

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال

آراء الإعلاميين لولاية المسيلة

نحو صحافة المواطن

دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين بولاية المسيلة نموذجاً

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة لسانس: تخصص: اتصال

إعداد طالبة:

تحت إشراف الأستاذ:

❖ طيبي رابح

✓ بنايلي سميحة
✓ بوزيدي ربيعة
✓ هجولي عمار

السنة الجامعية : 2019-2020 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
﴿...وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُن تَعْلَمُ وَكَانَ
فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا﴾

صدق الله العظيم
سورة النساء، الآية (113)



تقدير وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبعد ..
نتقدم بجزيل الشكر وكثير الامتنان
إلى أستاذنا المشرف طيبي رابح
على التوجيهات القيمة التي قدمها لنا
كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع
أساتذتنا بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة
المسييلة إلى كل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة

ملخص الدراسة :

تسعى هذه الظاهرة إلى تناول موضوع آراء الإعلاميين لولاية المسيلة حول صحافة المواطن كونه يمثل مظهر جديد من مظهرًا جديدًا من مظاهر الإعلام الجديد كما تهدف إلى محاولة معرفة اتجاهات الإعلاميين الجزائريين نحو انتشار ظاهرة الإعلام الهواة و مدى تأثير هذه الأخيرة على الإعلام التقليدي.

وتطرق الدراسة إلى أهم المفاهيم المرتبطة بالإعلام الجديد بدءًا بمفهوم هذا الأخير والمدخل النظرية لفهم خصائصه، صحافة المواطن، المدونات الإلكترونية، ومفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

كم اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يميل إلى معالجة ظاهرة في الحاضر وليست في الماضي مما يجعله أكثر ملائمة لموضوع الدراسة.

وفي الختام تم الخروج بمجموعة من النتائج ذات الصلة بآراء الإعلاميين لولاية المسيلة حول إعلام المواطن وتم التعرف على اهتماماتهم حول إحداث نوع من التكامل مع إعلام الهواة لكي يكون سند قوي لوسائل الإعلام التقليدية في نشر وتحليل الأخبار والمعلومات وبالتالي الإجابة على التساؤلات المطروحة وتحقيق الأهداف المسطرة.

Résumé de l'étude:

Cette étude vise à répondre à la question du point de vue des médias m'sila sur le journalisme citoyen, il représente un nouveau voie des nouvelles apparitions dans les médias, vise également à essayer de découvrir les tendances des médias m'sila à la propagation du phénomène des médias amateurs et l' impact de ce dernier sur les médias traditionnels.

Cette étude a touché un groupe de concepts importants dans les médias traditionnels, qui mets l'accent sur la notion des médias, la presse écrite, et la télévision.

Dont nous avons examiné les concepts les plus importants liés aux nouveaux médias, à partir de ce dernier concept et les entrées théorique pour mieux comprendre ses propriétés, le journalisme citoyen, les blogs et le concept des réseaux sociaux.

En outre, cette étude a adopté une approche de dépistage qui tend à étudier le phénomène dans le présent et non dans le passé, ce qui le rend plus approprié au sujet de l'étude.

En conclusion, il a été un ensemble de vues pertinentes des médias m'sila sur les résultats Citizen Media, et a été identifié des préoccupations au sujet de la création d'une sorte d'intégration avec les médias amateur afin d'être un appui solide pour les médias traditionnels dans la diffusion et l'analyse des informations et des nouvelles, et ainsi répondre aux questions posées et atteindre les objectifs visés .

فهرس المحتويات

مقدمة أ - ب

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- i. الإشكالية 6
- ii. أسباب اختيار الموضوع 7
- iii. أهداف الدراسة 8
- iv. منهج الدراسة 8
- v. مجتمع وعينة البحث 11
- vi. تحديد المفاهيم 13
- vii. الدراسات السابقة 14

الفصل الثاني: مدخل الى الاعلام الجديد

- تمهيد 23
- i. الاعلام الجديد 24
- (1 مفهوم الاعلام الجديد 24
- (2 الاسماء المتعددة الاعلام الجديد 26
- (3 سمات الاعلام الجديد 27
- (4 صفات الاعلام الجديد 31
- (5 مداخل الى نظرية خصائص الاعلام الجديد 32
- ii. صحافة المواطن 39
- (1 مفهوم صحافة المواطن 39
- (2 مسيرة صحافة المواطن 40

44	3	صحافة المواطن والمصطلحات المشابهة
46	4	مبادئ إعلام المواطن
48	5	ابرز أشكال صحافة المواطن
50	6	المدونات الالكترونية
53	7	شبكات التواصل الاجتماعي
72		الخلاصة

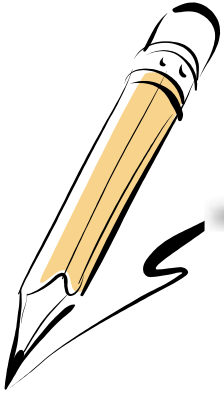
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

74	i	عرض البيانات تحليلها ونتائج الدراسة
82		الخاتمة
84		قائمة المراجع
89		الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
74	حقيقة الإعلام الجديد انعكاس مضادا للإعلام السائد	01
75	اعتبار أن أشكال الإعلام الجديد نوع من أنواع الإعلام	02
75	استخدام شبكات الاجتماعية والمدونات الالكترونية في العمل الإعلامي	03
76	شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية تتميز بالرداءة	04
77	تميز المعلومات التي يثيرها وينشرها المواطن الصحفي بضعف المصادقية	05
78	حقيقة تفضيل الإعلام التقليدي على الإعلام الجديد	06
78	إمكانية تقليص إعلام المواطن من دور الإعلام التقليدي مستقبلا	07
79	مستوى الإعلام الجزائري من جانب استفادته من تطبيقات الإعلام الجديد	08
80	مستقبل الإعلام في ظل الإعلام المواطن	09

مقدمة



مقدمة:

لقد أصبحت وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأدت دورا بارزا في تطور الاتصال وتقييمه وفتحت مجالا واسعا لتدفق المعلومات وانسياب المعرفة إلى كل أنحاء العالم وقربت المسافات بين البشر وحققت الحضارة الإنسانية جديدة.

إننا نعيش واقعا تيسرت فيه سبل الاتصال وأصبحنا نعلم ما يحدث في قارات أخرى من أحداث فكل شيء أصبح متوفرا ترى على شاشات تلفزيوناتنا كل جديد ونقرا في متصفحاتنا كل ما نرغب ولا يفصل عنه شيء عصر نعيشه هو إعلام بحد ذاته واكتشاف لأدق تفاصيل العلم والمعلومات يتحدد في كل لحظة وتتعدد وسائله كل يوم وتتنوع حتى ما عاد بالإمكان اللحاق به والتحكم فيه من يرغب فيه بفرصة سيجد ألف فرصة ومن يحاول في أن يتعلم سيكون موسوعة ومن يهدف فيه للمجد يصل إليه هي كبسات على أزرار ونملك العالم اجمع بين يدينا.

منذ زمن ليس بالبعيد اعتقد البعض أن مقولة مارشال ماكلوهان حول القرية الكونية ضرب من الخيال إلا أن الواقع الحالي أكد نبوءة مارشال ماكلوهان واثبت أن العالم تحول فعلا إلى قرية بفعل التطور الكبير على مستوى تكنولوجيا الاتصال عموما والانترنت خصوصا لا سيما بعد ظهور ما يعرف بـ "ويب 2.0" الذي نقل الانترنت إلى ما بعد التفاعلية ومكن المستخدمين من المشاركة في إنتاج مختلف المحتويات الاتصالية ونشرها والتعليق عليها.

من وجود المنتديات والمجموعات البريدية لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية وتجسد هذه المرحلة انقلابا لنموذج الاتصال التقليدي بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالة إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم، وبهذا أفرزت ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة عدة تغيرات ليس فقط في المجال الإعلامي لن حتى في المجال السياسي والثقافي لما جاءت بمصطلحات ومفاهيم

جديدة حلت محل مفاهيم تقليدية أو أصبحت تستعمل كمفاهيم مقابلة لها فأصبحنا نتحدث عن إعلام جديد مقابل إعلام تقليدي وعن صحفي مواطن كمقابل صحفي محترف.

وفي ظل هذا التنوع والانفجار المعلوماتي، وجب علينا أن نفهمه ونستوعبه وان نوظفه لخدمة حياتنا ومسيرتها ونحقق ما نصب إليه من خلاله، وان يكون خادما لنا وليس عبئا علينا.

وفي هذا البحث محاولة لمعرفة آراء الإعلاميين لولاية المسيلة حول صحافة المواطن ومحاولة لفهم أسباب هذه الآراء سواء كانت سلبية أو ايجابية.

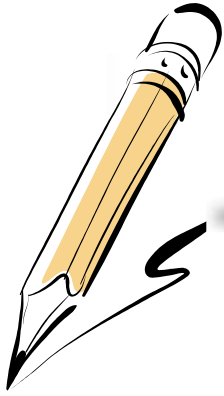
تطرق في بحثي إلى الجانب النظري يتضمن فصلين تطرقنا في الفصل الأول إلى الإعلام الجديد ووسائله وانتشار الشبكات الاجتماعية والمدونات الالكترونية وأثرها في حياتنا.

ثم تطرقنا في الفصل الثاني إلى ظهور صحافة المواطن من خلال التطرق لمفهومها ومسيرتها بالإضافة إلى المصطلحات المشابهة لها والتي اختلف حولها الباحثون وأيضا مبادئها وأشكالها المختلفة.

في حين أن الفصل الثالث خصص الدراسة الميدانية عرض البيانات وتحليلها لنصل إلى نتائج الدراسة.

وكما بدا الدراسة بمقدمة أنهيناها بخاتمة بمختلف المراجع المعتمدة في الدراسة والملاحق التي تخصها.

الفصل الأول



الإطار المنهجي للدراسة

- i. الإشكالية
- ii. أسباب اختيار الموضوع
- iii. أهداف الدراسة
- iv. منهج الدراسة
- v. مجتمع وعينة البحث
- vi. تحديد المفاهيم
- vii. الدراسات السابقة

i. الإشكالية

أضحت وسائل الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي تتخطى كافة المسافات والحواجر لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة وسلامة، كما أن وسائل الإعلام والاتصال في وقتنا الحاضر تعتبر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف، خاصة في ظل العولمة الاتصالية التي ساهمت في انهيار البعد الزمني والمكاني بين الأمم، إذا ازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع، فصار الكل يعرف ما يدور لدى الآخرين مهما كانت المسافات والأزمنة، حيث تربع الاستعمال الواسع للانترنت على عرشها فالانترنت مجال اظهر فاعلين جدد ينتجون المعلومات والخطابات العامة من خلال المدونات والمنتديات والمواقع الالكترونية، وهو ما أصبح يصطلح عليه اليوم بصحافة المواطن وهو يعني ما يقوم به المواطن من دور فعال في عملية جمع إبلاغ تحليل ونشر الأخبار، كذلك يشير هذا المصطلح إلى قيام الناس المعروفين لدى الجمهور بتوظيف أدوات الصحافة التي بحوزتهم في نقل المعلومة لشخص آخر.

فعلى سبيل المثال نجد موقع Mediacitoyen.Fr والذي يقدم نفسه باعتباره صحافة بديلة تتيح لأي شخص من أن ينشر على شبكة الانترنت أخبار قصيرة مقالات صور وفيديو ويمكن أن تكون تلك المقالات في شكل وجهة نظر أو تساؤل حول قضية معينة أو عرض لوقائع.

ومهما كانت صفة الناشر صحفياً مدوناً مدير مؤسسة أو عاطل عن العمل فيمكنه عرض معلوماته وإخباره بهدف نشرها شريطة احترامه القيمة الصحفية التي يجب أن تتميز بها تلك الأخبار والمقالات.

إن ظهور صحافة المواطن أدى إلى تبادل الأدوار بين الإعلاميين من جهة والجمهور والقراء والمستمعين والمشاهدين من جهة أخرى، فبعد أن كان الإعلاميون هم من يرسلون الرسالة الإعلامية، أصبح الجمهور يشارك في عملية الإرسال أيضاً، فيما اختفى دور الناشر لأن وسيلة نقل المعلومات أحدثت ثورة هائلة في نقل الصورة والخبر والمعلومة بسرعة كبيرة وفي وقت قياسي،

مما يجعلها تتفوق على الصحافة التقليدية وبدأ الإعلاميون المحترفون يتخوفون من سحب البساط من تحت أرجلهم فأخذوا يخوضون غمار المنافسة مع الوافد الجديد.

وعلى هذا الأساس تولدت لدينا فكرة تخصيص دراسة للكشف عن طبيعة العلاقة التي تربط الإعلام السائد مع أعلام المواطن يدخل في إطار الإعلام الجديد، وهذا من خلال محاولات رصد آراء الصحفيين الجزائريين حول إعلام المواطن وقد جاءت الإشكالية العامة للدراسة على النحو التالي:

ما هي آراء الإعلاميين لولاية المسيلة حول صحافة المواطن؟

التساؤلات الفرعية

- 1) ما مدى دراية الصحفي بمصطلحات وتطبيقات الإعلام الجديد؟
- 2) ما هي حدود استخدام الصحفي الجزائري للإعلام الجديد؟
- 3) ما هي أهم التغيرات التي أحدثتها ظاهرة صحافة المواطن وتأثيرها على الممارسة الصحفية؟

ii. أسباب اختيار الموضوع

1) أسباب ذاتية

- الاهتمام الشخصي والفخر العلمي
- إحساسي بمشكلة البحث والرغبة في قياس اتجاهات الإعلاميين لولاية المسيلة نحو هذه الظاهرة الجديدة في ميدان الإعلام.
- قلة الدراسات والبحوث العربية وخاصة الجزائرية حول الموضوع.

2) أسباب موضوعية

- يعتبر هذا الموضوع من بين المواضيع الهامة التي تستوجب الدراسة والبحث المعمق.

- اعتبار هذا الموضوع من المواضيع الحديثة التي تتناول بالدراسة العمل الإعلامي في ظل إدخال تقنية وسائط الإعلام الحديثة.

- السعي لإثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديدة في ميدان الإعلام وهذا خدمة للبحث العلمي.

iii. أهداف الدراسة

- الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو محاولة معرفة آراء إعلامي ولاية المسيلة نحو انتشار ظاهرة صحافة المواطن، ومدى تأثير هذا الأخير على الإعلام التقليدي.

- معرفة الأسباب الحقيقية التي تكمن وراء خروج الإعلام والاتصال من وضع هرمي تقليدي إلى شبكي حديث، ومن جماهيري إلى فردي، وقلب وظيفي المتلقي ليتحول في نفس الوقت إلى مرسل.

- محاولة التعرف ما إذا كان هناك خطط من طرف إعلامي ولاية المسيلة لأحداث نوع من التكامل مع إعلام الهواة أو صحافة المواطن، لكي تكون عون وسند قوي لوسائل الإعلام التقليدية في نقل وتحليل الأخبار والمعلومات.

iv. منهج الدراسة

أما عن المنهج المتبع في الدراسة فهو "المنهج المسحي" حيث تعتبر المسوح من أفضل المناهج البحثية في حالة رغبة الباحث الحصول من خلالها على بيانات أولية حديثة أو الحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع كبير، قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه.

ويعرف المنهج المسحي على أنه: الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الخبر الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات المحققة لذلك.

ومن مميزات هذا المنهج نجد:

❖ يعالج المسح ظاهرة حاضرة وليست في الماضي لما يجعله أكثر ملائمة لموضوع دراستنا.

❖ يركز على وحدة محددة في الحاضر زمانا ومكانا، ويتولى وصفها وتحليلها وتفسيرها وهو يتجاوز مجرد وصف الأوضاع الحالية لهذه الوحدة إلى عملية التحليل والتفسير والمقارنة واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات.

وينقسم منهج المسح إلى قسمين:

- **المسح الوصفي:** الذي يتجه إلى وصف الظاهرة التي ندرسها كما هي، أي في ظل الظروف التي تتواجد فيها.

