20	06	الجمع والإطلاع
06.7	02	التسلية
03.3	01	التفاعل
06.7	02	الحصول على المعلومات
%100	30	المجموع

من خلال إجابات المبحوثين الواردة في الجدول أعلاه، يتضح بأن النسبة الكبيرة من المبحوثين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لغرض الحوار، بلغ عددهم 11 ، بنسبة 36.7% ، تليها في المرتبة الثانية من يستخدمونها لغرض الجمع والاطلاع بنسبة 20%، تليها لغرض تكوين الصداقات، بنسبة 16.7%، في حين جاءت التسلية والتفاعل في المرتبتين الأخيرتين على التوالي (06.7%، 03.3%).

الشكل رقم 06: يوضح الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 06: ما هو معدل اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟

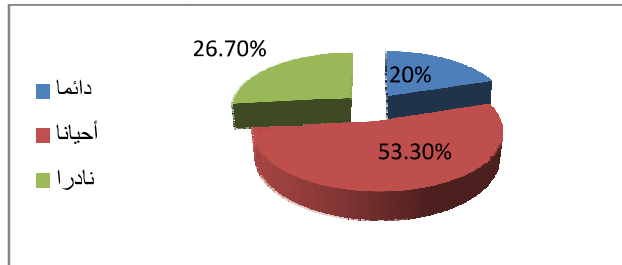
الهدف منه: معرفة معدل اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي

الجدول رقم 13: يوضح معدل اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي

النسبة %	التكرار	الإجابة
20	06	دائما
53.3	16	أحيانا
26.7	08	نادرا
%100	30	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح جليا بأنّ معظم المبحوثين "أحيانا" ما يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي، حيث كان عددهم 16، بنسبة 53.3% من العدد الإجمالي لأفراد العينة، أما الذين "نادرا"، و"دائما" ما يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي، فكان عددهم تواليًا (08، بنسبة 26.7%، و 06 بنسبة 20%)

الشكل رقم 07: يوضح معدل اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي



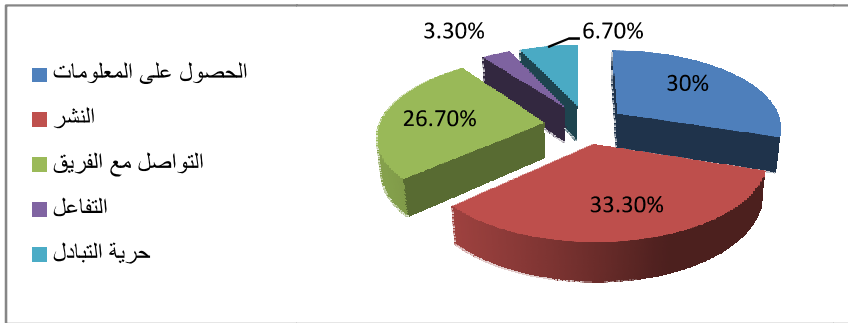
المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 07: لأي غرض تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟
الهدف منه: معرفة مدى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي
الجدول رقم 14: يوضح اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي

النسبة %	التكرار	الإجابة
30	09	الحصول على المعلومات
33.3	10	النشر
26.7	08	التواصل مع الفريق
03.3	01	التفاعل
06.7	02	حرية التبادل
%100	30	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي من أجل (النشر، الحصول على المعلومات، التواصل مع الفريق) جاءت متقاربة، حيث كانت النتائج على التوالي (33.3%، 30%، 26.7%)، بينما جاء في ذيل الترتيب المبحوثين الذين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي بغرض (التفاعل وحرية التبادل، بنسبة 3.3%، 6.7% تواليًا).

الشكل رقم 08: يوضح اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي



المصدر: من إعداد الطلبة

3/1 عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء المعلومات والأخبار.

السؤال رقم 08: ما هي نوعية المضمون الصحفي الذي استقيته من شبكات التواصل؟

الهدف منه: معرفة نوعية المضمون الصحفي الذي يستقيه المبحوثون من شبكات التواصل

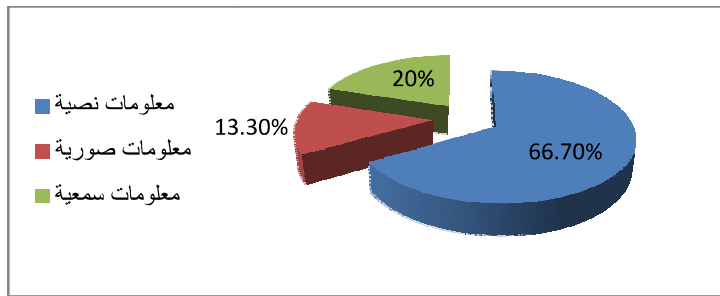
الجدول رقم 15: يوضح نوعية المضمون الصحفي الذي يستقيه المبحوثون من شبكات التواصل

النسبة %	التكرار	الإجابة
66.7	20	معلومات نصية
13.3	04	معلومات صوتية
20	06	معلومات سمعية
%100	30	المجموع

توضح لنا جليا من خلال البيانات الواردة الجدول أعلاه أن جل المبحوثين يستقون معلومات نصية من شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كان عددهم 20 فردا من العدد الإجمالي لأفراد العينة، وهذا بنسبة 66.7%، في حين كانت (المعلومات السمعية، والمعلومات الصوتية، بنسبة 20%، 13.3% على التوالي).

