



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة -المسيلة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية

دراسة وصفية لعينة من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص : إتصال

إشراف الأستاذ:

* غزال عبد الرزاق

إعداد الطالبين:

* وليد يوسف

* إبراهيم جلاوجي

سبتمبر 2013

مقدمة:

إن تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغي وسائل الاتصال التقليدية القديمة، ولكن طورتها بل غيرتها بشكل جذري، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، وأن وسائل الاتصال الجماهيرية قد أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي (GLOBAL)، وأن الأخبار والأعمال الصحفية كأبرز محتويات وسائل الاتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد مما أدى على زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامه الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي.

ففي مطلع 2011 أصبح في العالم نحو 1.5 مليار مستخدم لشبكة الانترنت يرسلون يوميا نحو 2 مليار رسالة بريد إلكتروني، أي أن حوالي 940 مليون يتواجدون بشكل مستمر على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن 72% منهم يتواجدون في أكثر من شبكة اجتماعية، أمام هذه الإحصائيات الحديثة تتجلى الأهمية الكبرى التي تحظى بها شبكات التواصل الاجتماعي كظاهرة جديدة أضحى بمقدور الناس التواصل العام حتى خارج رقابة الحكومات إنه مجتمع الإعلام والمعلومات وتظهر قوة الشبكات الاجتماعية كلما ازداد عدد المسجلين فيها وقد تكون الشبكات الاجتماعية في المستقبل القريب أول وسيلة يمكن اللجوء إليها في حالة رغبة شخص أو جهة ما التواصل مع فرد من الأفراد والبحث عنهم.

وعلى هذا الأساس نحن اليوم نعيش إعلاما جديدا بكل المقاييس من بيئة عصر شبكات التواصل الاجتماعي الذي أثر على المجتمعات بصفة عامة والممارسة الصحفية بصفة خاصة وتأثير ذلك على علاقتهم ببعضهم البعض، ومن هنا قمنا بدراسة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية فكانت الدراسة على عينة من المراسلين الصحفيين للجراند الوطنية، فكانت على شكل ثلاث فصول:

- الفصل المنهجي وتطرقنا فيه ما يخص منهجية البحث العلمي
- الفصل النظري تناولنا فيه محورين، المحور الأول تطرقنا فيه إلى شبكات التواصل الاجتماعي أما المحور الثاني فكان حول الممارسة الصحفية ومصادر جمع الخبر.
- الفصل التطبيقي فيحمل خمس محاور تحددت معالمها لما جاء في استمارة الاستبيان والمقابلات التي أجريت مع بعض مديري تحرير الجرائد الوطنية.

الأطر المنهجية للدراسة

- الإشكالية
- التساؤلات
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- المدخل النظري للدراسة
- منهج الدراسة
- مجتمع البحث
- عينة الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم

الإشكالية:

لقد أصبحت شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة وفعالة في تبادل الآراء والأخبار وغيرها، حيث أنها تتيح بنسبة كبيرة الربط بين الزملاء والأصدقاء، وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم ببعض ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل.

حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بيئة للاتصال والتواصل وشبكة للإعلام وتعدد الاتجاهات وأن لها أيضا دور مهم في استخدامها والاستفادة منها من خلال توفر المعلومات واستقتها وعلى هذا الأساس تساعد هذه الشبكات كل من يطلب أو يوفر الأفكار والأخبار والمعلومات وهذا الأمر أصبح متداولاً لكثير من الصحفيين بصفة خاصة.

والمهم فيها هو أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في إمداد الصحفي بالأخبار المتنوعة حيث أن الإعلاميين لم يكتفوا بما يحصلون عليه من الأخبار التي يبحثون عنها، بل ما يوجد به الفرد العادي من خلال دعوى صريحة بإرسال كل ما يجري حوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ومن هنا فإن إشكالية دراستنا لا تتوقف عند تعريف الشبكات التواصل الاجتماعي، وإنما التحدث عن هذه الأخيرة كمصدر اعتمده مختلف الوسائل الإعلامية لاستقاء المعلومات والأخبار، فما هو حجم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في جمع ومعالجة وتوصيل المحتوى الصحفي بالنسبة للمرسل الصحفي؟

التساؤلات:

- ماذا نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يستخدم المرسل الصحفي شبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يعتبر المرسل الصحفي شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار؟

أهمية الدراسة:

لقد أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي وخاصة في الجانب الصحفي حيث أنها:

- تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة في كون أنها موضوع الساعة وأنها تساهم في إيصال الحقائق والمعلومات.
- اعتباره كإعلام بديل أو جديد كمصدر للمعلومة بالنسبة للمرسل الصحفي.
- سهولة الحصول على المعلومة من خلال هذا النوع من المواقع.
- تميزه بالأنية والكونية الذي يطبع الإعلام اليوم.

أهداف الدراسة:

تقوم أي دراسة كانت على الوصول إلى تحقيق أهداف معينة وأهداف دراستنا لا تخرج عن المفهوم العام لأسباب اختيار الموضوع وتتمحور هذه الأهداف في:

- الوصول إلى تحديد ماهية شبكات التواصل الاجتماعية.
- بيان أهمية التواصل الاجتماعي وعلاقته بالممارسة الصحفية والمرسل الصحفي.
- التعرف على مصادر الحصول على الخبر الصحفي التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي
- إبراز أهم الإضافات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام جديد.

أسباب اختيار الموضوع:

إن تطرقنا لهذا الموضوع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية ارتبط بأسباب وعوامل ذاتية وأخرى موضوعية تأتي في ما يلي:

1. أسباب موضوعية

- تعتبر من الدراسات الجديدة التي تولي اهتماما كبيرا بمكانة شبكات التواصل الاجتماعي من المنظومة الإعلامية.
- محاولة تسليط الضوء على واقع شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماته من طرف المرسلين الصحفيين.
- الدور الذي اكتسبته شبكات التواصل الاجتماعي خلال الآونة الأخيرة خاصة في المجال الصحفي.
- محاولة منا للتعرف على أثر شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاعلامي.

2. أسباب ذاتية:

تم اختيار موضوع الدراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية نظرا لوقوعه في مجال تخصصنا وعلاقة الصحفيين به وكما أن قياس اتجاهات الصحفيين، ومحاولة منا أيضا التركيز على واقع شبكات التواصل ودورها.

المدخل النظري للدراسة: مدخل الممارسة المهنية

تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال في هذا التنظيم المهني، ثم اتجاهات العلاقة الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي.

وتعكس بعد ذلك اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، إذا فإن البناءات التنظيمية وعلاقات الدور بجانب الممارسة المهنية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى في البحث والدراسة الناتج الإعلامي لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة والسياس الاجتماعية أو جمهور المتلقين أيضا، ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية والتي تتأثر هي نفسها باتجاهات التنظيم وبنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات مما يشير البحث في هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها وآثارها في حركة العملية الإعلامية ومخرجاتها¹.

¹: محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر 2004، ص 50-52.

ولذلك يمكن استثارة العديد من موضوعات البحث ومشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدلول الممارسة المهنية والتي يمكن تصنيفها في اتجاهين رئيسيين:

الاتجاه الأول: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية في إطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية أو المجالات المذكورة والإعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية وهذا الوصف هو الذي يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة في مجال من المجالات ويدخل في هذا الاتجاه عدد من البحوث والدراسات مثل:

- وصف التأهيل العلمي والمهني لهؤلاء الأفراد.
- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة لهؤلاء الأفراد.
- وصف الممارسات الإدارية والمالية واتجاهات صنع القرار.

الاتجاه الثاني: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على الممارسة المهنية وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية.

ذلك أن الممارسة المهنية كما سبق هو محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة أو الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة.

ولذلك يمكن أن يثير هذا الاتجاه عدد من الموضوعات:

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها واتجاهات السياسة المالية والإدارية.
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامي وخصائصه واتجاهاته.

وتتميز الدراسة أو البحث في إطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من الكثير من العلوم والدراسات الإنسانية الأخرى مثل الدراسات المالية والإدارية وكذلك الدراسات الخاصة بعلم النفس والاجتماع¹.

وسوف نعتمد دراستنا على الاتجاه الثاني المتعلق بصناعة المحتوى الإعلامي ومدى استخدام المراسلين الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات والأخبار وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسات العلمية في علوم الإعلام والاتصال على مجموعة متكاملة من المناهج العلمية المستوحاة من العلوم التجريبية لتحكي نتائجها العلمية قابلة للتعميم فالمنهج هو وسيلة لغاية من حيث استعمالنا له من أجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة².

إن نوع الدراسة التي اعتمدنا عليها الدراسة الوصفية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة وأما المنهج المستخدم فهو المنهج المسح الشامل، فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تعبير وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها والأسباب الدافعة إلى ظهورها³.

ويرى الباحث "عبد الباقي زيدان" أن الدراسات المسحية هي الدراسات التي تتمحور حول مشكلات عديدة تتطلب جمع البيانات بطريقة منظمة سواء من الجمهور أو عينة من الناس باستخدام الاستمارة أو أي أداة أخرى.

وقد تم اختياره دون المناهج الأخرى كونه يتوافق وموضوع الدراسة حيث يعتبر من المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية.

¹: محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 52-53.

²: عبد الناصر الجندي: تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010، ص 14.

³: صلاح شروخ: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، غابية 2003، ص 150.

مجتمع البحث:

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف، الذي يهتم الباحث بدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات.

ففي دراسة "حسن عماد مكاوي 1992" بعنوان استخدامات التلفزيون والإشباع في سلطنة عمان دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة تعتبر سلطنة عمان هي المجتمع المستهدف وطلاب الجامعة هي المجتمع المتاح دراسته، والذي يتم اختيار العينة من بين مجموع مفرداته كما يشير إليه عنوان البحث، وفي مجال التفرقة بين المجتمع المستهدف والمجتمع المتاح نود أن نشير إلى الآتي: يتم اختيار المتاح بنفس خصائص المجتمع المستهدف بحيث لا تشير مشكلة صدق التمثيل صعوبة في أي جوانبها واختيار العينة يكون من خلال المجتمع المتاح¹، وليس المجتمع المستهدف، حتى وإن تم اختيار المجتمع المتاح بأسلوب العينات (عينة التجمعات مثلاً)².

ومجتمع البحث في دراستنا هو مجموعة من الجرائد الوطنية اليومية بولاية المسيلة.

عينة الدراسة:

ترتبط بحوث المنهج المسحي بنظام العينات، وحتى أن الكثير من الباحثين يطلقون عليه المسح بالعينة، بما أنه من الصعب على الباحث الاتصال بجميع المبحوثين لطرح الأسئلة عليهم المتعلقة بمجال الدراسة فإنه يلجأ إلى أسلوب الأخذ بالعينات الممثلة لمجتمع البحث لأخذ صورة عن المجتمع الأصلي، فنظام العينات يسمح للباحث باستنتاج خصائص عدد كبير جداً من المفردات خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها يسمى العينة التي يجب أن تختار بعناية شديدة بحيث تكون ممثلة في خصائصها لمجموع المفردات إلى مدى بعيد.

¹: محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر 2004، ص 131.

²: المرجع نفسه، ص 132.

حيث اعتمدنا في دراستنا على المسح بالعينة الممثلة لأنها الأنسب في مثل هذه الحالات وتتلأام أيضا وطبيعة الدراسة وسنعمد على عينة من 12 مفردة من مراسلين صحفيين لبعض الجرائد الوطنية المكتوبة وهم كالأتي: الخبر، الهدف، آخر ساعة، الشروق، البلاد، الفجر، الشعب، وقت الجزائر، الوطن، النصر، اليوم، النهار.

أدوات الدراسة:

لكي يستطيع أي باحث الوصول إلى نتائج معينة بالنسبة لموضوع دراسته لابد عليه استخدام أدوات وطرق في جمع المعلومات، وهذه الأدوات هي التي يعتمد عليها الباحث في جمع بياناته ضمن خطة معينة ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا:

الاستبيان: وهي أداة محورية مستعملة في دراستنا وهي موجهة إلى عينة من المراسلين الصحفيين المقدره ب 12 مرسل صحفي من مجتمع بحث متكون من مجموعة من المراسلين الصحفيين العاملين بقطاع الصحافة المكتوبة بالجزائر.

والعينة في تعريفها العلمي: "هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته"¹.

ويعرف الاستبيان أنه: "القائمة التي يتضمنها الباحث بسلسلة من الأسئلة التي تحضر بعناية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على حقائق معينة وآراء ومواقف خاصة بالموضوع محل البحث"²، فالاستقصاء أو الاستبيان هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".

ويعتبر الاستقصاء من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد، ويعتبر الاستبيان منهجيا عبارة عن مجموعة من

¹ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1979، ص 91.
² رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر 2007، ص 219.

الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستبيان عن المبحوثين بعد استقاء هذه البيانات فيها، ويعتبر مقننا لأن تنظيم إجراءاته وأدواته بطريقة نمطية وتوفر كثيرا من الوقت والجهد والنفقات المبذولة وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق¹.

وأسلوب الاستبيان كاستمارة لجمع المعلومات "هي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على جملة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة"².

وقد اخترنا استمارة الاستبيان من أجل ضمان تحكم أفضل في طرح الأسئلة إضافة إلى ضمان الحصول على إجابات منظمة توفر علينا الوقت والجهد وتتضمن عدم خروج المبحوثين بعيدا عن أهداف الدراسة، وتتضمن استمارة بحثنا مجموعة من الأسئلة تنظم في:

- تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة
- بناء الاستمارة في صورتها المبدئية
- عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف
- صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي

وتتضمن استمارة الاستبيان من حيث الشكل خمس محاور رئيسية وهي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث: أسباب استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الرابع: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع المعلومات.

¹: محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر 2004، ص 353.

²: موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبية 2006، ص 62.

■ المحور الخامس: مواقع التواصل الاجتماعي والممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي.

المقابلة:

إلى جانب الاستمارة اعتمدنا على المقابلة كأداة ثانوية في بحثنا قصد طرح أسئلتها فالمقابلة تشمل على أسئلة محددة للحصول على إجابات دقيقة، كما تعتبر المقابلة علمية اجتماعية تحدث بين الباحث والمبحوث، فالمقابلة هي: "اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك، في شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء أو مواقف محدودة¹، وتعرف أيضا على أنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لتعرفه²، ولقد تم استعمال هذه الأداة مع بعض المراسلين الصحفيين للجراند الوطنية بولاية المسيلة، وذلك يوم 02 سبتمبر 2013 مع كل من مديري تحرير الجرائد التالية: (وقت الجزائر- الفجر- النصر)، وذلك للحصول على معلومات تخدم موضوع الدراسة، وتم الاعتماد على المقابلة المقننة لأنها الأنسب في مثل هذه الحالات من البحوث.

¹: أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003، ص 203.

²: محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأردن، ط 2، 1999، ص55.

تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم:

مواقع التواصل الاجتماعي: هو مفهوم كمثير للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

ويعرفها زاهر راضي بأنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها¹.

العمل الصحفي: هو أن يمارس الصحفي عمله ممارسة فعلية في التحرير والإعلام والكتابة في صحيفة أو مجلة أو دورية.

الممارسة المهنية: تشمل مفهوم الممارسة المهنية الوسائل المادية والبشرية التي تتمثل في مفهوم القائم بالاتصال فيما يتعلق بالإعداد والإنتاج الفني للمواد الإعلامية بأنواعها بجانب العاملين في المجالات المساعدة الأخرى والذين يتعاونون مع القائم بالاتصال في إنجاز الأهداف في حدود الأدوار والوظائف التي تحددها المواقع التنظيمية للبناء المؤسسي.

الخبر: الجديد الذي يتلطف القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة، وعرفه الدكتور عبد الستار جواد: الخبر بأنه شيء لا نعرفه من قبل شيء نسيتته أو أنك لم تفهمه².

مصادر الخبر: هي تلك الأدوات التي تحصل الجريدة من خلالها على مادتها الإخبارية وغير الإخبارية وهي قسمان: داخلية وخارجية.

المراسل الصحفي: هو الذي ترسله الصحيفة إلى خارج الدولة التي تصدر فيها لموافاتها بالأخبار والتقارير عن الأحداث والقضايا في تلك الدولة³.

¹: زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، 2003، ص23.

²: محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، مصر 2004، ص50.

³: موقع إلكتروني: <http://facility.ksu.edu.sa/70729/pages/new.aspx>

الصحافة المكتوبة: يعرفها إسماعيل إبراهيم بأنها: "كل الأنشطة المتعلقة بممارسة مهنة جمع وتتبع المعلومات والأفكار والآراء وهي المرآة العاكسة لكل ما يدور في المجتمع وما يعتمد فيه من وقائع وأحداث ما ظهر منها أو ما بقي في أدراج الكواليس¹.

¹: إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين التحرير والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع 1998، ص05.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

I. الشبكات الاجتماعية

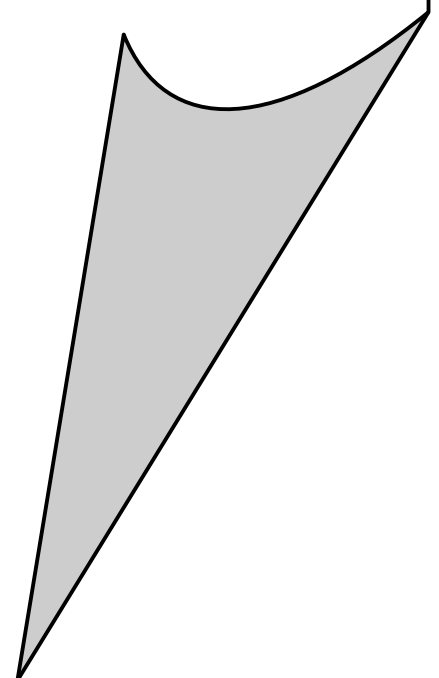
II. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

III. ثورة شبكات التواصل الاجتماعي

IV. نماذج لدور شبكات التواصل الاجتماعي

V. تداعيات شبكات التواصل الاجتماعي

الخلاصة



تمهيد:

بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في عام 1977 وكان موقع "Six Dégrees.com" أول هذه المواقع من خلال إتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، فيما فتح موقع "My Space" آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع، وقد حققت نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003، وبعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، لكن العلامة الفارقة كانت في ظهور موقع "Face Book.com" الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

لقد أضحت مواقع التواصل عبر الانترنت مثل الفيس بوك تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار وتعد أيضا من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية.

اليوم برزت شبكات التواصل الاجتماعي كلاعب هام في ميدان الإعلام والاتصال من خلال تبادل الآراء والأفكار والأخبار والنتائج والتوصيات وغيرها، حيث تسعى دراستنا هذه إلى فحص دور مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة المهنية حيث تناول هذا الفصل مجموعة من المحاور تنوعت وتعددت من مفهومها إلى أنواعها وخصائصها ومعايير نجاحها.

