

# الشبكات الاجتماعية في خدمة العمل الصحفي

نصرالدين غراف  
جامعة سفيان<sup>2</sup>

## ملخص

تعدّ الشبكات الاجتماعية إحدى أهم أدوات الإعلام الجديد؛ حيث تميّز بانتشار الثقة بين مختلف مستخدميها، على الرغم من تعدّد طرق الاتصال فيها من مرئية و مسموعة ومقروءة، ممّا جعل منها مصدر أخبار جدّ ثريّ بالأراء والأخبار الآنيّة والمتواصلة، يستلزم على الصحفي المحترف أخذها بجدية في محاولاته متابعة الأحداث و الأخبار، مستغلا في ذلك كلّ ما يمكن أن توفّره له برامجها و تطبيقاتها من تسهيلات لربح الوقت والجهد والمال.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الانترنت، الإعلام الجديد، الشبكات الاجتماعية، العمل الصحفي

## Résumé

Le monde assiste aujourd'hui à une nouvelle forme de média basé sur l'intégration et le chevauchement des rôles, et combine tous les avantages des médias traditionnels, et élimine les différences entre l'expéditeur et le destinataire, qui émettent et reçoivent des messages à n'importe quel moment, et communiquent sans avoir besoin de compter sur une source d'idée ou d'information.

Ceci signifie que le rôle de la source dans le domaine des medias s'est rétréci et peut-être disparaîtra-t-il automatiquement un jour.

Les réseaux sociaux est l'un des outils les plus importants de ces nouveaux médias qui se caractérisent par la prolifération de confiance entre les différents abonnés, rendant une source de nouvelles idées très riches et les nouvelles immédiates et continues.

Tous cela nécessite un journaliste professionnel qui peut suivre les événements tout en profitant de ce qui peut être fournie par ces programmes ces applications lui permettant de gagner du temps, de l'effort et de l'argent

**Mots-clés:**Technologie De l'Internet, Nouveaux Médias, Réseaux Sociaux, Travail De Presse.

## Summary

The world now witnessing a new form of media based on the integration and overlap of roles and combines all the advantages of traditional media and increases the benefits of new jobs such as direct interactivity and eliminates the differences between the sender and the recipient, which transmit and receive messages at any time, and communicate without having to rely on a source of ideas or information.

This means that the role of the source in the field of media narrowed and perhaps he will automatically disappear one day.

new forms of media of all time is still summarized in the regeneration of the media tool, which is based on the same principle, that of gaining the trust of the public, a point that whoever get the message that he believes is personally intended and required to interact with the event.

Social networking is one of the most important of these new media characterized by the proliferation of trust between different subscribers tools, despite the many methods of communication that are visible and audible and readable, making it a source of new ideas very rich and immediate and ongoing news, requiring a professional journalist taken seriously in his attempts to follow events and news, enjoying everything that can be provided by these programs these applications allowing it to save time, effort and money.

**Keywords:**Internet Technology, New Media, Social Networking, Press Work

## مقدمة

الموقع. 4.4 مليون مستخدم يستخدمون الموقع في المشاريع الصغيرة والاحترافية و82% هي نسبة ثقة المستخدمين بالمعلومات الموجودة بالموقع.

أما عن موقع غوغل بلس google + فبلغت تكلفة إنشائه وتصميمه 545 مليون ، وبعد مارك زوكبرغ - مؤسس موقع الفيس بوك أكثر شخص لديه عدد من المتابعين على موقع قوقل بلس ، ويبلغ عدد المستخدمين الذكور 66% فيما تبلغ نسبة مستخدمي الموقع من الولايات المتحدة الأمريكية 55%.

فإذا ما نظرنا وبلحمة عامة إلى الاستخدامات الصحفية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية تظهر بالفعل الإمكانيات التي تتوفر عليها عليها هذه المواقع والتي تتبئ بمستقبل حرية تداول المعلومات لما تتميز به من : منطق التكامل بين وسائل الإعلام ، ومساحات التعبير غير المقيدة ، والممارسات التشاركية بين الصحفيين والمواطنين ... وغيرها من الممارسات الإعلامية الجديدة بين مخلف الفئات الجماهيرية التي أصبحت اليوم ترى في هذه الوسائل مساحات للتعبير الحر. ومن دون مبالغة، ما توفره مثلا الشبكات الاجتماعية، ك (تويتر أو الفيسبوك) من تفاعل فيما بين الصحفيين، وبين القراء ومصادر الخبر، وما يلاحظ من تطور للاستخدامات الإعلامية والنمو السريع لعدد المنخرطين فانه ينذر بميلاد شكل جديد من وسائط الإعلام.