- **المسح التحليلي:** تتقدم المسوح التحليلية عن المسوح الوصفية، من حيث أن المسوح الوصفية تهدف إلى وصف الظاهرة والتعرف على أسباب وجود الظاهرة على ما هي عليه، أما المسوح التحليلية فيعد الباحث متغيرات معينة ويعمل على التعرف على العلاقة الارتباطية مما يساعد على التوصل إلى نتائج تفسيرية.

وباعتبار أن دراستنا تهدف بالأساس إلى التعرف على آراء إعلامي ولاية المسيلة نحو صحافة المواطن هذا ما جعلنا نعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وباعتبار أن هذه الدراسة تتعدى مجرد وصف الظاهرة إلى اختبار العلاقة بين متغيرات وعناصر المشكلة لهذه الظاهرة، استوجب علينا أن ندعم هذه الظاهرة بالمنهج المسحي التحليلي كونه يوفر إطار هام لتحليل وتفسير النتائج، وعليه تم استخدام المنهج المسحي الوصفي والتحليلي حتى نحصل على عمل

متكامل إلى أقصى الحدود الممكنة، أما عن أدوات جمع البيانات فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة أساسية وهي الاستبيان.

الاستبيان

- يعرف الاستبيان الاستقصاء الاستفتاء على انه: "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة تقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في البيانات".

- كما يعرف أيضا على انه: "مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد قصد الحصول على المعلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة موقف معين".

- وتم الاعتماد على هذه الأداة لأنها مناسبة لموضوع دراستنا كون الاستبيان يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كثيرة العدد، مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، إضافة إلى عدم تدخل الباحث في التحرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، يوفر درجة كبيرة من الموضوعية والصدق الداخلي، كما انه يتفق في نفس الوقت مع أغراض الوصف وتقديم العلاقات النسبية بالإضافة إلى تقنين إجراءاته يوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها مما يرفع درجة الثبات ودقة النتائج.

لهذا فان ميزات الاستبيان الجيد هي:

- أن تكون الأسئلة موجزة لكنها واضحة.
- أن لا تكون مكلفا قدر الإمكان بالنسبة لمردوده من المعلومات.
- أن يتطلب من المستجيب الحد الأدنى من الجهد والوقت.
- أن تهدف الأسئلة فيه إلى الحصول على إجابات واقعية وليست تخمينات وآراء وتوقعات.

وقد قمنا بتصميم صحيفة الاستبيان في صورتها الأولية ثم تم إخضاعها لتحكيم الأستاذ المشرف للوقوف على مدى دقة الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق، وذلك من أجل قياس درجة الصدق الظاهري للاستمارة الذي نقصد به أن يتحقق الباحث من أنه يقيس الشيء المقصود في البحث ولا يقوم بقياس شيء آخر.

بعدها قمنا بإجراء تعديلات اللازمة وفق اقتراحات الأستاذ المشرف من أجل وضع المقابلة في شكلها النهائي حتى تصبح جاهزة للتطبيق.

- وقد أفضت ملاحظات الأستاذ المشرف إلى مجموعة من التعديلات التي اخذ بها الباحث للوصول إلى الشكل النهائي الأفضل، الذي يخدم الدراسة ويتيح الإجابة الوافية عن التساؤلات، ويحقق الأهداف المرجوة منها، وتجدر الإشارة إلى أن الملاحظات اقتصر على:

1- تقليص عدد الأسئلة التي يصعب في العادة تحليلها وتبويبها.

2- تعديل الصياغة اللغوية للعديد من الأسئلة التي تعذر فهمها

3- تعديل بعض الكلمات التي رأى المحكمون أنها قد لا تكون مفهومة لدى بعض المبحوثين

٧. مجتمع وعينة البحث

يهدف البحث العلمي دائماً في جانب منه إلى وصف طبيعة مجتمع البحث الذي يعرف على أنه: "مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأشياء أو الأحداث التي تريد أن تصل إلى استنتاج بخصوصها"، ويسمى كل عضو من المجتمع البحث حالة أو مفردة يقوم الباحث بدراسة عن المفردات للوصول إلى نتائج عامة حول المجتمع ككل، وعندما يقوم بفعل ذلك فإن هذه الطريقة تسمى طريقة الحصر الشامل، غير أن هذا الأمر ليس بالهين، وهو في غالب الأحيان مكلف ويحتاج إلى وقت طويل مما يجعله في أحيان أخرى مستحيلاً، نظراً لتباعد وانتشار مفردات البحث وعدم القدرة على الاتصال أو دراستها كلها، فيكتفي هذا الباحث بأخذ عدد قليل من تلك المفردات

في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتاحة، ويبدأ بدراستها وتعميم صفاتها على المجتمع هذه هي طريقة دراسة بالعينة، وتعرف على أنها: "مجموعة من مجتمع البحث تختار لتكون ممثلة للمجتمع الكلي" وتسمى عملية اختيارها بالمعاينة، من خلال تعريفها يظهر أن أهم شرط في العينة هو أن تكون ممثلة لمجتمع البحث أي أن تحمل جميع الصفات الهامة في المجتمع الأكبر الذي تسحب منه، فالعينة التي لا تمثل مجتمع البحث - مهما كان حجمها- لا تصلح لاختيار الفرضيات، ولا يمكن أن تنطبق نتائجها إلا عليها ولكنها مع رأي J.R.Dominik RD.Winner اللذان انتقدا إصرار بعض الباحثين عن اعتبار ضرورة أن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث في كل خصائصه، ويعتبر أن العينة غير محددة تعني "كون العينة صورة معينة للمجتمع في كل خصائصه" لا نعرف كيف سنختار عينة مثل هذه، فرغم أن العينة يجب أن تحتوي حد أقصى من التمثيلة لمجتمع البحث، أما أن تتطابق تمام التطابق معه فهذا مستحيل.

لقد تم الاعتماد على أسلوب العينة التمثيلية لمجتمع البحث الذي يمثل صحافيي ولاية المسيلة وهذا باختيار عدد معين من أفراد مجتمع البحث.

يمثل مجتمع البحث عن هذه الدراسة كافة الصحفيين العاملين ولاية المسيلة والعينة التي تم اختيارها هي جزء من مجتمع البحث الكلي، حيث تتضمن المعاينة مجموعة من العمليات تهدف إلى بناء عينة تمثيلية لمجتمع البحث المستهدف.

ويتم تصنيف العينات إلى نوعين رئيسيين تبعا لتدخل الباحث في اختيار العينة ومفرداتها.

النوع الأول: وهي العينات الاحتمالية أو العشوائية، والتي يخضع اختيارها لقوانين الاحتمالات وتعطي فرصا متساوية لجميع المفردات في الاختيار.

النوع الثاني: وهي العينات غير الاحتمالية أو العمدية، وهي التي تسمح بتدخل العامل الشخصي في الاختيار ونظرا لصعوبة القيام بعملية مسح شامل لمجتمع البحث لأسباب تتعلق بالوقت والإمكانات المتاحة، والحصول على نتائج لا تتطلب التأخير فان عينة هذا البحر تندرج ضمن

إدارة النوع الثاني أي العينات غير الاحتمالية القصدية الطبقية، وهي تلك العينة التي يختارها الباحث اختياراً مقصوداً من بين وحدات المجتمع الأصلي وذلك لما يراه مناسباً وتتوفر فيه الوحدات وتخدم أهداف البحث وهو النوع الذي يسميه "احمد بن مرسل" أسلوب العينة القصدية والتي تعرف تحت أسماء متعددة مثل: الغرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلاً صحيحاً وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداته بطريقة مباشرة.

كما يعرفها محمد عبد الحميد بأنها: "تلك العينة التي يختارها الباحث اختياراً المقصوداً من بين وحدات المجتمع الأصلي وذلك لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أفراد البحث بحيث تكون الوحدات قريبة الشبه من المجتمع الأصلي وتترك للباحث في الميدان حرية اختيار وحداتها.

كما أن لها القدرة على إمداد الباحث بعينة ممثلة تمثيلاً صادقاً لمجتمع البحث بكل خواصه، لأن دقة البيانات تتعلق بحجم العينة من جهة، والقدرة على التقليل من تباين وعدم تجانس مجتمع البحث من جهة أخرى، وعليه كان من الضروري تمثيل مجتمع البحث في عينة ذات حجم معين وتشكل مجتمعاً مستقلاً حيث قمنا بتوزيع استمارة على إعلاميين بولاية المسيلة.

vi. تحديد المفاهيم

الصحافة

الصحافة هي تلك الأخبار والمعلومات التي تقدم للرأي العام وتعرفها الموسوعة السياسية بأنها مجمل المنشورات المطبوعة التي تظهر بشكل دوري ويومي أسبوعي أو نصف شهري وتكون إما

صحافة رأي أو صحافة إعلام أو صحافة متخصصة أو تكون كل ذلك معا لتشديد على غاية أساسية من هذه الغايات.

صحافة المواطن

نشاط المواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحليل وتحرير الأخبار وهذه المشاركة تتم بنيه مد وسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية.

كذلك صحافة مواطن هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية.

التعريف الإجرائي

هي نشاط يندمج فيه المواطنين من خلال القيام بعملية جمع الأخبار والمعلومات ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية.

مفهوم إعلامي

اسم منسوب إلى الإعلام وهو شخص يتولى النشر أو النقل في الإذاعة والتلفزيون أو الصحافة المكتوبة كما أن الإعلامي الناجح هو من يحافظ على مصداقية الكلمة.

التعريف الإجرائي

هم الأشخاص الذين يعملون في مجال التلفزيون الإذاعة والصحافة المكتوبة ويقومون ببذل الجهود في سبيل الحصول على الأخبار وتحليلها ونشرها متحررين في ذلك المصداقية والحفاظ على الأخلاق المهنية.

vii. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى : الصحفي الجزائري وصحافة المواطن :

- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة مستغانم من إعداد الطالبة بن لكحل حياه سنة 2013/2012

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

كيف يتصور الصحفي الجزائري هويته المهنية في ظل صحافة المواطن؟

تساؤلات الدراسة :

- ما مدى انتشار صحافة المواطن في الجزائر؟
 - ما ابرز الملامح التي يتمتع بها هذا النوع من صحافة الإعلام الجديد؟
 - هل يتحول المواطن العادي إلى صحفي بمجرد نشره لمضامين إعلامية اقتنتها من خلال النزول إلى الميدان والتوجه صوب الحدث؟
 - ما مدى استفادة الصحفيين الجزائريين من صحافة المواطن؟
 - كيف يرى الصحفي الجزائري هويته المهنية ضمن إطار الصحافة عموماً؟ وما هو التصور الجديد لهذه الهوية في إطار ظاهرة صحافة المواطن؟
 - كيف يرى الصحفي الجزائري مستقبل الصحافة في إطار تحول المواطن العادي ذو الميولات الصحفية إلى صحفي بمجرد نشره لمضامين إعلامية على شبكه الانترنت؟
- وكانت خطة الدراسة كالتالي :

- مقدمة.

- المقاربة المنهجية للدراسة.

- مفاهيم الدراسة.

الفصل الأول : الانترنت والعمل الصحفي :

الانترنت :

- المفهوم والخصائص والتطور
- إشكاليات الانترنت.
- الاستخدامات الصحفية للانترنت.
- مجالات الاستفادة من الانترنت في العمل الصحفي.
- مشكلات استخدام الانترنت صحفيا.

الفصل الثاني: الإعلام الجديد والنماذج التواصلية الجديدة :

- مظاهر تعدد تنمية الإعلام الجديد.
- تعريفات أولية للإعلام الجديد.
- سمات الإعلام الجديد.
- المكونات الجديدة للنموذج الاتصالي في ظل الإعلام الجديد.
- مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد.
- بين الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد.

الفصل الثالث : صحافة المواطن والصحفي :

- أ- صحافة المواطن :
- مقارنة في تعريف صحافة المواطن.

- ماهية صحافة المواطن.
- الخلفية النظرية لصحافة المواطن.
- مرجعيات صحافة المواطن.
- المدونات الالكترونية وصحافة المواطن.
- ابرز أشكال صحافة المواطن.
- ب- الهوية المهنية للصحفي وصحافة المواطن :
- مفهوم الهوية والهوية المهنية الصحفية.
- الصحفي وبث مضامين صحافة المواطن.
- توظيف الصحفي لوسائل الإعلام الاجتماعية.
- الأخلاقيات المهنية في زمن الميديا الجديدة.

الجانب التطبيقي للدراسة :

- توضيح البيانات الشخصية للمبحوثين.
- عرض المقابلات وتحليلها.
- خلاصه الدراسة.
- نتائج الدراسة.
- الخاتمة.

أهم نتائج الدراسة :

- الصحفيون الجزائريون يعتبرون أن الانترنت عاملا مهم في العمل الصحفي ولا يمكن الاستغناء عنها.
- الصحفيون الجزائريون يتعاملون مع المواقع التفاعلية بشكل كبير والمتمثلة في التويتر، اليوتيوب، والفيسبوك بصفة كبيرة.
- يتعامل الصحفيون مع مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الاستعانة بأخبار نشرها المواطنون على شبكة الانترنت من الممكن أن تحقق لهم سبقا صحفيا.
- الصحفيون الجزائريون يثنون على قيام المؤسسات الإعلامية بتوظيف صحافة المواطن لديها.
- الصحفيون الجزائريون يرون أن المشهد الصحفي الجديد صحافة المواطن لا يزال في أوج ظهوره في الجزائر.
- من خلال الدراسة تبين أن الصحفيين الجزائريين يعتمدون على الأخبار التي نشرها المواطن على شبكة الانترنت.
- من خلال الدراسة يتبين انه لا تؤثر صحافة المواطن على الهوية المهنية للصحفي الجزائري.

الدراسة الثانية :

- تأثير صحافة المواطن على الممارسة المهنية في القنوات الفضائية العربية.
- دراسة تحليلية لعينة من برنامج "نشرتكم" على قناة الجزيرة.
- مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، من إعداد الطالبتين بوعزيز هند، جدي نجوى.

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

ما هو تأثير صحافة المواطن على الممارسة المهنية في القنوات الفضائية العربية؟

تساؤلات الدراسة :

- ما هي المكانة التي تحوزها المواد التي ينتجها المواطنون الصحفيون في قناة الجزيرة.
- ما هي المحتويات التي تعيد بثها قناة الجزيرة انطلاقا مما ينتجه المواطنون الصحفيون؟
- ما مدى توافق تلك المواد الصحفية مع المعايير المهنية للعمل الصحفي التلفزيوني؟

وكانت خطه الدراسة كالتالي :

- مقدمة.

- الإطار المنهجي للدراسة:

- المبحث الأول :صحافة المواطن والصحافة التقليدية :

المطلب الأول :صحافة المواطن:

- نشأة وتطور صحافة المواطن.

- أشكال صحافة المواطن في العالم العربي.

- واقع صحافة المواطن في الجزائر.

المطلب الثاني: صحافة المواطن والصحافة التقليدية :

- علاقة صحافة مواطن بالصحافة التقليدية.

- التحديات التي تواجهها الصحافة باعتمادها على ص م.

- مستقبل الصحافة في ظل ظاهرة صحافة المواطن.

- خاتمة.

- الجانب التطبيقي.

- عرض وتحليل نتائج الدراسة.

أهم النتائج :

1- صحافة المواطن في الوقت الحالي هي أداة مهمة ومكملة للقنوات التلفزيونية.

لاحظت الدراسة أن "نشرتكم" اقتبست عددا لا بأس به من فيديوهات المواطنين الصحفيين قدرت ب:30 فيديو وذلك يعني اهتمام قناة الجزيرة بالتقرب من الشارع العربي وتصدر مواقع تواصل اجتماعي من المراتب الأولى كمصادر معلومات وتمثلت المصادر التي تستعين بها قناة الجزيرة هي تويتر ب 73.33% والفيسبوك بنسبة 8.69% وسناب شات بنسبة اقل من سابقتها.

2- أدى ظهور خاصية المباشر LIVE في الفيسبوك إلى ظهور أفكار جديدة للتعبير عن آراء المواطنين اتجاه القضايا قامت "نشرتكم" باستغلال هذه الفكرة واعتمدت فيديوهات المواطنين الصحفيين كمادة أساسية للخبر قدرت ب 30 فيديو من اجل أصل 94 فيديو ولفت انتباهنا الكم الهائل من التغريدات التي استعان بها البرنامج.