تفسير هذه النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن إيعازها إلى أن المبحوثين يعتمدون على المعلومات النصية، وهذا من أجل الاقتباس منها، وسهولة الحصول عليها.

الشكل رقم 09: يوضح نوعية المضمون الصحفي الذي يستقيه المبحوثون من شبكات التواصل



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 10: كيف يمكنك الحصول على المعلومات والأخبار التي تهمك من شبكات التواصل الاجتماعي؟
الهدف منه: معرفة كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي.

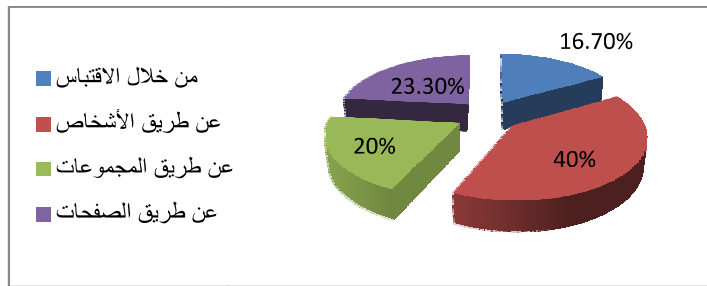
الجدول رقم 16: يوضح كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
16.7	05	من خلال الاقتباس
40	12	عن طريق الأشخاص
20	06	عن طريق المجموعات
23.3	07	عن طريق الصفحات
%100	30	المجموع

تبين لنا البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن الغالبية من المبحوثين يحصلون على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الأشخاص، وها بنسبة 40% من العدد الكلي للعينة محل الدراسة، وجاءت البدائل الأخرى بنسب متقاربة (عن طريق الصفحات، عن طريق المجموعات، من خلال الاقتباس، 23.3%، 20%، 16.7% تواليًا).

تفسير هذه النتائج يمكن إيعازها إلى أن لكل صحفي مصادره الخاصة، نجد من بينها العلاقات العامة مع الأشخاص، خاصة المسؤولين منهم، بالإضافة إلى الصفحات الرسمية وكذا المجموعات.

الشكل 10: يوضح كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

الجدول رقم 17: يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات

التواصل الاجتماعي، وعلاقته بمتغير الجنس.

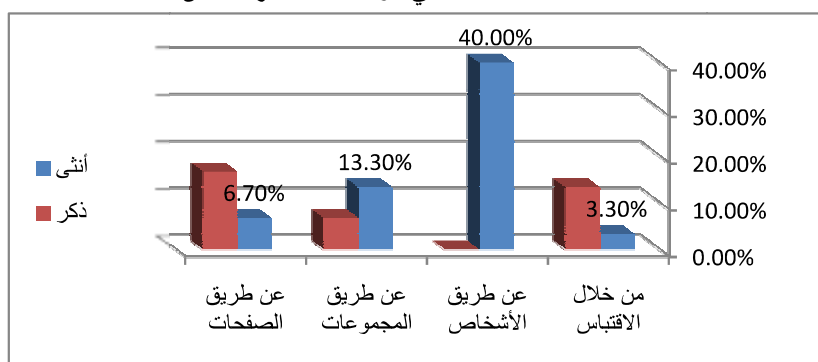
المجموع	عن طريق الصفحات		عن طريق المجموعات		عن طريق الأشخاص		من خلال الاقتباس		/	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
أنتى	63.3	19	6.7	02	13.3	04	40.0	12	3.3	01
ذكر	36.7	11	16.7	05	6.7	02	0.0	00	13.3	04
المجموع	100	30	23.3	07	20.0	06	40.0	12	16.7	05
م/الدلالة: 0.002		03		د/الحرية:		14.662		كا2 المحسوبة:		

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بان نسبة 40% من مجموع أفراد العينة يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الأشخاص، كلهم إناث، بينما نجد 23.3% من مجموع الكلي لعينة الدراسة، يدعمون معلوماتهم عن طريق الصفحات، منهم 16.7% ذكور، و6.7% إناث، في حين أن 20% من المجموع الكلي عن طريق المجموعات، منهم 13.3% إناث، و6.7% ذكور، وأخيرا الذين يرون بأنهم يدعمون معلوماتهم عن طريق الاقتباس بنسبة 16.7%، منهم 13.3% ذكور، و3.3% إناث.

وعند اختبار كا²، تبين لنا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تمهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس حيث كانت قيمة كا² المحسوبة: 14.662، بدرجة حرية: 03، عند مستوى الدلالة: 0.002، وهو أصغر من 0.005، وبالتالي فهو دال إحصائيا، أي أن متغير الجنس له أثر قوي على كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تمهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 11: يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل

الاجتماعي، وعلاقته بمتغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 11: هل تقوم بتدعيم معلوماتك حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي **الهدف منه:** معرفة ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي.

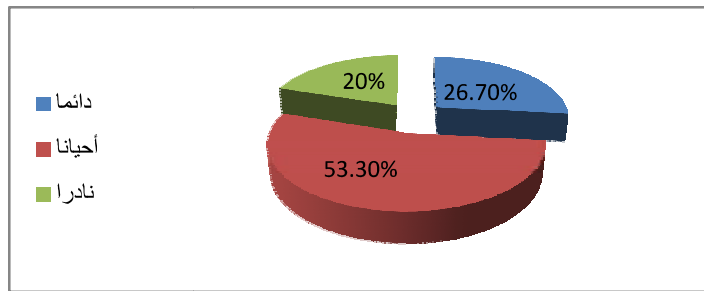
الجدول رقم 18: يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الإجابة
26.7	08	دائما
53.3	16	أحيانا
20	06	نادرا
%100	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، يمكن القول بأن: جل المبحوثين " أحيانا" ما يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كان عدد الأفراد الذين أجابوا بـ"أحيانا" 16 فردا من العدد الكلي لأفراد العينة المدروسة، بنسبة 53.3%، وجاءت الإجابة بـ"دائما" في المرتبة الثانية بنسبة 26.7%، وأخيرا نادرا بنسبة 20%. هذه النتائج تدل على أن المبحوثين يدعمون أخبارهم من خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعية، ليس كمصادر رسمية، وإنما من أجل دعمها فقط، لأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يستعمل بكثرة، وبالتالي انتشار الخبر فيها يكون بسرعة.