هذه المؤشرات تدل على الأهمية الإعلامية لمواقع الشبكات الاجتماعية، التي ما تزال تستقطب وباستمرار أكبر الأعداد الممكنة من المشتركين، بتوفير خدمات إعلامية واتصالية تستجيب لرغباتهم بطرق ممتعة سهلة سريعة وغير مكلفة. هذا ما يجعلها تصب بالدرجة الأولى في اهتمامات وظيفة الصحفي بمواصفات يمكن تلخيصها عموما فيما يلي:

## الشبكات الاجتماعية: مواقع بمواصفات إعلامية.

الشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع وشبكات عالمية تهدف إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على مواقع واحدة. هذه الشبكات لا تملكها دولة أو جهة حكومية، بل تشرف عليها مجموعة من الشركات والمؤسسات تسمى (ISOC International Society) وظيفتها وضع الإرسال

تعد الانترنت وسيلة الاتصال الأسرع نموًا في تاريخ البشرية. ففي حين احتاج الراديو إلى 38 عاما للحصول على 50 مليون مستخدم لاستقبال برامجه، احتاج التلفزيون إلى 13 عاما للوصول إلى العدد نفسه، فيما احتاج التلفزيون الكابلات إلى 10 أعوام. أما شبكة الانترنت فلم تحتج سوى إلى 5 أعوام للوصول إلى ذلك العدد، وأقل من 10 أعوام للوصول إلى 500 مليون مستخدم.<sup>1</sup>

ومن بين الابتكارات التي أنتجها الانترنت والتي أصبحت الآن تحتل وبشكل ملفت مكانة بارزة، وسائل الإعلام الاجتماعية، مثل (Facebook, LinkedIn, Tumblr)، والشبكات الاجتماعية المستندة على خدمة تحديد الأماكن المواقع مثل (Foursquare)، ومواقع التدوين المصغر، والأكثر شيوعا منها (Twitter)، وشبكات تبادل الصور (Pinterest) وأل الفيديو (YouTube, Dailymotion)

وبقراءة سريعة لمؤشرات وأرقام مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية<sup>2</sup> نجد أن في متوسط 04 ونصف مليون مستخدم يدخل نسبة 50% منهم على موقع الفيس بوك يوميا ويبلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل شخص 130<sup>3</sup> صديقا وتبلغ عدد مرات الإعجاب بالموضوعات التي تنزل على موقع الفيس بوك ما يقارب 200 مليون إعجاب وتعليق في اليوم ومتوسط ما يقوم به كل مستخدم من حالات انضمام لفعاليات أو صفحات أو مجموعات هي 80 نشاطا أو انضماما.

أما على موقع تويتر فيبلغ المستخدمين النشطاء 121 مليون مستخدم، ينزل بشكل أسبوعي حوالي مليون تغريدة وكل يوم ينضم للموقع ما يقارب 460 ألف مستخدم. أما عن المستخدمين يوميا فيبلغ عددهم 50 مليونًا يدخلون على موقع تويتر بشكل يومي فيما يستخدم نسبة 182% موقع تويتر من خلال الهواتف النقالة حسب إحصائيات 2010 ويبلغ عدد موظفي الموقع ما يقارب 400 موظف وموظفة.

أما موقع لنكدان فيبلغ عدد المستخدمين النشطين 140 مليون مستخدم، فيما يستخدمه 64 مليون مستخدم من أمريكا الشمالية، ويمثل الذكور نسبة 48% من مستخدمي

فائدة للصحفيين الذين يبحثون عن مصادر متجددة ،  
ومعلومات سريعة ، وتحسس للتوجهات.  
تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل  
مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.  
تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب  
التواصل الفعال .  
تساعد على التعلّم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع  
الآخرين.

تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.  
تحقق قدراً لا بأس به من الترفيه والتسلية<sup>6</sup>

والاستقبال،<sup>5</sup> وهو الأمر الذي ما جعل من الشبكات الاجتماعية  
تميز عن باقي المواقع المنتشرة على الانترنت بمقاييس  
ومعايير تشبيكية خاصة حيث يستطيع أي حاسب آلي  
الارتباط بالشبكة والتواصل مستفيداً في نفس الوقت من  
خصائصها التالية:

أكثر المواقع شيوعاً تجمع ملايين المشتركين في كل بلد.  
أحسن الطرق لوسائل الإعلام للوصول إلى الجماهير المتنوعة  
والجديدة.

توفر أدوات سهلة الاستخدام ومثالية لدعم التشاركية الحقة  
التي يسعى إليها مستخدمو الانترنت.

مكان لإنتاج المواقف والوثائق والبيانات التي قد تكون ذات

الجدول (1) : حجم ونشاط أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية بالأرقام والإحصائيات.

المنافس	الأرباح بالدولار	عدد الموظفين	عدد المستخدمين	تاريخ الإنشاء	أفضل موقع يقدمها	نوع الشبكة الاجتماعية
+GOOGLE	3.7 مليار	+3000	850 مليون	2004	Facebook	شبكة اجتماعية للأصدقاء والأقارب
My year book(Meet me) Quepasa Badoo Bad	43 مليون	150	330 مليون	2004	Tagged	شبكة اجتماعية لاكتشاف والتعرف على اشخاص جدد
Futubra	145 مليون	+900	300 مليون	2006	Twitter	شبكة اجتماعية لعرض المعلومات بشكل مصغر
What's what ?	50 مليون	1000	150 مليون	2005	Club Penguin	شبكة اجتماعية للأطفال
Viadeo Xing BranchOut	522 مليون	1.797	150 مليون	2003	Linkedin	شبكة اجتماعية مهنية
Loopt	غير معلن عنه	100	15 مليون	2009	Foursquar e	شبكة اجتماعية تعتمد على الموقع الجغرافي
Fancy	غير معلن عنه	37	104 مليون	2010	Pinterest	شبكة اجتماعية لعرض المنتجات و الصور
rolling Tumtable	63.7 مليون	533	10 مليون	2006	spotify	شبكة اجتماعية للأغاني
digg	غير معلن عنه	11	600 ألف	2005	Reddit	شبكة اجتماعية للاخبار