- هناك عدة أنواع من المعايير الصحفية من أهمها للمعايير الأخلاقية والمعايير المهنية.

في مقارنتنا بين المعايير الأخلاقية الثلاثة من صدق وموضوعية ودقة مع التفاصيل التي احتوتها فيديوهات صحافة المواطن توصلنا إلى أن فيديوهات المواطنين الصحفيين والتي بثها البرنامج لم تخترق الضوابط الأخلاقية والتي تخص الصحفي بالأساس.

- في مقارنتها مع ما جاء في المعايير المهنية الصحفية من آنية وأهمية ومحلية أو قرب وغرابة وشهرة وصراع وعنصر إنساني ومحتويات فيديوهات صحافة المواطن توصلنا إلى أن فيديوهات

صحافة المواطن وفقت في تحقيق أربعة معايير مهمة وهي: الأنية والأهمية والمحلية أو القرب والشهرة ولم توفق في تحقيق ثلاث معايير هي: الغرابة والعنصر الإنساني وعامل الصراع.

علاقة هذه الدراسة بالموضوع :

يمكن تلخيص علاقة هذه الدراسات التي تم عرضها مسبقا في العناصر التالية :

- هذه الدراسات حاولت أن تعرض ظاهرة صحافة مواطن كشكل إعلامي واتصالي منبثق عن التدوين حيث أصبح للأفراد إمكانية تحميل تفاعلاتهم وإنتاجهم الفكري عن طريق التكنولوجيا الرقمية.
- أشارت الدراسات إلى مفهوم صحافة المواطن وتمثلات الصحفيين الجزائريين هويتهم المهنية في ظل ظهور وتطور ظاهرة صحافة المواطن.
- ساعدتنا في صياغة بناء الإشكالية وتساؤلات الدراسة.
- أعطت هذه الدراسة رؤية مستقبلية حول ميدان الدراسة.
- ومن جهة أخرى فإن الجديد الذي ستضيفه هذه الدراسة التي قمنا بها إلى الدراسات السابقة هو رصد آراء الإعلاميين لولاية المسيلة حول هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة.

الفصل الثاني



مدخل الى الاعلام الجديد

i. الإعلام الجديد

- (1) مفهوم الاعلام الجديد
- (2) الاسماء المتعددة الاعلام الجديد
- (3) سمات الاعلام الجديد
- (4) صفات الاعلام الجديد
- (5) مداخل الى نظرية خصائص الاعلام الجديد

ii. صحافة المواطن

- (1) مفهوم صحافة المواطن
- (2) مسيرة صحافة المواطن
- (3) صحافة المواطن والمصطلحات المشابهة
- (4) مبادئ إعلام المواطن
- (5) ابرز أشكال صحافة المواطن
- (6) المدونات الالكترونية
- (7) شبكات التواصل الاجتماعي

الخلاصة

تمهيد :

لقد بلغ الإعلام ذروة من الأهمية لما له من تأثير بالغ في الرأي العام مع أو ضد ما يحدث من مستجدات، أو متغيرات، حول أمور متعلقة بشؤون الحياة الإنسانية، لذلك فما التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وظهور الانترنت أصبح على الجمهور المساحة الواسعة للكتابة والتعبير عن آرائه حول ما يحصل حوله من جهة، وحول ما يحدث في العالم بشكل عام من جهة أخرى، فظهر شكل جديد من أشكال الإعلام هو الإعلام الجديد، فأصبح المشهد الإعلامي اقرب أن يكون ملكا للجميع وفي متناول الجميع، وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى اكبر عدد من القراء، وذلك من خلال توفير خاصية التفاعلية التي جعلت من هذا الجمهور مرسلا ومستقبلا في أن واحد.

i. الإعلام الجديد :

1- مفهوم الإعلام الجديد :

لغة :

- الإعلام : هو الإخبار، ويقال : اعلم فلانا الخبر، أي اخبره به.

- الجديد : من جدّ، وهي للشيء، بمعنى حدث بعد أن لم يكن، فهو جديد.¹

اصطلاحا :

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة "High-tee Dictionary" بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

وبحسب "ليستر Lester" هو: "مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام".

ويشير أيضا إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح الأفراد والمجتمعات بإسماع صوتهم وصوتي مجتمعاتهم إلى العالم اجمع".²

ويعرف الإعلام الجديد بأنه: "جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال".³

ويعرف قاموس الكمبيوتر " Computing Dictionary " :

¹ - سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، ط1، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2011، ص28.

² - فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص8.

³ - بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد، 2011، ص10.

الإعلام الجديد هو جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة، في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص وإجراء عملية الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.¹

يعرف قاموس الانترنت الموجز "Condensed Net Glossary" تعبير الإعلام الجديد بأنه: "أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الانترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو تعبير يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو والسينما".

وتضع كلية شريدان "Sheridan" تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته".²

يمثل بالتالي الإعلام الجديد منظومة تواصلية جديدة تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة، فإذا كان الانترنت يمثل الوسيط الإعلامي السادس "6ème media"، الذي تعتمده المؤسسات الاقتصادية في إستراتيجيتها الاتصالية، فهو بالنسبة للإعلام منظومة رابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة المكتوبة، التلفزيون والإذاعة، إضافة إلى الهاتف

¹ - رحيمة الطيب عيساني، مدخل الإعلام الجديد الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، العدد 20، 2013، ص52.

² - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص32-33.

الجوال كمنظومة خامسة في طور التشكل تتأسس بدورها على نماذج تحريرية واقتصادية
مخصصة.¹

2- الأسماء المتعددة للإعلام الجديد:

استنادا إلى هذا الطرح سنعرض هنا مجموعة من التعريفات الإجرائية لمفهوم الإعلام الجديد،
ويجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الجديدة والتقليدية
مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، وتدل الأسماء المتعددة
للتطبيقات الإعلامية المستحدثة على أرضية جديدة لهذا النوع من الإعلام نجملها في الآتي :

1-2- الإعلام الرقمي "Digital Media" :

جاء هذا الوصف من بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي،
الراديو الرقمي، وغيرهما أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تتدمج مع الكمبيوتر.

2-2- الإعلام التفاعلي "Interactive Media" :

جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون
والراديو التفاعلي وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.

3-2- الإعلام الشبكي الحي "Online Media" :

جاءت هذه التسمية من خلال التركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.²

¹ - الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقارنة تواصلية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، مجلة الإذاعات العربية، العدد 04،
2006، ص 03.

² - نسرین حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الالوكة، (د.س)، ص 03.

4-2- الوسائط السيبرونية "Media Cyber":

جاءت تسمية الإعلام الجديد بهذا الوصف من تعبير الفضاء "السيبروني Space Cyber" الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي "ويليام غبسون" في رواية أصدرها عام 1984 باسم "Neuronancer" والتعبير مأخوذ من علم "السيبرنطيقا Cybernetics" المعروف عربياً بعلم التحكم الآلي ويعني تعبير "السايبير ميديا" العالم المصنوع من المعلومة من الصفة التي تأخذ ليس فيزيائياً شكل المادة ويصف التعبير وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت.

5-2- إعلام المعلومات "Info media " :

للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.

6-2- إعلام الوسائط التشعبية " Hyper Media " :

وصف بهذا الاسم لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، نحن هنا معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات Links لما ينشر أو يبث داخلها.

7-2- إعلام الوسائط المتعددة "Multi Media " :

لحالة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد أي بين النص الصورة والفيديو.¹

3- سمات الإعلام الجديد :

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه إلا انه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن انجازها بما يأتي :

¹ - المرجع نفسه، ص04.

3-1- التحول من النظام التماثلي " Analogie " إلى النظام الرقمي " Digital ":

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة ونظرا إلى كون الإشارات الرقمية إما صفرا أو واحدا دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون اشد نقاء وخاليا من التشويش وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماما، أو أنها لا توجد أصلا، وذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين صفر وواحد ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون اكبر، ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمجها مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي.¹

المشكلة التي تواجهها عملية التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي هي أنها تتطلب إجراء عملية تغيير وإحلال لمعظم الأجهزة الحالية من هواتف وكاميرات وغيرها من أنظمة الاتصال التي مازالت تعمل وفق تكنولوجيا القرن التاسع عشر التماثلية، وهذه العملية تتطلب كثيرا من النفقات والجهد والوقت سواء من قبل شركات الاتصالات نفسها التي تحتاج إلى تغيير الأجهزة المستخدمة لديها، أو من قبل المستهلك نفسه.²

إن الاتجاه الحالي هو أن تتحول وسائل الإعلام جميعها تدريجيا إلى النظام الرقمي وما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الحواسيب الذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الالكترونيات الرقمية إلى مستوى المقبول للمستهلك ومن ثم سوف يكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد نظم الفيديو والسمعيات والكمبيوتر وفصلها عن بعضها البعض، فمع تطور تكنولوجيا الاتصالات جميعها سوف يتم تعريفها وتحديدها من خلال مقدار المعلومات الرقمية (Bits) اللازمة لنقلها، وبمجرد تحديد معدل البيانات (Data Rate)

¹ - سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010، ص444-445.

² - المرجع نفسه، ص ص445-446.

وبروتوكولات التعريف فان انتقال شكل من هذه الأشكال إلى الشكل الآخر يصبح مجرد عملية استخدام للوسيلة المناسبة للتحويل من النظام التماثلي إلى الرقمي (D/A) للاستقبال أو الاستماع.

2-3- التفاعلية " Interactivité " :

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال التأثير في ادوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعليه بمعنيين هناك سلسله من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، و يطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم والمشاركين، ومثال على ذلك التفاعلية في بعض الأنظمة النصوص التلفازية.

3-3- تفتيت الاتصال " De massification ":

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها¹.

3-4- اللاتزامنية " Asynchronization " :

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

¹ - المرجع نفسه، ص 446.

3-5- قابلية التحرك أو الحركية " Mobility " :

تتجه الوسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائرة.

3-6- قابلية التحويل " Convetyibility " :

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

3-7- قابلية التوصيل " Connectivity " :

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الراديو DVD¹.

3-8- الشبوع أو الانتشار " Ubiquify ":

يعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تظهر وتبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، ونلمح ذلك في جهاز الفيديو.

وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها، وفي رأي "الفن توفلر" انه

¹ - المرجع نفسه، ص 447.

من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسع النظام الجديد ليشمل -لا ليقصي- من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.¹

4- صفات الإعلام الجديد :

- سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها مع وضوح ذكر مصدرها توثيقها.
- وضوح المعلومة أو الخبر المنوي نقله دون لبس ولكن بنفس الوقت دون إطالة مملة، فنحن الآن نحيا عصر السرعة.
- احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح آخر موجودا فيه في كل مكان، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز بشكل أعمى، الممجد للأشخاص والهيئات بطريقة منفردة جدا.
- تنوع المحتوى وتنوع الوسيلة للنقل وتنوع الأسلوب، وكل هذا يمكن وصفه بكلمة واحدة هي التنوع والتي تعد من مبادئ الإعلام الجديد الأساسية.
- إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي في ما يعرف بالبحث المتبادل.
- التركيز على ما هو ذو شعبية عالية مع عدم إهمال قليل الشعبية.
- تقديم كافة الخدمات التي قد يحتاجها الجمهور فيما يتعلق بنوعية المحتوى التي تقدمه مؤسسه الإعلام، فمثلا تقديم إعلان ديني إسلامي، يشترط وجود آليات لاحتساب التاريخ الهجري والميلادي والزكاة إلى غير ذلك من الوسائل.²

¹ - المرجع نفسه، ص448.

² - محمد عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد فكرة تأملات في الحياة والفكر والإدارة، إذاعة حياة وموقع جول كوم، (د.س)، ص14.

5- مداخل نظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد:

1-5- مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد:

يحصّر "نيكولاس نيغروبونتي" "Nicholas Negroponte" الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: استبداله الوحدات المادية بالرقمية أو "البتات" بدل "الذرات" "Bits not Atoms" كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة.

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة "Digital addressabling" فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، ومن ناحية يلبي الاهتمامات الفردية "Individual Interests"، ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم.¹

2-5- النموذج الاتصالي الجديد لدى "كروسبي":

يشارك "فين كروسبي" "Vin Crosbie" مع "نيغروبونتي" في الأفكار نفسها ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية.

- النموذج الأول : الاتصال الشخصي :

كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

1 - عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص35.

المحتوى يحمل ترميز يؤكد حالة "الفردية" "Individualization" التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى كما أن المنافع والأضرار متساوية بين الطرفين.

لهذه الأسباب فإن هذا النموذج يتميز باستخدامه في تطبيقات الاتصال بين شخصين فقط وهذا هو السبب الذي جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه "الاتصال من فرد لآخر" "One-To-One".¹

- النموذج الثاني : الاتصال الجمعي :

هو الاتصال الجماهيري أو الجمعي "Mass Media" وهذا النوع يخطئ فيه الكثيرون حينما يتصورون أن يحدث نتيجة لتطور التكنولوجيا انه مثل الاتصال الشخصي يسبق التكنولوجيا، ويرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات فيما وسعت التكنولوجيا إلى المستوى العالمي وهو يقوم على نمط الاتصال من الفرد إلى المجموعة "One To Many Medium" وما يميز هذا النوع :

- أن الرسالة نفسها تصل إلى كل الجمهور.

- يكون الذي قام بإرسال هذه الرسالة بلا شك متحكم في محتواها.

وهذا معناه ويفقه هذا النموذج :

أ- أن المحتوى لا يمكن تفضيله لتلبية احتياجات ومصالح كل فرد على حدا.

ب- أن الفرد لا يدلله في التحكم في ما يصله من محتوى.

- النموذج الثالث : الإعلام الجديد :

الإعلام الجديد بحسب "كروسيبي"، يتميز بما يأتي :

- الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.

¹ - المرجع نفسه، ص36-37.

- أن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها، درجة الإسهام المتبادل نفسه في هذه الرسالة.

وبكلمات أخرى فإن الإعلام الجديد يتميز عن النوعين المذكورين، الشخصي والجمعي، بدون أن يحمل الصفات السالبة فيهما، فلا يوجد ما يمنع أي واحد من إبلاغ رسالة معينة والتواصل مع شخص آخر كما لا يمكن منع أي شخص من إبلاغ الرسالة لجمع من الناس وتخصيص محتوى الرسالة لكل فرد على حدة.¹

3-5- مدخل "ديفيس وأوين" :

التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد :

الملاحظة الرئيسية من التصورات المذكورة بالنسبة "لنيغروبونتي وكروسبي"، تصنيفها للإعلام الجديد ضمن حالتين جديد مقابل قديم، تماما كما يوحي التعبير نفسه بين التماثلية والرقمية، بين مرحلة ما قبل الانترنت ومرحلة الانترنت، وهكذا وهو تصنيف يظل غير واقعي طالما انه لم يستصحب حالة التباهي بين الإعلام الجديد والقديم، والأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما، والتكنولوجيات المستخدمة فيهما، وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وان بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا، فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقميين وموصلين بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، لكن أيضا أصبحا وسيلتين تفاعليتين تعملان على منصة الكمبيوتر، وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الإعلام الجديد، فضلا عن تغييرهما المفهوم الخبر، من حدث إلى يحدث بالتواجد الحي في مواقع الأحداث الكبيرة.

¹ - المرجع نفسه، ص38.

وللبحث عن مخرج لحالة "التقابلية" هذه في تصنيف الإعلام الجديد، وضع "ريتشارد ديفيس Richard Davis" و"ديانا أوين Diana Owen" في كتابهما المشترك "الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية" يضعان الإعلام الجديد في ثلاثة أنواع هي:¹

النوع الأول : الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة :

يرى الباحثان أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة التلفزيون والصحف ويشيران إلى "راديو وتلفزيون الحوار" Tv/ Talk Radio الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي، و"برامج الحوار الحية" Talk Show و"المجلات الإخبارية" Magazine Télévision News مثل "Date Line و 60 Minutes" ويشمل التجديد في حالات أخرى نموذج برنامج "Oprah Winfrey" وقنوات مثل "MTV" المتخصصة في الموسيقى والتي مددت افقها لتغطية الإخبارية ساعة بساعة.

النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة :

تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة، وعلى رأسها شبكة الانترنت والبريد الإلكتروني، وهي الوسائل التي مكنت من النفاذ إلى حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم، ومكنت من دمج التكنولوجيا والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، وهذه الوسائل تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حدود لها، كما تتيح مجالاً واسعاً من الأشكال والتطبيقات الاتصالية.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود اصطناعية "Artificial" وحدثت حالة تماهي وتبادل المنافع بين الإعلام الجديد والقديم،

1 - المرجع نفسه، ص39.

ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين وكما يعترف الأفراد تعترف المؤسسات أيضا بأهمية الإعلام الجديد وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته المختلفة صحف كبيره مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكه الانترنت وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة.¹

4-5- رؤية بولتر وجروسين :

يرى "بولتر Bolter" و"جروسين Grusin" تكنولوجيا الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل "Refashioning" الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة أو بلفظ آخر الاصطلاح "Remediation" التي يطرحانها كمنظريه تبلور فهمها لأجهزة الإعلام الجديدة ويقولان: "أن فكرة الاصطلاح هذه هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلاله تكنولوجيا الإعلام الجديدة وسائل الإعلام السابقة".

بولتر وجروسين وضعوا نظريتهما حول الإعلام الجديد ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الأنية "Immediacy" والتشعبية "Hyper Midiacy" فالرغبة لحالة الأنية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام.

ويضع "بولتر وجروسين" منطق المعالجة ضمن سياق تاريخي مرتبط بتطور جميع أجهزة الإعلام، كل واحدة على حدة وإصلاح نفسها بنفسها، وعلى سبيل المثال فان رسومات الكمبيوتر المتحركة استفادت من خبرات السينما، والسينما تستفيد الآن من الخبرات التي جاءت بها رسومات الكمبيوتر المتحركة، ومن الأمثلة التي توضح نظريتهما عملية الإصلاح التي تحدث بين التلفزيون والانترنت، فالانترنت أسست نموذجها بناء على خبرات تلفزيونيه في التعامل مع المشاهدين، ثم

¹ - المرجع نفسه، ص ص40-41.

عاد التلفزيون لاستخدام استراتيجيات جديدة هي من خبرات الانترنت مثل استخدام "النوافذ Windowing" واستخدام "أدوات التحريك Scrolling" وغيرها.¹

5-5- مدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد :

يبني "فيدرل Fidler" مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لـ "يفرت روجرز Everett Rogers" ورؤى "بول سافو Paul Saffo"، التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول "فيدرل" أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير "Mediamorphosis" وهو مصطلح نحته "فيدرل" بنفسه في بداية التسعينات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والضغط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية.

يحدد "فيدرل" ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه وهي :

- تعايش Coexistence وتطور مشترك Coévolution للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.
- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.
- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد الثاني 2007، ص 191-192.

وطبقا لـ "فيدلر" فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني هي اللغة المنطوقة SpokenLanguage، واللغة المكتوبة WrittenLanguage، واللغة الرقمية DigitalLanguage.

فاللغة المنطوقة أدت إلى تكوين المجموعات البشرية والى تطور المهارات والقدرات التي تحل المشكلات المعقدة وتطوير الأشكال "المذاعة" مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية والتي قسمت المجتمع إلى مؤيدين وحراس بوابات ومستمعين ثم كانت اللغة المكتوبة فاتحة لتطوير الوثائق المنقولة والطباعة الآلية والإعلام الجماهيري أما اللغة الرقمية على خلاف المنطوق والمكتوب فقد مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان.¹

¹ - المرجع نفسه، ص ص 192-193.

ii. صحافة المواطن :

صحافة المواطن Citizen Journalism مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن، وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضا التعاضدي، وعند الآخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية.¹

1- مفهوم صحافة المواطن :

تعرف صحافة المواطن بشكل عام على أنها: "نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية".²

ويعني مفهوم صحافة المواطن: " انه بإمكان أي شخص أن يكون صحفيا ينقل رأيه ومشاهداته للعالم أجمع دون الحاجة لأن يحمل شهادة في الإعلام، أو أن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم، إذن صحافة المواطنين هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة وسائل التكنولوجيا المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية".³

تعرف "كليمونسيان رودريغز" الإعلام المواطن بأنه: "عمليات متغيرة باستمرار بين المشاركين ومجتمعاتهم"، وتقول أن إعلام المواطن يشير إلى الطرق التي يمكن من خلالها أن يصبح الجمهور مشاركا في الإعلام باستخدام مختلف المصادر المتوفرة.

¹ - جمال الزرن، صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد (51-52)، 2009، ص02.

² - عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 34.

³ - فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، 2011، ص18-19.

وقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة مؤخرا في توفير تكنولوجيا إعلامية أصبحت بدورها سببا للاشتراك في هذا المجال.¹

2- مسيرة صحافة المواطن

يرجع "غليمور" جذور الصحافة المواطن إلي "بن فرانكلين Ben Franklin" صاحب صحيفة "بنسلفانيا غازيت Pennsylvania Gazette"، وقد كان ذا اتجاه جماهيري في بناء صحافته في القرن الثامن عشر، والى تجارب كتاب المطبقات "Pamphleteer" لدورهم المبكر في تأكيد حرية النشر كمواطنين كانوا يتحملون قدرا من المخاطر قبل الاتفاق على الدستور الأمريكي محدد اسم "توماس بين Thomas Paine" كواحد من الذين أسهموا كثيرا في ثورة أمريكية في القرن الثامن عشر أيضا بكتاباتة حول المنطق "Sense".

ويشير "فيليب ماير Philip Meyer" إلى انه بدأت حركة جديدة لصحافة الجمهور "Public Journalism" بعد الانتخابات الأمريكية سنة 1988 كإجراء تعويضي لتآكل الثقة في مصادر الأخبار التقليدية وقد جاء "جاي روزن Jay Rosen" أستاذ الصحافة في جامعة نيويورك مناصرة هذا النوع من الصحافة، وفي الفترة ما بين 1993 إلى 1997 أدار مشروعا للصحافة والحياة العامة في جامعة نيويورك باسم Project public life and the press ممول من قبل مؤسسة "نايت" الأمريكية Knight Foundation وهو يدير حاليا مدونة باسم PressThink.

وقد ركزت نقاشات حول هذا النوع من الصحافة منذ البداية على تعزيز مبدأ الصحافة من قبل الناس ByThe People وبظهور الانترنت وتكنولوجياتها وتطبيقاتها المختلفة، مثل المدونات الشخصية وغرف الدردشة والمنتديات وغيرها في تعزيز وانطلاق هذا المفهوم، خاصة بظهور مواقع مثل "أوه ماي نيوز".²

¹ - شبكة الانترنت للإعلام العربي: إعلام المواطن: تمويل (UNDEF) The United Nation DemocracyFind، بشراكة مع منظمة اليونسكو، مكتب رام الله، 2009، ص 07.

² - عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص ص 186

في 2001 أصبح موقع ThemeParkinsider المتخصص في أخبار الحقائق العامة أول موقع ينال جائزة صحافة رفيعة لمواضيعه التي ينشرها والتي يتم إنتاجها من قبل القراء إذ نال الموقع جائزة صحافة الانترنت "Online Journalism Award" من قبل اتحاد صحافة الانترنت "Online News Association" على www.onlinenewsassociation.org وكلية الصحافة في جامعة كولومبيا "Columbia Graduate School of Journalism" عن قسم في الموقع عنوانه "Accident Watch" يتعقب فيه القراء الحوادث التي تحدث في الحقائق العامة ويتبادلون طرق تجنبها وعلاجها.

لقد توسعت فكرة صحافة المواطنين كثيرا في الفترة الأخيرة بسبب التطورات التكنولوجية، حيث أصبح مع كل شخص تقريبا كاميرا رقمية مزودة بهاتفه الجوال، ووفرت شبكة الانترنت منصة عرض تتسع للجميع، وقد روج لها "هوارد راينغولد Howard Rheingold" الذي ركز في كتابه "Smart Mobs" أو "الحشود الذكية" الذي صدر عام 2002، على مستقبل المعلومات التي تنتقل من شخص إلى آخر أو من مجموعة إلى أخرى من خلال الانترنت، وقد عزز هذه الأفكار رائد المدونات "دان غيلمور" في كتابه بعنوان "نحن الإعلام، جذور الصحافة من الناس إلى الناس We the media: Grassroots Journalism by the people for the people" وغليمور كاتب من أصحاب الأبواب الثابتة في صحيفة "سان خوسيه ميركوري" ومؤلف أول مدونة إلكترونية يحررها صحفي وتنتشر على موقع صحيفته نفسها.¹

لقد تعزز هذا النوع من الصحافة على مرحلتين مهمتين، عدا ما أسهمت به حرب العراق والانتخابات الأمريكية لعام 2004، ففي هذا العام كانت أشرطة الفيديو وصور الهواتف على كارثة تسونامي في آسيا التي تابع العالم وقائعها، وبثت محطات تلفزيون معظم مادتها الأولى من أفلام التقطها الهواة، وأثناء الانتخابات الأمريكية اصدر الحزبان الديمقراطي والجمهوري أوراق اعتماد صحفية إلى المدونين "Bloggers" لتغطي مؤتمرات ونشاطات الحزبين، ما يؤشر وقتها

¹ - مرجع نفسه، ص 187.

إلى مستوى جديد من التأثير والمصداقية للصحافيين غير التقليديين، وقد بدأ بعض المدونين مما أطلقوا على أنفسهم "Watch Dogging" بالقيام بعمل الصحفيين التقليديين.

لكن المرحلة الحاسمة في بروز تعبير صحافة المواطن كانت مع تفجيرات لندن في يوليو 2005، التي مثلت فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، وبينما كانت وسائل الإعلام الرئيسية تغطي مؤتمر الدول الصناعية الثمانية في اسكتلندا، كان الجمهور العادي يحرر نشرات أخبار وينشر صوراً في شبكة الانترنت، وقتها استخدمت وسائل الإعلام الرئيسية نصوصاً وصوراً أنتجها المواطنون الصحفيون، فمعظم صور انفجارات لندن التقطها هواة نقلوها في ما بعد إلى الصحف التلفزيونية عبر موقع "www.Flickr.com"، وهو موقع يسمح لأي شخص بنشر صورته مجاناً، وحصلت "البي بي سي" في 24 ساعة على 20 ألف رسالة إلكترونية وألف صورة وعشرين فيلماً تصويرياً، أما موقع "موبلوج" "www.moblog.com" فقد سجل أكثر من 36 ألف زيارة خلال يوم واحد وذلك لعرضه لصور المواطنين نادرة عن الأحداث، وحتى المواقع الإلكترونية غير الإخبارية، مثل الموقع الرئيسي لشبكة "www.msn.com" الذي أعطى مساحته الرئيسية لمتابعة أحداث لندن، حيث خصص زاوية لروايات الأشخاص الذين كانوا داخل القطارات أو شاهدوا جزء مما جرى

يقول "ديوز": "بمنتصف التسعينيات بدأت المؤسسات الصحافية والجهات الأكاديمية تدرك بان صحافة الانترنت لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقاً بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، وأن الصحافيين ليسوا وحدهم من يتولى مسؤولية توصيل المادة الصحافية، لقد بدأ ظهور نمط جديد من الصحافة والصحافيين هم من أفراد الجمهور لا علاقة لهم بالمؤسسة التقليدية".

ويرصد "عبد الناصر عبد العال" أبعاد سياسية حققتها هذه الصحافة الجديدة، فبفضل وسائل المختلفة، تحقق حلم المجتمع المدني في الحصول على وسيلة اتصال جماهيرية تتصف بصفات الآتية:

- ثلاثية الاستخدام السياسي "Political Triple – Plag" حيث يستطيع الفرد صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله، وذلك بالاستفادة من إمكانات الهواتف الجواله وقدرتها على التصوير والاتصال بالانترنت وغيرها من الخدمات المختلفة.¹

- القدرة على المشاركة السياسية، من أي مكان وفي أي مكان، وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبمرونة فائقة، وهذه الخاصية مهمة جدا لتمكين الجماعات شبيهة المتنقلة وقاطنين المناطق النائية من المشاركة السياسية.

- المشاركة الشخصية: تعتبر "الديمقراطية المتحركة Mobile Democracy" عملا فرديا تطوعيا حرا غير خاضع لتوجهات منظمات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافا لوسائل الاتصال التقليدية.

وتعرف عملية نشر المحتوى السياسي وإرساله عن طريق النقال إلى المدونة الالكترونية الشخصية على الانترنت باسم (البلوغ المتحرك Mobile-blogging)، وبذلك يستطيع صاحب المدونة المتنقلة أن يعمل كناشط سياسي أو كصحافي، وبهذا أصبحت الديمقراطية المحمولة وأدواتها المختلفة والديمقراطية الرقمية عموما الملاذ الأخير للشعوب المقهورة والجماعات المهمشة لنيل حقوقها السياسية والمدنية التي طالما كافحت من اجلها على مر التاريخ.

كما أن أهم تغير يمكن ملاحظته حول نمو هذه الصحافة يتمثل في قيام بعض المؤسسات الصحفية الكبرى التقليدية بتبنيه، فعل سبيل المثال عملت "غانيت Gannett"، وهي اكبر شركة للصحف في الولايات المتحدة على إحداث تغيير جذري في الطريقة التي تجمع بها صحفها الأخبار وتقدمها عبر تضمين عناصر "صحافة المواطن" التي يخلقها القراء مستثمرة النقاشات الجارية على الانترنت لقوائم بمؤسسات غير إخبارية، وللشركة نحو 90 صحيفة بينها "يو اس اي

¹ - مرجع نفسه، ص 188.

توداي" التي لم تمارس ما يماثل ذلك، لكنها دمجت العاملين في الصحافة والعاملين على الانترنت.¹

3- صحافة المواطن والمصطلحات المشابهة:

يتسم فضاء إعلام المواطن بتعدد مدونة المصطلحية وكثرة الصيغ المعبرة عنه، وهو أمر نعتقد انه طبيعي بالنظر إلى حداثة العقلي وعدم تشكل ملامحه التفصيلية بعد، وهو أن كان يضيف على المصطلح نوعاً من الضبابية التي شكلت مداخل الكثير من المعترضين عليه، إلا انه لا ينزع عنه جدته ومشروعية وتجذره في الممارسات اليومية للمهتمين به وممارسيه، وقد فضلنا الأخذ بهذا المصطلح ومرادفه الأقرب دلالة إليه "التشاركي"، على الرغم من "رخواته" بعض الشيء، لأنه يشير ببساطة إلى ممارسة مواطنة جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحداً، ولا تحصر المهنة في فئات بعينها تسعى إلى فرض رؤى إيديولوجية على الفئات الأخرى "المغلوبة على أمرها" وبالتالي فإن هذا المصطلح تعبير رغم الجزء الحاكم فيه، عن تطلع وممارسة مغايرة كما هو سائد .

ويعود الفضل في شرح مصطلح "إعلام المواطن" " Journalism Citizen " في التقرير التأسيسي الذي أعده كل من "Chris Willis" "Shayne Bomman" سنة 2003، والذي حمل عنوان " Media : How Audiences Are Shaping The Future Of News And Information"، ويلتقي هذا المصطلح في الكثير من مضامين مع مصطلح آخر روج له " Jay Rosen " قبل ظهور الانترنت وهو الإعلام المدني " Civil Journalism"، حيث يشير إلى إعلام يميل إلى المحلية والتشارك والجماعية ويهدف إلى تأكيد التأكيد على المسؤولية في ممارسة السلطة.²

¹ - مرجع نفسه، ص 189.