الشكل رقم 12: يوضح ما إذا كان المبحوثون يدعمون معلوماتهم حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل

الاجتماعي.



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 12: هل تتحقق المعلومة أو الخبر الذي حصلت عليه من شبكات التواصل الاجتماعي؟
الهدف منه: معرفة ما إذا كان المبحوثون يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 19 : معرفة ما إذا كان المبحوثون يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي

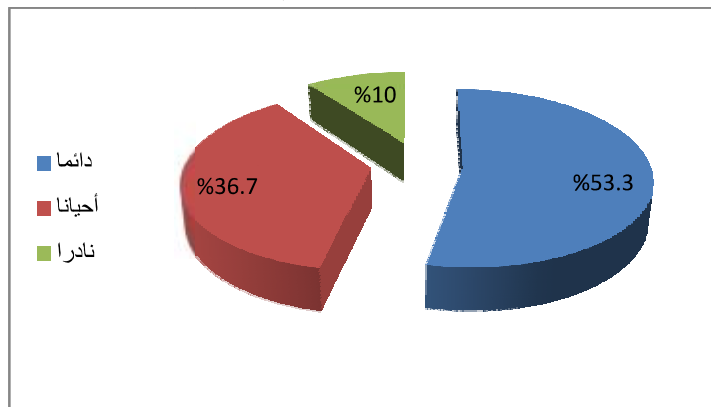
النسبة %	التكرار	الإجابة
53.3	16	دائما
36.7	11	أحيانا
10	03	نادرا
%100	30	المجموع

توضح البيانات في الجدول أعلاه بان المبحوثين دائما ما يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي حيث كان عدد الأفراد الذين أجابوا بـ "دائما" 16 فردا من العدد الكلي لأفراد العينة محل الدراسة، بنسبة 53.3%، وجاءت الإجابة بـ "أحيانا" في المرتبة الثانية بنسبة 36.7%، بينما جاءت نسبة الذين " نادرا ما يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأخيرة، بنسبة 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه، إلى أن المبحوثين يدركون جيدا مدى خطورة المعلومات الغير موثوق فيها، سواء عليهم أو على المجتمع، وبالتالي وجب عليهم التحقق منها.

الشكل رقم 13: يوضح ما إذا كان المبحوثون يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات

التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 13: كيف تتحقق من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي
الهدف منه: معرفة كيفية تحقق المبحوثين من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل
 الاجتماعي.

الجدول رقم 20: يوضح معرفة كيفية تحقق المبحوثين من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات
 التواصل الاجتماعي.

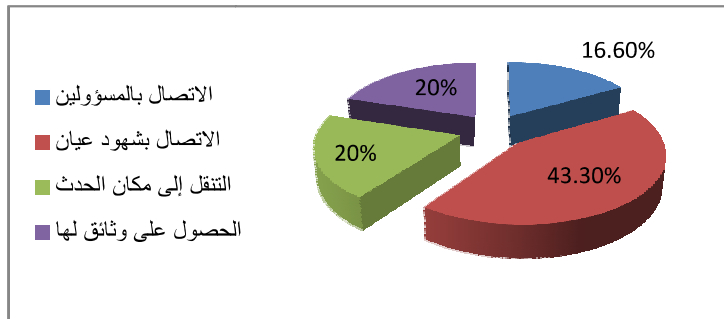
النسبة %	التكرار	الإجابة
16.6	05	الاتصال بالمسؤولين
43.3	13	الاتصال بشهود عيان
20	06	التنقل إلى مكان الحدث
20	06	الحصول على وثائق لها
%100	30	المجموع

عند قراءة البيانات الواردة في الجدول أعلاه، تبين لنا بأن غالبية المبحوثين يتحققون من المعلومة أو الخبر
 الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي، عن طريق الاتصال بشهود عيان، حيث كانت نسبتهم
 43.3% من العدد الكلي لأفراد العينة المدروسة، بينما تساوت بالنسبة (التنقل إلى مكان الحدث، والحصول
 على وثائق لها، بنسبة 20%)، وأخيرا عن طريق الاتصال بالمسؤولين بنسبة 16.6%.

كما سبق وأن ذكرنا بأن لكل صحفي مصادره الخاصة في الحصول على المعلومات والأخبار، فالتحقق
 منها كذلك يلعب دور هام، وبالتالي فالثقة من المصادر لها أهمية كبيرة بالنسبة لصدق الخبر ونشره، ويعتبر شهود
 عيان من بين المصادر التي يعتمد عليها الصحفي للتحقق من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 14: يوضح معرفة كيفية تحقق المبحوثين من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات

التواصل الاجتماعي.



