

شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر - الفيسبوك والتويتر أنموذجاً -

دراسة ميدانية على عينة من صحفي القنوات الجزائرية الخاصة

أ/ حنان علال، أ/ منير عيادي

جامعة قسنطينة 3 / جامعة الجزائر 3

مقدمة:

يعتمد الصحفيون في وسائل الإعلام التقليدية على جمع الأخبار من مصادر مختلفة كتقارير وكالات الأنباء، والصحف والقنوات الأجنبية و تقارير الشرطة، والمؤتمرات واللقاءات والأحاديث العامة والشخصية كما أنهم قد يجرون المقابلات ويقومون بالأبحاث وغيرها ومع تطور وسائل الإعلام بدءاً بالمطبوع إلى السمعي ثم السمعي البصري تطورت مصادر المعلومات هي الأخرى أين حاول كل منها القضاء على ما يلتصق بما سبقه من عيوب ، إلا أن الثورة الحقيقية في مجال مصادر المعلومات تجسدت في ذلك التزاوج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الاتصال وبزوغ ما يسمى بشبكة المعلومات الدولية الانترنت والتي شكل ظهورها حدثاً عالمياً، أثر في حياة المجتمعات العصرية وأصبح جزء لا يتجزأ من حياة تلك المجتمعات مما أسهم في تغيير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي، وأحدثت طوفانا معلوماتياً، إذ شهدت الشبكة العالمية تطوراً متلاحقاً في سنوات عدة، وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان، تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح، وزمن الوصول لا يتعدى ثوان عدة ولا يحتاج المرء سوى ضغطة مفتاح ليحصل على كم هائل من المعلومات حول أي موضوع يبحث عنه .

وقد ظهرت على هامش هذا التطور مجموعة من التطبيقات، لعل من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي التي يشترك عبرها الملايين من الناس كل حسب اهتماماته وميوله¹ ، حيث قدمت للصحفيين عموماً إمكانية الولوج إلى كم هائل من المعلومات بأقل جهد و اخفض تكلفة، كأحد أبرز مصادر المعلومات التي فرضت نفسها بقوة وسرعة انتشارها على الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، وفرت له الإنترنت المناخ المناسب من الأجهزة والبرامج اللازمة للتشغيل والبحث ومواقع في البيئة العنكبوتية بشكل يتناسب مع الاحتياجات المتطورة للمستفيدين منها؛ حيث تجاوزت هذه الشبكات وفي مقدمتها موقعي الفيسبوك والتويتر كل الحواجز الزمنية والمكانية والرقابية على المعلومات لتفرض نفسها بقوة منافساً لمصادر المعلومات التقليدية. ومن هنا جاءت دراستنا هذه لتبحث في واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك والتويتر بالذات- كمصادر للخبر في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر والسعي للكشف عن مدى مصداقية هذه المواقع الاجتماعية

¹ - حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 78.

بغية الوصول إلى نتائج دقيقة حول تداعيات اعتماد صحفي القنوات الجزائرية الخاصة على موقعي الفايسبوك والتويتر كمصدر لاستقاء الأخبار . وذلك من خلال استعراض المحاور التالية :

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً : أشهر شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك والتويتر)

ثالثاً : شروط ومبادئ الارتقاء بالممارسة المهنية الصحفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي:

رابعاً : لمحة تاريخية عن مراحل تطور مصادر المعلومات والأخبار

خامساً : مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر إلكترونية للخبر :

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي(الشبكات الاجتماعية):

تعتبر الشبكات أو الوسائط الصورة الأبرز لتقنيات الإعلام الجديد، وهو مصطلح واسع يقصد به تبادل المضامين عبر شبكة الانترنت من أجل الحوار وخلق التفاعل بين الناس.² ويعرف ايلسون Ellison وبويد Boyd الشبكات الاجتماعية على أنها تلك المواقع المؤسسة على خدمات الويب والتي تسمح للأفراد ببناء ملف تعريف profile عام أو شبه عام داخل نظام محدد، والولوج إلى قوائم المستخدمين الذين يشاركونهم الاهتمام أو الصلة، واستعراض وإدارة قوائم الصلات وملفات تعريف من أسسوها داخل النظام" كما يشير إلى شيوع لفظ التشبيك للدلالة على ممارسات الأفراد داخل الشبكات الاجتماعية، ولكنهم يريان أن مصطلح التواصل الاجتماعي هو الأدق، وذلك أن مصطلح التشبيك يشير إلى تشابك أية عناصر سواء كانت ذات صلة أم لا، كما يوضحان أن هدف الشبكات الاجتماعية ليس إنشاء علاقات مع غرباء بقدر إبراز شبكة العلاقات الاجتماعية للفرد في إطار عام والسعي لتعزيزها بناء على اتساع معاييرها مع معايير الآخرين.

ومن تعريفات الشبكات الاجتماعية كذلك:

هي تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بالأفراد الآخرين، وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعض البعض لأسباب شخصية أو مهنية.³

ثانياً : أشهر مواقع التواصل الاجتماعي :

² محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العامة، مدى-فلسطين، 2011، ص20.

³ حمزة السيد حمزة خليل: استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والاشباعات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، سنة 2012، ص139.

يعتبر الفاييسبوك وتويتر من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي انتشارا وتداولاً بين الأفراد :

• الفاييسبوك (facebook) :

يعد موقع الفاييسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفاييسبوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة والفاشلة.⁴

وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وتديره شركة "فيس بوك" شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليه.

وقد قام مارك زوكربيرغ بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز و كريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد. كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر، يضم الموقع حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم.⁵

• تويتر Twitter

هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و TwitBird و Twitterrific و Twirl و twitterfox، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم. ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة

⁴ سلطان مسفر الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث،

المدية المنورة-المملكة العربية السعودية، 1432هـ، ص12.

⁵ ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط:

الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر 2009 فإن جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك جوجل لمداخلات المستخدمين الجديدة في تويتر⁶.