² - صادق رايح، الإعلام المواطن بحث في مفهوم و المقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، د.ع، ص ص 239-240

– الإعلام القاعدي "Grassroots Journalisme"

وهي التسمية التي استخدمها " Dan Gilmor " في عنوان كتابه سنة 2004: We the Media
 Grassroots Journalism By The People For People لكن يبدو أن Gillmor تبني
 لاحقا صفة "المواطن" وأسس موقفا حمل اسم Center Citizen Media وذلك بهدف الترويج
 للأفكار والرؤى التي تضمنها احد الكتب المهمة في هذا الشأن والحقيقة أن هذا الكتاب الأخير
 غدا نصل تأسيسيا ودليل موجهها لكل من يعتقد أن الانترنت ستغير العالم جذريا

– الإعلام التشاركي "Participatory Journalism"

ويحيل على الصفة التي طبقها " Lasica " على الممارسة الجماعية للفعل الإعلامي

– الإعلام التشبكي " Networked Journalism "

وهو المصطلح الذي اخذ به "Jeff Jarves" لأنه كما يرى "يأخذ بعين الاعتبار الطبيعية التعاونية
 للإعلام اليوم....، فهو يعطي أولوية للسيرورة (مراحل العمل المتداخلة والمتكاملة) على حساب
 المنهج النهائي"، كما انه يراه كمنافض "للإعلام القائم بذاته" أو المنعزل (وهي صفة تجد مصدرها
 في الثنائية القائمة في عالم المعلوماتية بين الحواسيب المترابطة من خلال الشبكة والحواسيب
 المنعزلة)

– الإعلام والمصدر المفتوح

وقد قام بنحته Andrew Leonard سنة 1999 وهو يحيل إلى أشكال تجديدية من النشر
 الإلكتروني، وطيف واسع من المضامين الرقمية التي تأخذ صيغا متعددة ابتداء "بالإعلام شبه
 التشاركي" مثل صحيفة North West Voice وليس انتهاء بالمطبوعات التي تأخذ بالفعل بمبدأ
 المصدر المفتوح مثل: " 20 Minutes Spanish و Vikinews ."

– الإعلام التعاوني " Collaborative Journalism "

وهي التسمية التي يذهب إليها المدون الألماني "Testen Jacobi" وبالرغم أن المصطلح لم تتسع دائرة استخدامه كثيرا، إلا أن البحث في Google باللغة الانجليزية يعطينا 2.450.000 نتيجة مقابل 24.200.000 بإعلام المواطن إلى غاية 05 فبراير 2010.¹

4- مبادئ إعلام المواطن

الدقة: تعتبر البداية لأي إعلام جيد، احصل على الحقائق الصحيحة ومن ثم قم بتفقدتها مرة أخرى، اعرف أين تنظر للتحقق من المطالبات أو لتفصل بين الحقيقة والخيال.

هناك أبعاد مختلفة لان تكون واقعيًا، فعلى سبيل المثال، على مواقع الانترنت هناك قيمة خاصة، أن تقول أنك لا تعلم وليس فقط ماذا باستطاعتك أن تفعل، وان تطلب من القراء بان يشرحوا لك، وتعني الدقة أن تقوم بتصحيح الخطأ الذي تستقبله في نفس اللحظة.

الشمول: ما الفرق بين التكهّنات والتقارير الرصينة، من جهة، وبين تناقل الشائعات غير الأكيدة وإهمال الحقائق من جهة أخرى.

يسعى الصحفيون المحترفون أن يعرفوا كل المعلومات الممكن الحصول عليها عن أي موضوع، ومن الأفضل السير على ذات المنهج وان تعرف أكثر مما تنشر.

يجري الصحفيون المحترفون مكالمات كي يفحصوا المعلومات مع أكثر من مصدر، هذا ما يجب أن تقوم به، وان تسأل في نهاية كل مكالمة مع من يمكنني أن أناقش هذا الموضوع؟

في عالم موصول بشبكة الانترنت لا يعني الشمول فقط أن نسال الناس الموجودة أسمائهم في قوائم العناوين المتوفرة لدينا، وإنما أيضا سؤال القراء عن مداخلتنا، وهذا ما لا يميل الصحفيون

¹ – المرجع نفسه، ص 241.

المحترفون للقيام به، لكن على المواطن الإعلامي أن يكون أكثر اهتماما بالحصول على تلك المداخلات.¹

العدل: أمر ضروري للإعلام الجيد، سواء أكنت تقدم قصة متوازنة وتناقش وجهة نظر معينة، فإن القراء يستشعرون بأنك تغشهم إذا قمت بتحريف الحقائق أو قمت بطرح الرأي والرأي الآخر بطريقة ماكرة، ويوفر لك هذا القسم دليلا على كيفية العمل بعدل وإنصاف ويكون الإنصاف أيضا عندما تسمح للناس بالرد عندما يعتقدون انك على خطأ حتى ولم تتفق معهم في ذلك، وان تستمع لوجهات نظر مختلفة وتدرجها فيما تكتب، هذا لا يعني ترديد الأكاذيب والتشويشات لتحقيق أي توازن حتى لو كان هزيلا.

يأتي العدل من خلال حالة ذهنية معينة، ويجب أن يكون مدركين للدافع الذي يوجهنا، وان تكون لنا النية للاستماع لهؤلاء الذين يعارضوننا.

الشفافية: يعتبر المدونون الشفافية كواحدة من المبادئ التوجيهية التي يعيشون عليها والمواطنون الإعلامييون يجب أن يتبعوا هذا القانون اكتشف ثم اكتشف ثم اكتشف اظهر حوافرك وخلفياتك واهتماماتك الحالية في الكتابة عن موضوع ما.

بينما لا يختلف احد مع فكرة أن الصحفي يحتاج أن يكتشف بعض الأمور أحيانا كالمشاكل المالية أو الفوائد إلا أن سؤالاً يبرز هنا، وهو إلى أي مدى نريد أن نكشف عن المعلومات؟ وهل يتوقع من الصحفيين كلهم أن يجعلوا حياتهم كتابا مفتوحا؟ والى أي مدى ؟

- الانحياز الشخصي، حتى غير الواعي، يؤثر على الصحفيين كذلك، ويجب أن نكون على بينة من الأمور المسلم بها.²

¹ - شبكة الانترنت للإعلام العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 07-08 .

² - المرجع نفسه، ص 09.

- طريقة أخرى تجعلنا شفافيين هي كيف نعرض قصتنا، يجب أن نذكر المراجع والمصادر قدر المستطاع، وإن ندعم ما نخبر الناس به بالمعلومات والحقائق.

الاستقلالية: قد تكون الاستقلالية السمة المميزة للإعلام الجيد، فما معنى أن تكون مستقلاً؟

نحن نعلم أيضاً أن الصحافة الصادقة تعني أن نتبع القصة حيث ما تأخذنا، وعندما تكون وسائل الإعلام تحت مظلة شركات كبيرة أو تحت يد الحكومة، فإن هذا لا يحدث عادة.

من السهل أن تكون مستقلاً عبر الإنترنت، فقط أبداً بمدونة ولكن لا تتوقع أن لا يواجه المدونون ضغوطات أصحاب العمل والحكومات، عندما يبدؤون بالاستفادة من تجارة خاصة.

5- ابرز أشكال صحافة المواطن

هناك العديد من أشكال صحافة المواطن الموجودة حالياً والتي تتبلور وتتطور بنسق كبير جعلها تنافس الأشكال التي سبقتها إلى الظهور بل وتتنافس حتى وسائل الإعلام التقليدية سواء في عدد جمهورها وفي نسبة الإعلانات التي تستقطبها وفيما يلي سنعرض أهم هذه الأشكال.

5-1- المدونات الإلكترونية (Les Blogs):

هي مواقع إلكترونية يمتلكها أفراد -غالبا- ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة، يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائماً إيجاد سبق صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة وهذا ما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة، ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيب كرونولوجي، ويمكن للقراء والمستعمرين التعليق عليها

5-2- وسائل الإعلام الاجتماعية Social Media:

وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي Social Net Working Sites وهي عبارة عن مواقع تستعمل من قبل الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي، وإقامة العلاقات

والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشأ صفحته الخاصة وينشر فيها سيرته وصوره، ويكتب مقالات ونصوص وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع "Twitter, Facebook, MySpace".

5-3- مواقع بث الفيديو:

وهي مواقع تتيح إمكانيات بث مقاطع فيديو مسموعة Podcasting أو مرئية ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جداً، لدرجة أنها أصبحت تتبع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع ونذكر منها: ويوتيوب و"ماي فيديو My Video".

5-4- المواقع الإخبارية التساهمية

وهي مواقع شبيهة جداً بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقيقيون وهواة لمهنة الصحافة ومن أشهرها: موقع Oh My News الكوري

5-5- مواقع التحرير الجماعي Participatory Sites

وهي مواقع تعتمد على برمجيات Wikis التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي، يتيح إمكانية التعديل والتنقيح وأشهرها "موسوعة ويكيبيديا Wiki Pedia". هناك العديد من الأشكال الأخرى الجديدة التي تظهر، ولكن هذه أهمها وأبرزها على الساحة الإعلامية.¹

¹ - إبراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديد في تحويل المتلقي إلى مرسل في ظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات عربية، العدد الثالث، 2011، ص48.

6- المدونات الالكترونية

6-1- تعريف التدوين

- لغة :

من ديوان ويعني الدفتر الذي يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء (لسان العرب).

والدلالة الواضحة من الاصطلاح اللغوي، هو أن التدوين شكل من أشكال حفظ الأثر مهما كان جنسه وبأية وسيلة جرى فعله.¹

- اصطلاحا

هي صفحات مجانية توفرها مواقع الانترنت للمستخدمين، حيث تتنوع وفق غرض القائم بالاتصال حيث يكون هناك مدونات شخصية ومدونات ذات طابع اجتماعي وسياسي أو تخدم مصالح حزبية، وتحتوي على مجموعة من المقالات القصيرة التي يتم تحديثها باستمرار كما في الصحيفة اليومية التقليدية، وآلية النشر الالكتروني على الانترنت بأسلوب سهل، وأيضا وسيلة نشر عامة أدت إلى زيادة دور الانترنت باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.²

هي قوالب جاهزة تقدمها بعض المواقع المهتمة بهذا الشأن لمرتبديها بدون تكلفة، وتتميز بإمكانية فتحها بأسماء مستعارة وتسمح بمقارنة المواضيع ونشر الأفكار بجرأة بعيدا عن أي إكراه أو ضغط موضوعي أو نفسي، وان هذه التقنية تتيح إمكانيات تواصلية وإبداعية كثيرة، كما أن إدراج المواد المدونة هو بدوره عملية سهلة وبسيطة للغاية، ولا تقتصر المدونة على نشر النصوص والمقالات والمعلومات، بل تجاوزتها إلى تقديم معطيات وأحداث بالصوت والصورة والفيديو (التدوين المرئي) بشكل عفوي، يختلف عما تقدمه وسائل الاتصال التقليدية ومن جهة أخرى يحرص المدونون على

1 - عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد، النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الشارقة، ص 29

2 - عادل عبد الصادق الإعلام الجديد وبرز الفاعلين الجدد في المجال العام، المركز الغربي لأبحاث الفضاء الالكترونية، مؤتمر الإعلام والتعبئة والمحكومة في مصر، مركز الأهرامات للدراسات السياحية والإستراتيجية، 2009، ص 09

تقديم آرائهم بأسلوب مبسط ومباشر، وهو ما يسمح بالتفاعل التلقائي مع المرتادين على المدونات بكل مستوياتهم التعليمية والثقافية.¹

وهي كلمة اشتقت من إدغام كلمتين اثنتين هما: "Web" و"Log"، ويقصد بها الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على عناصر ومواد منشورة وفق ترتيب كرونولوجي، ويتضمن خصوصا صورا وأفلاما، فيديو مرئية أو مسموعة ويمكن لأي زائر أو قارئ أن يبدي تعليقا حولها.²

6-2-أنواع المدونات الإلكترونية

6-2-1- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية Link Blogs

هذا النوع من المدونات الإلكترونية التي تم نشرها لأول مرة على شبكة الانترنت والتي تسمى Webblog تحتوي على العديد من الروابط التي يوصي بزيارتها صاحب المدونة.

6-2-2- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية Online Biary Blogs

تعتبر هذه المدونات كدفتر ملاحظات يسجل فيها مالكاها ما يدور حوله ويخلده في ذلك اليوم، وهي عادة لا تحتوي على روابط لمواقع أخرى

6-2-3- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات Article Blogs

وهي بمجموعها عبارة عن تعليقات واستعراض للأخبار والحوادث والتقارير وتبتعد لحد الآن عن كتابة الملاحظات الخاصة بالأحداث التي تقتصر على مالك هذه المدونة.

¹ - طه عبد العاطي نجم، وانور بن محمد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة و مستوى المعرفة، دفاثر السياسة والقانون، العدد الرابع، 2011، ص 56 57

² - ابراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في الوطن العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، 2012، ص 84

6-2-4- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على صور Photo Blogs

تتخصص هذه المدونات بنوع محدد، وهو عرض الصور التي يرى أصحابها بأنها ذات فائدة ومهمة لزوار الموقع مثل صورة اليوم.

6-2-5- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي Podcast Blogs

هذه المدونات هي بمثابة موقع بث إذاعي يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة يرى صاحب المدونة بأنها مفيدة للمستمع أو يرغب بان يستمع إليها عدد كبير من الزوار فيقوم بتسجيلها ووضعها على المدونة وهي عبارة عن ملفات صوتية MP3

6-2-6- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي VideoCast Blogs

تعتبر هذه المدونات من احدث ما توصلت إليه التدوينات الإلكترونية، فهي مماثلة لحد ما البث الإذاعي Podcasts، لكن الاختلاف فيها أنها تكون على شكل فيديو فيلم.¹

6-2-7- المدونات الإلكترونية المنوعة:

تضم هذه المدونة كافة أنواع التدوين السالفة الذكر، ويأتي تنوعها من اسمها.

6-2-8- المدونات الإلكترونية الجماعية:

كل المدونات السابقة يقوم شخص واحد بكتابة إحدائها وتنسب إليه، ما عدا هذه المدونات التي يتولى إعدادها والكتابة فيها مجموعة من الأشخاص وإذا كانت المدونات الشخصية للمتعة فقط، فان المدونات التحريرية يقوم بكتابتها وتحريرها محررون أكفاء ومن الجدير بالذكر هنا أن العديد

¹ - محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنقل المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية ومواقع الكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص 47 48

من الشركات والمنظمات والمدارس تمتلك مدوناتها الخاصة بها لتكون على تواصل مستمر مع زوارها واطلاعهم على الجديد لديها من الأخبار والأحداث والأمور المتعلقة بها¹

ويتساءل "Robert Scoble" & "ShelIsrael" في كتابهما: "Naked Conversation": ما هو دور المدونة في عالم الأعمال؟ وكيف يمكن الاستفادة منها؟ ويضيفان: انه من خلال محادثة واحده مفتوحة وبدون ضوابط يمكن أن تتغير طريقة التعامل مع "الزبائن" العملاء.

7- شبكة التواصل الاجتماعي

7-1- مفهوم الشبكات الاجتماعية

- لغة :

مصطلح الشبكات الاجتماعية مكون من مفردتين:

الشبكات: فهي جمع شبكة، قال: ابن فارس: "الشين والباء والكاف أصل صحيح يدل على تداخل الشيء، يقال شبك أصابعه تشبيكا، ويقال بين القوم شبكة النسب، أي مداخله، ومن ذلك الشبكة". وفي المعجم الوسيط، "الشبكة: شبكة الصياد في البر والبحر وأكثر ما تتخذ من الخيط المشبك، وكل متداخل متشابك، يقال: شبكة المواصلات وشبكة الكهرباء ونحو ذلك، والجمع: شبك وشباك" وعلى هذا فالشبكة هي الشيء المتداخل، وتجمع بين شَبَك شَبَاك وشبكات.

الاجتماعية: جاء في المعجم الوسيط "يقال رجل اجتماعي: مزاول الحياة الاجتماعية كثير المخالطة للناس".