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 14: هل تعتبر شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار؟

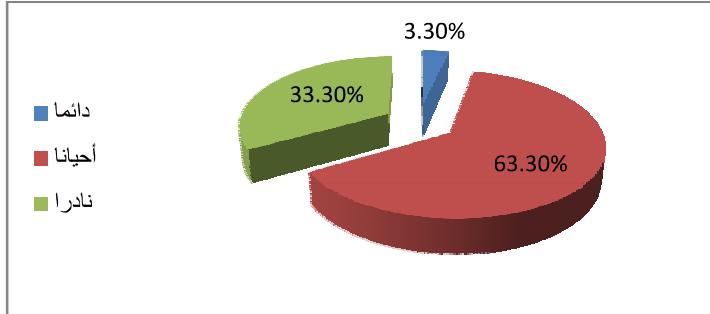
الهدف منه: معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة للمبحوثين

الجدول رقم 21: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة للمبحوثين

النسبة %	التكرار	الإجابة
03.3	01	دائما
63.3	19	أحيانا
33.3	10	نادرا
%100	30	المجموع

أحيانا ما تكون شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة لجل المبحوثين، كما هو موضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، حيث نجد أن نسبة 63.3% من عددهم الإجمالي، أجابوا بـ "أحيانا"، وفي المرتبة الثانية الذين أجابوا " نادرا" بنسبة 33.35%، وأخيرا الذين أجابوا بـ " دائما، حيث كانت نسبتهم 03.3% فقط. ويمكن القول من خلال هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعية قد تكون رسمية في بعض الحالات، منها الصفحات الرسمية على الفيس بوك مثلا، لبعض المؤسسات والشخصيات الإعلامية.

الشكل رقم 15: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار بالنسبة للمبحوثين



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 15: ما هي المعايير التي يوظفها عندما تستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي؟
الهدف منه: معرفة المعايير التي يوظفها المبحوثون عندما يستقون المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي

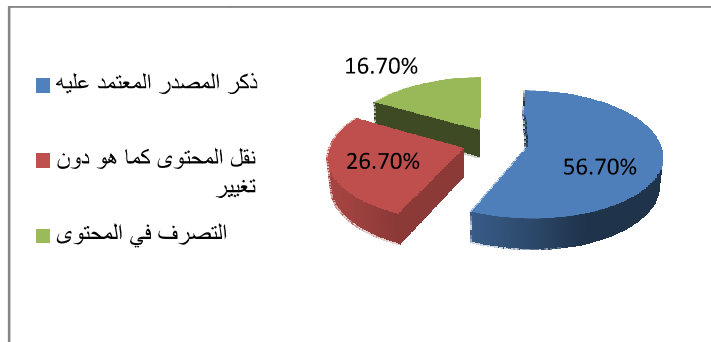
الجدول رقم 22: يوضح المعايير التي يوظفها المبحوثون عندما يستقون المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
56.7	17	ذكر المصدر المعتمد عليه
26.7	08	نقل المحتوى كما هو دون تغيير
16.7	05	التصرف في المحتوى
100%	30	المجموع

تبين لنا من خلال قراءة البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن معيار ذكر المصدر المعتمد عليه جاء في المرتبة الأولى من مجموعة المعايير المعتمد عليها من طرف المبحوثين عندما يستقون المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي، بنسبة 56.7%، وفي المرتبة الثانية معيار نقل المحتوى كما هو دون تغيير، بنسبة 26.7%، في حين معيار التصرف في المحتوى جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 16.7%، تفسير هذه النتائج يتوقف على نوع الخبر، والمعلومة، وكذا خطورتها، بالإضافة إلى أهمية ذكر المصادر عند نشر الأخبار، خاصة من الناحية القانونية، ومصداقية الأخبار المنشورة للجمهور.

الشكل رقم 16: يوضح المعايير التي يوظفها المبحوثون عندما يستقون المعلومات والأخبار من

شبكات التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة

4/1/ عرض وتحليل نتائج المحور الرابع: حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر

دعم لمصادر الأخبار التقليدية

السؤال رقم 16: ما هي أفضل طريقة للحصول على الأخبار؟

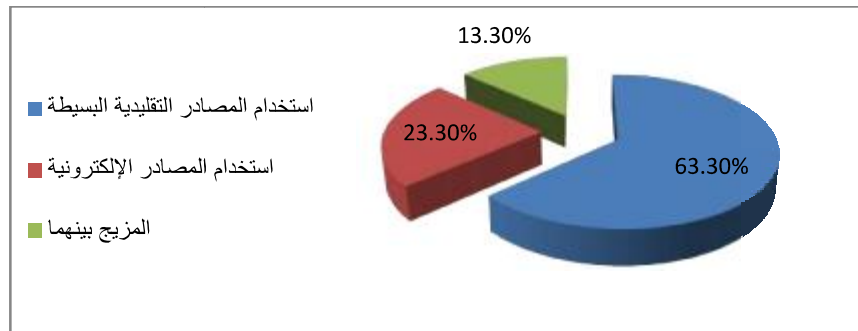
الهدف منه: معرفة أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين

الجدول رقم 23 : يوضح أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين

النسبة %	التكرار	الإجابة
63.3	19	استخدام المصادر التقليدية البسيطة
23.3	07	استخدام المصادر الإلكترونية
13.3	04	المزيج بينهما
%100	30	المجموع

يعتبر استخدام المصادر التقليدية البسيطة أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين، وهذا واضح من خلال إجاباتهم الواردة في الجدول أعلاه، بنسبة 63.3%، من العدد الإجمالي لأفراد العينة، بينما يرى البعض بأن استخدام المصادر الإلكترونية أفضل، بنسبة 23.3%، وأخيراً المبحوثين الذين يمزج بينهما بنسبة 13.3%. يمكن تفسير هذه النتائج بأن المصادر التقليدية أكثر توفراً، ناهيك على أنها مصادر رسمية.