ثالثاً : شروط ومبادئ الارتقاء بالممارسة المهنية الصحفية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

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

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

وعلى الصحفي المحترف ألا يتلاعب بالمعطيات التي يقدمها من خلال هويته الرقمية، لأن ذلك سيؤثر على سمعته وشعبيته لدى أصدقائه ومعجبيه عبر شبكات التواصل، وأكثر من هذا، فعلى الصحفي أن يلتزم بقواعد الكتابة الصحفية أو العمل الصحفي تماماً كما هو متعامل به على الورق، مع العمل على تبيين موقعه لضمان أكبر عدد من المتصفحين والأصدقاء وضمان تمرير أفكاره وتعليقاته التي يجب أن تكون دقيقة، على اعتبار أن أي تصريح أو تعليق صحفي عبر الواب يعد بمثابة التصريح الرسمي لدى المتصفحين وعليه، فإن على الصحفي أن يبتعد قدر الإمكان عن المغالطات والمصادر غير الدقيقة.

⁶ نفس المرجع السابق.

وركز السيد إيريك على نقطة أساسية بالنسبة للصحفي ولموقعه تحديداً، وهي الصورة التي يعتمدها والتي يجب أن تكون واضحة وتعكس شخصيته وهويته.⁷

ترتكز عملية جمع الأخبار والمعلومات في المجال الإعلامي على مجموعة من المبادئ يلتزم بها الصحفي وذلك لإضفاء نوع من المصداقية في مادته الإعلامية التي ينشرها ومن هذه المبادئ⁸:
❖ وجوب تمتع الإعلاميين بالنزاهة والصدق والشجاعة في عملية البحث عن المعلومات ونشرها والتعليق عليها.

- ❖ اختبار دقة المعلومات من كل المصادر وتحري الدقة والحذر .
- ❖ الاجتهاد في البحث عن مواضيع الإخبار التي تتيح لهم الفرصة للرد على مزاعم الفساد.
- ❖ التعريف بالمصادر إن أمكن ذلك لتمكين الجمهور من معرفة مدي مصداقية المصدر.
- ❖ الاستقلال عن أي أنشطة أو جمعيات لتحاشي التشكيك في النزاهة والمصداقية والموضوعية.
- ❖ تبني المسؤولية في ما يتم نشره سواء مع الجمهور المستهدف أو الجهات المالكة لوسيلة الإعلامية.

كما وأصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار (*The American Society of News Editors*)

دليلاً اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين الميديا الاجتماعية. ويتضمن هذا الدليل عشر قواعد كبرى⁹ :

- المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة. كما لا ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصياً أو مهنياً أو ما يسيء إلى مؤسسته. وعلى هذا النحو لا يوجد مبرر ألا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.
- يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه لأن كل ما يكتبه يصبح عمومياً، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصةً وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.
- يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية إذ يمكن للصحفي أن يطلع عن الأحداث ويجمع المعلومات، لكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود كأن يحجم الصحفي عن الاتصال العدائي.

⁷ - إيريك ناهون نائب مدير المعهد التطبيقي للصحافة بباريس، محاضرة بعنوان العمل الصحفي عبر مواقع الواب بالمدرسة العليا للصحافة بين عكنون 2013

⁸ وليد يوسف: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسات الصحفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة مسيلة، سبتمبر 2013، ص 41.

⁹ مدونة الصادق الحمامي: الصحافيون وأخلاقهم في زمن الميديا الاجتماعية، متاح على الرابط:

- لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفايسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة ، ومن المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار. كما أن انضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات عبر like لمتابعة الأخبار قد يؤدي في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحفي، ويوصى هنا بعدم الالتحاق بالمجموعات ذات الاتجاه الإيديولوجي الأحادي. كما على الصحفي التحكّم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه نصيرا لمجموعة معينة.
- يتأكد الصحفي من أصالة وصحة ما يقرأه على مواقع الشبكات الاجتماعية. ذلك أن كل ما ينشر ليس دائما صحيحا. فدور مؤسسات الميديا والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها. وعلى الصحفي أن يكون حارس بوابة جيد a good gatekeeper يتأكد من أصالة المعلومات عبر تطبيق المبدأ التقليدي الذي يقوم على استخدام المصادر المزدوجة.
- يقدم الصحفي نفسه دائما على أنه صحفي. إذ لا يمكن له أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الإنترنت. وإذا طلب الصحفي معلومات بغاية نشرها فيجب عليه أن يفصح عن هويته المهنية.
- الميديا الاجتماعية أدوات وليست لعبة. فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة
- يجب على الصحفي أن يكون شفافا ويعترف بأخطائه بسرعة فالمبادئ ذاتها التي تستخدم في الممارسات التقليدية تبقى صالحة .
- يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة فعليه الامتناع عن إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة.
- رابعا : لمحة تاريخية عن مراحل تطور مصادر المعلومات والأخبار

تعددت مصادر المعلومات و الاتصال التي عرفها البشر عبر التاريخ تجلت في الشائعات و الحفر على الأشجار و الأعمدة المنصوبة في المعابد أو الميادين العامة. وكان التجار الذين ينتقلون من مكان إلى مكان يحملون معهم الأخبار، كما كان المنادون يتجولون في عرض البلاد و طولها لنشر الأخبار وإعلان أوامر الحاكم.

وبعد اختراع (غوتنبرغ) للطباعة بحروف متحركة في القرن الخامس عشر الميلادي تعزز دور الورق حيث أصبح الوسيط غير المنافس للكتابة و التدوين و تصميم الباحثين. و نشر الكتب و تيسير التعليم داخل المدرسة و خارجها ، كما أدى ذلك إلى تخفيض سلطان محتكري المعرفة من رجال الكنيسة و الإقطاعيين و زيادة الإقبال على المعرفة من قبل عامة الناس . و قد رافق ذلك ازدهار صناعة الطباعة و

تطورها و ظهور دور النشر في العالم حيث انتشر الكتاب بشكله الحديث و أصبح في متناول الكثير من طلاب المعرفة والباحثين .¹⁰

وفي عصرنا الحاضر وفي ظل التقدم العلمي و التكنولوجي و تطبيقاتها على مجالات الاتصال و المعلومات ظهرت وسائط جديدة في حفظ المعرفة و استرجاعها مثل المصغرات الفيلمية و الاسطوانات و الأفلام والإلكترونيات.