المصدر: <http://mashable.com/2012/06/01/social-media-ranking>

عدد مشاركات الفيديو بنسبة 72.2% يليه البريد الإلكتروني بنسبة 8.5% ثم «تويتر» 7.4% وشبكة «لينكد إن» 6.8% يليه «جوجل بلس» 1.5%<sup>(7)</sup>

وتشير دراسة مؤسسة أيمتركس<sup>8</sup> (e-Matrix) للتسويق عام 2009م إلى أن الإنفاق الإعلاني العالمي على شبكات التواصل الاجتماعي سوف يزداد بمعدل 10% سنوياً بحيث يصل إلى 3.5 مليار دولار عام 2013 م بنمو قدره 9.6%. وقد أشارت الدراسة نفسها بأن الهدف الرئيس للشركات من التسويق على الشبكات الاجتماعية يكمن في:<sup>9</sup>

دعم الاسم التجاري Branding بنسبة 29%.  
زيادة الحركة على مواقعهم على الانترنت والتعريف بهاب نسبة 26%.

تلبية رغبات الجيل الجديد بنسبة 18%.

المبيعات المباشرة بنسبة 11%.

ووفقاً لهذه الدراسة فإن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في التسويق من قبل الشركات هي: فيسبوك بنسبة 65%، تويتر بنسبة 49%، يوتيوب بنسبة 39%، لينكدان بنسبة 38%، ثم ديليشوس بنسبة 31%.

هذا يدل على أن هذا الفضاء الترويجي الجديد استطاع استقطاب اهتمامات كبريات الشركات والمؤسسات على غرار ما يحدث على مستوى تضاعف المنظمين والزوار الجدد لهذه المواقع السهلة الاستخدام وغير المكلفة لا للجهد ولا للمال، وهذا ما قد يساهم في تمويل النفقات التي يصرفها أصحاب هذه المواقع في تطوير خدماتها باستمرار.

الشبكات الاجتماعية أداة لإدارة السمعة على الانترنت إن السمعة الشعبية للشبكات الاجتماعية على الانترنت والاستمرار في زيادة قدراتها على الجمهور المستهدف، وتعزيز فرص خدمة الشركات وصقل نماذج الأعمال الخاصة بهم في وسائل الإعلام الاجتماعية على الانترنت بسرعة جعلت من هذه الوسائل لأداة القوية لإدارة السمعة ( Reputation Management)، والتي تمثل النقطة الحاسمة في تسويق العلامة التجارية كون هذه الأخيرة، أي العلامات التجارية لديها القدرة على أن تكون طرفاً فاعلاً في المحادثات، تمكن

يعرض الجدول رقم 01 رقمياً مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية التي هي في أصلها موجهة لمختلف شرائح المجتمع بمختلف أعمارهم، أجناسهم واهتماماتهم. ما جعل الإقبال عليها سريعاً و كثيفاً ومتزايداً، مسبباً بذلك طوفاناً غير متناه من الأخبار والمعلومات في مختلف أشكالها متداولة تداولاً دائماً وآناً، وذلك ما يحتاج إليه العمل الإعلامي بل ينشده و يسعى إلى تحقيقه.

### الشبكات الاجتماعية والاستخدامات الاعلانية

من وجهة نظر استراتيجيات العلامة التجارية يحتاج المعلن إلى توزيع محتوى الإعلان عبر مختلف وسائل الإعلام قصد توسيع دائرة القراء المحتملين، ووسائل الإعلام الاجتماعية اليوم تعد من أهم الوسائل الفعالة للنشر، خاصة منها شبكتي الفيسبوك و تويتر، حيث غالباً ما يتم اختصار الإعلان في شكل عرض بسيط لا يتجاوز العنوان مصحوب بوصف ملخص لا يتطلب البحث عن أي شكل من أشكال التفاعل. وعلاوة على ذلك، أصبح اليوم بالإمكان برمجة روبوت (Robot) خاص يعمل على تزويد حساب المعلن تلقائياً، وذلك من خلال نقله لعنوان المقال يتبعه برابط موقع المعلن أو المؤسسة الرسمية.

فقد أظهر أحدث تقرير لموقع (emarketer) المتخصص في أبحاث ودراسات التسويق على الانترنت نموًا كبيراً في سوق الإعلانات الرقمية على الشبكات الاجتماعية وتحديداً الإعلانات داخل فيديوهات «فيس بوك» و«يوتيوب».