¹ - المرجع نفسه، ص 48

وهذه اللفظة لم ترد في معجم اللغة القديمة -فيما وقف عليه الباحث- إلا أن معناها كثيرا مما يتكرر في تلك المعاجم باستخدام مفردة الخلطة وضدها العزلة.¹

اصطلاحا

الشبكة الاجتماعية

هي موقع على شبكة الانترنت وإحدى تطبيقاتها التي تتيح لأعضائها التواصل مع الآخرين من خلال الشبكة ذاتها في أي مكان من العالم بشكل مجالي وآلي، وهي تسمح للناس بان يبقوا على تواصل مع أصدقائهم القدامى أو تكوين صداقات جديدة ومن خلال فتح حساب على إحدى الشبكات الاجتماعية، فإن الشخص يمكنه إشراك الآخرين في ما لديه من التسجيلات الصوتية والصور والفيديو وأفكاره وخواطره ونشاطاته الشخصية، لذا فهي وسيلة سهلة ويسيره للتعبير عن الآراء والمعتقدات وخاصة الأشخاص الخجولين الذين يواجهون صعوبات في التعامل المباشر مع المجتمع.²

كذلك هي خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين وغاية هذه الخدمات في المقام الأول، تعتمد على توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين.³

وهي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل

¹ - محمد بن موسى المجمالي، التصير عبر خدمات تفاعلية لشبكة المعلومات العالمية، رسالة الماجستير في الادب، جامعة

الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2011، ص 142 143

² - عبد الله بن ابراهيم الميرز: الأمن والخصوصية في شبكات الاجتماعية على الانترنت، أساليب الحماية والأمان للأطفال والمراهقين، البيئة المعلوماتية الآمنة، المؤتمر السادس، الرياض، السعودية، 2010

³ - نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع شبكات الاجتماعية، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، المؤتمر العلمي الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2019 ، ص 963

التعارف والصدقة المحادثة الفورية إنشاء مجموعات اهتمام صفحات للأفراد ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات.¹

كما أنها وسيلة اجتماعية تساعد الناس كي يتشاركوا المعلومات والأخبار مع أناس آخرين في دوائرهم الاجتماعية والعلمية بسرعة وفعالية.

وهي خدمات تؤسسها وتبرمجها شبكات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.²

7-2- شبكات التواصل الاجتماعي الناشئة والتطور:

صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العام 1954 من قبل "جون بارنز" الذي كان باحث في العلوم الاجتماعية في جامعة "لندن"، ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الالكتروني Ballet inboard BBS Systems من أوائل التقنيات التي سهلت في التعاون والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة.

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل

وأول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي هو Classmates.com انطلق في العام 1995، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأفراد مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وعضوية هذا الموقع مجانية بحيث يستطيع أي شخص أن ينشأ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملائه ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم وان ينضم للمجموعات المحلية والدرشة في المنتديات.

¹ - سوهيلة بوضياف، المدونة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010، ص 77 78 .

² - محمد بن موسى المجمالي، مرجع سبق ذكره، ص 143.

وفي أيار من العام 1997 أطلق الموقع المشهور Six Degrees.Com الذي اخذ اسمه من عبارة Six Degrees of Separation أي ست درجات من الانفصال التي أخذت من تجربة العالم الصغير عالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد "ستانلي ميلغرام Stanley Milgram" وأغلق مع نهاية العام 2000.¹

وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما تعرفه اليوم عندما ظهر موقع FriendSter في كاليفورنيا من قبل Jonathan Abrams ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا وهو متاح بعدة لغات، وفي النصف الثاني من العام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة Sky Rock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007 وقبل ظهور الفايسبوك انشأ في العالم 2003 موقع MySpace الأمريكي ونمى بسرعة حتى أصبح اكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006 أهم ما يقدمه الموقع عرض الشرائح ومشغلات الصوت والفيديو إضافة إلى المدونات وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين .

ونشأت في فبراير من العام 2004 شبكة "الفايس بوك" على يد "مارك زوكروبيغ" في جامعة هارفرد وكانت فكرته اجتماعية حيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم، ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس.

ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاث موظفين هم: "تشاد هيرلي" (أمريكي) "ستيف تشين" (تايواني) و"جاود كريم" (بنغالي) الذين كانوا يعملون في شركة Paypal وفي 14 فبراير 2005 تأسس موقع YouTube وكانت ولادة الموقع في مدينة Menlo Park في كاليفورنيا وكان الإصدار التجريبي له في أيار من العام 2005

¹ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات تواصل اجتماعي في تغيير السياسة في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32 33

وفي مارس من العام 2006 ظهر موقع تويتر على يد جاك درزي Jack Dorsey وبيز ستون Biz Stone وايفان ويليامز Evan Williams وتويتر خدمة أطلقتها شركة Obvious والتي مقرها سان فرانسيسكو ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر في ابريل من العام 2007.¹

7-3- فوائد شبكة التواصل الاجتماعي

تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات وتبادل الصور، ويقول خبراء في هذا المجال أن الأساس هو الحفاظ على حداثة المحتوى ومهارات الابتكار في المنتج، هذا وقد أوضح علماء نفس ألمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة، وقالت إحدى الباحثات في دراستها التي أجرتها بالتعاون مع زميلها "ليونارد راينكه" بكلية "هامبورغ ميديا" وأعلنت عنها في المؤتمر الأوروبي للتواصل بـ هامبورغ: "أن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على احد مواقع التواصل الاجتماعي مثل: موقع فايس بوك تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية اكبر على المصارحة الذاتية".

وأوضحت أن استعدادا اكبر للبوخ بالمزيد من المعلومات الشخصية يتكون لدى مثل هؤلاء الأشخاص مع مرور الوقت، مضيئة: "أي أنهم يتغيرون فيما يتعلق بمدى الاستعداد بالبوخ بمعلومات عن أنفسهم عبر الانترنت" كما توصل "ديرلي وكنمان Dyrli , Kinnman " عام 1996 في دراستهما إلى أن شبكة الانترنت تساعد على تنمية مهارة التفكير العلمي وتطوير التفكير الإبداعي.

كما أنها تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد احد المواقع التعليمية في الشبكة والتي تمنح للطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بدور فعال في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلزال في نشر رسائل

1 - المرجع نفسه، ص ص 33 - 35.

الاستغاثة والدعوة للتبرع حيث تستخدم نجوم السينما والفن الذين يسجلون حضوراً على تلك المواقع بصفحاتهم التي يتابعها الملايين لنشر رسائل تحث على التبرع للصليب الأحمر.

وقد أشار استطلاع أجرته "كاريرتشونيتي دوت كوم" البوابة الإلكترونية المتخصصة في مجال التوظيف في منطقة الشرق الأوسط إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية باتت من بين أكثر الوسائل شعبية للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي في منطقة الشرق الأوسط وظهر الاستطلاع أن 63% من الذين استطلعت آرائهم يستخدمون تلك المواقع للبحث عن الوظائف مما جعل عملية البحث عن الوظائف تأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام لهذه المواقع بعد التواصل الاجتماعي وجاء موقع الفيسبوك Facebook أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شعبية حيث سجل 4.5 نقاط من أصل خمسة نقاط، تبعه موقع لينكد إن Linked In بـ 3.5 في حين جاء موقع تويتر Twitter في المرتبة الثالثة في الاستطلاع ما حصل على 3.4 نقاط

علاوة على ذلك يقضي المستخدمون لمواقع الشبكة الاجتماعية بين 30 دقيقة إلى 4 ساعات يومياً للتواصل مع شبكاتهم والبحث عن الوظائف وفي الحالات القصوى يقضي بعض الناس ما يصل إلى 8 ساعات يومياً على هذه المواقع الإلكترونية وعادة ما يقضي المستخدمون وقتهم على شبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة المساء وذلك من الساعة الخامسة إلى الثامنة في حين أشار 33% من المستطلعة آرائهم أنهم يفضلون قضاء أوقاتهم على شبكة الانترنت من الساعة 7 صباحاً إلى 5 مساءً.¹

7-4- أنواع الشبكات الاجتماعية

يعد التقسيم حسب التخصص أو طبيعة المعلومات المقدمة هو أكثر التطبيقات المستخدمة وأكثرها وضوحاً، وبناءاً عليه فإن الشبكات الاجتماعية يمكن تقسيمها إلى الأنواع التالية:

¹ - المرجع نفسه، ص 1397.

عامة General

وهي التي ليس لها طبيعة تخصصية معينة، بل يمكن الحصول منها على معلومات في مجالات مختلفة فلو كنت تبحث عن حلول لمشكلات عامة أو تبادل معلومات غير متخصصة أو تريد كتابة مذكرات خاصة فيمكن أن يكون هذا النوع هو المناسب ومن أشهرها الموقعين المعروفين " MySpace " و " Facebook "

تربوية Educational

ويتجمع فيها عادة الطلاب من مختلف المستويات وخاصة طلاب الدراسة الجامعية والدراسات العليا من أجل التشاور في القضايا التعليمية والأكاديمية وتبادل المشروعات الدراسية ومناقشة القضايا المختلفة التي تتعلق بدراساتها بشكل عام أو بمقررات معينة بشكل خاص والتعاون من خلال التبادل المعرفي ومن النماذج الشهيرة لهذا النوع من الشبكات " Studi VZ " و " UsLueL " و " CollegTonight " ¹.

مهنية Professional

وتضم المتخصصين في المجال أو مهنة معينة مثل العلوم، إدارة الأعمال والحاسب الآلي وغيرها من التخصصات، ويمكن الاستفادة منها في الالتقاء بزملاء المهنة لمناقشة القضايا المشتركة، كما أنها تسهم في تطوير المهارات المهنية والعلمية عن طريق طرح الأسئلة وتبادل الآراء وعرض المشكلات على المتخصصين والخبراء، ممن يصعب الوصول إليهم عن طريق الوسائل الأخرى، ومن أمثلتها الشبكة الاجتماعية المتخصصة في الأعمال Linked in Business Network وشبكة المستخدمين المحترفين لكانون CanonProfessional Network.

¹ - عبد الله بن ابراهيم المبرز، مرجع سبق ذكره، ص6.

أكاديمية Academic

وتختلف عن الشبكات التربوية في أنها تجمع الباحثين والعلماء والمتخصصين وأعضاء هيئة التدريس وأساتذة الجامعات من أجل مناقشة القضايا الحديثة والطارئة في مجالاتهم العلمية، كما أنها مساحة خصبة للتعاون في دعم وتطوير البحث الأكاديمي عن طريق المشاركة في الرأي والنقد الهادف لما يطرح من الأعضاء الآخرين ومن أمثلتها Academici و Prontos

إخبارية News

تتركز محتويات هذا النوع من الشبكات على نشر الأخبار المجتمع وغيرها من المستجدات في الموضوعات المختلفة سواء سياسية اقتصادية أو طبية.....الخ، وتعد مصدرا مهما لتقصي الأخبار والتعرف على الأحداث الجارية ولكنها تفتقد للمصداقية لعدم وجود محررين للأخبار للثبت مما يكتب ومن نماذج هذا النوع " Now Public و Suite 101".

الهوايات Hobbies

يجتمع أصحاب الاهتمامات المشتركة والهوايات المتشابهة عادة على شكل مجموعات لتلبية احتياجاتهم المعلوماتية المرتبطة بهواياتهم مشكلين بذلك شبكة اجتماعية غالبية أعضائها لديهم اهتمامات متشابهة، ويتيح هذا النوع من الشبكات اتصال الأعضاء بعضهم مع بعض من أجل تنمية تلك الهوايات وتطويرها والتعرف على القضايا المستجدة حولها ومن أمثلة هذه الشبكات Automotive Forums و Sports Pundit.¹

7-5- خصائص الشبكات الاجتماعية

تتشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها وبرزت تلك الخصائص:

¹ - المرجع نفسه، ص ص 6-7

الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية Profile Page

ومن خلال تلك الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس تاريخ الميلاد البلد الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، من هم أصدقائه، وما هي الصورة الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

الأصدقاء / العلاقات

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

- إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.¹

البومات الصور

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

1 - أمينة عادل سليمان السيد، وهبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفاييس بوك، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات، مصر، 2009، ص 13.

المجموعات

تتيح كثير من مواقع شبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعات اهتمام حيث يمكنك إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنصبيين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر والبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين

الصفحات

ابتدعت هذه الفكرة "الفايس بوك" واستخدمتها تجاريا بطريقا فعالا، حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم "الفايس بوك" باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدم بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقييمات محده ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

فايسبوك Facebook

يعتبر موقع "الفايسبوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منندى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال Dictionary of media and Communications فايسبوك Facebook على انه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر

¹ - المرجع نفسه ، ص14.

الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص".¹

كذلك هو موقع مخصص للتعرف والصدقة على الانترنت للشباب عن طريق مساحات مجانية يتيحها لمشركيه فيستطيع مشترك بإضافة صور وفيديو وإرسال رسائل إلى أصدقائه للتعرف أي أن فكرة الموقع قائمة على الشبكة الإنسانية ومشاركة المستفيدين في المحتوى".²

ولدت الفكرة الأصلية لمصطلح "فيسبوك" من المدرسة الثانوية التي درس فيها "زوكربيرغ" أكاديمية "فيلبس اكستر" حيث استوحاه الطالب زوكربيرغ من الكتاب السنوي الذي يسمى " Wxeter Face Book".³

ويعتبر موقع الفيسبوك أشهر شبكة اجتماعية عالمياً، إذ يحتل المرتبة الأولى على عرش الشبكات الاجتماعية وتأسس الموقع في العام 2004، حيث أعطاه مارك زوكربيرغ اسم فيسبوك ومعناه "كتاب الوجوه" في إشارة إلى الكتب المطبوعة المعروفة بـ "كتب الوجوه"، والتي كانت توزع على الطلبة لمساعدتهم في التعرف على أسماء زملائهم في الصف، وكان الفيسبوك في البداية عبارة عن فكرة بسيطة تقوم على إنشاء موقع الكتروني تفاعلي يسمح لطلبة جامعة "هارفارد" التواصل فيما بينهم خلال دراستهم والإبقاء على علاقاتهم بعد تخرجهم، وكان الاشتراك في الفيسبوك يقتصر على جامعة هارفارد فقط، ثم بعد أن حقق شعبية كبيرة في الجامعة انتقل إلى سائر الجامعات الأخرى ثم إلى المدارس الثانوية ثم إلى الشركات لكن أكبر تحول جاءت في أيلول/سبتمبر 2006، بعد أن تخلى الفيسبوك عن إلزامية امتلاك العضو حساب بريدي الكتروني

¹ - مريم ناريمان نور، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص 55.

² - أمينة عادل سليمان السيد، وهبة محمد خليفة عبد العال، مرجع سبق ذكره، ص 09.

³ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 41.

صادر عن مدرسة أو شركة مما جعله يفتح أبوابه أمام أي شخص لديه عنوان بريد إلكتروني يعمل.¹

بفضل هذا النجاح انتقل مؤسسو الموقع "زوكربيرغ" وصديقيه "ديستن موسكويتر Dustin Moskowitz" و"كريس هيوز Chris Hughes" إلى (بالو ألتو) التي أصبحت في ما بعد المقر الرسمي للفيسبوك.

حاولت "فريند ستر FriendSter" وهي الشركة المالكة للموقع الذي يحمل نفس الاسم وهو موقع تعارف يضم ملايين المستخدمين أن تستحوذ على الفيسبوك مقابل 10 ملايين دولار في منتصف 2004 لكن زوكربيرغ رفض الصفقة.²

بلغ العدد الكلي للمستخدمين الناشطين على "فيسبوك" حول العالم حسب موقع Social Bakers المختص: 963.675.160 مستخدم أي ما يقارب مليار مستخدم ناشط في إبريل 2013، أكثر من نصفهم خارج إطار الكليات.