وعلى الرغم من استخدام الإنسان للعديد من المواد المختلفة الشكل و الطبيعة و التركيب ، ظل الكتاب من أبرز وسائل الاتصال والأعلام والتوثيق .

ويلخص الدكتور سعد الهجرسي في كتابه (الإطار العام للمعلومات- أو نظرية الذاكرة الخارجية) المراحل التي مرت بها عملية تطور أوعية المعلومات في ثلاثة مراحل هي¹¹ :

2-1 المرحلة قبل التقليدية :

و التي تمثلت في الحجارة و الطين والعظام و الجلود و البردي ، وما أليها من المواد الطبيعية والحيوانية ، التي استخدمت كما هي دون تغيير كبير في تكوينها.

2-2 المرحلة التقليدية و شبه التقليدية :

والتي تمثلت في الورق الصيني تطوراته الصناعية، قبل الصناعة و بعدها وحتى الآن، و التي تمثلت في المخطوطات والكتب و الدوريات المطبوعة و براءات الاختراع و المعايير و المواصفات و ما أليها.

2-3 المرحلة غير التقليدية :

و التي تمثلت في المصغرات الضوئية على اختلافها، وفي المسجلات الصوتية بالأشرطة أو بالأقراص أو بغيرهما، وفي المخترعات الإلكترونية على شتى الوسائط.

ورد في الإنتاج الفكري أكثر من أساس لتقسيم مصادر الخبر إلى أنواع وأشكال مختلفة، وان اختلفت وتعددت هذه التقسيمات فإنها في النهاية تتجه إلى هدف واحد وهو التعريف بهذه المصادر ومن هذه التقسيمات نجد ما يلي:

- المصادر الذاتية للصحفي : المندوب الصحفي ،المراسل الخارجي .
 - المصادر الخارجية للصحيفة :وكالات الأنباء ، الاذاعات المحلية والاجنبية ،الصحف المحلية والاجنبية .
 - المصادر الإلكترونية : الانترنت ،مواقع التواصل الاجتماعي ، المدونات الإلكترونية...
- خامسا : مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر الكترونية للخبر :

¹⁰ -جاسم محمد جرجيس وبيديع القاسم، مصادر المعلومات في علوم الإعلام والاتصال، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، الإسكندرية-مصر، 1998، ص11.

¹¹ سعد محمد الهجرسي: الإطار العام للمكتبات والمعلومات، مطبعة جامعة القاهرة، 1980، ص19/18.

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك - تويتر" وغيرها من المواقع ثورة جديدة من نوع آخر في نقل المعلومات.. حيث أصبحت تلك المواقع وسائل إعلام يعتمد الكثير عليها في استقاء الأخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أسرع وقت وذلك لتميزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور، الذي أصبح البعض يشعر بالملل لقراءة الصحف.. كما ساهمت المواقع في طرح ومناقشة العديد من القضايا والوصول إلى حلول لها فهناك من يرى أنها تعتبر مصدرا مهما للحصول على المعلومة، وهناك من يرى أنها ليست مصدر ثقة وأن ما ينشر فيها لا يفي بالغرض وتعتبر مؤشرات للبحث عن بقية المعلومة الكافية.¹²

وحول هذا الموضوع قمنا باختيار 2 من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وبيننا كيفية اعتماد الصحفيين عليها كمصادر للخبر الصحفي :

• الفايسبوك والصحفيين

هو موقع لشبكة اجتماعية في الانترنت تتيح للمستخدمين إنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية وشبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة مع مستخدمين آخرين والكتابة على جدران أصدقائهم وإنشاء مجموعات والانتساب إليها ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين ومحبين لأي شيء يمكن تصوره، ضمن قائمة طويلة لإمكانات أخرى . ومن بين المزايا الأخرى لشبكة الفايسبوك أدوات الصور والملاحظات التي تمكن المستخدمين من إنشاء محفظات مشتركة لصورهم والاحتفاظ بمدونة شخصية مفتوحة على المستخدمين الآخرين .

في المقدم استخدام الملامح الشخصية المعروضة على الفايسبوك كمرتكزات للقفز إلى مواد صحفية، فعندما يكون لشخصية بارزة ما ملامح عامة فإنه يمكن متابعة ملاحظاته وتعليقاته وصوره وما يضيفه من بيانات حديثة حول وضعه، وإذا كان المستخدم صريحا حول قضايا شخصية في موقعه الخاص فيمكن عندها التقاط معلومات حيوية. كما أن في إمكان الصحفي الذي يتابع مواقع فردية بعينها أن يختار كذلك إرسال رسالة شخصية لصاحبها كاتصال أولي إذا كانت المعلومات المعروضة حديثا لا تخدمه بالشئ الكثير¹³ ..

كما تتيح شبكة الفايسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملائهم حول العالم، أنشأ بات و بيل ميتشل مجموعة على شبكة الفايسبوك باسم " الصحفيون وال فيسبوك " عندما أدركوا أنهم صادفوا صحفيين كثر من أماكن

¹² أسامة الغيثي: مواقع التواصل الاجتماعي تضيق الحناق على وسائل الإعلام، مدونة الراية نت، متاح على الرابط:

http://alayah-net.blogspot.com/2013/07/blog-post_8144.html

¹³ نفس المرجع السابق، ص 113

ناثية ومختلفة. بخلاف أدوات الاتصال بشبكة الحاسبات التي تعمل في زمن حقيقي لا تعمل شبكة الفايبروك الاجتماعية في مجال الأخبار الجديدة غير أنها تتفجع مع ذلك كواسطة للوصول إلى مصادر المعلومات حول أشخاص ضالعين في أحداث جديرة بأن تكون مادة إخبارية. كما هو الحال في مجزة معهد البولتكنيك الجامعي في ولاية فرجينيا الأمريكية التي وقعت صباح 16 أبريل 2007.