1. الشبكات الاجتماعية:

(1) نشأتها:

لقد بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002، مع بداية العام ظهرت Friends Star التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين، ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع MY Space الأمريكي حتى قام فايس بوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة مستخدميه إلى أكثر من 115 مليون مستخدم عالميا¹.

(2) مفهومها:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم وانتماءاتهم².

ويعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات ومؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية

¹: موقع إلكتروني: //elaegypt.com/downlds/2009 تاريخ التصفح 28 ماي 2013، على الساعة 13:30.

²: د سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام، 13-15 ديسمبر 2011، جامعة الملك عبد العزيز جدة، قسم الإعلام.

بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبيعة التي ينتمي إليها الشخص¹.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول " الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها"².

وعلى هذا الأساس فهي عبارة أيضا عن منافذ صغيرة للتعبير عما تعتمر به النفوس من أفراح وأحزان يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثات الفورية وغيرها.

3 أنواع الشبكات الاجتماعية:

يوجد العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية عالميا وهي متنوعة وعديدة منها :

- نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، مشاركة الصور، الملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات، بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفيس بوك وغيرها³.
- مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين من سير ذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم.
- الشبكات العربية: من أشهر الشبكات العربية "عربيز" حيث أنه تم إنشاؤها منذ شهر فيفري عام 2009، وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية لكنها فقدت

¹: عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات أكتوبر 2010،

²: خليفة هبة محمد، مواقع الشبكات الاجتماعية، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات 19 جانفي 2009.

³: موسوعة ويكيبيديا متاح في <http://ar.wikipedia.org/wiki>

السيطرة فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض فيها كصور وملفات مخلة بالآداب العامة.

- الشبكات الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع " لينكدإن " والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة¹.

¹: أماني جمال مجاهد: الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، ماي 2011، العدد الثامن، جامعة المنوفية، ص 10-11.

١١. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

إن من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي أنها تتميز بمميزات منها ما يلي:

(1) الملفات الشخصية:

من خلال 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 يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا.

(2) الأصدقاء والعلاقات:

وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم لهدف محدد ومعين حيث تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال وعلاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك¹.

(3) ألبومات الصور:

تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والإطلاع عليها².

(4) المجموعات:

وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت إسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساحة تسمى بالمنتدى الحوارى المصغر، وكذلك خاصية التثقيف أو ما يعرف بـ EVENTS أو الأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم.

(5) الصفحات:

كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك، واستعملتها كغرض تجارى بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الإعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات

¹:محمد سعيد أحجويج: الشبكات الاجتماعية على الويب متاح في: <http://docs.google.com/doc>
²:مينة عادل سليمان السيد، وهيبه محمد خليفة عبد العالى: الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على الأخصائي والمكتبة(دراسة شاملة للتوافد واستخدام موقع فايس بوك)، مكتبة د شوقي سالم، جامعة حلوان، السعودية، 1430هـ-2009م، ص12.

الاقتصادية التي تحدد من طرف المستخدمين، تقوم هذه الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث حيث يقومون بتصفحها.

(6) خاصية الفيديو:

حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو وإرساله كرسالة مرئية¹.

"لقد لوحظ كثيرا في وقتنا هذا وخاصة بعد الطفرة التقنية لجوء كثير من الناس إلى مواقع التواصل الاجتماعي بخصائصه المتنوعة من مشاركة بالآراء أو بالمشاهدة عن طريق الفيديو والتفاعل معه².

¹: رجب عبد الحميد: تقنيات الويب الدلالي للمكتبات الرقمية، متاح في: <http://www.cybraims.info/journal/n14/semantic>

²: مقابلة هاتفية مع مديرة مسنولة النشر ورئيسة التحرير لجريدة الفجر حدة حزام، يوم 02 سبتمبر 2013، على الساعة 09:30

III. ثورة شبكات التواصل الاجتماعي

- سنة 2005 تجاوز الإقبال الأمريكي على مايس بايس على محرك البحث googl.
- في السنة الموالية فتحت فيس بوك أبوابها للمستخدمين من خارج أمريكا، ثم أطلقت منصتها البرمجية للمطورين، لتبدأ بذلك ثورة الشبكات الاجتماعية¹.
- بدأت المنافسة تشتد بين مايس بايس وفيس بوك والآن أصبح استخدام الشبكات الاجتماعية نشاطا يوميا رئيسيا للكثير من الأشخاص حول العالم.
- حسب موقع أليكسا، الذي يعطينا تقريرا لمدى الإقبال على المواقع نلاحظ أنه مباشرة بعد محركات البحث تأتي الشبكات الاجتماعية على رأس المواقع الأكثر شعبية.
- عالميا تأتي شبكة الفيس بوك في الموقع الخامس من حيث كثافة الاستخدام، ثم مايس بايس في المركز السابع، في الولايات المتحدة الأمريكية مايس بايس أكثر شعبية إذ تأتي في المركز الثالث ثم الفيس بوك في المركز الخامس، وفي المملكة المتحدة الفيس بوك المركز الثاني ثم مايس بايس المركز الثالث، أما فرنسا فلها إهتمامها الخاص فيأتي SKY ROCK في المركز الثالث ثم الفيس بوك في المركز الرابع ومايس بايس في المركز الرابع والعشرون.
- أما ترتيب الشبكات في الولايات المتحدة حسب مجموع الوقت الذي يقضيه المستخدم في استخدام الشبكة يأتي الفيس بوك في المركز الثالث ومايس بايس في المركز الخامس حسب موقع COMPET.COM حسب البيانات الرسمية للفيس بوك يقضي المستخدمون على الشبكة ما يزيد على المليارين ونصف المليار دقيقة كل يوم².
- في جانب كمية المعلومات وجود ملايين المستخدمين يقومون بالتسجيل بأسمائهم الصريحة وإضافة معلومات شخصية عن أنفسهم تشمل طريقة الإتصال والعناوين، إضافة إلى معلومات إحترافية عن تخصصاتهم الدقيقة تجعل من الشبكات الاجتماعية المكان الأول والمناسب للبحث عن الأشخاص والقدرة على بدء التواصل معهم³.

¹: أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العالى: المرجع السابق، ص14.

²: نفس المرجع، ص14-15.

³: نفس المرجع، ص15.

IV. نماذج لدور شبكات التواصل الاجتماعي:

1) الولايات المتحدة الأمريكية:

إن روح التنافس بين الشركات التجارية وبين المؤسسات التعليمية وبين مراكز البحوث وبين دور النشر يحتم عليها التواصل مع أطراف الناس التي تهمها والتعرف على اهتماماتهم، هذا التنافس يمتد إلى مجتمع الباحثين والعلماء والدارسين خاصة مع التطورات السريعة للتقنية والعلوم، إلى جانب عدم الاستقرار الوظيفي لتلك الفئة مقارنة بما عليه الحال في دول أخرى¹، كل تلك العوامل جعلت من الشبكات الاجتماعية جزءاً من نسيج الحياة في الولايات المتحدة الأمريكية وبالأخص مراكز المعرفة.

هناك عدة إحصائيات رصدت استخدامات الوسائل الإعلامية الاجتماعية وفعاليتها للأفراد حول العالم ومن أحدث الإحصائيات بالنسبة للولايات المتحدة ما يلي:

- يشكل وقت التواصل الاجتماعي حوالي 22% من فترات استخدام شبكات التواصل الإلكترونية.
- بلغ عدد مستخدمي الأجهزة النقالة في ديسمبر 2009 حوالي 234 مليون شخص عن عمر 13 سنة فأكثر.
- أرسل تويتر أكثر من مليار رسالة في ديسمبر 2009 بمعدل 40 مليون رسالة في اليوم.
- عدد مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية من عمر 25 سنة فأكثر زاد بنسبة 100% خلال عام 2010، بحيث أن واحداً لكل أربعة أشخاص في هذا العمر عضو في شبكة اجتماعية².

2) الدول العربية:

ظهرت دراسة حديثة أجرتها UNIVERSAL MCCAM وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية إلا أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى

¹: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار التاسع والثلاثون، 1433هـ_2012م، ص87.

²: نفس المرجع، ص88.

ومنه التواصل وجه لوجه أو عبر البريد الإلكتروني وأشارت الدراسة إلا أن هناك اتصالاً بين من يشارك الفيس بوك المنطقة مع حوالي 38 شخص عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشكل منتظم. ووفقاً لإحصائيات حديثة بلغ عدد مستخدمي موقع الفيس بوك في الوطن العربي 15 مليون مستخدم، 70% منهم يتمركزون في مصر والمغرب وتونس والسعودية والإمارات، وذكرت الدراسة أن مصر تأتي في المرتبة الأولى عربياً من ناحية الاستخدام حيث يبلغ عددهم 3.5 مليون مشترك تليها السعودية في المرتبة الثانية ثم المغرب في المرتبة الثالثة¹.

"إن ما وصلت إليه الدول العربية بالخصوص في التفاعل مع هذه الشبكات أثر عليها من حيث الاستخدام والتداول كواسطة اجتماعية بين الناس والأصدقاء والتجار والصحفيين وغيرهم"².

¹: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة: ص104-105.

²: مقابلة هاتفية مع مديرة مسئولة النشر ورئيسة التحرير لجريدة الفجر حدة حزام، يوم 02 سبتمبر 2013، على الساعة 09:35

٧. تداعيات شبكات التواصل الاجتماعي

لشبكات التواصل الاجتماعي تداعيات متمثلة أساسا في تأثيرات نفسية وأخرى قومية.

(1) التأثيرات النفسية:

تضاربت آراء الباحثين بالنسبة لتأثير استخدام الانترنت على وظائف العقل البشري وإن اجتمعت على وجود تغيرات محسوسة في أداء المخ نتيجة للاستخدام المفرط للانترنت، فبعض الدراسات تؤكد على أن تلك التغيرات ضارة وأخرى ترى أنها مفيدة.

في المقابل يرى عالم النفس ستيفن بيكر أن الناس لديهم القدرة على التحكم فيما يقومون به وأن البحث والمنطق لا يتأى بصورة طبيعية للناس، ثم أن الخبرة لا تعيد تنظيم القدرات على استيعاب المعلومات في العقل، وبهذا فإن الانترنت في الواقع ترفع من ذكاء الناس.

(2) تأثيرات المجتمعات الافتراضية:

إن تأثير المجتمعات الافتراضية على النواحي الصحية للناس لم تلقى اهتماما كبيرا خاصة الإعراض الجانبية حيث أن العلاقات الافتراضية ليست لها نفس القيمة مثل العلاقات الحقيقية لانعدام الروح الاجتماعية.

كما أن هناك تخوفا من أن العلاقات الافتراضية تفتح السبل إلى التعدي الكلامي والكبت وربما تدفع إلى الانتحار إلى جانب التعدي على الخصوصيات الفردية¹.

(3) اختراقات شهيرة

واجهت تويتر في بداية 2009 واقعتين أمنيتين مختلفتين حيث دخلت جهات غير مرخص لها على حسابات مستخدمين، وتم التعدي على 45 حساب في جانفي بالإضافة إلى 10 آخرين في أفريل لفترة وجيزة، في الواقعة الأولى أرسلت رسائل دعابات "تويت" غير مرخص لها من 09 حسابات ويبدو أن القرصنة حصلوا على معلومات غير هامة مثل عناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف المحمولة، وخلال ساعات من الاختراق قامت شركة تويتر بسد الثغرة وأخطرت

¹: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية نحو مجتمع المعرفة، ص117-119.

المستخدمين¹، وفي الواقعة الثانية تم الدخول على معلومات خاصة وتم تغيير كلمة السر لأحد المستخدمين، وفي هذه الحالة قامت شركة تويتر بعد دقائق من عملية القرصنة بحجب القدرة على استخدام الموقع.

¹: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، ص124،135.

الخلاصة:

لقد اتضح لنا في هذا الفصل أن شبكات التواصل الاجتماعية وأنواعها المختلفة والخدمات التي تقدمها بمثابة وسيلة إلكترونية جديدة وحديثة للتعارف والتواصل الاجتماعي والثقافي والعلمي والفكري، إلى جانب ذلك يعتبر أن له دور مهم في تبادل المعرفة والمعلومات ووجهات النظر في الشأنين العام والخاص، وهي شبكة أيضا تجمع الأفراد رغم تنوع أعمالهم وأفكارهم لغاية وحيدة هي الصداقة والتعارف حتى وصلت إلى علاقات بين المؤسسات وجمهورها والمؤسسات فيما بينها.

وإلى جانب وجود شبكات اجتماعية ذات رواج عالمي فهناك شبكات رائجة في بعض الدول دون غيرها خاصة تلك التي تقدم خدماتها باللغة المحلية، ولقد أدت كثرة خدمات شبكات التواصل الاجتماعي والمنافسة المحترمة بينها إلى زيادة عدد طلبات حماية براءة الاختراع والملكية الفكرية للتقنيات الجديدة الخاصة بالتواصل الاجتماعي لتلك المواقع خاصة المواقع التجارية التي هي بقصد الكسب.

ومع الزيادة المطردة في شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية ظهرت استخدامات جديدة لتلك الشبكات وفي مقدمة التوجهات المنبثقة في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة الويب الآني، ولعل شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي وفي وقت جمع المعلومات والسبق الصحفي أصبح لها دور مهم في تتبع المعلومة وتصيدها، هدفها الوحيد إيصال المعلومة، كما أضحت الوسيلة المنفذ المتوفر لهم للاتصال وإيصال الرسائل إلى العالم ومنه فتح آفاق جديدة لميدان الإعلام.

الممارسة المهنية الصحفية ومصادر جمع الخبر الصحفي الأفضل الثاني

تمهيد

- I. الممارسة الصحفية ومفاهيمها
- II. العوامل المؤثرة في الممارسة الصحفية
- III. الخبر الصحفي ومصادر جمعه
- IV. مبادئ جمع الأخبار
- V. أخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة المكتوبة

خلاصة

تمهيد:

اكتسبت مهنة الصحافة أهميتها منذ تطور تقنيات الإنتاج الصحفي وانتشار الصحف لدرجة يصعب الإلمام بإعدادها على مستوى العالم، كما تطورت مهنة الصحافة من مرحلة الممارسات البسيطة من أسس وقوانين وحقوق متنوعة، كانت مهنة الصحافة ترتكز إلى كاتب وماكينه وعامل طباعة وفي أحيانا كثيرة الكاتب هو الطباع ذاته ولكن سرعان ما توسعت المهنة بفعل تطور تقنياتها من طباعة وتغير نمط صدور الصحف وحجم وجمهور الصحافة وحققت مهنة الصحافة قفزة كمية وكيفية وتحولت لواحدة من المهن الرئيسية التي أفرزتها الثورة الصناعية ونهوضا لحركات الديمقراطية، ومع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين أخذت مهنة الصحافة والمهن الإعلامية حجمها الحقيقي، ومعنى آخر حققت مهنة الصحفي استقلاليتها عن الأدب والمكونات الثقافية الأخرى، فضلا عن تهيئة ظروف فرص تطورها عبر المؤسسات المهنية ومن هنا يمكننا القول أن العمل الصحفي "هو أن يمارس الصحفي عمله ممارسة فعلية في التحرير والإعلان والكتابة في صحيفة أو مجلة أو دورية".

ومع تطور لغة التواصل بين الناس عامة والصحفيين بصفة خاصة "فايس بوك، تويتر، ماي سبايس، وغيرها" جعلت من المعلومات متنوع وتعدد، ما طرح إشكالية مدى صدقها وواقعيتها، هذا ما سنعرفه في هذا الفصل حول الممارسة الصحفية ومصادر جمع الخبر.

I. الممارسة الصحفية ومفاهيمها

لقد ورد هذا المصطلح في كتاب الخدمة الاجتماعية ومجالات تطبيقها لعبد الحميد عطية وهناء حافظي بدوي على أنها: " الأفعال التي يقوم بها الممارس والموجهة نحو بعض الأغراض والتي تم تنميطها في مجموعة من الأساليب الفنية، والمناهج العلمية"¹.

أو هي الكيفية التي تعامل بها الصحفي بتوظيف كل الأنواع الصحفية الممكنة، خلال التعامل مع الواقع، بنقل الأخبار والمعلومات وأجراء المقابلات والقيام بالتحاليل والتعليق الصحفية².

تستمد الممارسة في ميدان الصحافة من مجموعة القيم النابعة من تراث المجتمع أو إيديولوجياته، ومن تقاليد الخدمة ذاتها، وينطلق الممارس في عمله الصحفي من المعرفة العلمية والمهنية الناتجة عن تكوينه القاعدي، وخبرته في العمل والتعامل مع مختلف المواقف.

وتتطلب الممارسة عدة شروط يمكن إيجازها فيما يلي:

- الجهد الفكري الذي يضمن عمليات اتخاذ القرارات، وليس عملا تقليديا أو روتينيا متكررا.
- استخدام مجموعة من المعارف المهنية التي تمكنه من تحقيق غايات عملية يمكن أن توضع موضع التنفيذ.
- الإنصاف بأخلاقيات مهنية تعمل على رفاهية الإنسان، وليس من أجل تحقيق الربح.
- الاعتماد على أساليب فنية متخصصة يمكن التدريب عليها وتكوين أعضاء جدد وفهمها وهذا عن طريق التعليم المنظم³.

يشير مفهوم المهنة PROFESSION إلى الوظيفة التي تتطلب معرفة شخصية إلى حد كبير، وكذلك تقتضي توافر مهارات معينة تكتسب جزئيا من خلال الدورات التدريبية التي تستند إلى أسس نظرية، وليس من خلال الممارسة فقط، ويشير المفهوم إلى الوظائف التي يقوم شاغلوها

¹: محمد منير حجاب: المؤسسة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003، ص81.

²: محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب 2004، مصر، ص50-51.

³: عبد الحميد عطية، هناء حافظي بدوي: الخدمة الاجتماعية ومجالات تطبيقها، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 1998، ص89-90.

بتقديم خدمات أكثر من ارتباطهم بإنتاج وتوزيع السلع، وعلى هذا فإن المهنة تقتضي توافر مهارات تعتمد على معرفة نظرية، وعلى المهني أن يثبت كفاءته من خلال اجتيازه اختبارا معينا وتنسم الأعمال التي تتصف بصفة المهنة بوجود نظام عام للمعرفة النظرية بها الذي يعتبر مصدرا رئيسيا لاكتساب المهارة فيها.

وتقبل المجتمع بأفراده، ومنظماته لسلطة ونفوذ أو هذه المهنة أي الاعتراف بمهاراتهم ووجود قواعد غير رسمية تهدف إلى إكساب أعضاء المهنة الاحترام في المجتمع وتحميهم من ادعاء من لا يملكون المهارة الرسمية المطلوبة في الانضمام إلى المهنة¹.

"إن مدلولات الممارسة الصحفية لا تأخذ اعتباريا، وإنما للممارسة الصحفية ضوابط وأخلاقيات وأعراف تبنى عليها هذه الممارسات وتكون أيضا ممزوجة بالمهارات الميدانية الحقيقية في ذلك"².