وأشارت التقارير إلى أن بلوغ هذا الرقم الهام سيتزامن مع خطة تسويقية جديدة لـ فيسبوك تسمى "قصص فيسبوك Facebook Stories" والتي ستسمح لجميع المستخدمين أن يشاركوا في وصف مدى تأثير "فيسبوك" على حياتهم.³

وتشير الإحصائيات أن حوالي 11% من سكان العالم من يملكون حساب في الفيسبوك، يدخل 50% إلى الفيسبوك يوميا، ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد (130) و (80) صفحة

1 - مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجا، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التخطيط والتنمية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012، ص94

2 - مزري تش وبن: قصة فيس بوك ثورة وثورة، ترجمة: الهاللي وائل محمود محمد، ط1، إصدارات سطور الجديدة، القاهرة، 2012، ص132.

3 - عامر عبد الله، الفيس بوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم والتكنولوجيا، العدد 14، جامعة البتراء، الأردن، 2007، ص6-8.

ومجموعة مشترك بها، وتشير الإحصائيات انه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في الفيسبوك وخلال 60 ثانية فقط:

- 510 ألف مستخدم يضع تعليقات PostedComments

- يتم تحديد 293 ألف حالة Status Updates

- يتم تحميل 163 ألف صورة Uploaded Photos

- 30 بليون قطعه محتوى يتم مشاركتها في الشهر.

- 50% من المشتركين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و34 سنة يفتحون صفحة الفيسبوك بمجرد استيقاظهم من النوم في حين أن 28% يتصفحون صفحاتهم قبل النوم

وحسب إحصائيات موقع Socialbaker.com المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك وذلك بأكثر من 157 مليون مستخدم، تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35 مليون مشترك أما في العالم العربي فتصدر مصر القائمة بعدد المستخدمين فاق تسعة ملايين مشترك أما الجزائر فحلت في المرتبة الرابعة بما يقارب الثلاثة ملايين مستخدم.¹

ويوفر الفيسبوك خدمات وتطبيقات للمشاركين تتمثل فيم يلي:

- **خاصية الصور Photos:** وتتيح هذه الخاصية للمشارك إمكانية إعداد البوم للصور الخاصة به ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.

- **خاصية الفيديو Video:** وتوفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة وإرساله رسالة مرئية صوت وصورة.

¹ - مريم نريمان نور، مرجع سبق ذكره، ص56

- **خاصية الحلقات Groups:** وتمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.
- **خاصية الأحداث Events:** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.
- **خاصية الإعلان Market Place:** وتمكن المشترك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.
- **النكز Poke:** والنكز عملية تنبيه للأصدقاء على الفيسبوك لجذب انتباههم وكأن المستخدم يقول مرحبا.
- **الإشعارات Notification:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر.
- **التحديثات التي قام بها بالتعليق عليها سابقا.**¹

ويتضح مما سبق أن الفيسبوك لم يكن عند إنشائه سوى فكرة بسيطة للترفيه والتسلية والتواصل الاجتماعي لكن سرعان ما تغيرت بعد سنوات قليلة وظائفه ودخل قطاعات سياسية واقتصادية كان له اثر بارز فيها وعمل على إحداث تغيير جذري لمفهوم الإعلام وعلاقته بجمهوره الذي أصبح يصنع الحدث وينقله ويعلق عليه بكل سهولة وحرية وتجمع الدراسات المختلفة أن الفيسبوك تحول إلى لاعب أساسي ومؤثر على مختلف الشرائح الاجتماعية وخاصة فئة الشباب والطلبة.²

تويتر Twitter:

موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال بأصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاص بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع

¹ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 42-43.

² - مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سبق ذكره، ص 95.

ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة.¹

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أول أوائل العام 2006 عندما أقدمت شركة "Obvious" الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعينة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، من ثم اخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه "تويتر" وذلك في ابريل عام 2007 .

تقول في كتابها "Twitter For Good : Change the world one tweet at a time" أو "تويتر للأبد" الكاتبة "Claire Diaz-Ortiz" أن هذا دليل عن كيفية تغيير العالم مع تويتر خطوة، خطوة، تغريدة، تغريدة، في آن واحد.²

ويمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم، تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن؟" "What's Happening Now" ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الانترنت من مصادر رسمية وغير رسمية ويعتبر تويتر موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى.³

وتم استخدام تويتر بكثافة في العديد من الأحداث السياسية، كالانتخابات الرئاسية الأمريكية في العام 2008، والانتخابات الرئاسية الإيرانية في العام 2009، والحرب الإسرائيلية على قطاع غزة

1 - مريم نريمان نور، مرجع سبق ذكره، ص 59

2 - محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 82

3 - مريم نريمان نور، مرجع سبق ذكره، ص 59-60

أواخر العام 2008، حيث أنشأت القنصلية الإسرائيلية حسابا لها على تويتر لنشر روايتها فيما نشطت مجموعات من المدونين خاصة "الجزيرة توك" و"غزة توك" للرد على الدعاية الإسرائيلية وإبراز وجهة نظر الضحية.

ولقد أصبح تويتر جزءا من نظم وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن للمستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام.

وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع تويتر في ذكرى تأسيسه الخامسة فان هناك أكثر من 106 مليون مستخدم، عدد يتضاعف في 300 ألف مشترك كل يوم، وفي حين تم تحديد عدد حروف التغريدة "Tweet" المشاركة على تويتر بـ 140 حرفا، فإن مستخدميه يرسلون أكثر من 55 مليون تغريدة في اليوم أي 460 تغريدة في الدقيقة، وينشط مستخدمو تويتر خاصة خلال يومي الخميس والجمعة، وحسب نفس الإحصائيات فان 20% من مستخدمي هذا الموقع ينشرون 10 تغريدات أو أكثر في اليوم في حين أن 41% من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدتهم منذ فتحهم حساب موقع.

وحسب تويتر فان شهر مارس 2011 وحده بلغ متوسط التغريدات التي تم إرسالها حوالي 140 مليون تغريدة، وفي جوان 2011 فان متوسط التغريدات التي أرسلها مستخدمو تويتر 200 مليون تغريدة في اليوم.¹

وحسب إحصائيات موقع "The Social Shiny.com"، فان 55% يدخلون موقع تويتر عن طريق الهاتف النقال تقريبا 500 ألف مستخدم يوميا لتويتر، 21% من الاندونيسيين يدخلون إلى موقع تويتر ولذا تم اعتبارهم أكثر الشعوب إيمانا على هذا الموقع، في حين أن اليابان هو البلد الوحيد الذي يستخدم فيه تويتر أكثر من الفيسبوك.

¹ - المرجع نفسه، ص 60

ويبقى موقع تويتر إلى يومنا الحالي من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع ب جماهيرية عالية، والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون اقرب إلى الجماعات الجماهير والتعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب اكبر عدد من المتابعين.¹

يوتيوب YouTube:

ما هو موقع اليوتيوب؟ يرى احد الباحثين أن "اليوتيوب" هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من "غوغل" إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه، ويزوره الملايين يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي "الفيس بوك" من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتقاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيسبوك.²

فاليوتيوب موقع متاح للعموم على شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديو، يمكن مستخدمين من تحميل ومشاهدة القطعات المصورة، بل والتعليق عليها كتابة، بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها، ويعتمد الموقع برنامج (أدوبي فلاش فيديو) وقد تم إنشاؤه في شباط/فبراير من عام 2005، بوصفه موقعا شخصيا لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل الاسم نفسه في تشرين الثاني/نوفمبر من عام 2005 بولاية كاليفورنيا الأمريكية.³

تتحدث "Rebecca Rowell" في كتابها " Youtube : The Company and it'sFoundees" عن ظاهرة "اليوتيوب" والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي

1 - المرجع نفسه، ص 61.

2 - محمد المنصور، مرجع سبق ذكره 84.

3 - سعد بن محارب، المحارب، مرجع سبق ذكره، ص 113-115.

قامت "غوغل" في 2006 بشراء الموقع واحد 1.65 مليار دولار ويعتبر "اليوتيوب" من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايمز الأمريكية وذلك لدوره في إعطاء الفرصة لزواره مجاناً لعرض وإنتاج مواد فلمية على الموقع.¹

كما قالت في كتابها الأخير بعنوان Youtube : Online Video and Participatory Culture الكاتبة Jean Burgess أن هناك قصة تتحدث عن ثقافة المشاركة وكيف أصبح العالم على النت على شكل مقطع فيديو.²

وحسب موسوعة ويكيبيديا العالمية حول تاريخ الموقع تقول انه: "تأسس موقع يوتيوب عن طريق تشارلي هرلي، ستيف تشين، وجاود كريم، وهم موظفين في شركة PayPal قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة "انديانا" بولاية "سليفينيا" بينما درس تشين وكريم علوم الحاسوب في جامعة "يلينوي" وأصبح النطاق "Youtube.com" نشطاً في 15 فبراير 2005، ومن ثم تم العمل على تصميم المواقع لبعض أشهر، وافتتح الموقع كتجربة في مايو 2005، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر.³

وكان أول فيلم تم وضعه على الموقع لـ "جاود كريم" احد مؤسسي الموقع بتاريخ 23 ابريل 2005 بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" لمدة 19 ثانية ويظهر فيه الكريم أمام فيل في حديقة سامباولو.⁴

وتستند موسوعة ويكيبيديا الى موقع "Alexa" في إحصائية حول اليوتيوب بأنه أصبح حالياً ثالث أكبر المواقع الشعبية في العالم بعد "ياهو وغوغل"، وفي يوليو 2006 صرح المسؤولين عن الموقع بان عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا، في شهر يناير 2008 فقط 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم، وفي أغسطس 2006 نكرت (الوول

1 - مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، مرجع سبق ذكره، ص95

2 - محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص85

3 - مريم نريمان نور مرجع سبق ذكره ص64

4 - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص44

ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم بسعة 600 تيرابايت، وفي 2007 استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق للبيانات "Band Width" مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الانترنت، وقد تم تحميل ملفات فيديو على اليوتيوب يستغرق عرضها 13 مليون ساعة خلال عام 2010، ويحقق الموقع دخلاً يتجاوز ملياري دولار أمريكي أسبوعياً وتبلغ مشاهدة الموقع عن طريق الهاتف النقال أكثر من 100 مليون مرة يومياً.¹

أما على المستوى السياسي فكان لليوتيوب حضوراً واسعاً خصوصاً في الحملات السياسية التي تهدف إلى حشد الجماهير وظهر ذلك بقوة في سباق الترشح لرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية في 2007، عندما استخدمه المرشحون لتقديم أنفسهم للشعب الأمريكي.²

لقد أصبح "اليوتيوب" جزءاً لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.³

1 - سعد بن محارب المحارب، مرجع سبق ذكره، ص114

2 - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص44.

3 - محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص96.

الخلاصة :

حاولنا في هذا الفصل اكتشاف الظاهرة والتشكل الإعلامي الجديد الذي أنتجته الوسائط الإعلامية والتكنولوجيا وذلك من خلال معرفه كيف ظهر هذا الشكل والاختلاف والمفاهيم حوله كذلك أشكاله المتعددة والتي ساهمت في بروزه، بالإضافة إلى أن الإعلام الجديد كان سببا في بروز صحافة المواطن والتي جعلت من المواطن مرسلا ومستقبلا، وفعلت من دوره بعد أن كان في اغلب الأحيان جمهور سلبي يستقبل فقط المعلومة من دون أن يتفاعل معها، ثم التطرق للأشكال التي يستخدمها المواطن الصحفي والتي تعتبر بوابة ومساحة للتعبير من خلال المدونات الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها من فيسبوك تويتر ويوتيوب.

الفصل الثالث



الدراسة الميدانية

i. عرض البيانات تحليلها ونتائج الدراسة

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

عرض البيانات تحليلها ونتائج الدراسة

الجدول (1) بين حقيقة الإعلام الجديد انعكاس مصادا للإعلام السائد

النسبة المئوية	التكرار	الإعلام الجديد انعكاس مصادا للإعلام السائد	
75%	9	نعم	
25%	3	لا	
100%	12	المجموع	
11.1%	1	رؤية تلخص النضال	في حالة الإجابة ب نعم
55.5%	5	تتيح الحرية للنشر والتعبير	
33.3%	3	يعطي الفرصة لأي شخص	
100%	9	المجموع	

من خلال نتائج المبينة في الجدول أعلاه نجد ان أعلى نسبة قد قدرت بـ 75 % لمفردات العينة المبحوثة الذين يرون أن الإعلام الجديد انعكاس مصادا للإعلام التقليدي في حين أن الذين أجابوا بـ لا قدروا بنسبه 25 %

حيث تم طلب تحديد السبب في حالة الإجابة بنعم فكانت على النسبة 55.5% لصالح أنها تتيح الحرية للتعبير والنشر بدون قيود تليها نسبة 33.3% و 11.1% لصالح أنها تعطي الفرصة لأي شخص أن يصبح صحفي حتى بدون شهادة في الإعلام ورؤية تلخص النظام الذي يخوضه دعاة الإعلام البديل على التوالي

هذه النتائج تشير إلى أن هناك غلق وتقييد لحرية الرأي والتعبير في الإعلام التقليدي وان الإعلام الجديد جاء بغرض كسر هذه القاعدة وفك لهذه القيود وهذا ما جعل انعكاسا مصادا للإعلام التقليدي.

الجدول (2) يبين اعتبار أن أشكال الإعلام الجديد نوع من أنواع الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	أشكال الإعلام الجديد نوع من أنواع الإعلام
83.3%	10	نعم
16.6%	2	لا
100%	12	المجموع

من خلال معطيات الواردة في الجدول أعلاه نجد أن اغلب مفردات العينة وبنسبة 83.3% يرون بان الإعلام الجديد شكل من أشكال الإعلام في حين نسبة 16,6 % يرون عكس ذلك ويمكن تفسير هذا الرأي الذي يقول أن الإعلام الجديد هو جملة من المهارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات الاتصال

الجدول (3) يبين استخدام شبكات الاجتماعية والمدونات الالكترونية في العمل الإعلامي

النسبة المئوية	التكرار	الإعلام الجديد انعكاس مصادا للإعلام السائد	
58.3%	7	نعم	
41.6%	5	لا	
100%	12	المجموع	
20%	1	عدم ارتباطها بأهل الاختصاص	في حالة الإجابة ب لا
40%	2	فوضى المعلومات	
20%	1	وصول المعلومة إلى فئة قليلة	
20%	1	عدم وجود هيئة تحرير تراقب الخبر	
100%	5	المجموع	

من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه نجد أن مفردات العينة المبحوثة يؤدون استخدام الشبكات والمدونات في العمل الإعلامي وذلك بنسبة 58.3% في حين جاءت نسبة الذين أجابوا ب لا 41,6 % ولمعرفة سبب الإجابة ب لا كانت نسبة 40% لفوضى المعلومات تليها نسبة

20% لعدم ارتباطها بأهل الاختصاص وعدم وجود هيئة تحرير تراقب الخبر ووصول المعلومة إلى فئة قليلة

وهذه نتائج تدل على أمر واضح بأنه على الرغم من الايجابيات التي يحوزها وتتوفر في الإعلام الجديد إلا أن له سلبيات عديدة تتمحور بنسبة كبيرة حول فوضى المعلومات من خلال الكم الهائل وتدفق الكبير وتعادل مصادرها وعدم وضوحها وبذلك صعوبة التحكم بها.

الجدول رقم (4) بين شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية تتميز بالرداءة

النسبة المئوية	التكرار	تتميز المواضيع بالرداءة
58.3%	7	نعم
41.6%	5	لا
100%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح المواضيع التي يطرحها المواطن الصحفي في شبكة التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية تتميز بالرداءة نجد أن أعلى نسبة قدرت بـ 58.3% عند صنف نعم، وبالمقابل نجد نسبه 41.6% لدى صنف لا.

ويمكن تفسير هذه النتائج على أن للخبرة دور في اعتبار المواضيع التي يطرحها المواطن الصحفي في شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية تتميز بالرداءة، كما أن من لديهم خبرة طويلة فيقيمون المواضيع بصورة شاملة، لذلك فخيرتهم رأيت أن المواضيع تتميز بالرداءة وهذا يرجع إلى العديد من الأمور منها عدم الإلمام بقواعد كتابة الأخبار الصحفية، بالإضافة إلى تغلب الذاتية على الموضوعية، فتصبح قيمة المادة الصحفية بالنسبة له في آخر الاهتمامات وهذا ما يجعل مواضيعه لا ترقى لمستوى لتسمى بأخبار صحفية.