ويأمل الفيس بوك بجذب الصحفيين إلى FB Newswire ، وقد قامت الشركة بالعديد من التغييرات في الأشهر الأخيرة للترحيب بنوع جديد من المستخدمين عبر تحويل الفيس بوك إلى منصة الأخبار. خصص فيس بوك الخوارزميات الخاصة به لبحث عن الأخبار ذات " الجودة العالية " من المؤسسات الإخبارية ، وأطلق تطبيقاً إخبارياً مستقلاً في كانون الثاني (يناير) باسم "papier"¹⁴

• التويتير والصحفيين

وهو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات محدثة تعرف باسم " تويتس " بطول 140 حرف كحد أقصى. وقد ارتفع نجاح وشعبية هذه الأداة الشبكية الإلكترونية كالصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر استخداماً بعد فيس بوك وماي سبيس .

وعموماً يمكن القول أنها خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو ماذا تفعل الآن؟¹⁵

كما ان تويتير وبوصفه أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية ينطوي التويتير على طاقات كبيرة مع أن التوصل إلى معرفة الطريقة المثلى لاستخدام التدوين المصغر للأغراض الصحفية قد يغدو عملية معقدة بعض الشيء، فعند التركيز على طاقاته الكامنة يبدو التويتير أداة مثلى لأولئك الذين يشهدون حدثاً إخبارياً جديراً بالنقل (في 140 حرف أو أقل) وإرسال صورة له. وقد برهن التويتير على أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار والمعلومات ساعة وقوعها في مطلع عام 2009. عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسله حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 جانفي. ويوفر التويتير للعاملين في مجال صحافة والإعلام المواطنين الناشئة حول العالم جمهوراً في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر ويمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الإعلام الكبرى والعالمية.

¹⁴- موقع هيرلينك: <http://hyperstage.net/facebook-wants-to-be-your-source-of-news>، متاح على الرابط:

[/http://hyperstage.net/facebook-wants-to-be-your-source-of-news](http://hyperstage.net/facebook-wants-to-be-your-source-of-news)

¹⁵ سميشي ووداد: الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة منتوري-قسنطينة، 2010/2009، ص 112.

ولم تتأخر منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تيمز أو شبكة السي أن أن CNN في استعمال التويتز واستخدامه لمتابعة الاتجاهات وتطور الأخبار وإرسال التحديثات الإخبارية الآنية والعناوين.

القسم الثاني من البحث: الدراسة الميدانية الإشكالية:

منذ منتصف القرن الماضي (20) وبداية الألفية الثالثة تزايدت أعداد ما اصطلح عليه بوسائل الإعلام الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي وتنامي حجم جماهيرها بدرجة ملفتة للانتباه خاصة الفيسبوك والتويتز ، وقد تميزت هذه المواقع بتزايد مستوى التطوير التقني و المضموني والتقديمي لها إلى حد جعلها تضطلع بعدد كبير في الأوساط الاجتماعية والسياسية ، التجارية ، الإعلامية، هذا الأمر بالإضافة إلى تزايد الاستخدام اليومي والمنتظم للحصول على المعلومات والأخبار من قبل الصحفيين على مستوى كل المؤسسات الإعلامية بما فيها القنوات التلفزيونية الخاصة، التي حظيت بإقبال كبير من طرف الجمهور الجزائري ، أثار تساؤلات عدة عن مصادر المعلومات في هذه الفضائيات وكذلك عن ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك والتويتز من ضمن تلك المصادر و حقيقة منافستها لمصادر الأخبار التقليدية ومدى المصادقية التي تحظى بها تلك المواقع .

ومن هنا جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الإشكالي التالي:

إلى أي مدى يستخدم الصحفيين في القنوات الجزائرية الخاصة موقعي الفيسبوك والتويتز كمصادر للأخبار؟
تساؤلات الدراسة :

انطلاقا من الإشكالية المطروحة أعلاه ،سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف يتمثل صحفي القنوات الجزائرية الخاصة مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار؟
- ماهي أهداف هؤلاء الصحفيين من خلال استخدامهم لموقعي الفيسبوك والتويتز ؟
- ماهي درجة المصادقية التي تحظى بها هذه المواقع لدى الصحفيين الجزائريين مقارنة بمصادر الأخبار التقليدية؟
- ما مدى التزام الصحفيين في القنوات الجزائرية الخاصة بأخلاقيات المهنة من خلال اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والتويتز) كمصادر للأخبار؟

1- أهمية وأهداف الدراسة:

إن هذا الموضوع يعنى بدراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي-الفيسبوك والتويتز بالتحديد- كمصادر للخبر والإشباع المحققة منها لدى الصحفيين الجزائريين في القنوات التلفزيونية الخاصة .

كما وتكمن أهمية هذه الدراسة في:

- استشراف مستقبل الصحافة والإعلام في الجزائر وإلقاء الضوء على هذه التجربة وذلك بمعرفة مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين في القنوات الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه هذه المواقع من امتيازات وتسهيلات للعاملين في الميدان الصحفي.
- تكمن أهميته في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي لم يسبق لأي باحث دراستها والخوض في حيثياتها حيث انه بحسب علمنا على الأقل لم نجد أي دراسة قامت بالبحث عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار لدى الصحفيين الجزائريين في القنوات التلفزيونية الخاصة .
- أفرزت الثورة التكنولوجية اتساع استخدام الانترنت كوسيلة إعلامية جديدة ومنه استخدام هذه المواقع الاجتماعية التي تتطوي ضمن ما يسمى بالإعلام الجديد وما لهذا الأخير من مزايا يجعل منه مرآة عاكسة للمجتمع ومواقع التواصل الاجتماعي جزء لا غنى عنه من هذا المفهوم الشامل يجعل منها طبقا دسما للصحفيين في الحصول على المعلومات والإخبار.