أما مفهوم المهنة فيشير إلى تلك العملية التي يمكن من خلالها تحديد الوظيفة كمهنة، والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي أو معرفة نظرية تحدد مجال الخبرة ويضاف إلى ذلك نشوء الروابط المهنية وزيادة الشعور بالهوية الجماعية وصياغة رموز تلاءم السلوك المهني وتطور معنى الالتزام اتجاه أفراد التمتع، أما النزعة المهنية فتعرف بأنها الصفقات المعقدة التي تتميز بها بعض المهن كالأعداد بالمهنة والشعور بالمسؤولية الفردية والتطبيق العملي لدراسات فنية، والميل نحو التنظيم الذاتي وروح الإيثار المتزايدة وتتجه النزعة المهنية بصفة عامة إلى رفع قيمة المهنة والتوسع في شروط مزاولتها وطلب زيادة مزاياها في الناحيتين المادية والأدبية³.

ويمكن تعريف الصحافة على أنها: "أوراق محدودة كطبعه يوميا، أو أسبوعيا، أو شهريا، ودوريا، تحمل الدين أو الأخبار أو الأدب أو العلم، والاقتصاد أو كل ذلك وبعضه، وتوزع على القراء للاطلاع والإلمام بما تنقله إليهم".

1: أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت 1986، ص 03.

2: مقابلة هاتفية مع سكرتير التحرير لجريدة آخر ساعة، يوم 03 سبتمبر 2013، على الساعة 10:00.

3: أمين منصور وافي: الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى (دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون لقطاع غزة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2005-2006، ص 124.

تتعد وظائف الممارسة الصحفية والخدمات التي تقدمها إلى جمهورها، إلا أن أهم وظيفة لها هي الإعلام أي نقل الأخبار وطرحها والتعليق عليها، والصحيفة يجب أن تنقل الخبر بصورة مثيرة، حيث يقال "أن الخبر ليس أن يعرض كلب إنسانا، ولكن الخبر أن يعرض إنسان كلباً"¹.

● الموضوعية: إن موضوعية الصحفي هو تجرد من جملة القيم المجتمعية والثقافية، وكذا الميول والنزعات الذاتية في كتاباته الصحفية وأقول: محاولة لان الأمر ليس بالهين ولا بالسهل لأننا نتحدث عن التجرد من نسق يعتبر الصحفي احد العناصر الفاعلة فيه والتي تؤثر وتتأثر بعناصر أخرى².

● التزام الحياد وعدم الميل: الحياد بمعنى عدم اتخاذ موقف من مسألة، أو من قضية معينة والانسحاق وراء هذا الموقف أثناء العمل الصحفي، أما عدم الميل والإنصاف فيعني محاولة الصحفي أن يكون متوازنا مع كل الأطراف فلا يقصي طرفا على طرف والابتعاد عن تنازع المصالح، الذي قد يؤدي غير صحيحة تؤدي إلى تشويه سمعة، أو اتهام بلا سند³.

● قيم الممارسة الصحفية: إن الممارسات الصحفية غير المهنية التي وجدت نفسها تعاني تبعاتها الثقيلة بسبب أنماط الإدارة والملكية وأهمية الأنظمة السياسية، الأمر الذي زاد التباين فيما يتعلق بالممارسات المهنية والصحفية ومن بينها: عدم تقبل الرشاوي والهدايا والقذف والتلاعب بمصادر جمع الأخبار والخلط بين الدعاية والإعلام.

● تجنب القذف والتشهير: والقذف هو إفساد صورة شخصية معينة بنسب أفعال أو صفات غير صحيحة مع الافتقار إلى الدليل والبرهان ولتجنب ذلك لابد من:

1. التأكد من الحقائق ومحاولة مقارنتها من مختلف المصادر.

2. الاعتماد على أدلة تبدو كافية، والوصول إلى نتائج مؤكدة (فالحكم على الحقائق لابد

أن يراعي مختلف وجهات النظر الممكنة).

3. عدم استخدام صور عامة أو أرشيفية للحديث عن وقائع مغايرة. *déception*.

.vidéo

¹: خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف، القاهرة 1968، ص21.

²: محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص50.

³: البوابة العربية: مقال منشور للكاتب رضا داوود، أخلاقيات العمل الصحفي، ص01-02.

4. الابتعاد عن تضخيم الأخبار والمبالغة فيها.¹ new the antilatin.

عن طريق كل هذه العناصر يضمن الصحفي حداً أدنى من الممارسة الصحفية النزيهة، ويحكم عمله الصحفي بضوابط تجعله عملاً محددًا بشرعية أخلاقية².

¹: البوابة العربية: المرجع السابق، ص02.
²: محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص51.

II. العوامل المؤثرة في الممارسة الصحفية:

توجد بعض العوامل التي تؤثر على أخلاق المهنة نظرا لسلبيتها وتأثيراتها الكبيرة على مهنته وجمهوره، ومن أهم العوامل نجد:

(1) الرقابة

تعد كلمة الرقابة من أقسى الكلمات وأشدها في المجال الإعلامي، رغم أن الحرية الإعلامية المطلقة غير ممكنة ولا وجود لها، فإن الرقابة السياسية والقانونية المباشرة وغير المباشرة ليست الوسيلة المهمة للحفاظ على المجتمع وحمائته من أخطار مهنة الصحافة، كما تتعدد ضغوط المؤسسة الإعلامية بشكل كبير مما تقترحه الدراسات التي تناولها وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية كموقع الوسيلة ومدى ارتباطها بمصالح معينة¹.

(2) الاحتكار:

إن الاحتكار محرم دينيا بالنسبة للمسلمين، لكنه يطغى في الأنظمة الرأسمالية، حيث أن خضوع الصحافة واحتكارها يتجسد ميدانيا لأصحاب رأس المال فله دور سلبي على حرية الصحافة واستقلاليتها، مما يجعل الوسائل الإعلامية في يد أكبر المساهمين في المؤسسات الإعلامية وبالتالي الرأي العام، إذا فالاحتكار في المجال الإعلامي ينفي الحرية وهو الطريق الوحيد لتحكم القلة في الأغلبية وخضوعها لأوامر أصحاب رؤوس الأموال².

(3) المنافسة:

لقد أصبحت المنافسة تسيطر على الصحف قصد تحقيق مبيعات وجلب الإيرادات مما يدفع في بعض الأحيان العديد من الصحف والإعلاميين لتتبع مسالك غير قانونية قصد تحقيق الهدف السالف الذكر، وهي طرق غير شريفة ولا تقبلها الكرامة الإنسانية كما تعتمد بعض هذه الصحف على تقديم هدايا مختلفة معتبرة دون مقابل قصد استمالة القراء مما يؤدي إلى جعل نجاح هذه الصحيفة مرهونا بهذه الهدايا.

¹: حسن عماد مكايي: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار المصرية اللبنانية، ط1، مصر 1994، ص180.

²: عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، القاهرة، دار الفكر العربي 1960، ص100.

4) الإعلان

يعتبر من أهم المعضلات التي تواجه العمل الصحفي، شأنها شأن المشاكل الأخرى كالرقابة والحرية في المجال الإعلامي، ونحن نعرف أن الصحف لا تقتصر على بيع الأخبار فالإعلان يعد من أهم المصادر لجمع الأموال للصحف، فأى جريدة ومهما كان توزيعها لا يمكنها تغطية تكاليف الإنتاج إلا بنسبة ضئيلة تقدر بالثلث في حين الثلثين من تكاليف تغطيتها تأتي من الإعلانات مما يجعلها تحت سيطرة أصحاب الإعلانات ورؤوس الأموال¹.

5) الصحف الحزبية والجمعية

وجودها مرتبط بوجود تعددية سياسية، تمتاز بالتدخل في الشؤون الشخصية للمؤسسات أو القائمين بالعملية الإعلامية، في هذا النمط المؤسساتي يتوجب عليهم الفصل بين انتمائهم السياسي والحزبي وبين ما هو قائم أثناء تأدية مهنتهم.

6) الرشوة

هي من أقبح التصرفات والسلوكات التي يجب على الصحفي الابتعاد عنها، لأنها تجعل القارئ يشك في أمانته ونزاهته المهنية، وهي سلوكات غالبا ما تكون سرية غير مصرح بها، حيث أنها تزعزع مصداقية العمل الصحفي².

7) تتأثر الممارسة المهنية بالتطورات التكنولوجية فهي تفرض على الصحفي مواكبتها وملاحقتها، فالصحفي كان يستخدم الطرق التقليدية للحصول على المعلومات والأخبار ومع ظهور الصحافة المكتوبة والتلفزيون والإذاعة أصبح لزاما إجراء دورات تكوينية للصحفيين للتمكن من التقنية وخاصة العتاد³.

¹: حسن عماد مكاي، المرجع السابق، ص 67.

²: عبد اللطيف حمزة، المرجع السابق، ص 137.

³: حسن عماد مكاي، المرجع السابق، ص 198.

III. الخبر الصحفي ومصادر جمعه

لم يعد الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها الخاصة وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها للجمهور.

إن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية وهكذا نجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة إيديولوجية وثقافية واجتماعية وغيرها وقد شهد النصف الثاني من القرن الماضي ظهور أنماط جديدة من أساليب التحرير وكتابة الأخبار وتغيرت النظرة إلى الخبر تعريفاً ومفهوماً.

1/ الخبر

ومضت عقود طويلة ظل فيها المفهوم العام راسخاً في أذهان كتاب الخبر والمحريين والمراسلين الذين وجدوا أن مهمتهم الصحفية تقوم على إطلاع القراء وتنويرهم لما يجري من أحداث فقد عرف "فور" تكليف الخبر ونشره عام 1865 بأنه الإثارة والخروج عن المؤلف¹.

ويري نيل ماكنيل الذي عمل مساعد رئيس التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز أن الخبر هو: جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير إهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة².

ومنه وبالاستناد إلى تعريفات سابقة يمكننا تعريف الخبر بأنه: تقرير عن حدث لم يكن معروفاً عند الناس من قبل، جمع بدقة من مصادر موثوقة في صحتها على أن يقوم بكتابه محررون متخصصون في العمل الصحفي.

¹: إرفنك أي هانك: أخبار التلفزيون والراديو، نيويورك 1980، ص29.

²: اتجاهات الإعلام الغربي، دراسة في الإعلام الأنكلوا أمريكي، بغداد، دار الحرية 1995، ص16.

(2) مصادر الخبر الصحفي:

يعد المصدر أحد أهم عناصر العملية الاتصالية التي حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين، فالمصدر يعتبر أول عنصر من عناصر العملية الاتصالية المكونة من ثلاث عناصر أساسية: مصدر، رسالة، مستقبل، وتبدوا أهمية المصدر لكونه العنصر الذي تنشأ من خلاله الرسالة، ويختلف المصدر كعنصر من عناصر العملية الاتصالية طبقاً لمستوى العملية الاتصالية فالمصدر في الاتصال بين اثنين هو الفرد وفي الاتصال الجماهيري هو المؤسسة الإعلامية، وفي عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الآلة أو الجهاز هي المصدر ونشهد الآن مع تقنيات الاتصال التفاعلية أن المتلقي نفسه أصبح المصدر¹.

(3) مفهوم مصدر الخبر الصحفي

مصدر الخبر هو الجهة التي يتزود منها الصحفي بمعلوماته وهذه الجهة تتعدد وتتباين ولكنها لا تعدوا أن تكون إما مصادر داخلية من الجريدة نفسها، مندوبيها أو مراسليها، أو مصادر خارجية خارج كوادر الجريدة نفسها مثل وكالات الأنباء العالمية أو الإذاعات والصحف الأخرى ومحطات التلفزة والفضائيات².

ويمكن اعتبار مصادر الخبر الصحفي هي الأدوات التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي وقد يكون المصدر شخصاً وقد يكون المصدر جهة مثل وكالات الأنباء³.

ونتيجة لهذا الوضع المحير يتلقى الصحفي المبتدئ نصائح تؤكد ضرورة إقامة علاقات وثيقة مع المصادر الصحفية، وبالمقابل فإن توثيق العلاقة مع المصادر سينعكس على أداء الصحفي، لذلك فإن هذه العلاقة يجب أن تكون متوازنة تنطلق من القاعدة التي تقول أن الصحفي ليس له أصدقاء ولا أعداء، وأساس هذه القاعدة هو الكفاءة المهنية والمصدر الذي يذكر اسمه⁴.

¹: دليل الصحفي، شركة أبو محبوب للإنتاج الإبداعي، الأردن، ص10.

²: جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، عمان 2002، ص40.

³: صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، ص80.

⁴: دليل الصحفي: المرجع السابق، ص13.

مستويات المصادر الإخبارية:

- الصحفي نفسه كمندوب أو مراسل (شاهد عيان).
- شاهد موثوق.
- مصادر بلا أسماء صريحة فيأتي تسلسلها كالاتي:

➤ مصدر مخول

➤ مصدر رسمي

➤ مصدر دبلوماسي

➤ مصدر في وزارة معينة

➤ مصدر مطلع

➤ مصدر عسكري

➤ مراقبون

➤ محلل سياسي

➤ مصدر مقرب

➤ مصدر وثيق الصلة

➤ الأخبار المرتبطة بمصادر موثقة وصريحة تنعكس على مصداقية الخبر بينما الأخبار المجهولة المصدر تقلل المصداقية وينقسم الصحفيون في تعاملهم مع الأحداث إلى

1. الصحفي ذو التوجه الشعبي: (يتأثر بالآخرين) يكون للمصدر تأثير على

الأخبار التي يعدها الصحفي من حيث صدقيتها وأسلوب كتابتها.

2. الصحفي الذي توجهه الأحداث: يهتم بالحدث أو الواقعة ويسعى لأن يكون موضوعياً¹.

"أحياناً كثيرة يلجأ المراسل الصحفي والإعلامي أثناء استقاء المعلومات والأخبار من الشبكات الاجتماعية ولكن المهم في ذلك كله إلى أي مستوى يستطيع أن يرقى هذا الخبر إلى مصدر رئيسي ورسمي للتداول"².

4) أنواع المصادر الإخبارية:

المصادر الذاتية

• **المندوب الصحفي:** لكل صحيفة عدد من المندوبين المكلفين بتغطية الأخبار والوزارات والمؤسسات كما يكلف المندوبين بتغطية المؤتمرات الصحفية والمهرجانات التي تقام بالمناسبات العامة، ومن واجب المندوب قراءة الصحف التي تصدر في بلده والاستماع إلى نشرات الأخبار لمتابعة ما ينشر ويذاع.

• **المراسل الخارجي:** إذا كان المندوبون مكلفون بتغطية الأخبار المحلية في كافة المجالات السياسية والاقتصادية وغيرها فإن المراسلين في العواصم الهامة ومناطق الأحداث الساخنة مكلفون بتغطية الأخبار الخارجية وأن يكون قائماً بعلاقات مع أعلى المناصب ومع صغار الموظفين وأن يكون سريع البديهة قوي الملاحظة، وأن يكون متابعاً لكل ما يذاع وينشر³.

المصادر الخارجية

• **وكالات الأنباء:** قليلة هي الصحف القادرة على تغطية أحداث العالم بشبكة من مراسليها وباستثناء كبريات صحف العالم فإن الصحافة تعتمد على اشتراكاتها في وكالات الأنباء

¹: دليل الصحفي: المرجع السابق، ص13-14.

²: مقابلة هاتفية مع رئيس القسم الوطني السياسي لجريدة الفجر، عبد الرحمان طيبي، يوم 03 سبتمبر 2013 على الساعة 11:00.

³: الكاشف حسن: الخبر الصحفي، جامعة فلسطين، 2003، ص7-8.

العالمية، ومن أهم الوكالات العالمية: رويترز، يونايتد برس، اسو شايتد برس، وكالة الصحافة الفرنسية، وكالة الأنباء الألمانية¹.

● **الإذاعات ومحطات التلفزيون المحلية والأجنبية:** الإذاعات مصدر هام للأخبار، وهي الأداة العالمية الأكثر سرعة ومع التقدم التقني وثورة الاتصالات ازدادت سرعة إذاعة الخبر ويستطيع المشاهد والمستمع متابعة حدث يجري وهذا ما شاهده وسمعه العالم مثل أحداث سبتمبر 2001.

● **النشرات:** لمعظم الوزارات والهيئات الحكومية وغير الحكومية نشرات إخبارية يومية تقوم بتوزيعها وتكون هذه النشرات مصدرا للأخبار لأن هذه الأخيرة تصل كافة الصحف.

● **المواقع الإلكترونية:** في عصر ثورة المعلومات والاتصالات أصبحت المواقع الإلكترونية للجهات الرسمية وحتى المواقع الشخصية الهامة مصدرا هاما وأساسيا للخبر، فهي أشد سرعة وأقل تكلفة وتوفر مساحات أوسع لتغطية كافة نشاطات وفعاليات ومواقف الجهة التي تنطق باسمها².

5) طبيعة العلاقة التي تربط الصحفيين بالمصادر الإخبارية:

- علاقة خصومه: حجب معلومات عن الصحفيين ورفع دعاوي عليهم.
- علاقة تجارية: منفعة متبادلة يجب أن لا يكون الصحفي تابعا للمصدر ولا عدوا له.
- علاقة الوكيل: استغلال المصادر للصحفيين لإنجاز خدمات وتسهيل أعمال خاصة بهم.
- نموذج التناقض: المصدر يحرص على سرية المعلومات الصحفية³.
- نموذج التبادل الاجتماعي: تواصل اجتماعي ويعني بكيفية استمرار العلاقة بين الصحفيين والمصادر على أساس من الاحترام والتواصل الاجتماعي.

¹: الكاشف حسن: المرجع السابق: ص 8-9.

²: أسامة مشعل: الخبر الصحفي، البوابة العربية، مقال صحفي، الحلقة الرابعة، ص 02.

³: المرجع نفسه: ص 03.

IV. مبادئ جمع الأخبار

لجمع الأخبار يركز الصحفي على عدة مبادئ منها:

- وجوب تمتع الإعلاميون بالنزاهة والصدق والشجاعة في عملية البحث عن المعلومات ونشرها والتعليق عليها.
- اختبار دقة المعلومات من كل المصادر ويكونوا حذرين لتجنب الأخبار.
- الاجتهاد في البحث عن مواضيع الأخبار التي تتيح لهم الفرصة للرد على مزاعم الفساد.
- التعريف بالمصادر كلما أمكن للجمهور الحق في الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول مصداقية المصدر.
- من أخلاقيات الإعلامي أن يعامل المصادر والمواد وزملائه على أنهم جديرين بالاحترام.
- تحاشي تضارب المصالح أي كانت.
- الاستقلال عن أي جمعيات أو أنشطة قد تعرض نزاهته للخطر.
- الإعلامي مسئول أمام قرائه وأمام غيره من الإعلاميين بتوضيح وشرح وتغطية الأخبار.
- تشجيع الجمهور على تقديم الشكاوي والنقد البناء ضد المؤسسات الإعلامية.

V. أخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة المكتوبة

هناك عدة قوانين لها علاقة بالصحافة والإعلام ويعتقد واضعو هذه الأخلاقيات أنه إذا تبنت وسائل الإعلام هذه المبادئ وطبقها فإنها ستزداد مصداقية الصحفي وزيادة ثقة الجمهور بما يعني في النهاية زيادة مبيعاتها واشتركاكاتها وإعلاناتها.

ينص إعلان اليونيسكو 1978 في مادته الخامسة على ضرورة نشر وجهات نظر للذين يرون أن المعلومات التي نشرت أو أذيعت على الملأ بشأنهم قد ألحقت ضررا جسيما، وجاء في مادته الثامنة أنه ينبغي للمنظمات المهنية وللأشخاص الذين يشتركون في توفير التدريب المهني للصحفيين إيلاء أهمية خاصة للمبادئ الواردة في هذا الإعلام لدى وضعهم قواعد السلوك المهني الخاصة بهم وضمان تطبيقه.

في العمل الإعلامي هناك عدة موائيق أو أدلة للسلوك المهني:

- دولية: ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحفيين.
 - إقليمية: ميثاق شرف الصحفي العربي الصادر عن إتحاد الصحفيين العرب.
 - داخلية: وهي موائيق أو أدلة تضعها المؤسسة الإعلامية للعاملين فيها¹.
- هناك قواسم مشتركة بين موائيق شرف أو أدلة للسلوك المهني تقع ضمن المسؤولية الاجتماعية للصحفي والإعلامي:
- الحقيقة: لا يحتكرها أحد لكن كل واحد قد يمتلك جزء منها.
 - الدقة والموضوعية والنزاهة.
 - فصل الخبر عن الرأي.
 - احترام الرأي الآخر.

¹: حسن مكاي: أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية، القاهرة 1994، ص194.

➤ فصل التحرير عن تأثير الإعلانات.

➤ الحفاظ على سرية مصادر المعلومات وحق الرد¹.

1) أخلاقيات العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة:

تمثل هذه الأخلاقيات كافة العاملين في الحقل الإعلامي دون تمييز من صاحب المؤسسة إلى أصغر موظف فيها، فالأخلاق الإعلامية ممارسة ذاتية رغم أن القوانين هي التي تملئها، لذلك لا يبقى أمام العاملين في حقل الإعلام إلا الرقابة الذاتية والأفضل القول الاقتناع الذاتي، بين هذا العمل وتلك الاحتمالات خيط رفيع إما أن ينقطع مرارا ويسبب الانحراف عن العمل الإعلامي، هذا الانحراف سهل لما فيه من دوافع مادية وذاتية فإذا لم تكن هناك روادع أخلاقية ذاتية وعامة فإن الإعلام يصبح مدمرا، وإذا كانت كافة المجالات الإعلامية مهددة بالانحراف، فإن أخطر ما يحدث هو في عمل المنجز والمحرر².

2) أخلاقيات المخبر الصحفي في الصحافة المكتوبة:

إن الأخلاقيات التي يجب أن يتحلى بها المخبر الصحفي أو جامع المعلومات الإعلامية تتجلى في:

➤ عدم الإساءة لمصدر المعلومات عن طريق كشف اسمه مثلا أو محاولة توريطه في المعلومات نفسها، وسرية المصدر تدخل في إطار سر المهنة.

➤ يشكل المصدر الإخباري أهمية كبرى بالنسبة للمخبر ولذلك عليه أن يحافظ على سرية مهما كانت الظروف.

¹: دليل الصحفي: المرجع السابق، ص73.

²: ذبيان سامي: الصحافة اليومية والإعلام الجديد في النظرية والتطبيق، دار المسيرة، بيروت 1987، ص380.

➤ على المخبر أن يلتزم بما يجري الاتفاق عليه بينه وبين مصدر المعلومات إذ قد يجد مصدر الخبر أو المعلومات ضرورة أن يسقط المعلومات، فلا يكون من المخبر إلا أن ينشرها كلها عند ذلك يسيء لمصدر الخبر¹.

أما بالنسبة للمعلومات فهي مسؤولية مشتركة بين المخبر وجهاز المؤسسة الإعلامية ويظهر ذلك في:

- النقل الأمين للمعلومات أي نقلها بكاملها دون تلاعب بها.
- ذكر الأسماء الواردة في المعلومات أو إبقاء الأسماء خفية².
- تفادي الكلام الجارح وعدم الترويج للأخبار الخاطئة هو أساس الضوابط الأخلاقية³.
- إن نقل المعلومات مهم لكن الأهم فيها هو نشرها لأن الخطر هو في النشر، فالخبر يبقى ميتا حتى ينشر لكي يثير ردود أفعال كثيرة.

(3) أخلاقيات العمل الصحفي:

أما أخلاقيات المحرر أو العمل التحريري في حقل التحرير تنحصر في أمانة النشر، أمانة المتابعة إذ أن هناك احتمالات كبيرة قد تلحق بالمعارضات عند تحريرها إما بقصد شيء أو سهو عابر قد يكون خطيرا، إن جهاز التحرير مدعوا للالتزام بالمصلحة العامة عن المؤسسة الصحفية ولكنه أيضا مدعوا لقواعد المهنة⁴.

¹: ذبيان سامي: المرجع السابق: ص382.

²: ذبيان سامي: المرجع السابق، ص385.

³: مقابلة هاتفية مع المدير العام مسئول النشر لجريدة الخبر شريف رزقي، يوم 03 سبتمبر 2013، على الساعة 11:45.

⁴: ذبيان سامي: المرجع السابق، ص385-386.

الخلاصة:

لقد تبين لنا مما سبق أن الممارسة الصحفية ومصادر جمع الخبر عملية حساسة للغاية إذ لا بد من توفر مناخ إعلامي يوفر للصحفي وسطا مناسباً للقيام بعمله، حيث أن البحث عن الخبر عنصر أساسي من عناصر العملية الإعلامية، والمحافظة على مصدر الخبر ضرورة من ضروريات ديمومة الخبر ونجاحه حيث أنها تمثل جانبا مهما في عالم إعلام اليوم.

فبعد أن يصل الخبر إلى مكاتب التحرير وأقسام الأخبار المختلفة يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاوزه أقلام مختلفة بالصفل وإعادة الصياغة دون أن ننسى أخلاقيات المهنة الصحفية التي تعتبر بابا مهما في نجاح الصحفي والمؤسسة العامل بها، وهذا ما جعل ضرورة التطرق لها كخطوة لفهم المجال جيدا ومنه فتح وحدة خاصة بأخلاقيات المهنة الصحفية قصد تعريف الصحفي بما له وما عليه من حقوق وواجبات على الأساس الذي يجعله يحترم مهنته وجعلها رسالة سامية تفوق وتتجاوز المصالح والأغراض الضيقة.

الدراسة المبدئية

تمهيد

- I. التحليل الكمي والكيفي للبيانات الشخصية
- II. التحليل الكمي والكيفي لمحور استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- III. التحليل الكمي والكيفي لمحور أسباب ودوافع استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- IV. التحليل الكمي والكيفي لمحور توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع الأخبار.
- V. التحليل الكمي والكيفي لمحور مواقع التواصل الاجتماعي والممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي.

خلاصة

تمهيد

تم تفرغ استمارة الاستبيان باستخدام برنامج spss قسمت استمارة الاستبيان إلى خمس محاولات تطبيقية، تحوي كل منها أسئلة المحاور التي أجاب عليها المبحوثين لتعبر عن إجابات لبعض نواحي الممارسة المهنية الممكنة، وفي المحور الأول تطرقنا فيه إلى البيانات الشخصية للمبحوثين من تحديد للجنس والمستوى العلمي وغيرها أما المحور الثاني تطرقنا فيه إلى عادات وأنماط استخدام المراسل الصحفي من خلالها يمكن أن نصل إلى نتائج من شأنها توضيح إمكانية تأثير شبكات التواصل الاجتماعية على الممارسة المهنية.

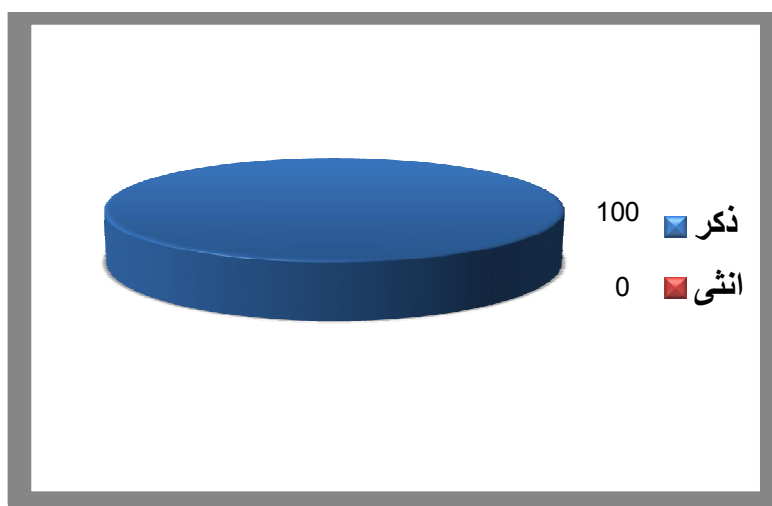
أما المحور الثالث فقد كان حول أسباب استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي عبر عدة أسئلة من خلالها نعرف إجابة السؤال، أما المحور الرابع فقد احتوى أيضا مجموعة من الأسئلة تدور حول استقاء الصحفي للمعلومات والأخبار من شبكات التواصل، كما يضم المحور الخامس مجموعة من الأسئلة تعبر عن شبكات التواصل وواقع الممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي، وهل تواجه المراسل الصحفي صعوبات عند اعتماده هذه الشبكات كمصدر من مصادر الأخبار، ومن خلالها يمكن أن نصل إلى نتائج من شأنها توضيح إمكانية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية.

I. التحليل الكمي والكيفي للبيانات الشخصية للمبحوثين

✓ جدول رقم: (01) يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس حسب المبحوثين.

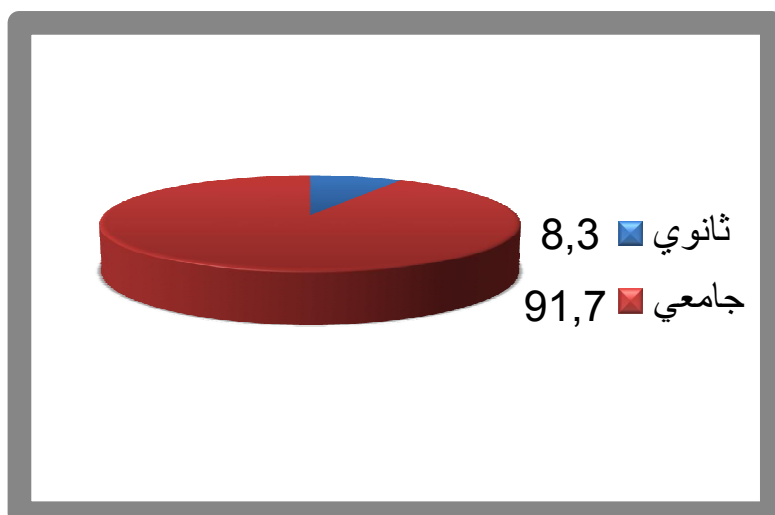
النسبة	التكرار	
100.0	12	ذكر
00	00	انثى
100	12	المجموع

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس حيث بلغت نسبة الذكور 100% بينما كانت نسبة الإناث منعدمة 0% وقد يرجع ذلك لكون مهنة الصحافة مهنة المتاعب والصعوبات مما يجعلها تتوافق بصعوبة مع طبيعة وظروف المرأة بصفة عامة والمرأة في مجتمع البحث بصفة خاصة من العمل ليلا والسفر والمبيت خارجا .



✓ جدول رقم: (02) يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى العلمي حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
8.3	1	ثانوي
91.7	11	جامعي
00	00	دراسات عليا
100	12	المجموع



توضح الدائرة النسبية أن المبحوثين الحاصلين على التكوين الجامعي يمثلون نسبة 91,7% في حين يليها ذوي المستوى الثانوي بنسبة 8,3% ثم وأخيرا ذوي الدراسات العليا بنسبة 0% من أفراد عينة البحث . وذلك بحكم تخصصهم الذي يؤهلهم للعمل في هذا القطاع دون سواه كما أن المستوى الثانوي يؤهلهم للعاملين كمراسلين لا غير ,بينما أصحاب الجامعة يكون لهم إنتاج فكري بحكم التحصيل العلمي لديهم لذا تستغل المؤسسة الإعلامية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة إنتاجها الإعلامي.

✓ جدول رقم: (03) يوضح توزيع العينة حسب متغير الجريدة حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
100.0	12	يومية وطنية
00	00	يومية مستقلة
00	00	أسبوعية
00	00	أخرى
100	12	المجموع

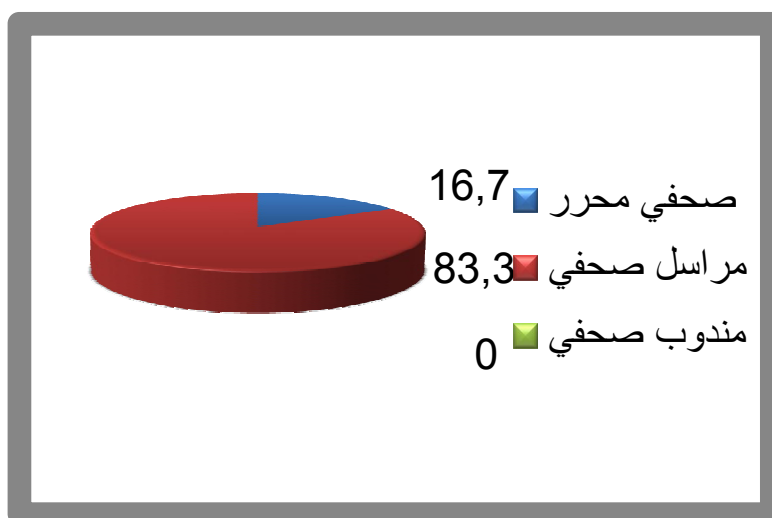
يوضح الجدول أعلاه أن نوعية الجريدة التي يعمل بها المراسل الصحفي حيث بينت النتائج ان اليوميات الوطنية أخذت جزءا كبيرا بتكرار 12 أي بنسبة 100% على حساب اليوميات المستقلة والأسبوعية واليوميات الأخرى.



✓ جدول رقم(04) يوضح توزيع العينة حسب متغير سلم الوظيفة حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
16.7	2	صحفي محرر
83.3	10	مراسل صحفي
00	00	مندوب صحفي
100	12	المجموع

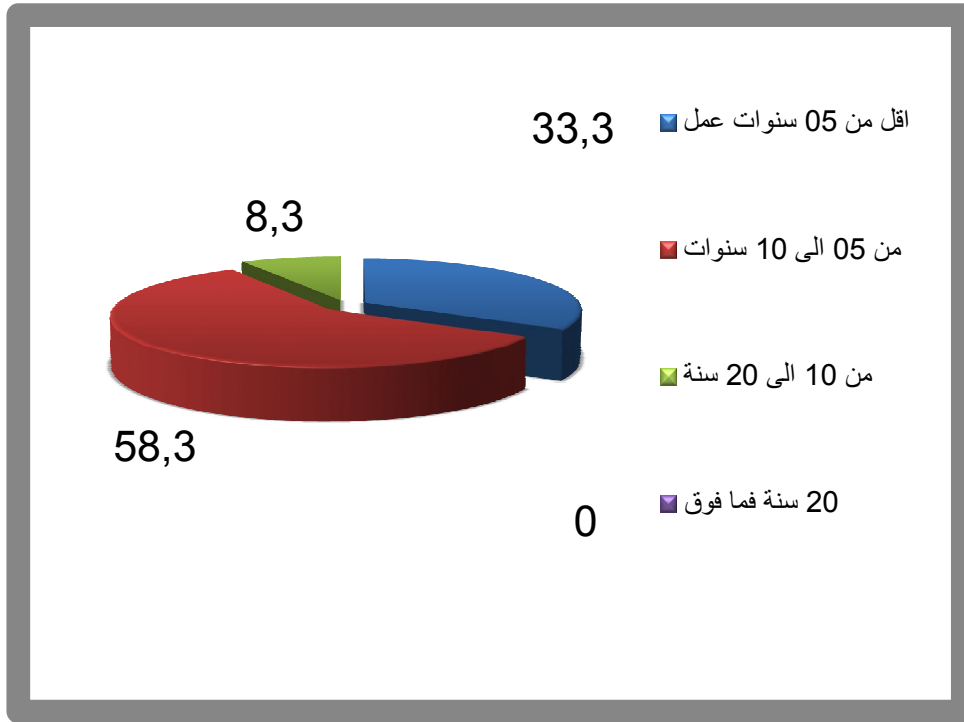
من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول يتبين أن الصحفيين المراسلين هم أكثر المبحوثين حيث سجلت نسبة هؤلاء ب: 83,3% وهي أعلى نسبة في الجدول , ويرجع ذلك إلى طبيعة العمل الذي يتطلب عددا كبيرا من الصحفيين لانجاز المهام بسرعة وتغطية اكبر قدر ممكن من الأحداث في مناطق جغرافية مختلفة كما يلاحظ أن نسبة الصحفيين المحررين بلغت 16,7% نظرا لمكانتها الوصفية في المؤسسة خاصة وأنها تتولى عمليات التوجيه والتنسيق والتسيير والتي تتطلب عددا محدودا من العاملين الممثلين لمختلف الصحفيين وتأتي في المرتبة الأخيرة المندوبون الصحفيون بنسبة 00% نظرا لكون هذه المناصب محدودة في المؤسسة والتي تتولى عملية تنظيم العمل.



✓ جدول رقم: (05) يوضح توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
33.3	4	اقل من 05 سنوات عمل
58.3	7	من 05 الى 10 سنوات
8.3	1	من 10 الى 20 سنة
00	00	20 سنة فما فوق
100	12	المجموع

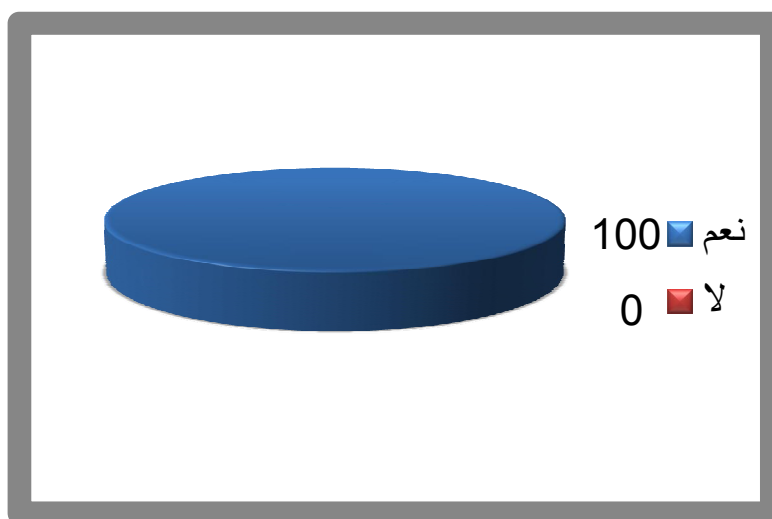
إن الاقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء الأعمال كعمود للمؤسسة بفوائد التقدم نحو الأحسن، ويبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين تبعا لاقدميتهم في العمل حيث عادت أعلى نسبة للمرسلين الصحفيين ذوي اقدمية تتراوح من 05-10 سنوات والتي قدرت ب: 58,3% ويأتي بعدها على التوالي المرسلين الصحفيين ذوي اقدمية اقل من 05 سنوات حيث قدرت ب: 33,3% ثم تليها المرسلين الصحفيين الذين لديهم خبرة مهنية من 10-20 سنة حيث قدرت ب: 8,3% وفي الأخير يأتي الذين لديهم خبرة مهنية ب: 20 سنة فما فوق بنسبة 00% والملاحظ أن ذوي الاقدمية من 5-10 سنوات هم الأكثر نسبة نظرا لكون المؤسسات الجزائرية تحاول التجديد في مواردها البشرية لاستفادة من الطاقات الفكرية التي تحرزها الجامعات الجزائرية والتي تكون أكثر قابلية للعمل وأكثر مسايرة للتطورات والمبتكرات الجديدة. اغلب المبحوثين لديهم خبرة مهنية تفوق 05 سنوات.



II. التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي

✓ جدول رقم: (06) يوضح إمكانية اشتراك المراسل الصحفي في أي شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

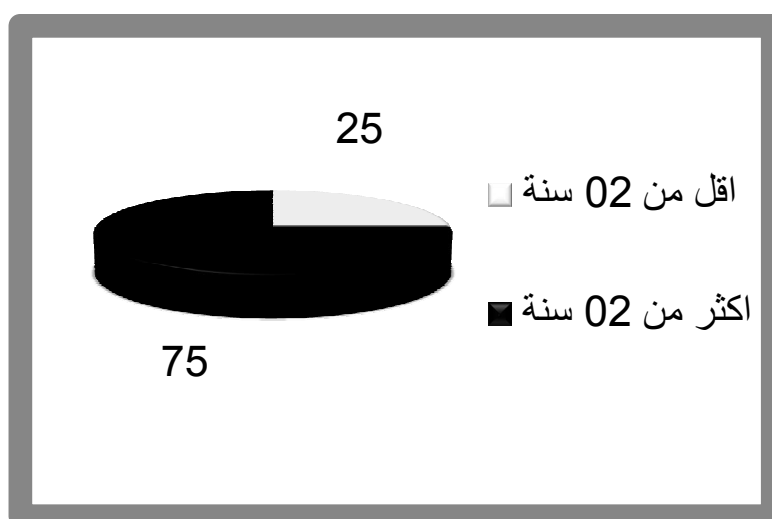
النسبة	التكرار	
100	12	نعم
00	00	لا
100	12	المجموع



توضح الدائرة النسبية إمكانية إشراك المراسل الصحفي في أي شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين، أن نسبة 100% لديهم اشتراك وذلك لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل. وبنسبة 00% من الذين كانت إجابتهم لا وهي نسبة منعدمة تماما من العينة المبحوثة.

✓ جدول رقم: (07) يوضح مدة اشتراك المراسل الصحفي في تلك الشبكات حسب المبحوثين.

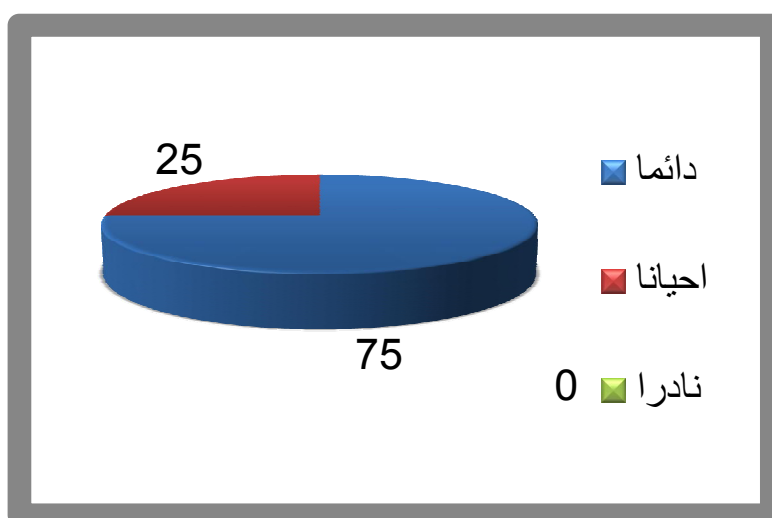
النسبة	التكرار	
25.0	3	اقل من 02 سنة
75.0	9	اكثر من 02 سنة
100	12	المجموع



توضح الدائرة النسبية مدة الاشتراك بالنسبة للمراسلين الصحفيين في تلك الشبكات حسب المبحوثين حيث توزعت النسب ب: 75% بالنسبة للمنخرطين في أكثر من عامين وبنسبة 25% بالنسبة للمنخرطين بأقل من عامين وهذه النتائج تؤكد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ جدول رقم: (08) يوضح استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين

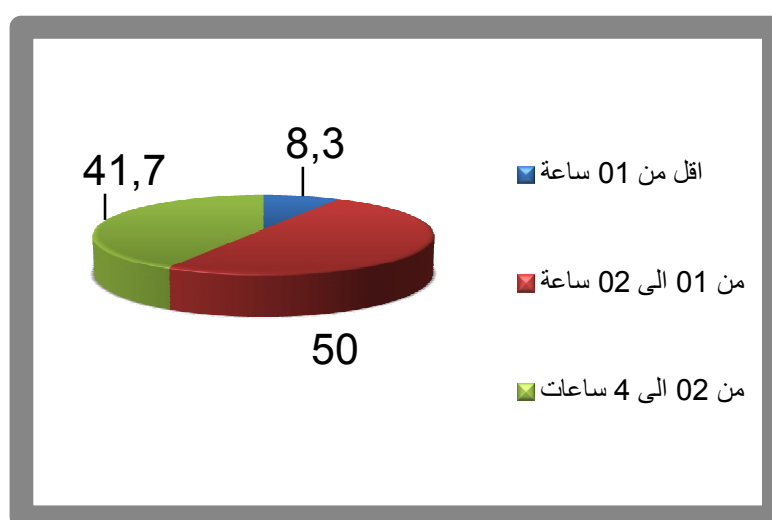
النسبة	التكرار	
75.0	9	دائما
25.0	3	احيانا
00	00	نادرا
100	12	المجموع



توضح الدائرة النسبية عادات استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي. حيث بلغت نسبة دائما بـ 75% وهي أعلى نسبة لاهتمام المراسل الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي من اجل الاطلاع على المعلومات ونشرها ثم تلي أحيانا بنسبة 25% و نادرا بنسبة 00% ما يوضح نسبة ارتفاع ديمومة الاستخدام.

✓ جدول رقم: (09) يوضح المدة التي يقضيها المراسل الصحفي وهو يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
8.3	1	اقل من 01 ساعة
50.0	6	من 01 الى 02 ساعة
41.7	5	من 02 الى 4 ساعات
100	12	المجموع

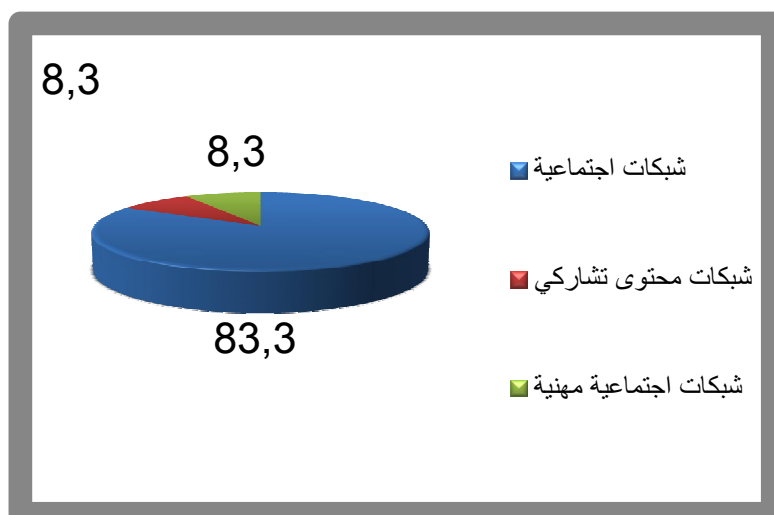


توضح الدائرة النسبية المدة التي يقضيها المبحوثين من الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي بحيث يبين أن: 50% من المبحوثين الذين يقضون من 1-2 ساعة يوميا و 41,7% من الذين يقضون من 2-4 ساعة يوميا و 8,3% من الذين يقضون 01 ساعة يوميا.

✓ جدول رقم: (10) يوضح نوع الشبكات الاجتماعية التي يشترك فيها المراسل الصحفي حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
83.3	10	شبكات اجتماعية
8.3	1	شبكات محتوى تشاركي
8.3	1	شبكات اجتماعية مهنية
100	12	المجموع

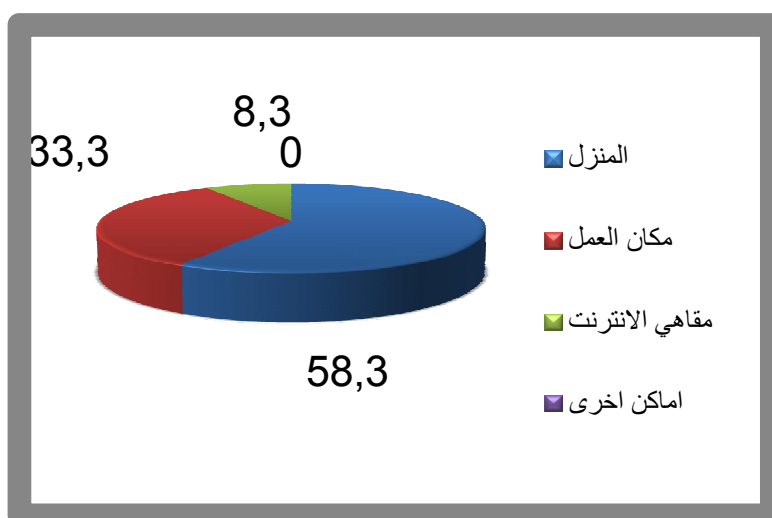
من خلال الجدول يبرز جليا أن غالبية الصحفيين الجزائريين الذين يقبلون على شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمون الفيس بوك بنسبة 83,3% ثم تأتي شبكات المحتوى التشاركي والشبكات الاجتماعية المهنية بنفس النسبة 8,3%، ويعود تصدر استخدام الفيس بوك لدى الصحفيين الجزائريين إلى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع وأيضا الشهرة التي يتمتع بها.



✓ جدول رقم : (11) يوضح المكان المفضل بالنسبة لاستخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
58.3	7	المنزل
33.3	4	مكان العمل
8.3	1	مقاهي الانترنت
00	00	اماكن اخرى
100	12	المجموع

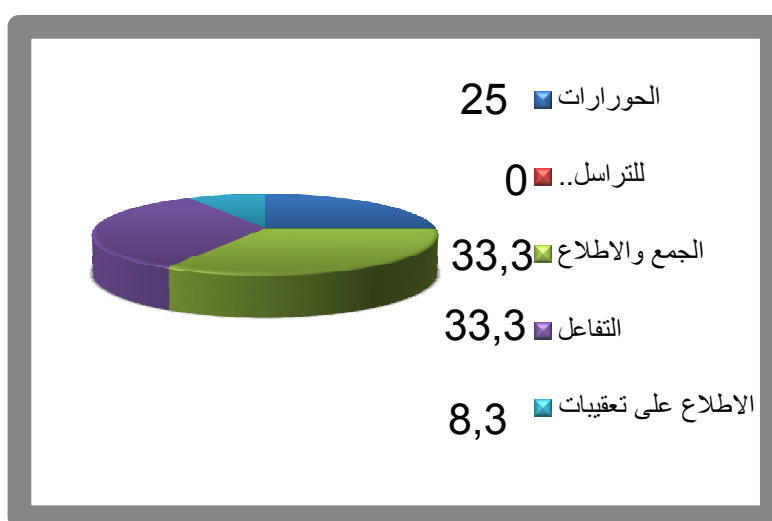
يوضح لنا الجدول المكان الذي يقوم به المبحوثين من الصحفيين الجزائريين عادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث احتل المنزل المرتبة الأولى بنسبة 58,3% ثم يأتي مكان العمل بنسبة 33,3% ثمليها مقاهي الانترنت بنسبة 8,3% واماكن أخرى بنسبة 00%.



III. التحليل الكمي والكيفي لأسباب استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي

✓ جدول رقم (12) يوضح أهداف استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

النسبة		التكرار
25.0	3	الحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة
00	00	للتراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين
33.3	4	الجمع والاطلاع على الاخبار والمعلومات الجارية
33.3	4	التفاعل مع جمهور إعلامي حقل الإعلام والاتصال المهتم بقضايا الإعلام
8.3	1	الاطلاع على تعقيبات الآخرين عن الأحداث الجارية والقضايا الإعلامية والدولية
100	12	المجموع



تمثل الدائرة النسبية أهداف استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين حيث أن أعلى نسبة كانت متساوية بين الجمع والاطلاع على المعلومات والأخبار

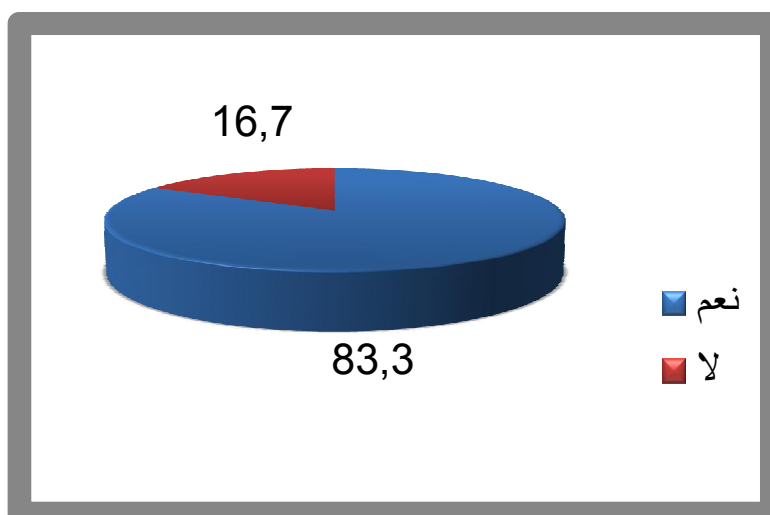
الدراسة الميدانية

الجارية والتفاعل مع جمهور إعلامي حقل الإعلام والاتصال بنسبة 33,3% ثم تليها الحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة بنسبة 25% ثم تليها الاطلاع على تعقيبات الآخرين عن الأحداث بنسبة 8,3% وتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 00% التراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين.

IV. التحليل الكمي والكيفي لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع المعلومات

✓ جدول رقم (13) يوضح حول نشر المراسل الصحفي لخبر أو معلومة مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى استمراريته في ذلك حسب المبحوثين.

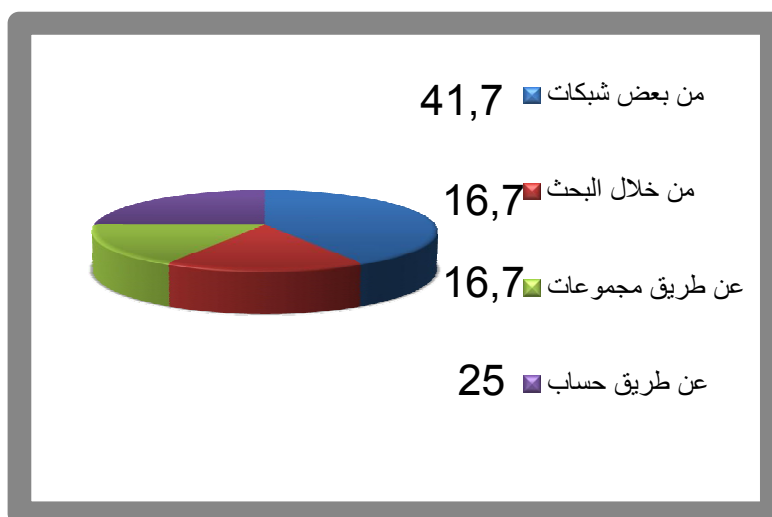
النسبة		التكرار			
00	83.3	00	10	دائما	نعم
66.7		8		أحيانا	
16.7		2		نادرا	
16.7		2			لا
100		12		المجموع	



تمثل الدائرة النسبية أن أعلى نسبة هي بنسبة 66,7% بالنسبة للذين ينشرون أحيانا، أما نسبة 16,7% الذين أجابوا بنادرا أما النسبة المتبقية والمقدرة ب: 00% فتمثل الصحفيين الذين يقومون بذلك دائما.

✓ جدول رقم(14) يوضح كيفية العثور على المعلومات والأخبار التي تهم الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

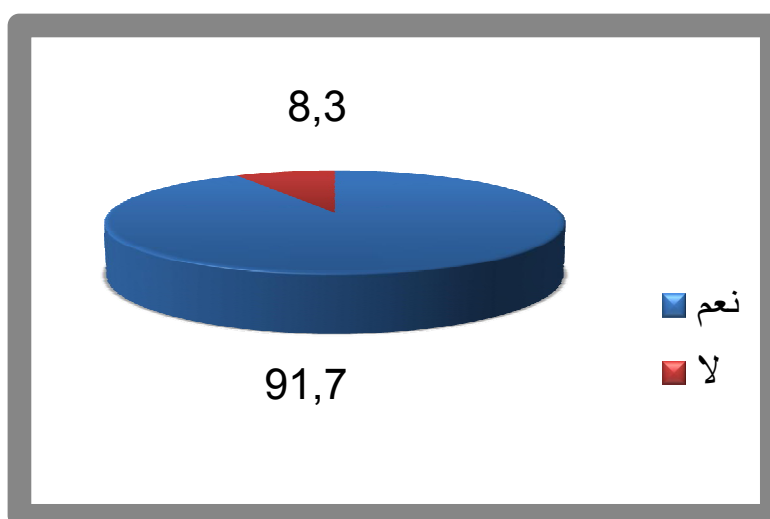
النسبة	التكرار	
41.7	5	من بعض شبكات التواصل الاجتماعي المهنية
16.7	2	من خلال البحث عبر محركات البحث
16.7	2	عن طريق مجموعات الفيسبوك
25.0	3	عن طريق حساب وصفحات أخرى عبر الشبكات الاجتماعية
100	12	المجموع



تمثل الدائرة النسبية الكيفية التي يحصل عليها أو من خلالها الصحفيين على المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي حيث أن أعلى نسبة وهي 41,7% من المبحوثين يعثرون على المعلومات والأخبار عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي المهنية ثم تليها عن طريق حساب وصفحات أخرى عبر الشبكات الاجتماعية بنسبة 25 وفي الأخير تأتي كلا من البحث عبر محركات البحث وعن طريق مجموعات الفيس بوك بنسبة 16,7%.