الشكل رقم 17: يوضح أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 17: برأيك هل يمكن أن تغني شبكات التواصل الاجتماعي عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء؟

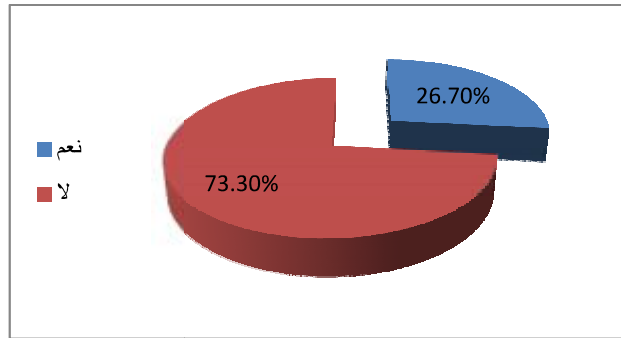
الهدف منه: معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء بالنسبة للمبحوثين

الجدول رقم 24: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء بالنسبة للمبحوثين.

النسبة %	التكرار	الإجابة
26.7	08	نعم
73.3	22	لا
%100	30	المجموع

يرى غالبية المبحوثين بأن شبكات التواصل الاجتماعي "لا" تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء، وهذا واضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، حيث نجد 22 فرداً من المبحوثين بنسبة 73.3%، أجابوا بـ "لا"، في حين يرى البعض الآخر عكس هذا، حيث نجد نسبة 26.7% أجابوا بـ "نعم". تفسير هذه النتائج نوعها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تبقى مصادر غير رسمية، وأن وكالات الأنباء هي المصدر الأول والرسمي لمصادر الأخبار بالنسبة للمبحوثين.

الشكل رقم 18: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تغني عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء بالنسبة للمبحوثين.



المصدر: من إعداد الطلبة

الجدول رقم 25: يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار ، وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين.

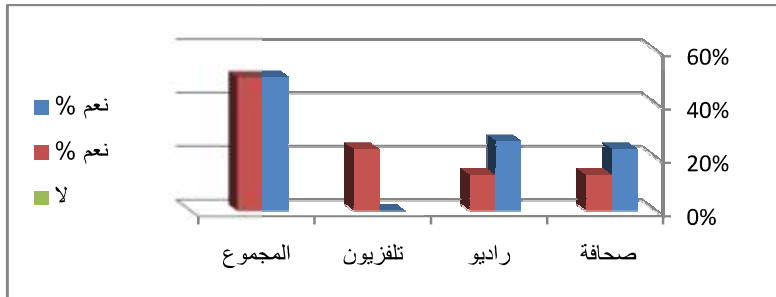
المجموع	لا		نعم		
	ك	%	ك	%	
صحافة	11	36.7	04	13.3	07
راديو	12	40	04	13.3	08
تلفزيون	07	23	07	23	00
المجموع	30	100	15	50	15
م- الدلالة: 0.01		د/ الحرية: 02		كا2 المحسوبة: 9.152	

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن إجابات المبحوثين انشطرت بالتساوي ، بين من يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تدعم حرية الوصول إلى مصادر الأخبار، والعكس، وهذا بنسبة 50%، لكلا الإجابتين، ونجد أن الذين أجابوا بنعم، منهم 26% يعملون بمؤسسة الإذاعة، و 23% بالصحافة المكتوبة، بينما الذين أجابوا بلا، نجد منهم 23% يعملون في مؤسسة التلفزيون، و 13.3% لكل من الإذاعة والصحافة المكتوبة.

وعند اختبار كا² تبين لنا أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار ، وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين، حيث أن قيمة كا² المحسوبة: 9.152، بدرجة حرية: 02، عند مستوى الدلالة 0.01، وهو أقل من 0.05 وبالتالي فهو دال إحصائياً، أين أن متغير المهنة له أثر كبير على مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار.

الشكل رقم 19: يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر

الأخبار، وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين.



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 18: في رأيك هل دعمت شبكات التواصل الاجتماعي حرية الوصول إلى مصادر الأخبار؟

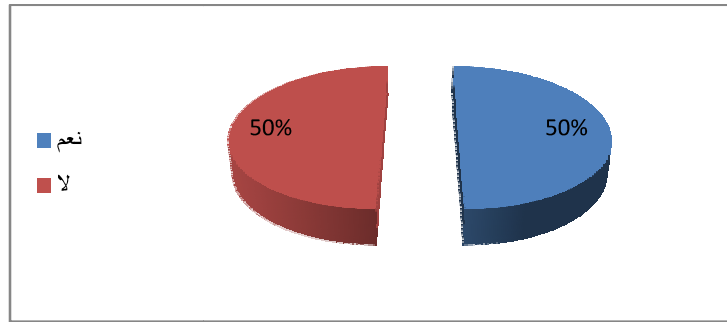
الهدف منه: معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تدعم حرية الوصول إلى مصادر الأخبار

الجدول رقم 26: يوضح مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار

النسبة %	التكرار	الإجابة
50	15	نعم
50	15	لا
100%	30	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه، تبين لنا بأن إجابات المبحوثين تساوت بين من يرى بأن شبكات التواصل الاجتماعي تدعم حرية الوصول إلى مصادر الأخبار بالنسبة لهم، وبين من يرى العكس، حيث كان عددهم بالتساوي (15 فرداً بنسبة 50% لكليهما)، ويمكن إيعاز هذه النتائج إلى حجم استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعدد مصادر الأخبار بالنسبة للمبحوثين.