أما **الأهداف** التي ترمي الدراسة إلى تحقيقها فيمكننا ذكر الآتي:

- التعرف على مدى اعتماد الصحفيين في القنوات الجزائرية الخاصة على هذه المواقع الاجتماعية في الحصول على الأخبار
- التعرف على أهم المصادر التي يلجأ إليها هؤلاء الصحفيين لاستقاء المعلومات الضرورية لصياغة قوالبهم الإعلامية وإخبارهم اليومية.
- معرفة التغيرات التي طرأت على العمل الإعلامي إثر استخدام هذه المواقع الاجتماعية خاصة فيما يتعلق بطريقة وسرعة جمع المادة الإعلامية.
- معرفة مدى مصداقية هذه المواقع كمصدر للمعلومة ودرجة ثقة الصحفيين بها .
- معرفة العوامل المتحكمة في لجوء واستخدام الصحفيين الجزائريين لهذه المصادر الإعلامية ومحاولة الكشف عن الإشباع التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة هل يعتمد الصحفيون على هذه المواقع الاجتماعية كمصدر رئيسي للمعلومة أم كمصدر بديل يلجأ إليه في حالة غياب المصادر التقليدية الأخرى.

منهج الدراسة وأداتها :

استخدم الباحثان **منهج المسح الوصفي** الذي يعتبر أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم و إدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو ملائم لطبيعة مشكلة الدراسة فضلا عن انه من أكثر المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية .

"ويعتبر أيضا الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها عما يوفر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية¹⁶ .

وقد تم اختيار أداة الاستبيان للحصول على المعلومات المتعلقة بالدراسة ،بالإضافة إلى أن منهج المسح الوصفي كأسلوب بحث تعتبر فيه هذه الأداة من أحسن الأدوات جمع المعلومات وأكثرها ملائمة له . ويعرف الاستبيان على أنه " مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين ، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها". و كذلك هو عبارة عن " نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع ما يتم إرساله إلى المبحوثين بطريقة أو بأخرى ليجيبوا على هذه الأسئلة ثم إعادته ثانية إلى الهيئة المشرفة على البحث¹⁷"

وفي هذه الدراسة تم صياغة أسئلة الاستمارة الالكترونية صياغة علمية وتم توزيعها على 5 محاور:

- المحور الأول: ويضم البيانات الشخصية لأفراد العينة
 - المحور الثاني: تمثل صحفي القنوات الجزائرية الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي
 - المحور الثالث: أهداف الصحفيين من استخدام مواقع التواصل كمصادر للخبر
 - المحور الرابع: مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي
 - المحور الخامس: مدى التزام الصحفيين بالممارسة المهنية في أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث في دراستنا هو فئة الصحفيين في القنوات الجزائرية الخاصة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر و نظرا لاستحالة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة.

فقد قمنا باختيار أسلوب العينة العمدية أو القصدية المتاحة في الانترنت -موقع الفيسبوك - خلال شهري ديسمبر 2015 وجانفي 2016.

وقد قمنا باختيار العينة القصدية ذلك أن مجتمع الدراسة يتميز بالتباين والتغير ولكي نكون واضحي الوجهة بطريقة اضمن وبأسرع وقت.وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 60 مفردة موزعة على صحفي كل القنوات الجزائرية الخاصة ،تم إرسال نموذج الاستبيان الالكتروني عبر صفحاتهم في موقع التواصل الاجتماعي

¹⁶ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب، مصر، ط1، 2004، ص 150.

¹⁷ رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، جامعة بوزياف ، المسيلة ، الجزائر، ط1، 2002 ، ص123.

"الفيديو" ومن خلال بريدكم الإلكتروني كذلك ، إلا أننا استرجعنا 53 استمارة من أصل 60 وهو العدد الإجمالي لحجم العينة أي 52 مفردة.

ضبط مفاهيم الدراسة :

ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة والأساسية التي يحتاجها الباحث في دراسته حيث يتوجب على الباحث تحديد مفاهيمه بدقة من أجل إزالة أي لبس قد يعلق بذهن المستمع أو المطلع، لأن المفهوم الواحد يحتمل أكثر من معنى، وبما أنه يحمل أكثر من معنى فإن الغموض يحفه من كل جانب مما يجعل ضرورة تحديده هامة¹⁸. وتتمثل مفاهيم هذه الدراسة في الآتي :

• الاستخدام:

يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوما واضحا وبسيط المعنى لا يحتاج إلى ضبطه لوضوحه إلى أنه مفهوم متنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل في تركيبة تكنولوجية الإعلام والاتصال الحديثة، الغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر¹⁹.

- **تعريف الإجرائي**: ونقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصفح التي يقوم بها الصحفيون لمواقع التواصل سعيا للحصول على المعلومات والأخبار.

• مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعها مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية²⁰.

- **التعريف الإجرائي**: هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها متى ما شاءوا وأينما كانوا واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية على نظم الحكم المستبدة كما وتعتبر كذلك في دراستنا

¹⁸ عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، طبعة 1991، ص 05.

¹⁹ مريم نارمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر-باتنة-تخصص الإعلام وتكنولوجية الاتصال الحديثة، ص 06.

²⁰ حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، عدم ذكر السنة و البلد، ص 10.

مصدرا من مصادر المعلومات يستخدمه الصحفيون لاستقاء الخبر منها وتتمثل مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة في الفيسبوك والتويتر.

• مصادر المعلومات :

مصادر المعلومات هي كل الوسائل والقنوات التي يمكن نقل المعلومات من خلالها إلى المستقبل، كما أنها كافة المعلومات المطبوعة كالكتب والدوريات وتقارير البحوث ووثائق المؤتمرات، إضافة إلى مواد المعلومات غير المطبوعة كالمواد السمعية أو المواد البصرية أو المواد السمعية البصرية وغيرها كما تعكس الحاجات أو المشاكل التي يجب حلها والسيطرة عليها²¹.