✓ جدول رقم: (15) يوضح إمكانية الاستزادة من الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين

النسبة	التكرار	
91.7	11	نعم
8.3	1	لا
100	12	المجموع

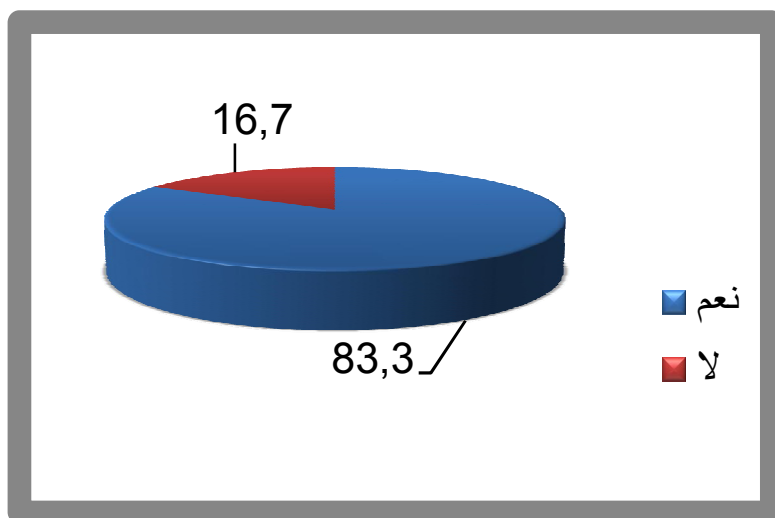


تمثل الدائرة النسبية إمكانية لجوء المراسلين الصحفيين إلى شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على مزيد من التفاصيل عن الأخبار والمعلومات المتوفرة لديهم حيث كانت نسبة نعم هي الطاغية ونسبة كبيرة بلغت 91,7% اما نسبة 8,3% فتمثل إجابة المبحوثين الذين لا يبحثون عن مزيد من الأخبار والتفاصيل على هذه الشبكات.

من خلال هذه المعطيات نستنتج إن معظم المراسلين الصحفيين يقومون بالبحث عن التفاصيل او حول خبر أو معلومة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ جدول رقم: (16) يوضح مدى التحقق من الخبر أو المعلومة المنتقاة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى المراسل الصحفي حسب المبحوثين.

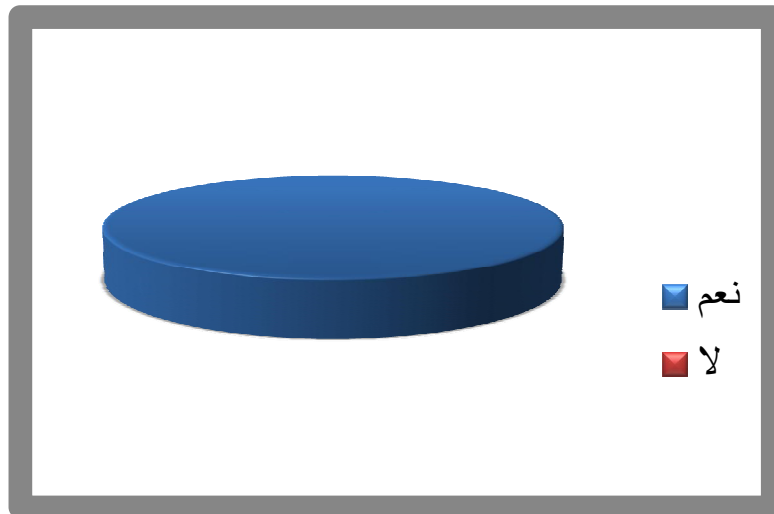
النسبة		التكرار			
33.3	83.3	4	11	تقارنهما بما هو موجود في مواقع الصحف عبر الانترنت	نعم
8.3		1		تبحث عنها عبر محركات البحث المتخصصة	
50.0		6		تراسل المهنيين الآخرين للتأكد عبر البريد الالكتروني	
16.7				1	لا
100		12			المجموع



تمثل الدائرة النسبية الكيفية التي يتحقق بها المراسل الصحفي الجزائري من المعلومات والأخبار التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي فكانت نسبة 50% ممن يرسلون المهنيين الآخرين عبر البريد الإلكتروني وبنسبة 33,3% ممن يقارنوها بما هو موجود في مواقع الصحف عبر الانترنت ثم تلتها نسبة 8,3% ممن يبحثون عنها عبر محركات البحث المتخصصة.

✓ جدول رقم: (17) يوضح إمكانية اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدر رسمي وموثوق للمعلومات والأخبار حسب المبحوثين.

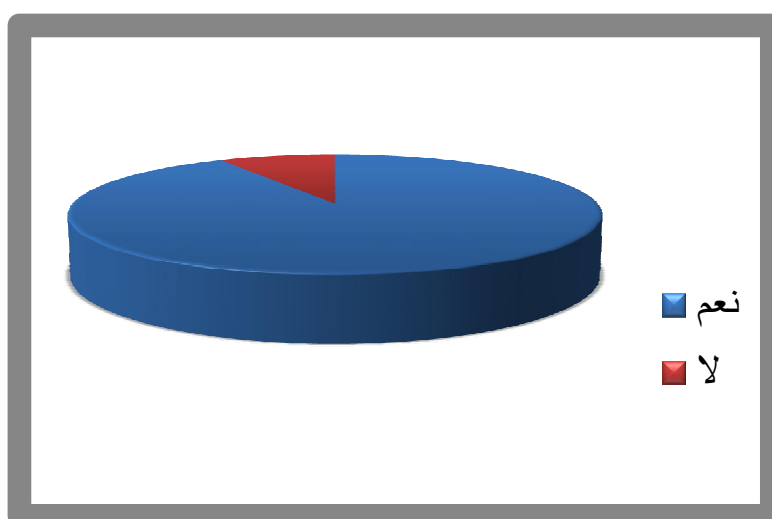
النسبة	التكرار	
00	00	نعم
100	12	لا
100	12	المجموع



يكشف الجدول موثوقية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار لدى المبحوثين حيث كانت نسبة 100% تعكس عدم ثقة الصحفيين الجزائريين في هذه الشبكات، بينما كانت نسبة 00% منعدمة بالنسبة للذين يثقون في مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ جدول رقم: (18) يوضح المعايير المهنية الممكنة للمراسل الصحفي أثناء استقاء المعلومات والأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
91.7	11	نعم
8.3	1	لا
100	12	المجموع



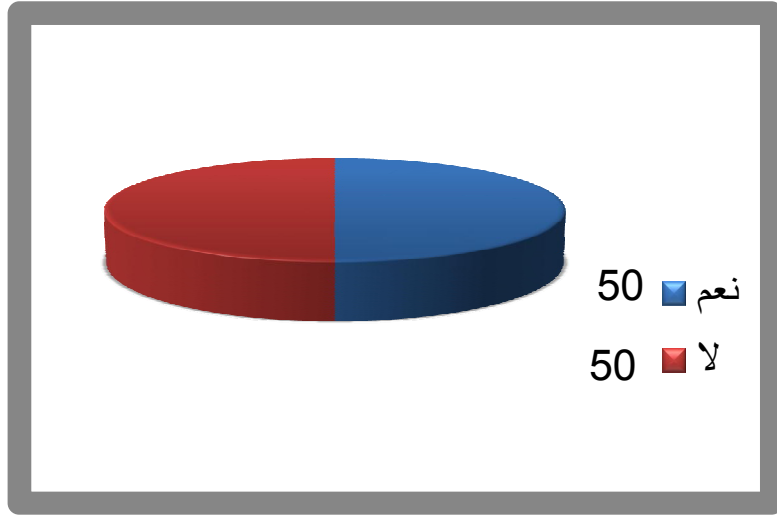
تمثل الدائرة النسبية المعايير التي يحترمها غالبية المبحوثين حيث أن نسبة 91,7% من إجابات الصحفيين الذين يحترمون معيار الصدق والمصادقية كأول معيار مهني يحكم استقاء المعلومات وبنسبة 8,3% لم تذكر المعايير. نستنتج أن المعايير التي يحترمها الصحفيين الجزائريين أثناء استقائهم للمعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي أما متعلقة بأخلاقيات المهنة أو شخصية بها الصحفي على عاتقه.

V. التحليل الكمي والكيفي لمواقع التواصل الاجتماعي والممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي

✓ جدول رقم (19) يوضح الصعوبات التي قد تواجه المراسل الصحفي أثناء اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

النسبة		التكرار			
00		00		رفضها من رئيس التحرير	نعم
16.7		2		الجهل بمصدر الناشر	
33.3		4	6	عدم موثوقية المعلومات المنشورة	
00		00		مصدر غير كافي للمعلومات والايخبار	
16.7				6	لا
100		12		المجموع	

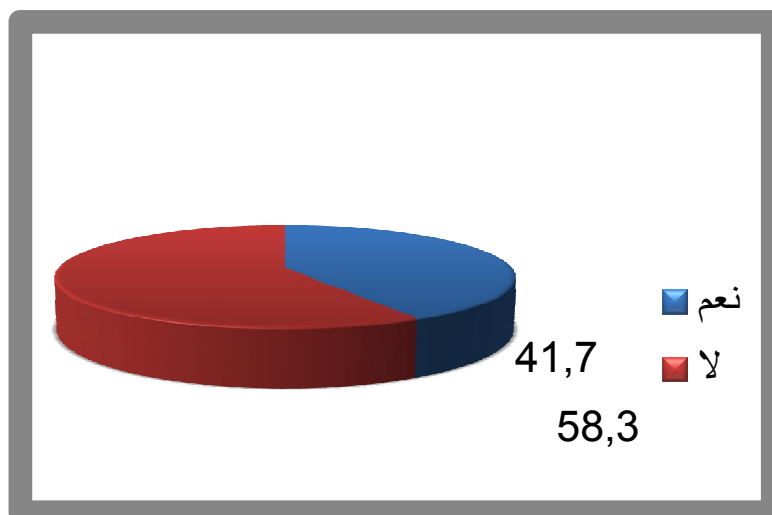
الجدول أعلاه والمتمثل في الصعوبات التي قد تواجه المراسل الصحفي أثناء اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين أن نسبة 33,3% تبين عدم موثوقية المعلومات المنشورة ونسبة 16,7% الجهل بمصدر الناشر وقد تشاركت كلا من رفضها من طرف رئيس التحرير , ومصدر غير كاف للمعلومات والأخبار بنسبة 00%.



✓ جدول رقم(20) يوضح رفض الجهات المسؤولة عن التحرير لخبر او معلومة نشرها المراسل الصحفي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين.

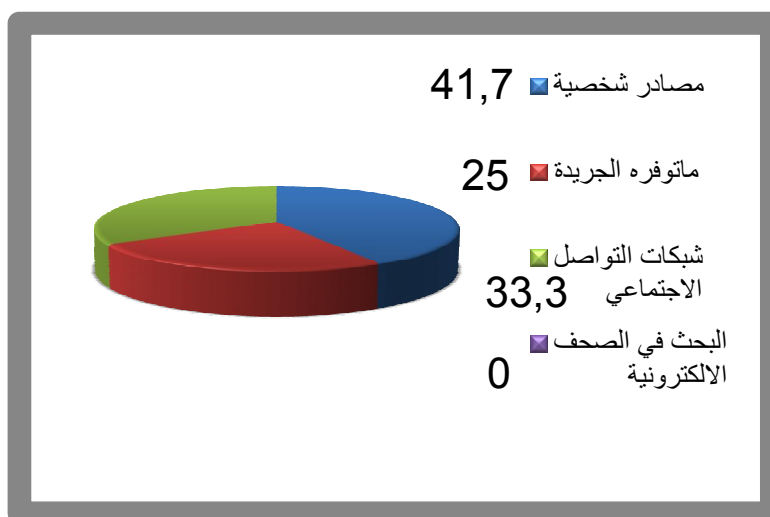
النسبة	التكرار	
41.7	5	نعم
58.3	7	لا
100	12	المجموع

يبين الجدول أعلاه إمكانية رفض نشرها وقصة أو معلومة مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية حيث أن نسبة 58,3% لم ترفض لهم نشر خبر أو معلوم، وبنسبة 41,7% من الذين سبق وان رفضت لهم وهي نسبة منخفضة مقارنة مع النسبة الأولى.



✓ جدول رقم (21) يوضح حالة وجود حدث معين بالنسبة للمراسل الصحفي، من أين يمكن الحصول على المعلومات والأخبار؟ حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
41.7	5	مصادر شخصية
25.0	3	ما توفره الجريدة
33.3	4	شبكات التواصل الاجتماعي
00	00	البحث في الصحف الالكترونية
100	12	المجموع

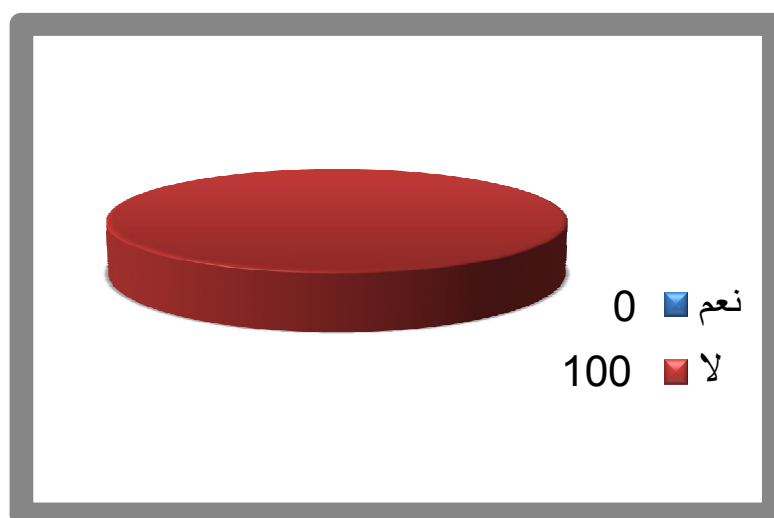


تمثل الدائرة النسبية المصادر التي يعتمدها الصحفيين الجزائريين في حالة تغطيتهم لحدث ما للحصول على المعلومات والتفاصيل بحيث: أن نسبة 41,7% مصادر شخصية كأعلى نسبة تمثل مصدر ما توفره المؤسسة الإعلامية ثم تأتي نسبة 33,3% ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي ثم تليها بنسبة 25,0% ما توفره الجريدة وكأقل نسبة 00% بالنسبة للبحث في الصحف الالكترونية "يلجأ الصحفيين إلى استقاء الأخبار من شبكة النت وخاصة التي تلجأ إليها وسائل الإعلام".

✓ جدول رقم (22) يوضح مكانة شبكات التواصل الاجتماعية على غرار مصادر الأخبار الأخرى كوكالات الأنباء حسب المبحوثين.

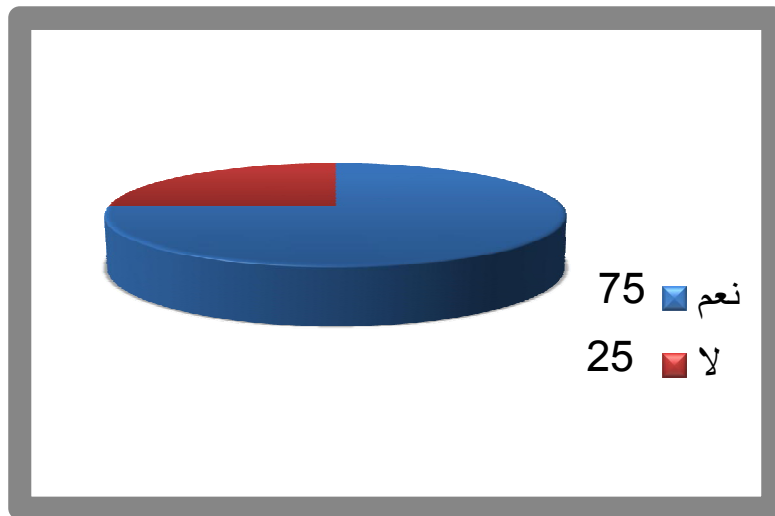
النسبة	التكرار	
00	00	نعم
100	12	لا
100	12	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مكانة الشبكات الاجتماعية على غرار مصادر الأخبار الأخرى كوكالات الأنباء حسب المبحوثين أن نسبة 00% تبين بالنسبة للصحفيين الذين لا يعتمدون على شبكات التواصل على حساب وكالات الأنباء التي كانت نسبتها 100% لاستقاء المعلومات والأخبار لصدقها وصحة مصدر المعلومات فيها.



✓ جدول رقم(23) يوضح تحقيق شبكات التواصل الاجتماعي لما يسمى بحرية الوصول الى مصدر الخبر حسب المبحوثين.

النسبة	التكرار	
75.0	9	نعم
25.0	3	لا
100	12	المجموع



تمثل الدائرة النسبية رأي الصحافيين الجزائريين في التدعيم الذي تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي لحرية الوصول إلى مصادر الخبر والمعلومات من خلال البيانات تبين أن 75% من المراسلين المبحوثين يرون إن شبكات التواصل تدعم حرية الوصول إلى مصدر الخبر فيما تمثل نسبة 25% منهم أنها لا تدعم حرية الوصول إلى مصدر الخبر من خلال بيانات الجدول نخلص على أن هناك نسبة كبيرة من الصحافيين الجزائريين يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي مدعمة لحرية الوصول إلى مصدر الخبر.

نتائج الدراسة:

- شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب"2,0"تتيح التواصل بين الأفراد في شبه مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام وشبكات انتماء.
- كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي ينجزونها.
- لقد اتضح مما سبق أن الممارسة الصحفية ومصادر جمع الأخبار عملية حساسة للغاية، إذ لا بد من توفر مناخ إعلامي يوفر للمرسل الصحفي وسطا مناسباً للقيام بعمله.
- لقد مر المناخ الإعلامي بالكثير من العوائق إلى أن وصل إلى ما هو عليه الآن خاصة أن المرسل الصحفي الجزائري عانى من المتاعب كثيرا.
- إن التطورات التكنولوجية التي برز تأثيرها بشكل واضح في استخدام الصحفي الجزائري لتطبيقات الإعلام الجديد من شبكات التواصل أعطى مضمونا جديدا لمصدر الخبر.
- إن نجاح الصحفي والمؤسسة الإعلامية مرهونة بما يسمى بأخلاقيات المهنة الصحفية، التي تعتبر بابا مهما في نجاح الصحفي والمؤسسة الإعلامية، قصد تعريف الصحفي ماله وما عليه.
- تحديد مصادر المعلومات والأخبار التي يعتمدها الصحفي الجزائري في الممارسة المهنية ويظهر ذلك من خلال التشريعات القانونية المنظمة لمهنة الصحفي، منها التي ترتبط بالمصادر الرسمية أو العلاقات الشخصية.
- المرسلون الصحفيون الجزائريون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، يظهر ذلك أن غالبيتهم يمتلكون حسابات خاصة بهم في أكثر من شبكة وبنسبة كبيرة حيث إن امتلاك حساب أو استخدام أو اشتراك المبحوثين من المرسلين الصحفيين بلغت 55% من الذين كانت إجاباتهم نعم، وهذا يدل على أن المرسل الصحفي الجزائري ليس بمنأى عن التطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال.
- غالبية المرسلين الصحفيين الذين يقبلون على شبكات التواصل يستخدمون الشبكات الاجتماعية من فايس بوك ثم يوتوب وتويتز، ويعود مصدر استخدام الفايس بوك لدى

المراسلين الى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع وأيضا إلى الشهرة التي يتمتع بها هذا الأخير نظرا لان الجمهور فيه أكثر تواجدا وتواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية ثم تليه اليوتوب والتويتير.