وقال التقرير إن مشاهدات الإعلانات داخل فيديوهات الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بلغت 1.3 مليار مشاهدة حتى الربع الأول من عام 2012 بزيادة حوالي 77.6% على نفس المدة في عام 2011. وأشار التقرير أيضاً إلى قوة الإعلان الرقمي داخل الفيديوهات على موقع «يوتيوب»، الذي يحتل المركز الأول في نسب المشاهدات يليه «فيس بوك».

وعن نسب مشاركات فيديوهات الانترنت قال التقرير إن الموقع الاجتماعي «فيس بوك» يحتل المركز الأول من حيث

اليومية، من خلال اعتماد اللهجة الشديدة، أو التعليق الساخر.. والكثير منهم يظهر ذلك عند عرضهم لسيرهم الذاتية، بطريقة تكون أحيانا صادقة و أحيانا أخرى استفزازية

استخدام إعلامية متقدمة: من الترقب وخط الوكالة إلى التغطية حية

يعد تويتير اليوم أسرع من أي وسيلة إعلامية أخرى لخلوه من القيود التحريرية والتقنية. هذا ما جعل الصحفيين لا يترددون في استغلال هذا الموقع في الإعلان عن الأخبار الجديدة والرئيسة حتى قبل معالجتها الشاملة على وسائلهم الإعلامية الخاصة. ومع ذلك، فقد اعتمدت بعض المؤسسات الصحفية موثيق الاستخدام الجيد، لتحقيق التوازن بين ما ينشر لأول مرة على موقع تويتير وما ينشر على موقع المؤسسة الصحفية ووكالات الأنباء.

وعلى الرغم من ذلك، باتت الشبكات الاجتماعية أماكن تنشأ فيها المعلومة و يتم فيها تغطية الحدث ليتشكل وليصبح مرجعا لباقي وسائل الإعلام الأخرى: فالثورات العربية في تونس ومصر وقضية مدير صندوق النقد الدولي DSK في عام 2011، واحتجاجات 2009 في إيران التي سميت بـ "ثورة تويتير" أستخدم فيها تويتير من طرف الصحفيين باعتبارها وسيلة إعلامية تتيح لهم التغطية الفورية بما يدونه المواطنون من (Tweets) فيرسله الصحفيون، الشاهد الوحيد عن الحدث فورا بضربة retweets من خلال موزع تويتير. وكلنا يتذكر صحفي قناة BFM (TV) الذين تابعوا على شاشات كمبيوترهم الخاص رسائل تويت (tweet) التي تصلهم مباشرة من صحفي وسائل الإعلام المتواجدين بمحكمة نيويورك في جلسة الاستماع DSK في الوقت الذي كان ممنوعا على كاميرات التصوير دخول قاعة المحكمة. وقد نجحت تويتير في ضمان التغطية الحية خلال حصار بيت محمد مراح في تولوز المدينة الفرنسية في مارس 2012 كل هذا يؤكد مدى حاجة الصحفي لخدمات هذه الوسائل الجديدة، السريعة والحية، والتي قد تسهم في مساعدته على نقل الخبر إلى جمهوره بسرعة ودقة قد تعجز وسائل الإعلام التقليدية كوكالات الإعلام عن بلوغها.

المسوقين من الوصول والسيطرة بشكل أفضل على الحوارات والمحادثات القائمة والخاصة بعلامتهم التجارية<sup>10</sup>

فبعض الصحفيين يستخدمون تويتير أو الفيسبوك للتشهير بأنفسهم، وأذواقهم (ميولات ثقافية أو إعجاب أو تشجيع زميل...) ويستغلونه أيضا لتطوير قدراتهم (كنشر محاضراتهم وأعمالهم العلمية...)، على أمل أن يكون هذا السبيل المكان المناسب الذي يسمح لهم بفرض شخصياتهم

هذا كله يندرج ضمن بناء استراتيجيات تعزيز التواجد على الشبكات الاجتماعية لتحقيق سمعة جيدة، ومثل هذا النشاط يعرف بالعلامة التجارية الشخصية (إدارة وتعزيز "العلامة التجارية الشخصية).

فحسب دراسة أجراها مركز أبحاث بيو<sup>12</sup>، بعنوان "إدارة السمعة ووسائل الإعلام الاجتماعية"، فإن أكثر من نصف مستخدمي الانترنت من البالغين يبحثون عن أنفسهم على الشبكة.

ووفقا للدراسة نفسها، فإن نحو 57٪ من مستخدمي الانترنت البالغين في الولايات المتحدة، قالوا إنهم أدخلوا أسماءهم في محرك البحث لتقييم "سمعتهم الرقمية"، وتعد هذه النسبة، زيادة كبيرة منذ عام 2006، عندما قال 47٪ من مستخدمي الانترنت البالغين إنهم بحثوا عن أسمائهم على محرك البحث. وتقول الدراسة إن النتائج الجديدة تشير إلى أن "إدارة السمعة"، أصبحت الآن السمة المميزة لحياة مستخدمي الانترنت، وخاصة الشباب منهم. هذا ما يسهل على الصحفي إمكانية الولوج إلى ما ينشده من بيانات ومعلومات تخص الأفراد والشخصيات.