- **التعريف الإجرائي :** مصادر المعلومات هي كافة المنابع التي يستقي الصحفي يوميا معلوماته سعيًا منه للسبق الصحفي، ومصادر المعلومات التي خصتها دراستنا هي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر .

نتائج الدراسة ومناقشتها :

أولا: النتائج العامة للدراسة المسحية

1- خصائص عينة الدراسة:

جدول (1): خصائص عينة الدراسة

²¹ سميشي و داد: مرجع سبق ذكره، ص 15.

إجمالي العينة		الفئات	المتغيرات	
%	التكرار			
53.84	28	ذكور	النوع	
46.15	24	إناث		
00	00	ثانوي	المستوى التعليمي	
67.30	38	جامعي		
32.69	17	دراسات عليا		
19.23	10	من 22-29 سنة	السن	
36.53	19	من 30 - 37 سنة.		
32.69	17	من 38 - 45 سنة .		
11.53	06	أكثر من 46 سنة		
50	26	إعلام و اتصال	التخصص العلمي	
15.38	8	سياسة واقتصاد		
3.84	2	لغة وأدب عربي		
3.84	2	تاريخ		
3.84	2	حقوق		
1.92	1	علم النفس		
1.92	1	علوم التسيير		
19.23	10	لم يجب		
100	52	/		المجموع

الجدول السابق لخصائص العينة يوضح أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث وهي مقدرة بنسبة 53.84% للذكور مقابل 46.15% للإناث وفقا لمعيار النوع، وفيما يختص بمتغير المستوى التعليمي فالمستوى الجامعي هو الغالب على مجمل أفراد العينة بنسبة 67,30%، واحتلت الفئة العمرية من (30-37) المركز الأول بنسبة 36,53%، كما أن نصف العينة بنسبة 50% هم من أهل الاختصاص في الإعلام والاتصال وفقا لمتغير التخصص العلمي .

2- تمثل الصحافيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 02: يمثل اهتمام الصحفيين تجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	لم يجب	أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما		
52	00	04	04	16	11	17	ت	هل لديك اهتمامات حيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي(الفيديو والتويتر)؟
100	00	7.69	7.69	30.76	21.16	32.69	%	

يمثل الجدول أعلاه اهتمام أفراد العينة اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث عبرت عينة الدراسة بنسبة 32,69% بأنها دائما ما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي تليها نسبة 30,76% يستخدمونها أحيانا في حين من يستخدمونها غالبا مثلت نسبتهم 21,16% وبعدها نسبة 7,69% لمن يستخدمونها نادرا ونفس النسبة سجلناها للصحفيين الذين لا يستخدمونها أبدا.

الجدول رقم 03: يمثل متوسط الحجم الساعي الذي يقضيه الصحفي في استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي

المجموع		لم يجب		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		اقل من ساعة	من 1-3س	أكثر من 3سا	كم ساعة تقضيها في استخدام مواقع التواصل؟
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
100	52	63.5	33	5.7	03	1.9	01	11.5	06	5.7	03	11.5	06				
100	52	42.3	22	9.6	05	3.8	02	7.7	04	21.2	11	15.4	08				
100	52	50	26	7.7	04	7.7	04	7.7	04	9.6	05	17.3	09				

يبين الجدول أعلاه مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي فنلاحظ أن اغلب أفراد العينة من الذين أجابوا عن السؤال يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى 3 ساعات وهي مدة لا يستهان بها قد يقضيها الصحفيون في البحث عن المعلومات والأخبار ومن ثمة تنقيحها وإعادة صياغتها وبعدها نشرها أن أمكن.

الجدول رقم 04: يمثل عدد السنوات التي قضاها الصحفيون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

منذ متى وأنت تستخدم م ت اج؟	التكرارات	النسبة المئوية
-----------------------------	-----------	----------------

19.23%	10	أقل من عامين
75%	39	أكثر من عامين
5.67%	03	لم يجب
%100	52	المجموع

يمثل الجدول علاه عدد السنوات التي قضاها الصحفيون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكانت اكبر نسبة للصحفيين الذين يستخدمون هذه المواقع لأكثر من سنتين بنسبة 75% أما الصحفيون الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من سنتين فكانت نسبتهم 19.23% فيما امتنع 3 صحافيين عن الإجابة بنسبة تقدر ب 5.67%.

وهذا أمر منطقي ذلك أن معظم الصحفيين ذوي خبرة مهنية على استقاء المعلومات من مصادر مختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي احد أبرزها.

الجدول رقم 05: يمثل نوعية المجموعات التي يفضل الصحفيون الانتساب إليها.

المجموع	لم يجب		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		سياسية	اجتماعية	ثقافية	ترفيهية	إعلامية	تفضل أن تكون عضوا
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت						
100	52	46.2	24	3.8	02	00	00	3.8	02	11.5	06	34.6	18					
100	52	40.4	21	5.8	03	3.8	02	3.8	02	7.7	04	38.5	20					
100	52	57.7	30	7.7	04	3.8	02	3.8	02	7.7	04	19.2	10					
100	52	61.5	32	5.8	03	1.9	01	9.6	05	5.8	03	15.4	08					
100	52	28.9	15	00	00	1.9	01	3.8	02	9.6	05	55.8	29					

يمثل الجدول أعلاه نوعية المجموعات التي يفضل أن يشارك فيها أفراد العينة اثر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أن أغلبية أفراد العينة غالبا ما ينتسبون إلى المجموعات الإعلامية ثم الاجتماعية والسياسية وبعدها الثقافية وأخيرا الترفيهية وهذا أمر منطقي بحكم التخصص ذلك أن المجموعات الإعلامية تعتبر ملتقى تعارف الصحفيين ومجالا للاستفادة من الخبرات المهنية في العمل الصحفي كما ويشارك الصحفيون في المجموعات الاجتماعية والسياسية والثقافية على الترتيب بغية الحصول على المعلومات واستقاء الأخبار حول هذه المواضيع في المجالات السالفة الذكر ليرى أن كانت صالحة للنشر من عدمه .