● لعل الدوافع الأساسية وراء استخدام المرسلين الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي هي:

➤ الجمع والاطلاع ع على الأخبار والمعلومات 33,3%.

➤ التفاعل مع جمهور إعلامي حقل الإعلام والاتصال المهتم بقضايا الإعلام 33,3% .

➤ الحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة 25%.

➤ الاطلاع على تعقيبات الآخرين عن الأحداث 8,3%

➤ عرض كتابات أدبية ولقاءات مع وسائل الإعلام الجديد.

● نسبة اعتماد المبحوثين من الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل بلغت نسبة الإجابة بدائما الحيز الأكبر بنسبة 75% ثم تلتها أحيانا ب 25% ثم تأتي نادرا بنسبة 00% ويرجع إلى ان الصحفيين بالرغم من أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي غير أن الثورة التي أحدثتها هذه الشبكات في نقل الأحداث الهامة سواء على الصعيد المحلي والعالمي.

● هناك طرق يحصل من خلالها الصحفي الجزائري على المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي وذلك عن طريق الأشخاص والمجموعات النشطة داخل الفاييس بوك، الذي يوفر خدمة المجموعات بحيث تكون على حساب اهتمامات المشتركين وعملهم أو القضايا التي تشغلهم وأيضا يستخدمون محركات البحث قوقل في العثور على المعلومات والأخبار أو مراقبة الويب للحصول على محتوى جديد وكذلك يستخدمون طرق أخرى كالبريد الإلكتروني.

● يتحقق المراسل الصحفي من المعلومات والأخبار التي يتحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الاتصال بالمراسلين المهنيين الآخرين للتأكد عبر البريد الإلكتروني ومقارنتها بما هو موجود في مواقع الصحف عبر الانترنت والأصدقاء وعن طريق مجموعات نشطة.

- هناك معايير مهنية على الصحفي الجزائري ان يحترمها عندما يستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي، لكنها ليست واضحة بعد للصحفيين الجزائريين في تنظيم المؤسسات الإعلامية العامل بها ولعل معيار الصدق والمصادقية كأول معيار مهني يعتمدها الصحفيون الجزائريون عليها في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي ثم الأمانة العلمية وهي في كل الأحوال متعلقة بأخلاقيات المهنة .
- يعتبر الصحفي الجزائري شبكات التواصل مصدرا غير موثوق لتداول الأخبار وذلك لان كل واحد يكتب ما يريد دون مراقبة، وكذلك صعوبة معرفة مصدر الخبر وصحته.
- لكن يزال هناك تحفظ حول اعتبارها مصدر موثوق، لكن غالبية الصحفيين الجزائريين لا يكتفون بالمصادر التقليدية للأخبار، بل يحاولون إثراء المواضيع التي يحرزونها عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.
- أن نسبة كبيرة من المبحوثين تواجههم مشاكل وصعوبات أثناء اعتماده هذه الشبكات كمصدر للمعلومة والخبر وهناك صعوبات والتمثلة في المشاكل المتمثلة في مصدر الناشر أو صعوبة عدم موثوقية المعلومات المنشورة، أو الجهل بمصدر ناشرها وهي مشكلة كبيرة بالنسبة للخبر الصحفي أو المراسل.
- شبكات التواصل الاجتماعي دعمت حرية الوصول إلى مصدر الخبر وهذا لان غالبية المراسلين الجزائريين يرون أنها يجب أن تكون واحدة من كل هذه الأساليب التي يستعملها الصحفي خاصة على مستوى الجزائر للحصول على مصدر الخبر.
- رأي غالبية المراسلين الصحفيين يشير إلى إن الحرية التي دعمتها شبكات التواصل الاجتماعي نعمة على الممارسة المهنية.

توصيات واقتراحات:

وفي الأخير نخرج بجملة من التوصيات منها:

- ضرورة أن تؤمن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يلجا إليها المراسل الصحفي لنشر الأخبار واستقاء المعلومات.
- ضرورة رجوع الصحفي لمؤسسته الإعلامية العامل بها عند اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار .
- محاولة تصفية الأخبار والمعلومات وتنقيحها بعناية قبل أن تنشر.
- يجب أن يلتزم الصحفي بقواعد أخلاقية، والابتعاد عن التعصب وأمور تضر بمهنة الصحافة كرسالة ومهنة.
- الدعوة لإنشاء مجموعات من المراسلين الصحفيين لمواقع موثوقة وهادفة لتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والأخبار يشرف عليها أناس مختصون وموثوقون.
- عدم التسرع لكل معلومة قبل معرفة مصدرها ونوعية محتواها .
- الإدراك الحقيقي لآثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية والصحفية.
- دور المنظمات الصحفية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة وتداول الأخبار .
- بمقدور المؤسسات الصحفية إنشاء مواقع صحفية خاصة بهم للتواصل الإخباري والمعلوماتي.
- كما يمكن من خلال التعاون مع الهيئات الإعلامية والصحفية، التعاون مع منظمات المجتمع المدني المهتمة بالمعلومات الرقمية، دعم مشروع لإنشاء شبكة تواصل اجتماعية عربية تتماشى مع تقاليد وأعراف الناس.

الخاتمة:

لقد استهللنا هذه الدراسة بتقديم تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها المختلفة والخدمات المباشرة التي يقدمها، مع شرح لطبيعة الشبكة الاجتماعية كوسيلة إلكترونية حديثة للتعرف والتواصل الاجتماعي، كما شرحنا دورها كمنبر وكموقع لتبادل المعرفة أو المعلومات ووجهات النظر في الشؤون الخاصة والعامة ومع الزيادة المطردة في شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، ظهرت استخدامات جديدة لتلك الشبكات، وفي مقدمة التوجهات المنبثقة في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة الويب الأنّي، حيث إن الأنّيّة تسمح للمستخدم المساهمة الفورية في المحتويات.

كل ذلك أعقب عرضاً لآليات الشبكات الاجتماعية، ولقد لاقت ظاهرة المجتمع الافتراضي تطوراً كبيراً حيث تدرجت من مجتمعات مغلقة تخضع لأشراف مؤسسيها إلى مجتمعات مفتوحة مكونة من أصدقاء وأصدقاء الأصدقاء مع ظهور وسائل الإعلام الحديثة التي تسمح المجال للتفاعل الفوري الاجتماعي والمساهمة الفعالة والخلاقة وتكوين أنواع مختلفة من المجتمعات الافتراضية حول ما تقدمه وسائل الإعلام.

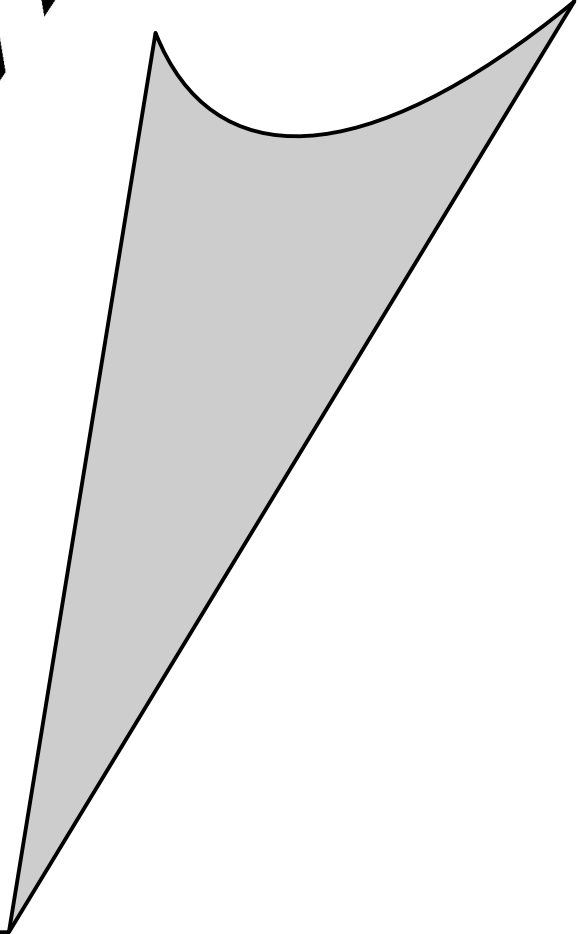
ومع ذلك لم يجعل المراسل الصحفي بمنأى عنها بل توغل في شعبها من أجل التفاعل مع المهنيين الآخرين وطرح الأفكار ونقلها، وبروز وسائل الإعلام الحديثة وخاصة الإنترنت وسع حلقة الاتصال بين الناس حول العالم وأتاح للناس فرص التعبير عن أنفسهم، غير أن ما يجعل هذه الشبكات تفقد نوعاً من مصداقيتها في نوعية الأخبار ومصادرها في بعض الأحيان هي الجهل بالمصدر وعدم موثوقية الأخبار التي فيها ما يجعل نوعاً من عدم التجاوب المهني كما ثبت في دراستنا.

كما أن مع ذلك هناك معايير مهنية على المراسل الصحفي أن يتجلى بها أثناء نشره واستعادة للأخبار من الصدق والمصداقية وعدم السب والقذف والشتم وغيرها.

ونحن في دراستنا هذه طرحنا إشكالية ما مدى تجاوب المراسل الصحفي الجزائري مع هذه الأخبار والمعلومات الموجودة عبر الشبكة الاجتماعية وكيفية تعامله معها من مدونات ومنتديات

ومواقع شخصية وغيرها من الأساليب التي تسمح لأي مواطن نشر المعلومات والأخبار وبالتالي
مزاحمة الصحفي في مهنته.

الفن في
القرن
العشرين



الخاتمة:

لقد استهللنا هذه الدراسة بتقديم تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها المختلفة والخدمات المباشرة التي يقدمها، مع شرح لطبيعة الشبكة الاجتماعية كوسيلة إلكترونية حديثة للتعرف والتواصل الاجتماعي، كما شرحنا دورها كمنبر وكموقع لتبادل المعرفة أو المعلومات ووجهات النظر في الشؤون الخاصة والعامة ومع الزيادة المطردة في شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، ظهرت استخدامات جديدة لتلك الشبكات، وفي مقدمة التوجهات المنبثقة في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة الويب الأنّي، حيث إن الأنّيّة تسمح للمستخدم المساهمة الفورية في المحتويات.

كل ذلك أعقب عرضاً لآليات الشبكات الاجتماعية، ولقد لاقت ظاهرة المجتمع الافتراضي تطوراً كبيراً حيث تدرجت من مجتمعات مغلقة تخضع لأشراف مؤسسيها إلى مجتمعات مفتوحة مكونة من أصدقاء وأصدقاء الأصدقاء مع ظهور وسائل الإعلام الحديثة التي تسمح المجال للتفاعل الفوري الاجتماعي والمساهمة الفعالة والخلاقة وتكوين أنواع مختلفة من المجتمعات الافتراضية حول ما تقدمه وسائل الإعلام.

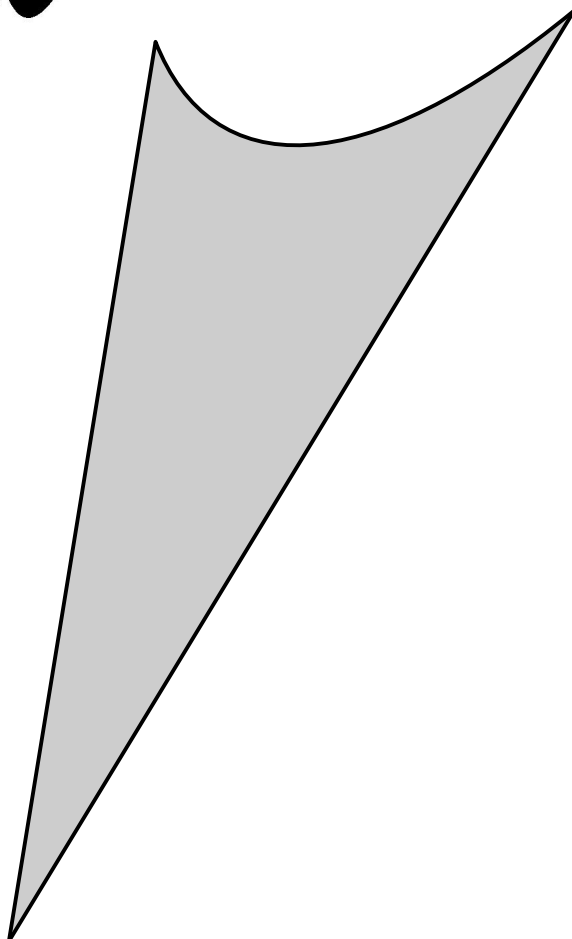
ومع ذلك لم يجعل المراسل الصحفي بمنأى عنها بل توغل في شعبها من أجل التفاعل مع المهنيين الآخرين وطرح الأفكار ونقلها، وبروز وسائل الإعلام الحديثة وخاصة الإنترنت وسع حلقة الاتصال بين الناس حول العالم وأتاح للناس فرص التعبير عن أنفسهم، غير أن ما يجعل هذه الشبكات تفقد نوعاً من مصداقيتها في نوعية الأخبار ومصادرها في بعض الأحيان هي الجهل بالمصدر وعدم موثوقية الأخبار التي فيها ما يجعل نوعاً من عدم التجاوب المهني كما ثبت في دراستنا.

كما أن مع ذلك هناك معايير مهنية على المراسل الصحفي أن يتجلى بها أثناء نشره واستعادة للأخبار من الصدق والمصداقية وعدم السب والقذف والشتم وغيرها.

ونحن في دراستنا هذه طرحنا إشكالية ما مدى تجاوب المراسل الصحفي الجزائري مع هذه الأخبار والمعلومات الموجودة عبر الشبكة الاجتماعية وكيفية تعامله معها من مدونات ومنتديات

ومواقع شخصية وغيرها من الأساليب التي تسمح لأي مواطن نشر المعلومات والأخبار وبالتالي
مزاحمة الصحفي في مهنته.

الموقف



استمارة استبيان تدرج في إطار تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال تحت
عنوان:

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية

دراسة وصفية لعينة من المرسلين الصحفيين للجرائد الوطنية.

هذه الاستمارة موجهة لعينة من المرسلين الصحفيين للجرائد الوطنية ممن يتعاملون مع شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لمعرفة مدى استخدامهم لها في استقاء المعلومات والأخبار، وذلك بوضع علامة (x) في مكان الاختيار المناسب مع العلم أن هذه المعلومات الواردة التي ستسترجع من هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ:

إعداد الطلبة:

● غزال عبد الرزاق

● وليد يوسف

● إبراهيم جلا وحي

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1/الجنس

ذكر •

أنثى •

2/المستوى العلمي المتحصل عليه:

ثانوي •

جامعي •

دراسات عليا •

3/الجريدة التي تعمل لها:

يومية وطنية •

يومية مستقلة •

أسبوعية •

أخرى •

4 / سلم الوظيفة:

صحفي محرر •

مراسل صحفي •

مندوب صحفي •

• إجابات أخرى إن كانت؟

حدد:

حدد:

حدد:

حدد:

5/ الخبرة المهنية:

- أقل من 05 سنوات عمل
- من 05 إلى 10 سنوات
- من 10 إلى 20 سنة
- 20 سنة فما فوق

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي

1/ هل تمتلك اشتراك أو حساب بريدي في أي شبكة من شبكات التواصل الاجتماعية؟

- نعم
- لا
- ما هي:

2/ حدد مدة اشتراكك في تلك الشبكات؟

- أقل من 02 سنة
- أكثر من 02 سنة
- ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي:

3/ هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- دائما
- أحيانا
- نادرا

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

- أقل من 01 ساعة
- من 01 إلى 02 ساعة
- من 02 إلى 04 ساعات
- أكثر من 04 ساعة

05/ ما هي نوع الشبكات الاجتماعية المشترك فيها؟

- شبكات إجتماعية (فيس بوك، ماي سبايس.....)
- شبكات محتوى تشاركي (youtube.....)
- شبكات إجتماعية مهنية

06/ ما هو المكان المفضل لديك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- المنزل
- مكان العمل
- مقاهي الانترنت
- أماكن أخرى

حدد:

المحور الثالث: أسباب استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي

01/ لأي هدف تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- الحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة
- للتراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين
- الجمع والإطلاع على الأخبار والمعلومات الجارية
- التفاعل مع جمهور إعلامي حقل الإعلام والاتصال المهتم بالقضايا الإعلامية
- للإطلاع على تعقيبات الآخرين عن الأحداث والقضايا الإعلامية والدولية

المحور الرابع: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع المعلومات

01/ هل سبق ونشرت معلومة وخبر مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

02/ إذا كانت نعم فهل تقوم بها؟

- دائما
- أحيانا
- نادرا

03/ كيف يمكنك العثور على المعلومات والأخبار التي تهتمك على شبكات التواصل الاجتماعي؟

- من بعض شبكات التواصل الاجتماعي المهنية
- من خلال البحث عبر محركات البحث
- عن طريق مجموعات الفيس بوك (عامة)
- عن طريق حساب وصفحات أخرى عبر الشبكات الاجتماعية

04/ إذا توفرت لديك أخبار حول موضوع معين هل تبحث عن المزيد في شبكات التواصل

الاجتماعي؟

- نعم
- لا

05/ هل تتحقق من المعلومة أو الخبر الذي حصلت عليه من شبكات التواصل الاجتماعي؟

• نعم

• لا

• إذا كان بنعم كيف:

➤ تقارنهما بما هو موجود في مواقع الصحف عبر الانترنت

➤ تبحث عنها عبر محركات البحث المتخصصة

➤ ترسل المهنيين الآخرين للتأكد عبر البريد الإلكتروني

06/ هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا رسميا للمعلومات والأخبار؟

• نعم

• لا

07/ هل هناك معايير مهنية تحترمها عندما تستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي؟

• نعم

• لا

• إذا كانت إجابتك نعم ما هي هذه المعايير؟

.....
.....