الشكل رقم: 20 مدى دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار



المصدر: من إعداد الطلبة

السؤال رقم 19: ما هو حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية؟
الهدف منه: معرفة حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة للمبحوثين.

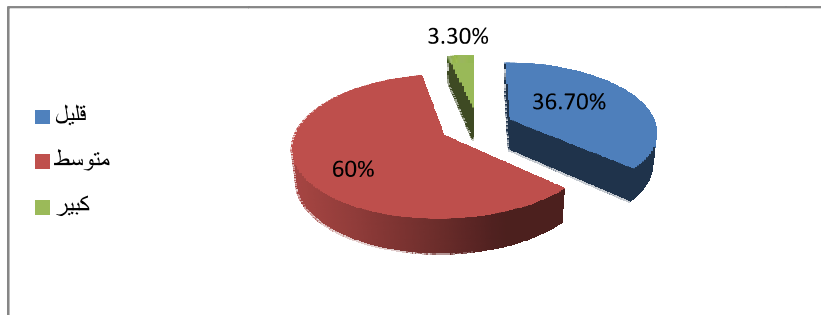
الجدول رقم 27: يوضح حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة للمبحوثين.

النسبة %	التكرار	الإجابة
36.7	11	قليل
60	18	متوسط
03.3	01	كبير
%100	30	المجموع

تبين لنا جليا من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه بأن جل المبحوثين يرون بأن حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة لهم "متوسط"، حيث كان عددهم 18 فردا بنسبة 60% من العدد الكلي للعينة محل الدراسة، بينما نجد 11 فردا بنسبة 36.7%، اعتمادهم قليل، وأخيرا نسبة 3.3% منهم فقط يعتمدون عليها بحجم كبير.

يمكن تفسير النتائج السالف ذكرها إلى أن المبحوثين لا يعتمدون بشكل على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية نظرا لأنها ليست مصادر رسمية.

الشكل 21: يوضح حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية بالنسبة للمبحوثين.



المصدر: من إعداد الطلبة

2/ نتائج الدراسة

- الغالبية من المبحوثين يملكون حساب "فيس بوك"، 90 حيث كانت نسبتهم % من العدد الإجمالي لأفراد العينة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية، بين نوع الحساب الذي يملكه المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمتغير المهنة
- معظم المبحوثين يملكون حسابا في مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات.
- جل المبحوثين يستغرقون ما بين (2-4 سا، بعدها الذين ستغرقون من 1-2 سا.
- معظم المبحوثين "أحيانا" ما يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي.
- اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي من أجل (النشر، الحصول على المعلومات، التواصل مع الفريق
- جل المبحوثين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لغرض الحوار.
- اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي من أجل (النشر، الحصول على المعلومات، التواصل مع الفريق).
- الغالبية من المبحوثين يحصلون على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الأشخاص.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كيفية حصول المبحوثين على المعلومات والأخبار التي تهمهم من شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس.
- المبحوثين دائما ما يتحققون من المعلومة أو الخبر الذي يحصلون عليه من شبكات التواصل الاجتماعي
- يعتبر استخدام المصادر التقليدية البسيطة أفضل طريقة للحصول على الأخبار بالنسبة للمبحوثين.
- غالبية المبحوثين يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي لا تغن عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالة الأنباء.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دعم شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الأخبار ، والمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها المبحوثين.

خاتمة

خاتمة

إن هذه الدراسة على قدر كبير من الأهمية فهي وليدة الساعة ومواكبة لأحداث تطور العمل الإعلامي على المستوى العالمي من جهة ومحللة لواقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإعلام الجزائري من جهة أخرى. فقد أضحت شبكات التواصل الاجتماعي تنافس المؤسسات الإعلامية التقليدية ، كما لخصت كل خصائص وسائل الإعلام التقليدية وزادت عليها من مميزات منها السرعة في نقل المعلومات والأخبار كما لها تأثيرا كبيرا على مصادر الأخبار التقليدية حيث تركز الكثير من الدول بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة على هذه الشبكات كمصدر دعم لمصادر الأخبار التقليدية لما تمكله هذه الوسائل من قدرات التأثير وانتشارها الواسع في المجتمع فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت من الضروريات لنقل وتداول صحة الأخبار والمعلومات وذلك لما لها من تأثير فعال في مصادر الأخبار غير انه لا يمكن الاستغناء عن مصادر الأخبار التقليدية لما لها من طابع رسمي ولأنها تتحرى جانب مهم وهو المصداقية وصحة الأخبار المنقولة وذلك لأنها تصدر من مؤسسات رسمية، ان هذا العصر هو عصر وسائل التواصل الاجتماعي بامتياز وذلك نظرا للكم الهائل من المنخرطين في هذه الشبكات ومن المؤكد انه صار له تأثير كبير على وسائل الأخبار التقليدية وذلك من خلال سرعتها في الانتشار وملازمتها للحدث عند وقوعه ولعل أن الصحفي الجزائري لم يكن بعيدا عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، في عمله و هذا ما أثبتته دراستنا التي قمنا بها على مستوى المؤسسات الإعلامية" مؤسسة الصحافة مكتوبة ، مؤسسة التلفزيون ، مؤسسة الإذاعة الوطنية" بولاية الجزائر العاصمة ، في ما يخص اعتماد الصحفيين في عملية استقاء المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي.

- وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج نختتم بمجموعة من التوصيات كي يتم الاستفادة منها هي كالتالي:
- ضرورة رجوع الصحفي للمؤسسة الإعلامية العامل بها عند اعتماده شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات و الأخبار.
 - ضرورة تنظيم المؤسسة الإعلامية لاستخدام تطبيقات الإعلام الجديد ، و تنظيم دورات تكوينية للمساعدة في التعامل مع التكنولوجيات الحديثة و انتقاء المحتوى
 - ضرورة الاهتمام بتطوير القوانين التي تضمن عملية استقاء المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي ومختلف جوانب العملية والقانونية وذلك لتجنب الوقوع في مختلف الأخطاء المهنية والحفاظ على مصداقية الصحافة على شبكات التواصل الاجتماعي
 - ضرورة تكوين الصحفيين الجزائريين على مختلف تكنولوجية الاتصال الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إجراء دورات التكوينية لفائدة الصحفيين من حيث التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيط جديد لاستقاء الأخبار.

قائمة المراجع

1/ المعاجم والقواميس،

أ/ بالعربية

- 01- جمال محمد الفار، المعجم الاعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2006.
02- منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2004.

ب/ باللغة الأجنبية،

3- *Serge Cacaly* Dictionnaire de l'information, Deuxième édition, Armand Collin, Paris, 2004.

4- *press, 2008* Word pouver oxford ،oxford university

Edittion aniversaire de la semeuse ،Le petit rouse.201029-

2/ الرسائل الجامعية

05- سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الالكترونية، ماجستير، قسنطينة، 2010/2009.

06- محمد بن سعود بن خالد، مصادر المعلومات الاعلامية بين التقليد والواقع-التجربة السعودي- جامعة الملك سعود، الرياض، 2003.

3/ مذكرة تخرج

07- بخوش ايمان، مرزوقي حسام الدين، الويب 2.0 (الشبكات الاجتماعية ةالاعلام الجديد)، مذكرة مقدمة مكملة لنيل شهادة ليسانس في الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة.

08- بلبالي مصطفى، تأثيرشبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحافية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013.

09- صهيب عيسي وصورية ولهة، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012

4/ الكتب

- 10- أبو بكر محمود الهوش، دراسة في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2001 .
- 11- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 .
- 12- حاتم محمد جرحيس وبريع قاسم، مصادر المعلومات في المجال الاعلام والاتصال الجماهيري، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 1998.
- 13- حسين عبد الجبار، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 13- حسني محمد نصر، الانترنت و الاعلام والصحافة الالكترونية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة، 2003 .
- 14- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير الاكاديمية العربية، الدانمارك، 2012 .
- 15- محمد الغريب عبد الكريم، البحث العملي التصميم المنهجي والاجراءات، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1982.
- 16- محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الاكاديمية، مصر، 2001 .
- 17- محمد عمر، البحث العلمي منتهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986 .
- 18- مليفين مينتشر ، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ترجمة: أديب خصور، المكتبة الاعلامية، دمشق، 1998.
- 19- مورسي انجرس، " منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، لبوزيد صحراوي واخرون"، ط2، دار القصديّة، الجزائر، 2006 .
- 20- نعيم فيصل، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، جامعة اليرموك، 2011
- 21- عادل فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 22- عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل في تغير السياسي، جلعة الشرق الاوسط، 2012 .

23- غالب عوض النواسية، مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة

إلى الكتب المرجعية، ط14، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2009

24- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000 .

25- شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، ط1، دار المعارن، القاهرة، 1994.

الكتب الأجنبية

26-*Rebecca.Rowell* YouToube ,*The Company and Its Founders*

المواقع الإلكترونية

27- محمد البدوي، الشبكات الاجتماعية والتسويق، نسخة الكترونية، متاح على
www.boduri.com، 2011.

28 - محمد جابر خلف الله، منتدى ساحة النفاش عبر الفيس بوك .

29- عواد، محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، أكتوبر 2011، متاح
(On Line) على الرابط التالي:

[http // www.taamolat.com2010/10/blog-post-7300.htm](http://www.taamolat.com2010/10/blog-post-7300.htm)

[http // www.alukah.net/culture/o/48206](http://www.alukah.net/culture/o/48206)

[http-31-http //www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites.](http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites)

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم إعلام والاتصال

تخصص إتصال وعلاقات عامة

استمارة حول :

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية

- دراسة وصفية لعينة من الصحفيين الجزائريين في المؤسسات الإعلامية -

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر

استمارة استبيان هذه موجهة إلى الصحفيين الجزائريين قصد معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية وعليه نرجو مساهمتكم معنا في إنجاز هذه الدراسة من خلال ملأ استمارة بوضع علامة (X) في مكان الاختيار المناسب والإجابة عن الأسئلة المقترحة و مع العلم أن هذه المعلومات التي سترجع من هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

إشراف:

د.غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبان :

✓ جميع سهام

✓ قرين مريم

السنة الجامعية 2016/2017

البيانات الشخصية :

الجنس :

أنثى

ذكر

السن :

45- فما فوق

45-36 سنة

36-25 سنة

.....: التخصص العلمي :-

المؤسسة الإعلامية العامل بها:

تليفزيون

إذاعة

صحافة مكتوبة

البيانات السوسيو مهنية:

مندوب

مراسل

صحفي محرر

رئيس قسم

رئيس تحرير

.....: أخرى اذكرها :-

الأقدمية في المهنة :

من 20 - 10 سنوات

من 10 - 5 سنوات

اقل من 5 سنوات

أكثر من 20 سنوات

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي

1- حدد نوع الحساب الذي تملكه في شبكات التواصل الاجتماعي؟

- فيس بوك تويتر ماي بيس يوتيوب

2- منذ متى و أنت تملك الحساب على تلك الشبكات؟

- من سنتين إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاثة سنوات

3- ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- دائما أحيانا نادرا

4- ما هي المدة التي تقضيها يوميا وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- اقل من 1 سا من 1 سا إلى 2 سا م 4 سا إلى 4 سا أكثر 4 سا

المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.