الجدول رقم (5): بين تميز المعلومات التي يثيرها وينشرها المواطن الصحفي بضعف المصداقية

النسبة المئوية	التكرار	ضعف مصداقية المعلومات	
66.6%	8	نعم	
33.6%	4	لا	
100%	12	المجموع	
50%	4	الاعتماد على مصادر غير موثوقة	في حالة الإجابة ب نعم
12.5%	1	عدم التحلي بالأخلاق المهنية	
37.5%	3	عدم إعطاء قيمة المادة الصحفية	
100%	8	المجموع	

نلاحظ من خلال النتائج الموجودة في الجدول أعلاه أن مفردات العينة المبحوثة وبنسبة قدرت بـ 66.6% رأوا أن المعلومات تتميز بضعف المصداقية في حين من أجابوا بـ لا كانوا بنسبة 33.3% .

وأما الذين كانت إجاباتهم بـ نعم فكانت بسبب اعتماد المواطن الصحفي في نشر أخباره على مصادر غير موثوقة نسبة 50% وعدم إعطاء قيمة المادة الصحفية بنسبة بـ 37.5%، وفي الأخير كان عدم التحلي بالأخلاق المهنية بنسبة 12.5%، ويمكن تفسير هذه النتائج بان المعلومات التي ينشرها المواطن الصحفي تتميز بضعف المصداقية وهذا يرجع إلى اعتماده على مصادر غير موثوقة وغير رسمية وبالتالي ما يهمله هو نشر أكبر عدد ممكن من الأخبار والمعلومات دون الاهتمام بمدى صدق الخبر وصحته.

الجدول رقم (6): بين حقيقة تفضيل الإعلام التقليدي على الإعلام الجديد

النسبة المئوية	التكرار	الإعلام التقليدي أفضل من الإعلام الجديد	
%83.3	10	نعم	
%16.6	2	لا	
%100	12	المجموع	
%70	7	الخبر يكتسي قيمة أكثر من الالكتروني	في حالة الإجابة ب نعم
%30	3	سهولة الاطلاع على الخبر والتعامل معه	
%100	10	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 88.3% من مفردات العينة المبحوثة اعتبروا أن الإعلام التقليدي أفضل من الإعلام الجديد في حين أن من أجابوا ب لا كانوا بنسبة 16.6% حيث أن مفردات العينة المبحوثة الذين أجابوا ب نعم ارجعوا السبب وبنسبة 70% إلى أن الخبر يكتسي قيمة أكثر من الالكتروني وهذا ما يدل على أن الصحفي في وسائل الإعلام مازال يؤيد ويحترم الإعلام التقليدي ويعترف بمحاسنه ومن جهة أخرى فهذا دليل على أن الإعلام الجديد لم يستطيع اخذ مكانة الإعلام التقليدي

الجدول رقم (7): بين إمكانية تقليص إعلام المواطن من دور الإعلام التقليدي مستقبلا

النسبة المئوية	التكرار	الإعلام المواطن سيقص مستقبلا من الإعلام التقليدي	
%66.6	8	نعم	
%33.6	4	لا	
%100	12	المجموع	
%75	3	الخبر يكتسي قيمة أكثر من الالكتروني	في حالة الإجابة ب لا
%25	1	سهولة الاطلاع على الخبر والتعامل معه	
%100	4	المجموع	

من خلال النتائج الموجودة في الجدول أعلاه والتي تدور حول ما إذا كان الإعلام الجديد سيقصص دور الإعلام التقليدي فإن نسبة 66.6% مثلت من أجابوا بـ نعم في حين أن 33.3% مثلت من أجابوا بـ لا حيث أن مفردات العينة المبحوثة الذين أجابوا بـ لا أرجعوا السبب إلى كون الإعلام الجديد أن يستطيع أن يكون بديلا حقيقيا للاحترافية الموجودة في الإعلام التقليدي وهذا بنسبة 75% في حينما في حين من أرجعوا السبب إلى أن الإعلام الجديد لا يرقى رغم المزايا العديدة التي يحملها إلى المستوى الموجود في الإعلام التقليدي كان بنسبة 25%، وما يمكن استنتاجه أن الإعلام الجديد سيقصص مستقبلا من دور الإعلام التقليدي نظرا للمزايا العديدة التي يحملها من توفير للجهد والوقت للإضافة إلى الكمية الهائلة من المعلومات في وقت قصير مما يساعده على التخلص من عناء البحث في أماكن ومناطق بعيدة بالإضافة إلى التفاعلية والنقاش والحوار بين الأطراف في حين إن من يعتقد عكس ذلك فارجع ذلك لغياب الاحترافية وعدم الإلمام الجيد بخبايا الإعلام وهذا ما يفسر الآراء المتناقضة والمتوفاة في نفس الوقت حول الإعلام الجديد وعن إمكانية أخذه لمكانة الإعلام التقليدي

جدول رقم (8): بين مستوى الإعلام الجزائري من جانب استفادته من تطبيقات الإعلام الجديد

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الإعلام الجزائري
16.6%	2	ايجابي: بايجابيات الإعلام الجديد
33.3%	4	سلبي: بحيث لا يستغل الفرص التي يتيحها الإعلام الجديد
50%	6	ما زال الإعلام السائد لم يعايش الإعلام الجديد
100%	12	المجموع

من خلال البيانات المتحصل عليها في الجدول أعلاه والذي يبين مستوى الإعلام الجزائري من جانب استفادته من تطبيقات الإعلام الجديد واعتبرت مفردات العينة المبحوثة أن الإعلام السائد لم يعايش بعد الإعلام الجديد بنسبة 50% كما جاءت نسبة 33.3% ممثلة صنف سلبي وفي الأخير مثلت نسبة 16.6% صنف ايجابي يأخذ ايجابيات الإعلام الجديد

ويمكن تفسير هذه النتائج على أن احتكاك الصحفي أكثر بالإعلام الجديد لمحاولة الاستفادة منه والاطلاع على كل من يصدر وينشر فيه جعلهم يدركون أهمية كل ما ينشر في الإعلام الجديد من جهة والنقص الذي مازال يعاني منه الإعلام السائد من جهة أخرى

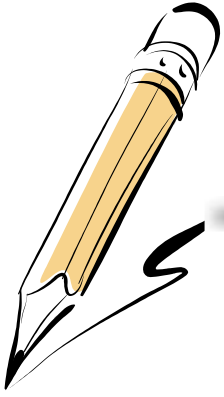
الجدول رقم (9) بين مستقبل الإعلام في ظل الإعلام المواطن

النسبة المئوية	التكرار	رؤية مستقبل الإعلام في ظل الإعلام المواطن
91.6%	11	سوف تصبح هواية يمارسها الجميع
8.3%	1	ستحافظ على طابعها العلمي والأكاديمي
100%	12	المجموع

سجل صنف سوف تصبح هواية يمارسها الجميع بنسبة 91.6% بالمقابل جاءت نسبة 8.3% صنف ستحافظ على طابعها العلمي والأكاديمي ويمكن أن نفسر هذه النتائج بقيمة ما ينشر في إعلام المواطن فبإمكان المواطن الصحفي أن يكون ذا فائدة حيث يوفر للإعلاميين أخبار معلومات صور فيديو حول أحداث لم تستطيع وسائل الإعلام الوصول إليها في حين وقوعها كما نشاهد أحيانا بعض الوسائل تعتمد على تحليلات المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي وتجيب على تساؤلاتهم لذلك تعتبر إضافة فلا يجب أن تكون حائزا على شهادة في الإعلام لكي توصل رسالتك إلى العالم.

فيما أن التكنولوجيا الرقمية لم تصبح حكرا على احد من أصبحت ملك للجميع وكل شخص يستعمله لأغراضه الشخصية و أهدافه المحددة فان الإعلام كذلك في ظل التطورات الحاصلة لن يبقى حكرا على أهل الاختصاص بل سيلجأ كل من يساهم في نشر الخبر والمعلومة.

خاتمة



الخاتمة:

يمثل الإعلام الجديد منظومة تواصلية جديدة تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة، حيث يمثل الانترنت منظومة رابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة المكتوبة، التلفزيون والإذاعة.

الصحفيون التابعون للإعلام السائد التقليدي يعتبرون أن الإعلام الجديد هو جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال ضف إلى هذا فإنهم يتابعون كل ما يبثه الإعلام الجديد ويمتلكون صفحة خاصة بهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أن الصحفيين التقليديين يرون أن الإعلام الجديد انعكاسا مضادا للإعلام السائد التقليدي بسبب انه يتيح الحرية المطلقة للتعبير والنشر بدون قيود.

وبالرغم من أن الصحفي المحترف يرى أن المواطن الصحفي يعاني من ضعف المهارة المواضيع التي يطرحها تتميز بالرداء أو ضعف المصداقية واعتبار أن الخبر في وسائل الإعلام التقليدية يكتسي قيمة اكبر من الخبر الالكتروني إلا أن صحفيين المحترفين يؤكدون على أن إعلام المواطن يستخلص من دور الإعلام التقليدي ويصبح هواية يمارسها الجميع.

قائمة

المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

- 1) ابراهيم بعزیز، دور وسائل الإعلام الجديد في تحويل المتلقي إلى مرسل في ظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات عربية، العدد الثالث، 2011.
- 2) ابراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية في الوطن العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، 2012.
- 3) بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد، 2011.
- 4) جمال الزرن، صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد (51-52)، 2009.
- 5) رحيمة الطيب عيساني، مدخل الإعلام الجديد الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، العدد 20، 2013.
- 6) سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، ط1، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2011.
- 7) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010.
- 8) شبكة الانترنت للإعلام العربي: إعلام المواطن: تمويل (The United Nation DemocracyFind) UNDEF، بشراكة مع منظمة اليونسكو، مكتب رام الله، 2009
- 9) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقارنة تواصلية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، مجلة الإذاعات العربية، العدد 04، 2006.
- 10) صادق رابح، الإعلام المواطن بحث في مفهوم و المقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، د.ع.

- 11 طه عبد العاطي نجم، وانور بن محمد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة و مستوى المعرفة، دفاثر السياسة والقانون، العدد الرابع، 2011.
- 12 عادل عبد الصادق الإعلام الجديد وبرز الفاعلين الجدد في المجال العام، المركز الغربي لأبحاث الفضاء الالكترونية، مؤتمر الإعلام والتعبئة والمحكومية في مصر، مركز الأهرامات للدراسات السياحية والإستراتيجية، 2009.
- 13 عامر عبد الله، الفيس بوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم والتكنولوجيا، العدد 14، جامعة البتراء، الأردن، 2007.
- 14 عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 15 عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد الثاني 2007.
- 16 عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد، النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الشارقة.
- 17 عبد الله بن ابراهيم المبرز: الأمن والخصوصية في شبكات الاجتماعية على الانترنت، أساليب الحماية والأمان للأطفال والمراهقين، البيئة المعلوماتية الآمنة، المؤتمر السادس، الرياض، السعودية، 2010.
- 18 مزري تش وبن: قصة فيسبوك ثورة وثورة، ترجمة: الهاللي وائل محمود محمد، ط1، إصدارات سطور الجديدة، القاهرة، 2012.
- 19 نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع شبكات الاجتماعية، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، المؤتمر العلمي الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2019.
- 20 نسرين حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الالوكة، (د.س).

ثانيا: مذكرات التخرج

(21) أمينة عادل سليمان السيد، وهبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفايسبوك، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات، مصر، 2009.

(22) سوهيلة بوضياف، المدونة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010.

(23) عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات تواصل اجتماعي في تغيير السياسة في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

(24) فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

(25) فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، 2011.

(26) محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنقل المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية ومواقع الكترونية العربية نمودجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

(27) محمد بن موسى المجمالي، التصير عبر خدمات تفاعلية لشبكة المعلومات العالمية، رسالة الماجستير في الأدب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2011.

(28) مريم ناريمان نور، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011.

(29) مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجه الماجستير في التخطيط والتنمية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2012.

الملاحق



جامعة المسيلة
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال

استمارة استبيان لنيل شهادة ليسانس تحت عنوان

آراء الإعلاميين لولاية المسيلة نحو صحافة المواطن

دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين بولاية المسيلة نموذجا

تحت إشراف الأستاذ:

- طيبي رابح

إعداد طلبة:

- بنايلي سميحة

- بوزيدي ربيعة

- هجولي عمار

ملاحظة:

- ✓ معلومات استمارة استبيان موجهة لخدمة البحث العلمي بصفة عامة.
✓ نلتمس من خلال هذه الاستمارة تعاونكم وهذا عن طريق التفضل بالاطلاع على الاستمارة وتعبئتها بالمعلومات المطلوبة.

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا متمنين لكم دوام الصحة والعافية

ضع العلامة (X) في الخانة المناسبة

السنة الدراسية 2019-2020

الاستبيان

س1- هل ترى أن الإعلام الجديد انعكاسا مضادا للعلام السائد (التقليدي)؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم، فما هو سبب ذلك؟

- لأنه رؤية تلخص النضال الذي يخوضه دعاة الإعلام البديل
- لأنه يتيح الحرية المطلقة للتعبير والنشر بدون أي قيود
- لأنه يعطي الفرصة لأي شخص بان يصبح صحفي حتى وان كان غير حائز على شهادة في الإعلام.

س2- هل تعتقد أن أشكال الإعلام الجديد نوعا من أنواع الإعلام؟

نعم لا

س3- هل أنت مع استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات الالكترونية في العمل الاجتماعي؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة لا، هل ترجع سبب إلى؟

- عدم ارتباطها بأهل الاختصاص
 - فوضى المعلومات التي تنتج عن ذلك
 - وصول المعلومات إلى فئة قليلة مما يؤدي إلى حدوث التفتيت الإعلامي
 - عدم وجود هيئة تحرير تراقب الخبر الصحفي
- أخرى، حدد

.....
.....
.....

س4- هل المواضيع التي يطرحها المواطن الصحفي في شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية تتميز بالرداءة؟

نعم لا

س5- هل المعلومات التي يبثها وينشها المواطن الصحفي تتميز بضعف المصداقية؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة نعم، هل يعود سبب إلى؟

- الاعتماد على مصادر غير موثوقة.
- عدم التحلي بالأخلاق المهنية.
- عدم إعطاء قيمة للمادة الصحفية.

س6- هل تعتبر أن الإعلام التقليدي أفضل من الإعلام الجديد؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم، فهل يرجع سبب إلى:

- الخبر في وسائل الإعلام التقليدية يكتسي قيمة أكبر من الخبر الإلكتروني.
- سهولة الاطلاع على الخبر والتعامل معه في وسائل الإعلام التقليدية وإمكانية الاحتفاظ به لمدة من الزمن.

س7- هل تعتقد أن إعلام المواطن سيقطص مستقبلا من دور الإعلام التقليدي نظرا للمزايا العديدة التي يحملها؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بـ لا، فهل ذلك يعود إلى:

- كون الإعلام الجديد لن يستطيع أن يكون بديلا حقيقيا للاحترافية الموجودة في الإعلام التقليدي.
- لا يرقى الإعلام الجديد رغم المزايا العديدة التي يحملها إلى المستوى الموجود في الإعلام التقليدي

س8- كيف ترى مستوى الإعلام الجزائري من جانب استفادته من تطبيقات الإعلام الجديد.

- ايجابي: بحيث يأخذ ايجابيات الإعلام الجديد فقط ويوظفها في ترقية الإعلام السائد.
- سلبي: بحيث لا يستغل الفرص التي يمكن أن يتيحها الإعلام الجديد.
- مازال الإعلام السائد (التقليدي) لم يعايش بعد الإعلام الجديد.

س9- كيف ترى مستقبل الإعلام في ظل "إعلام المواطن"

- سوف تصبح هواية يمارسها الجميع.
- ستحافظ على طابعها العلمي الأكاديمي.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