المحور الخامس: مواقع التواصل الاجتماعي والممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي

01/ هل تعترضك صعوبات في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي

• نعم

• لا

02/ إذا كانت نعم فما هي الصعوبات؟

- رفضها من رئيس التحرير
- الجهل بمصدر الناشر
- عدم موثوقية المعلومات المنشورة
- مصدر غير كافي للمعلومات والأخبار

03/ هل رفض لك سابقا نشر خبر أو معلومة مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

04/ في حالة تتبعك لحدث معين هل تحاول الحصول على المعلومات من:

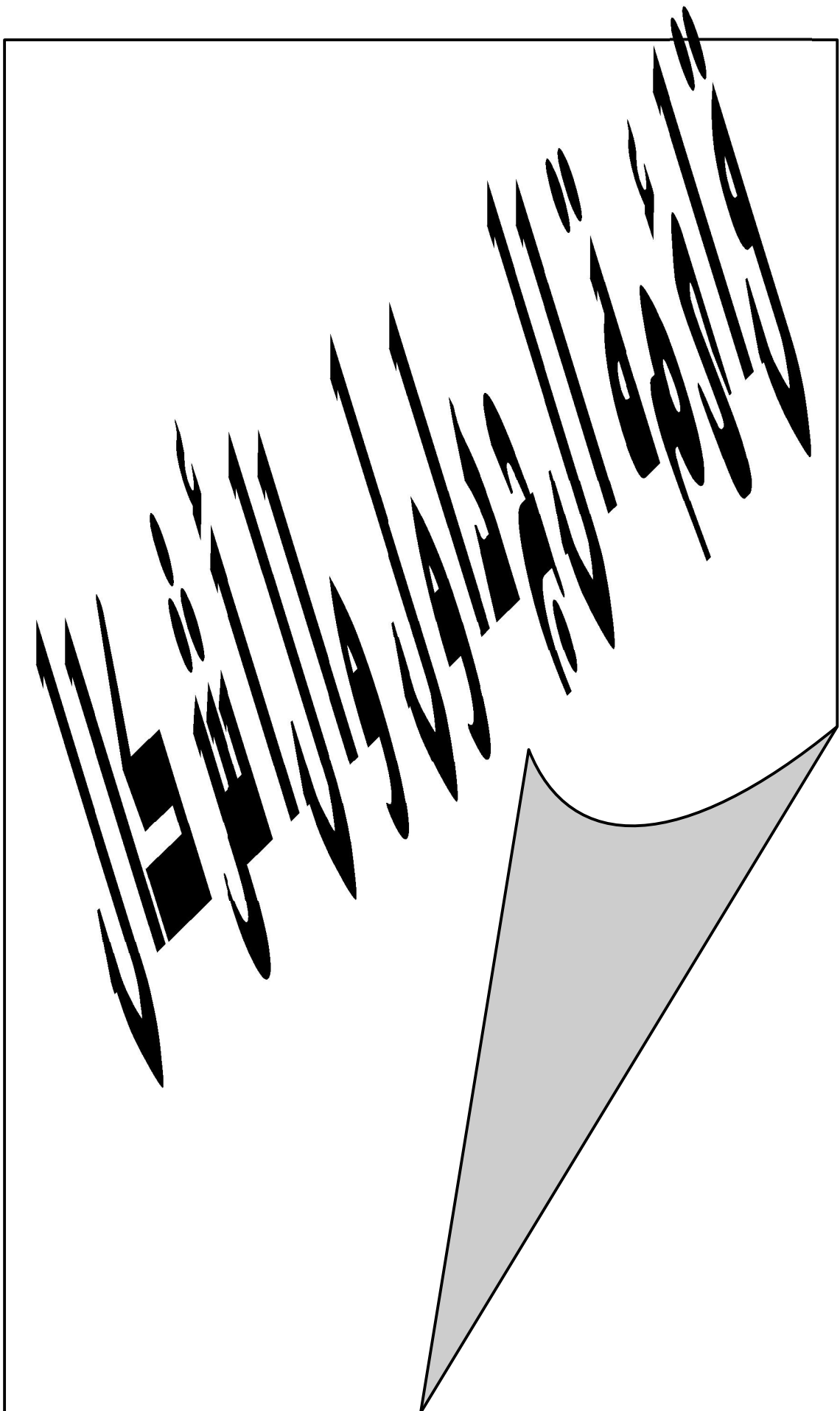
- مصادر شخصية
- ما توفره الجريدة
- شبكات التواصل الاجتماعي
- البحث في الصحف الإلكترونية

05/ هل يمكن أن تغني شبكات التواصل الاجتماعي عن مصادر الأخبار الأخرى كوكالات الأنباء؟

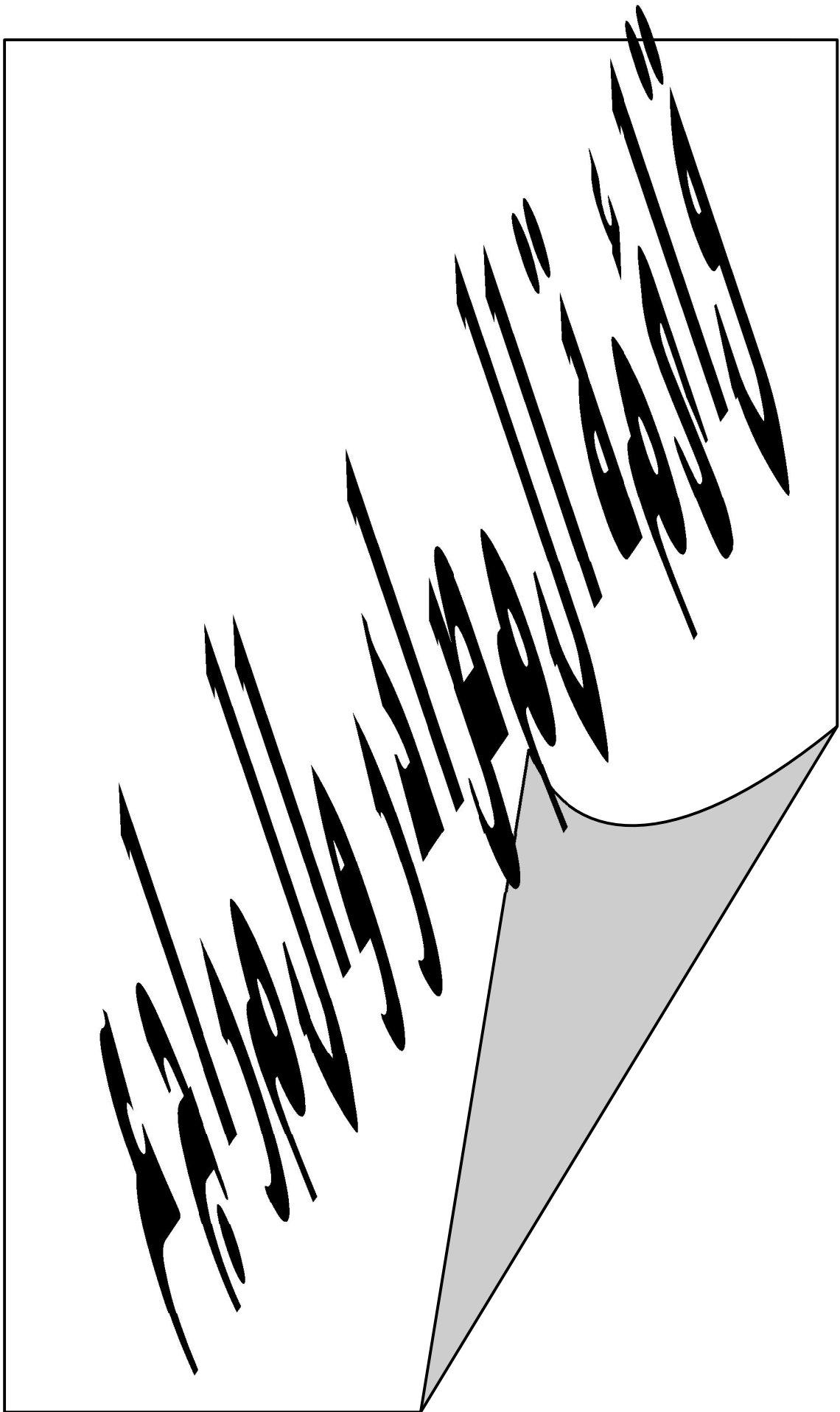
- نعم
- لا

06/ هل حققت شبكات التواصل الاجتماعي حرية الوصول إلى مصدر الخبر؟

- نعم
- لا



الصفحة	العنوان	الرقم
48	جدول يوضح توزيع العينة حسب الجنس	01
49	جدول يوضح توزيع العينة حسب المستوى العلمي	02
50	جدول يوضح توزيع العينة حسب الجريدة	03
51	جدول يوضح توزيع العينة حسب سلم الوظيفة	04
52	جدول يوضح توزيع العينة حسب الخبرة المهنية	05
54	دائرة نسبية توضح اشتراك المراسل الصحفي في شبكات التواصل	06
55	دائرة نسبية توضح مدة اشتراك المراسل الصحفي في شبكات التواصل	07
56	دائرة نسبية توضح استخدام المراسل الصحفي شبكات التواصل	08
57	دائرة نسبية توضح المدة التي يقضيها المراسل الصحفي في شبكات التواصل	09
58	جدول يوضح نوع الشبكات الاجتماعية التي يشترك فيها	10
59	جدول يوضح المكان المفضل لاستخدام شبكات التواصل	11
60	دائرة نسبية تمثل أهداف استخدام المراسل الصحفي للشبكات	12
62	دائرة نسبية تمثل توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع المعلومات	13
63	دائرة نسبية توضح كيفية العثور على المعلومات والأخبار	14
64	دائرة نسبية توضح إمكانية الاستزادة من الأخبار من مواقع التواصل	15
65	دائرة نسبية توضح مدى التحقق من الخبر من مواقع التواصل	16
67	دائرة نسبية توضح إمكانية اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدر رسمي وموثوق	17
68	دائرة نسبية توضح المعايير المهنية الممكنة	18
69	جدول يوضح الصعوبات التي تواجه المراسل اثناء اعتماده على الموقع	19
71	جدول يوضح رفض الجهات المسؤولة عن التحرير لخبر أو معلومة نشرها المراسل	20
72	دائرة نسبية توضح حالة وجود حدث معين من أين يمكن الحصول على المعلومات	21
73	جدول يوضح مكانة شبكات التواصل	22
74	دائرة نسبية توضح تحقيق شبكات التواصل لحرية الوصول للخبر	23



قائمة المصادر والمراجع:

1. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2004.
2. أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت 1986.
3. ارفنك إي هانك: أخبار التلفزيون والراديو، نيويورك 1920.
4. إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين التحرير والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 1998.
5. أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العالي: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة (دراسة شاملة للتوافد والاستخدام لموقع الفيس بوك)، مكتبة الدكتور شوقي سامي، جامعة حلوان 2009.
6. جواد عبد الستار: فن كتابة الأخبار، عمان 2002.
7. حسن عماد مكايي: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار المعرفة اللبنانية، مصر 1994.
8. ذبيان سامي: الصحافة اليومية والإعلام الحديث في النظرية والتطبيق، دار المسيرة، بيروت 1987.
9. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر 2007.
10. الطويل يوسف: إشكالية العلوم الاجتماعية، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت 1984.
11. صلاح شروخ: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة 2003.
12. صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية.
13. عبد الحميد عطية، هناء حافظي بدوي: الخدمة الاجتماعية ومجالات تطبيقها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 1998.
14. عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي، القاهرة 1960.

15. عبد الناصر الجندي: تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010.
16. الكاشف حسن: الخبر الصحفي، جامعة فلسطين 2003.
17. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر 2004.
18. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1979.
19. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، دار عالم الكتاب، مصر 2004.
20. محمد منير حجاب: المؤسسة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003.
21. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية، الجزائر 2006.

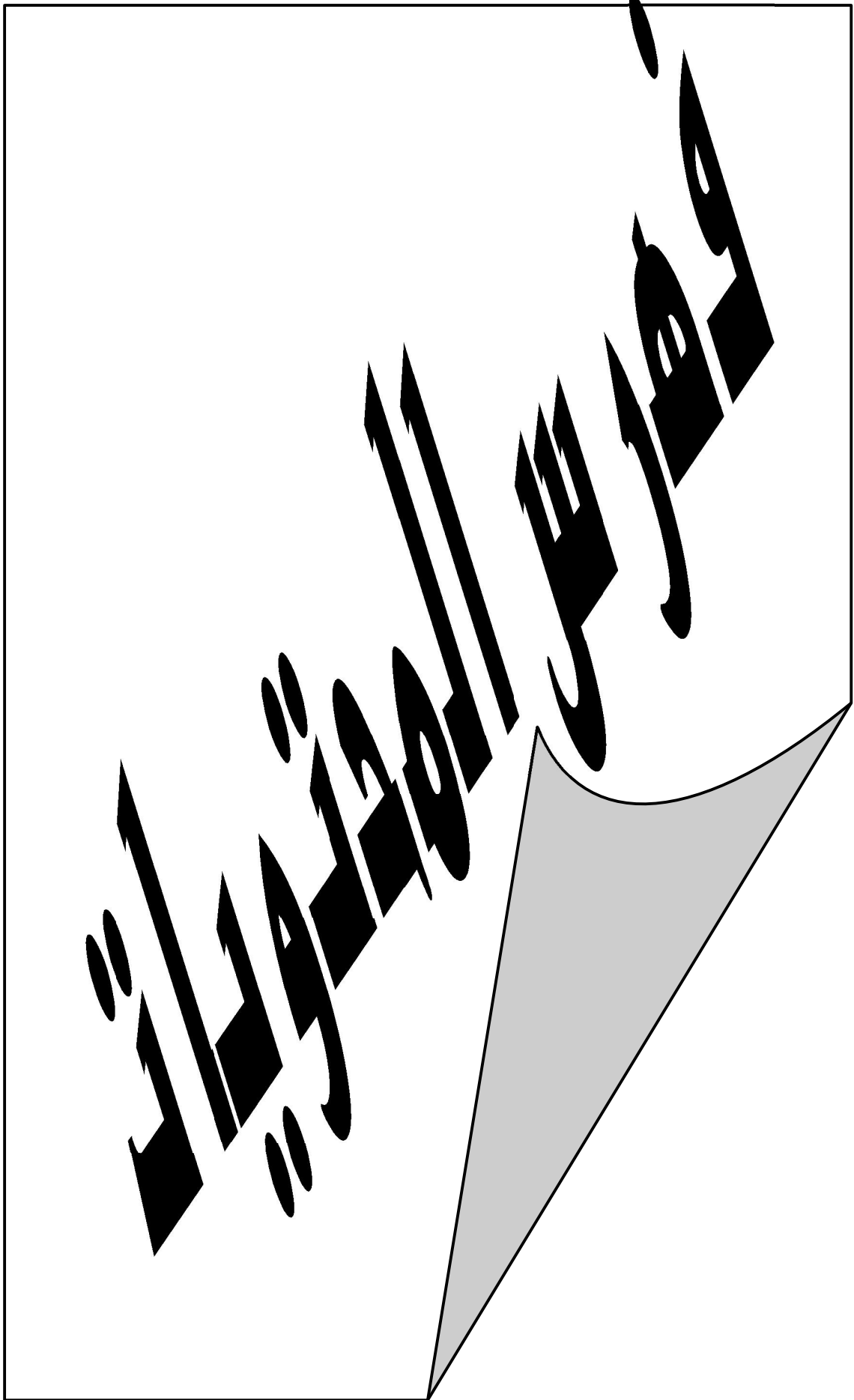
دراسات ومذكرات وأبحاث

1. اتجاهات الإعلام الغربي، دراسة في الإعلام الأنكلو أمريكي، دار الحرية، بغداد 1995.
2. أسامة مشعل، الخبر الصحفي، البوابة العربية، مقال صحفي الحلقة الرابعة.
3. أماني جمال مجاهد: الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، العدد الثامن، جامعة المنوفية، ماي 2011.
4. أمين منصور وافي، الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى، دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2005-2006.
5. البوابة العربية، مقال منشور، أخلاقيات العمل الصحفي للكاتب رضا داوود.
6. دليل الصحفي، شركة أبو محجوب للإنتاج الإبداعي، الأردن.

7. زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان 2003.
8. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، قسم الإعلام 13-15 ديسمبر 2011.
9. المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار التاسع والثلاثون، 2012.

مواقع إلكترونية:

1. <http://facility.ksu.edu.sa/70729/pages/new.aspx>
2. <http://elaegypt.com/dounlads/2009>
3. <http://ar.wikipedia.org/wiki>
4. <http://docs.google.com/doc>
5. <http://www.cybraims.info/journal/n14/semantic>



فهرس المحتويات

	شكر و عرفان
أ،ب	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
04	الإشكالية
04	التساؤلات
05	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
05	أسباب اختيار الموضوع
06	المدخل النظري للدراسة
08	منهج الدراسة
09	مجتمع البحث
09	عينة البحث
10	أدوات الدراسة
13	تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم
	الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
	تمهيد
17	I. الشبكات الاجتماعية
17	1. نشأتها
17	2. مفهومها
18	3. أنواع الشبكات الاجتماعية
20	II. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
20	1. الملفات الشخصية
20	2. الأصدقاء والعلاقات
20	3. ألبومات الصور
20	4. المجموعات
20	5. الصفحات
21	6. خاصية الفيديو
22	III. ثورة شبكات التواصل الاجتماعي
23	IV. نماذج لدور شبكات التواصل الاجتماعي
23	1. الولايات المتحدة الأمريكية
23	2. الدول العربية
25	V. تداعيات شبكات التواصل الاجتماعي
25	1. التأثيرات النفسية

- 25 2. تأثيرات المجتمعات الافتراضية
25 3. اختراقات شهيرة
27 4. الخلاصة

الفصل الثاني: الممارسة الصحفية ومصادر جمع الخبر الصحفي

تمهيد

- 30 I. الممارسة الصحفية ومفاهيمها
34 II. العوامل المؤثرة في الممارسة الصحفية
34 1. الرقابة
34 2. الاحتكار
34 3. المنافسة
35 4. الإعلان
35 5. الصحف الحزبية والجموعية
35 6. الرشوة
36 III. الخبر الصحفي ومصادر جمعه
36 1. الخبر
37 2. مصادر الخبر الصحفي
37 3. مفهوم مصدر الخبر الصحفي
39 4. أنواع المصادر الإخبارية
40 5. طبيعة العلاقة التي تربط الصحفيين بالمصادر الإخبارية
41 IV. مبادئ جمع الخبر
42 V. أخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة المكتوبة
43 1. أخلاقيات العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة
43 2. أخلاقيات المخبر الصحفي في الصحافة المكتوبة
44 3. أخلاقيات العمل الصحفي
45 الخلاصة

الدراسة الميدانية

تمهيد

- 48 I. البيانات الشخصية
54 II. التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام المراسل الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي.
60 III. التحليل الكمي والكيفي لأسباب استخدام المراسل الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي.
62 IV. التحليل الكمي والكيفي لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر جمع المعلومات
69 V. التحليل الكمي والكيفي لمواقع التواصل الاجتماعي والممارسة الصحفية لدى المراسل الصحفي.

75
78
80
83
91
93
97

نتائج الدراسة
توصيات واقتراحات
خاتمة
قائمة الملاحق
قائمة الجداول والأشكال
فهرس المصادر والمراجع
فهرس المحتويات