3- أهداف الصحفيين الجزائريين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 06: يمثل الهدف من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي -4

النسبة المئوية	التكرارات	لأي هدف تستخدم مواقع ت أج ؟
55.76%	29	استغلالها في الحوارات والردشة
13.46%	7	التسلية والألعاب
17.30%	9	تحميل وشاهدة الفيديو والصور
48.07%	25	إرسال التعليقات والتعليب عليها
57.69%	30	الحصول على الأخبار وإعادة نشرها
40.38%	21	التفاعل مع الجمهور في أيطار المهنة
53.84%	28	تبادل الآراء مع الصحفيين الآخرين

يمثل الجدول أعلاه أهداف الصحفيين من استخدامهم للمواقع التواصل الاجتماعي وكانت أعلى نسبة لأفراد العينة الذين يستخدمونها في الحصول على الأخبار وإعادة نشرها بنسبة 57.69%، ويمكن أن نفسر ذلك بالقول أن الأغلبية من أفراد العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على الأخبار والمعلومات وهذا راجع إلى طبيعة العمل الصحفي الذي يقتضي السعي وراء المعلومات أينما وجدت وحيثما كانت وتوفرت.

الجدول رقم 07: يمثل إمكانية نشر الصحفيين لأخبار محصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	هل سبق وان نشرت خبر حصلت عله من مواقع التواصل الاجتماعي؟
46.15%	24	نعم
53.85%	28	لا
100%	52	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إمكانية نشر الصحفيين لأخبار محصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال استقرائنا لمعطيات الجدول وجدنا أن 53.85% من أفراد العينة لا يقومون بنشر الأخبار المحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 08: يمثل تكرارات نشر الصحفيين لأخبار مستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	إذا كانت إجابتك ب نعم فهل تقوم بذلك؟
4.16%	01	دائما
79.16%	19	أحيانا
16.66%	04	نادرا
100%	24	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تكرار نشر الصحفيين لأخبار مستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي وكانت أعلى نسبة لأفراد العينة الذين يقومون بذلك أحيانا بنسبة تقدر ب 79.16% يليها من أجابوا ب نادرا بنسبة 16.66% وما نسبته 4.16% أجابوا ب دائما أي صحفي واحد من مجموع 24 صحفي.

الجدول رقم 10: يمثل إمكانية بحث الصحفيين عن المزيد من الأخبار عبر شبكات التواصل من عدمه في حال توفرهم على معلومات حول موضوع معين

النسبة المئوية	التكرارات	هل تبحث عن مزيد من التفاصيل في شبكات التواصل في حال توفرك على المعلومات ؟
82.70%	43	نعم
17.30%	09	لا
100%	25	المجموع

من خلال أرقام ومعطيات الجدول رقم 10 نستنتج أم مواقع التواصل الاجتماعي لا تعتبر كمصدر رئيسي للأخبار كما سيأتي بالتفصيل لاحقا وإنما هي مصدر تكميلي يستعمل لاستزادة المعلومات وتدعيم الخبر بمعلومات تحيط بجوانب معينة تم إغفالها في المصدر الرئيسي أو الأصلي للمعلومة.

4-مصادقية شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار

الجدول رقم 11: ترتيب مصادر الأخبار حسب الأهمية

النسبة المئوية	التكرارات	الترتيب	ترتيب المصادر حسب الأهمية
100%	52	1	وكالات الأنباء
100%	52	2	المواقع الإخبارية المتخصصة
100%	52	3	القنوات الفضائية
57.7%	30	4	المدونات

57.7%	30	5	مواقع التواصل الاجتماعي
-------	----	---	-------------------------

يمثل الجدول أعلاه ترتيب مصادر الأخبار وا يظهر جليا اعتماد الصحفيين على مصادر الأخبار التقليدية أين جاءت وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية المتخصصة والقنوات الفضائية في المراتب الثلاثة الأولى على الترتيب أما المصادر الجديدة الالكترونية فصنفها أفراد العينة في ذيل الترتيب.

الجدول رقم 12: درجة الثقة في الأخبار المحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي

هل تثق في الأخبار التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرارات	النسبة المئوية
أثق بدرجة كبيرة	01	1.92%
أثق بدرجة متوسطة	13	25%
أثق بدرجة قليلة	30	57.69%
لا اثق بها إطلاقا	08	15.38%
المجموع	52	100%

يكشف الجدول أعلاه عن درجة موثوقية الأخبار المحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي وقد عبر 57.7% من أفراد العينة أنهم يثقون بدرجة قليلة بالمعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي فيما أبان 25% من المبحوثين نقتهم المتوسطة بينما 15.38% من أفراد العينة لا يثقون بها إطلاقا فيما أجاب صحفي واحد انه يثق بهذه المعلومات المحصلة من مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية بما نسبته 1.92%.

الجدول رقم 13: يمثل إمكانية التحقق من المعلومات المستقاة من شبكات التواصل الاجتماعي

هل تتحقق من المعلومات التي تستقيها من مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	46	88.46%
لا	04	7.69%
لم يجب	02	3.84%
المجموع	52	100%

يمثل الجدول أعلاه إمكانية تحقق الصحفيين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي حيث أجاب ما نسبته 88.46% من أفراد العينة بنعم في حين 7.69% من الصحفيين أجابوا بلا فيما امتنع صحفيين عن الإجابة.

ويمكن تفسير عدم تحقق الصحفيين المحبيين ب لا والممتنعين عن الإجابة بأنهم لا يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار نهائياً وإنما يفضلون مصادر أخرى.