الشبكات الاجتماعية منتدى مفتوح و فضاء للتعبير الحر

تعد الشبكة الاجتماعية اليوم هي بمثابة المدونات الصحفية في الأمس، وأذلك الفضاء حيث تتحرر لهجة وجرأة الصحفيين في اختيار موضوعاتهم، وإصدار الأحكام والمواقف التي يمكنهم التعبير عنها بعيدا عن مجال فضاءات عملهم الرسمية. هذا الفضاء الذي يبقى متأرجحا بين كونه تارة فضاء تحريريا وتارة أخرى فضاء خاصا يسمح للصحفيين بالإدلاء بآراء جانبية مخالفة، متبنين فيها دور الحكم على الآراء و المواضيع

100 مليون مستخدم. في أعقابها، ظهرت شبكات اجتماعية منها "Foursquare" ou "Plyce" خصوصيتها هي دمج ميزات تحديد الموقع الجغرافي التي تسمح للمستخدمين التعرف عن أماكن تواجد أصدقائهم، أو الأماكن المفضلة لديهم. هذه الوظائف التي قد تكون مفيدة في كثير من الحالات بالنسبة لمتابعة الصحفيين للأحداث من مصدرها والتأكد من صحة المصدر.

### ظهور Twiléspectateur "أشاهد التويتر".<sup>18</sup>

لوحظ مؤخرا ظاهرة إقبال (أقلية صغيرة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية) على استخدام تطبيقات هذه الشبكات كعنصر مكمل لوسائل الإعلام الأخرى بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة، حيث أصبح من الممكن مشاهدة برنامج تلفزيوني في وقت واحد مع التعليق عن طريق حساب الفيسبوك بالتغريد له أو عليه وقراءة التعليقات من الصحفيين والمعلقين على الانترنت. فالثلاثون 30 دقيقة لنشرة الأخبار علماقناة الحكومية الفرنسية TF1 في 18 سبتمبر 2011 حيث دومينيك ستراوس يشرح ويوضح موقفه، أستقطبت عموما 14000 أكثر من 14000 تويت وتعليق مباشر على المباشر.

ومن المتوقع أن تنمو هذه الظاهرة مع الوصول الوشيك للتلفزيون الموصول (تلفزيون الانترنت). مثل هذه التجربة الفريدة في تشارك الملاحظات والانتقادات عن بعد حول ما نشاهده في بيوتنا بفضل اتصالنا بمجتمع الانترنت تسمح بظهور المشاهد الحقيقية twittant، الذي يمكن تسميته بـ "twiléspectateur" الذي هو اليوم يعايش تجربة التلفزيون المدعم "المعزز". فعلى موقع تويت نجد أن مؤشر «#hashtag ledebat» كلمة ولدت في مدة لم تتعد يومين أكثر من 400.000 تويت كتبها أكثر من 70.000 twitterers. وقد ارتقى الأداء في أوقات معينة إلى أكثر من 30 تويت في الثانية الواحدة. وفي سياق الجهود المبذولة عالميا لتوفير التغطية الرقمية المباشرة على المواقع الأخبار، غالبا ما يتم نشر مجموعة مختارة من تويتات بعض المستخدمين أو الزملاء.

الاستخدامات التشاركية: من حشد المصادر إلى تحديد المواقع

تستخدم الشبكات الاجتماعية كمصادر للتعرف على المواضيع وتدعيم المقالات بالشهادات، التي يمكن لوسائل الإعلام استخدامها لاستجواب مشرقيها. كما أصبح من المألوف ملاحظة كثير من الاستجابات بين الصحفيين الباحثين عن الشهادات أنفسهم أو مرورا على بعض المواقع التي تعمل على ضمان التواصل بين مشرقيها وما ينشدونه من مصادر، كما نوضحه في التالي:

وسائل الإعلام المحلية لا تتأخر في اللجوء إلى مشرقيها للعب دور المرسلين المحليين لتقديم بعض الحقائق والشهادات على مواقعها كالفيسبوك والتويتر، كأن يطلب منهم مثلا إرسال صور التقطوها لحادث وقع بالقرب من مكان سكنهم، أو لأضرار عواصف رعديّة... وغيرها. هذه، هي النسخة المحمولة والفورية للخط الهاتفي المجاني "الخط الأخضر" الذي يوضع عادة في متناول المواطنين للتبليغ عن أي حادث.

ويمكن لوسائل الإعلام الاعتماد على ما ينتجه مستخدمو الشبكات الاجتماعية من معلومات وإدراجها ضمن الأخبار المهمة، حيث تصبح هي نفسها مصادر نشر المعلومات. وذلك ما حدث بمناسبة أول حالة بالولايات المتحدة الأمريكية، في حادث تحطم طائرة في هدرسون، في 15 جانفي 2009، حيث كان الطيار يحلق فوق نيويورك ففكر في إنقاذ الطائرة وركابها بالهبوط السلس على النهر، وكان أول نشر للمعلومات الخاصة بهذا الحادث على تويت من قبل شاهد عيان، جانيسكرومز (Janis Krums)، الذي شاهد الحادثة من فوق قاربه وبعث بصورة وضعت على حسابه بـ (Twitpic.com)، والتي جالت العالم بعد 34 دقيقة من وضعها.