5- لأي غرض تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- تكوين صداقات
- الحوارات والنقاشات الفكرية
- نشر أخبار عن الأحداث الجارية
- جمع والاطلاع على الأخبار والمعلومات
- تسلية وتمضية الوقت
- التفاعل مع جمهور القراء / المشاهدين / المستمعين
- الحصول على معلومات

أخرى أذكرها:

6- ما هو معدل اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟

- دائما أحيانا نادرا

7- لأي غرض تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟

- للحصول على معلومات الأخبار
- نشر معلومات الاخبار
- التواصل مع فريق العمل

- تحقيق السبق الصحفي
- التفاعل مع الجمهور
- حرية تبادل المعلومات

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث : توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء المعلومات و الأخبار.

8- ما هي نوعية المضمون الصحفي الذي استقيته من شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- معلومات نصية (نصوص أخبار...)
- معلومات صورية(صور...)
- معلومات سمعية بصرية (فيديو...)

9- ما هو معدل اعتمادك عليها؟

- دائماً
- أحياناً
- نادراً

10- كيف يمكنك الحصول على المعلومات والأخبار التي تهتمك من شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- من خلال الاقتباس و التفاعل مع شبكات التواصل
- عن طريق الاشخاص
- عن طريق المجموعات الناشطة على شبكات التواصل
- عن طريق الصفحات الناشطة على شبكات التواصل

أخرى أذكرها.....

11- هل تقوم بتدعيم معلوماتك حول الأخبار بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- دائماً
- أحياناً
- نادراً

12- هل تتحقق من المعلومة أو الخبر الذي حصلت عليه من شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- دائماً
- أحياناً
- نادراً

13- كيف تتحقق من المعلومة أو الخبر الذي حصلت عليه من شبكات التواصل الاجتماعي؟

- الاتصال بالمسؤولين الاتصال بشهود العيان التنقل إلى مكان الحدث
- الحصول على وثائق لها علاقة بالحدث

14- هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار؟

- دائما أحيانا نادرا

15- ما هي المعايير المهنية التي توظفها عندما تستقي المعلومات والأخبار من الشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ذكر المصدر المعتمد عليه نقل المحتوى كما هو دون تغيير التصرف في المحتوى المنقول والإشارة

المحور الرابع : حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر دعم لمصادر الأخبار التقليدية .

16- ما هي أفضل طريقة للحصول على الأخبار؟

- استخدام المصادر التقليدية البسيطة
- استخدام المصادر الالكترونية
- المزج بينهما

17- برأيك هل يمكن أن تغني شبكات التواصل الاجتماعي عن مصادر الأخبار التقليدية كوكالات الأنباء؟

- نعم

- لا

إذا كانت إجابتك "نعم" أعط رأيك:.....

18- في رأيك هل دعمت شبكات التواصل الاجتماعي حرية الوصول إلى مصادر الأخبار؟

- نعم

- لا

19- ما هو حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في مصادر الأخبار التقليدية؟

- قليل

- متوسط

- كبير

20- في رأيك هل هناك تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية؟

.....

.....

.....

.....



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

هدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مصادر الأخبار التقليدية في الجزائر ومن خلال دراسة عينة من الصحفيين بولاية الجزائر العاصمة ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة الى 4 محاور المحور الأول تناولنا فيه عادات وأنماط استخدام الصحفي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي المحور الثاني دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل أما المحور الثالث تناولنا فيه توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء المعلومات والخبر أما المحور الرابع والأخير حجم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر دعم لمصادر الأخبار التقليدية ولقد كانت عينة الدراسة مكونة من 30 مفردة من صحفي ولاية الجزائر (صحافة واذاعة وتلفزيون (فإن جل شبكات التواصل الاجتماعي والتي من أشهرها (فايس بوك ومايس بيس ويوتيوب) اصبح لها تأثير كبير على وسائل الأخبار التقليدية وذلك من خلال سرعتها في الانتشار وتدفق المعلومات المتاحة وملازمتها للحدث عند وقوعه

Summary

This study aims to reveal the impact of social networks on the traditional sources of news in Algeria and through the study of a sample of journalists in the state of Algiers. The questionnaire was used to collect data from the respondents. The questionnaire was divided into 4 axes. Algerian social networking networks Axis II motives of the use of Algerian journalist for networks The third axis dealt with the employment of social networks as a source of information and news The fourth and final axis of the volume of reliance on networks Social media as a source of support for traditional sources of news The sample of the study consisted of 30 members of the Journalist of the State of Jazair (Press, Radio and Television). Most of the social networks, most of which are Facebook, MySpace and YouTube, Their speed of deployment and the flow of information available and their connection to the event when it occurs.