5-مدى التزام الصحفيين الجزائريين بمبادئ المسؤولية المهنية في اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار

الجدول رقم 14: يمثل إمكانية وجود معايير يحترمها الصحفيون

النسبة المئوية	التكرارات	هل هناك معايير يحترمها الصحفيون في اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي
57.70%	30	نعم
42.30%	22	لا
100%	52	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إمكانية وجود معايير يحترمها الصحفي أثناء استقائه للمعلومات من على مواقع التواصل الاجتماعي وقد أجاب ما نسبته 57.70% من أفراد العينة بنعم في حين أجاب 42.30% ب لا أي عدم وجود معايير يمكن احترامها ويمكن تفسير موقف المحبيين ب لا بهامش الحرية الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي وما ينجر عن هذا الأمر من إسهاب في النشر والبث بدون مراجعة ولا رقابة ولا تثبت.

الجدول رقم 15: يمثل المعايير التي يحترمها الصحفيون في اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	هل هذه المعايير ؟
46.66%	14	قانونية
53.33%	16	أخلاقية
100%	30	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نوعية المعايير التي يحترمها الصحفي جراء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وقد أجاب 16 صحفي من أصل 30 بأن المعايير الأخلاقية هي التي ينبغي على الصحفي احترامها بنسبة تقدر ب 53.33% في حين أجاب ما نسبته 46.66% من أفراد العينة بأن المعايير الواجب على الصحفي احترامها هي المعايير القانونية .

الجدول رقم 16: يمثل إمكانية التخلي عن مبادئ المسؤولية المهنية بسبب الحرية المتاحة في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	هل الحرية المتاحة في مواقع التواصل الاجتماعي تجعل الصحفي يتخلى عن مبادئ المسؤولية المهنية؟
75%	39	نعم

لا	13	25%
المجموع	52	100%

يوضح الجدول أعلاه إمكانية التخلي عن مبادئ المسؤولية المهنية بسبب الحرية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي وقد أجاب ما نسبته 75% من أفراد العينة بأنه لا يمكن التخلي عن مبادئ المسؤولية المهنية أما 25% فأجابوا بأن الحرية المتاحة بإمكانها افقدا الصحفي شيئا من مبادئه المهنية.

خاتمة:

في البداية نشير إلى أن تطورات الجيل الثاني لشبكة الانترنت ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة وتعد أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك والتويتر، والتي كانت بمثابة ثورة تقنية وحتى اجتماعية أثرت على بيئة العمل الصحفي واعتماد الصحفيين لها كمصادر للمعلومات الإخبارية في مؤسساتهم الإعلامية، وفي محاولة منا للتعرف على مدى استخدام الصحفيين الجزائريين في القنوات التلفزيونية الخاصة لهذه المواقع كمصادر للخبر والكشف عن مدى مصداقيتها خلصت هذه الدراسة إلى الآتي:

- لا تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة مصادر المعلومات المستخدمة من قبل الصحفيين.
 - أكثر من نصف الصحفيين لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في مجال عملهم.
 - غالبية الصحفيين الجزائريين يتقون بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة قليلة أو لا يتقون بها إطلاقا.
 - غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي.
 - غالبية الصحفيين الجزائريين يقومون بالتحقق من المعلومات التي يستقونها من مواقع التواصل الاجتماعي.
 - معظم الصحفيين الجزائريين عادة ما يعثرون على الأخبار والمعلومات التي تهمهم من مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على الأشخاص والمجموعات الناشطة فيها إضافة إلى بعض الشبكات المهنية.
- ومن خلال هذه الدراسة خرجنا بمجموعة من التوصيات لعل أبرزها :

- ضرورة الاهتمام بتطوير القوانين التي تسير نشر المحتوى الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف جوانب العملية والقانونية وذلك لتجنب الوقوع في مختلف الأخطاء المهنية والحفاظ على مصداقية الصحيفة على شبكات التواصل الاجتماعي .
- ضرورة تكوين الصحفيين الجزائريين على مختلف تكنولوجية الاتصال الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إجراء دورات التكوينية لفائدة الصحفيين من حيث التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيط جديد لنشر .

قائمة المراجع :

- (1) -إيريك ناهون نائب مدير المعهد التطبيقي للصحافة بباريس محاضرة بعنوان العمل الصحفي عبر مواقع الواب بالمدرسة العليا للصحافة بين عكنون 2013.
- (2) أسامة الغيثي: مواقع التواصل الاجتماعي تضيق الخناق على وسائل الإعلام، مدونة الراية نت، متاح على الرابط: http://alrayah-net.blogspot.com/2013/07/blog-post_8144.html
- (3) جاسم محمد جرجيس وبديع القاسم، مصادر المعلومات في علوم الإعلام والاتصال، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، الإسكندرية-مصر، 1998.
- (4) حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، عدم ذكر السنة و البلد.
- (5) حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015 .
- (6) حمزة السيد حمزة خليل: استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 والاشباكات المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الإعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، سنة 2012.
- (7) رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، جامعة بوضياف، المسيلة، الجزائر، ط1، 2002م .
- (8) سلطان مسفر الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المدينة المنورة-المملكة العربية السعودية، 1432هـ.
- (9) سميشي و داد : الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة منتوري-قسنطينة، 2010/2009 .
- (10) عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، طبعة 1991.
- (11) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب، مصر، ط1، 2004.
- (12) محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العامة، مدى-فلسطين، 2011،
- (13) مدونة الصادق أحمادي: الصحافيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، متاح على الرابط: <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-18-15-04-13/225-2013-12-01-09-30-08.html>

(14) مريم نارمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر-باتنة-تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

(15) موقع هبيرلينك: فيسبوك يسعى لان يكون صديقا للصحفيين، ماي 2014، متاح على الرابط: <http://hyperstage.net/facebook-wants-to-be-your-source-of-news>

(16) وليد يوسف: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسات الصحفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة مسيلة، سبتمبر 2013.

(17) ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط: http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83.