والملاحظ اليوم أن ما يقرب من ثلث مستخدمي الهواتف الذكية يلجؤون إلى الشبكات الاجتماعية على هواتفهم النقالة. ففي عام واحد، تضاعف عدد مستخدمي النسخة المحمولة للفيسبوك ما يجعله في المرتبة الأولى في العالم أكثر من

الجدول (2): أشهر 10 مواقع الفيديو المتداولة بين المستخدمين في الولايات المتحدة الأمريكية. إحصاءات أوت 2012:

الموقع	عدد الزوار بالملايين	حجم ملفات الفيديو بالملايين	حجم وقت المشاهدة لكل زائر بالدقائق
مواقع Google	150.2	13.772.3	443.4
مواقع Yahoo	55.0	529.0	58.6
مواقع Microsoft	53.7	522.4	40.6
VEVO	49.3	595.2	41.4
Facebook	47.7	261.2	16.1
AOL	45.7	725.2	62.8
Viacom Digital	38.7	405.3	50.3
.NDNinc	37.5	396.0	73.2
Grab Media	29.9	231.6	40.6
مواقع Amazon	27.9	103.9	16.0
المجموع	188.0	37.689.5	1.335.4

المصدر: ComScore Video Metrix as cited in press release, sep 19, 2012

Google ولكنها تعتمد على قواعد بيانات العلاقات بين النافذين في كل المجالات.

#### جمع البيانات وتحليل الوثائق

<http://www.documentcloud.org/home>

أداة جديدة لجمع البيانات وتسمى Document Cloud مهمتها تسهيل فحص العديد من الوثائق وتحويلها إلى بيانات قابلة للبحث، تسهل على الصحفي عملية التحليل خاصة في حالات الكميات الكبيرة من الوثائق (مثلا وثائق ويكيليكس) وهذه الخدمة مجانية في الأغلب لعدد معقول من الوثائق. ومن خلال هذه الخدمة يمكن للصحفي تحليل بياناته ووثائقه ومشاركتها مع زملائه أثناء العمل عليها، ويقدم هذا الموقع خدماته المجانية للصحفيين من خلال التقدم بطلب وذلك في حدود عدد معين من الوثائق.

#### الأشكال البصرية الجرافيكية

ملاحظة: المواقع الموجهة للبيوت وأماكن العمل تحتوي على الفيديوهات ذات المحتوى الطويل (مثل المسلسلات التلفزيونية والإعلانات الممررة وسطها) يتم احتساب كل قطعة فيديو باسم تدفق فيديو مميز؛ و كل مشاهدات الفيديو التي يتم عرضها لفترة أطول من 3 ثوان. ويقصد بالفيديو هنا كل أجزاء التدفق السمعي البصري (سواء كانت تنزيلات أو متابعة على المباشر)

تطبيقات تفاعلية لمساعدة الصحفيين الاستقصائيين<sup>19</sup>:

يمكن رصد بعض التطبيقات والخدمات المتخصصة في تحليل الشبكات الاجتماعية أو تحويل العلاقات إلى الشكل المرئي (Visualization) أو تحليل الوثائق، على شبكة الانترنت يمكنها تقديم الدعم للخدمة الإعلامية نحدددها في النقاط التالية:

#### تحليل مسارات العلاقات موقع

Muckety.com

يمكن للصحفي الاستعانة باستخدام أداة البحث في هذا الموقع للحصول على بعض شبكات النفوذ بطريقة بصرية. هذه الخدمة ليست محرك بحث عالمي مثل Yahoo أو

958.ibm.com/software/data/cognos/manyeyes

## 6. تحليل العلاقات والشبكات الاجتماعية :

Analytictech.comhttp://www

شركة Analytictech.com تقوم بنشر برنامج لتحليل الشبكات الاجتماعية SNA ولديها برنامج تجارى UCINET والعديد من الأدوات المجانية.

## 20. محركات بحث بديلة عن غوغل

يلجأ الصحفيون كغيرهم ممن يبحر على الانترنت الى استخدام غوغل google أو ياهو Yahoo أو حتى بينغ Bing للبحث على الانترنت. لكن هناك مجموعة غير متوقعة من محركات البحث البديلة التي ينبغي على كل صحفي أخذها بعين الاعتبار عند البحث على معلومات على الانترنت. وفيما يلي بعض منها:

### محرك بحث موقع ستورم

http://www.storm-events.com

خاص بتوفير معلومات حول حالة الطقس ، يسمح بالقاء لمحة على بيانات المركز الوطني للمعلومات المناخية ، لديه قاعدة بيانات العواصف Storm Events. توفر معلومات شاملة عن جميع العواصف التي يعود تاريخها إلى العام 1996. (هذه الخدمة تعمل حالياً في الولايات المتحدة فقط).

### محرك بحث عن مقاطع الفيديو والصوت

http://www.blinkx.com

Blinkx هو محرك بحث يتيح البحث في مقاطع الصوت والفيديو باستخدام إما الكلمات الرئيسية أو العبارات. على سبيل المثال ، إذا كنت تحاول العثور على الفيديو الكامل لخطاب الرئيس الجزائري الذي تحدث فيه عن المصالحة الوطنية ، يمكنك البحث عن "المصالحة الوطنية" أو "عبد العزيز بوتفليقة" والوصول على الفيديو. لا يعمل محرك "بلينكس" على أكمل وجه دائماً ، لكنه وسيلة رائعة للمساعدة في استكمال بحثك عن مقاطع الفيديو/ الصوت.

بالنسبة لتحويل البيانات إلى أشكال بصرية معبرة ، هناك خدمة (Many Eyes) وهي مشروع أطلقته شركة IBM والبيانات التي يتم نشرها على هذه الخدمة تصبح متاحة أمام المستخدمين ، وهي تعمل بطريقة مبسطة للغاية لتحويل البيانات صعبة الفهم إلى أشكال بصرية جذابة يمكن أن تخدم الموضوع الصحفي وتسمح بوضوح لقطاعات أوسع من المتلقين.

### الرسوم الجرافيكية وخدمات للمواقع

http://simile.mit.edu/

مشروع ضخيم لتوفير أدوات مفتوحة المصدر للتعامل مع البيانات المختلفة وتسهيل تحويلها إلى بيانات متجانسة بالإضافة إلى إمكانية تحويلها إلى أشكال بصرية تفاعلية. وهو يقدم الخدمات غالباً للاستخدام في المواقع الالكترونية ولكن بعض هذه الخدمات يمكن استخدامها من جهاز الكمبيوتر.

ومن الخدمات التي يقدمها الموقع: Timeplot: أداة تسمح لمطوري المواقع بإضافة جداول زمنية تفاعلية بالأحداث ودمجها داخل الموقع أو القمص الإخبارية.

Exhibit: تطبيق يسمح لمطوري المواقع بعمل معرض ديناميكي للبيانات المحولة إلى رسوم وخرائط تفاعلية دون خبرات تقنية كبيرة

Babel: خدمة لتحويل أنواع الملفات المختلفة

### 5. الرسوميات التفاعلية :

http://www.gapminder.org

خدمة Gap Mind هي الأخرى تقدم بعض الأدوات التي تقوم بتحويل الإحصائيات والبيانات الخام إلى رسوم جرافيكية وبيانية تعطي معنى آخر للقارئ ، كما تسمح بإنشاء رسوم تفاعلية جذابة تقدم بعداً آخر عند عرضها على المواقع الالكترونية. وهذه الخدمة يمكن تنزيلها كتطبيق للاستخدام من جهاز الكمبيوتر. وتقدم كثيراً من المواد التعليمية المكتوبة أو المصورة بالفيديو لتعلم أساسيات الاستخدام.



## محرك بحث الخرائط

<http://maps.nationalgeographic.com/map-machine>

## Map Machine

على موقع ناشيونال جيوغرافيك وهو محرك بحث يوفر البحث عن خرائط أرقام صناعية لمناطق جغرافية معينة؟ الخرائط السياسية للدول؟ كما يوجد على صفحات الموقع أيضاً خرائط الدراجات والطرق ومجموعة من الخرائط التفاعلية لاستكشاف العالم.

## محرك بحث على أدوية غير معروفة:

<http://pillbox.nlm.nih.gov/index.html>

أطلق المعهد القومي الأمريكي للصحة مؤخراً أداة بحث جديدة تساعدك في التعرف على حبوب الدواء في الموقع. يدعى الموقع Pillbox. يكفي أن ندخل فقط الحجم والشكل واللون وأي ختم أو علامات أخرى وسيساعدنا محرك Pillbox في تحديد ما هو الدواء المحتمل. (ملاحظة: لا ينبغي استخدام "Pillbox" كبديل عن سؤال الصيدلي أو الطبيب).

## أدوات يمكن للصحفيين استخدامها لحفظ ومشاركة المعلومات:

نعيش اليوم في عصر المعلومات الإلكترونية، حيث يعتمد الصحفيون على الأدوات التكنولوجية الحديثة لتدوين الملاحظات، وحفظ المعلومات والصور، ومشاركة المعلومات مع المحررين أو مع صحفيين زملاء يعملون في نفس الشبكة الإعلامية. لذا أورد في هذا المقال أربع أدوات تكنولوجية تساهم في تسهيل جمع ومشاركة المعلومات.

## دروب بوكس - Dropbox:

دروب بوكس هو خدمة مجانية تسمح لك بالوصول إلى ملفاتك من الصور والمستندات، وأشرطة الفيديو من أي مكان. عندما تقوم بحفظ أي ملف في دروب بوكس الخاص بك يتم الحفظ تلقائياً على كافة أجهزة الكمبيوتر، والهواتف، وحتى في موقع دروب بوكس. هذا يعني أنه يمكنك البدء في العمل على جهاز الكمبيوتر الخاص بك في المدرسة أو

المكتب، والانتهاه من العمل في الكمبيوتر المنزلي. لن تحتاج أبداً إلى إرسال ملف لنفسك عبر البريد مرة أخرى و تنتظر التحميل والتنزيل، كل ما تحتاجه هو حساب مجاني على دروب بوكس و كلمة مرور و تنزيل البرنامج على الكمبيوترات التي تستخدمها<sup>16</sup>.

كما يتوفر "دروب بوكس" كتطبيق للهواتف الذكية (أي فون وأندرويد) وموقع إلكتروني وبرنامج للكمبيوتر. يقوم "دروب بوكس" بحفظ المعلومات والعمل المتعلق بالأشخاص، فهو يحفظ عمل الصحفيين ومعلوماتهم من التلف، حيث يتم تحميل المعلومات (من صور وملفات وفيديو) إلى الموقع الذي يقوم بتخزينها؛ ويمكن للمستخدم أن يدخل إلى حسابه بمجرد توفر وصول للإنترنت. بذلك لا خوف من خسارة المعلومات في حال تلف جهاز الكمبيوتر أو الهاتف الذكي المحمول.

يسمح الموقع بمشاركة المعلومات مع عدد كبير من الزملاء، بمجرد وضع بريدهم الإلكتروني في خانة مشاركة المعلومات. كما يقدم "دروب بوكس" مساحة مجانية لتخزين المعلومات تصل إلى ثلاثة جيجابايت، بعدها يتوجب على المستخدم دفع رسم لزيادة مساحة التخزين.

## جوجل درايف - Google Drive:

يتوفر "جوجل درايف" أيضاً على تطبيق للهواتف الذكية وعلى موقع إلكتروني، ولكن يجب أن يكون لديك بريد إلكتروني خاص بجوجل بهدف استخدامه. "جوجل درايف" مجاني الاستخدام، ويتميز عن "دروب بوكس" بمساحة تخزين أكبر، وإمكانية إنشاء الملفات داخلهمباشرة. كما يمكن تخزين وإنشاء أنواع كثيرة من الملفات كالتنصوص، وشرائح العروض، وملفات خاصة بالحسابات والمعادلات على طريقة إكسل، وأجندة للمحتوى، والعديد من الملفات الأخرى. كما يسمح "جوجل درايف" بمشاركة المعلومات بمجرد إضافة بريد إلكتروني للمستخدم المراد مشاركة الملف معه.

## إيفيرنوت - Evernote:

إحدى أهم الأدوات لحفظ المعلومات التي يصادفها الصحفيون على الإنترنت ولا يمكنهم قراءتها أو يودون الحفاظ

عن حالة نفسية واجتماعية ، أكثر منها معلومات أكيدة. أيضاً ، لا يدرك أعضاء هذه المواقع خطورة طرح قضايا شخصية وبسط معلومات وصور وأشرطة فيديو شخصية وعائلية ومن ثمة يعدون أنّها لا تزال ضمن الإطار الشخصي والضيق وبالتالي غير مطروحة للعموم ، علماً أنّ عدد من يملكون قدرة الاطلاع على هذه المعلومات وتوزيعها أوسع بكثير من حلقة الأصدقاء وأفراد العائلة...

ولذلك ينبغي على الصحفي أخذ المعلومة والبحث عن المصدر الحقيقي والتأكد منه بطريقته الخاصة حتى لا يقع في مشكلة الخبر الكاذب أو أن يكون الخبر مجرد إشاعة أو تشهير بشخص أو مؤسسة أوبدولة. ولكن في مطلق الأحوال فعلى الصحفي أن يؤمن بمقولة " لا دخان بدون نار ". فهو مجبر على اعتماد النسبية في التعامل مع هذه المعلومات والحرص على ذكر المصدر ، دون أن ننسى وجوب احترام خصوصيات الفرد على هذه المواقع.

وعلى الرغم مما سبق يبقى فضاء الشبكات الاجتماعية كمجال للتفاعل بين الصحفيين والقراء لم يرق بعد الى المستوى المطلوب ، لكن الزيادة في الاستخدامات الإعلامية على هذه الوسائل الإعلام الاجتماعية والنمو السريع لمشاركتها ينبئ بفجر قريب لمستقبل للمعلومات .

عليها في مستنداتهم. يوفّر "إيفيرنوت" إمكانية حفظ المقالات ، أو جزء منها أو حتى الروابط فقط ، وتصنيفها وترتيبها ، باستخدام التطبيق أو الموقع الإلكتروني أو الإضافة المخصّصة للمتصفحات (جوجل كروم وفايرفوكس). كما يسمح بإضافة ملاحظات شخصية ويعمل على شكل مفكرة إلكترونية ، ويتميّز بإمكانية البحث في الملفات المحفوظة أثناء بحثكم في محرّكات البحث.

أي إيه رايتير — iA Writer:

يتوفر هذا التطبيق فقط لمستخدمي نظام تشغيل "آي" ، على أي فون وأي باد وأي بود ، وموجود على "آي تيونز". لكن على عكس الأدوات الأخرى ف" أي إيه رايتير" ليس مجانياً ، فهو متوفر بسعر \$0.99 للأجهزة الذكية. يمكن مشاركة الملفات من " أي إيه رايتير" الى "آي كلاود" و"دروب بوكس" لحفظها وجعلها متوفرة لكافة الأجهزة ، كما يمكن إرسال الملفات مباشرة من التطبيق ، ومراجعتها أو طبعتها أيضاً.

#### خاتمة

يغلب على المعلومات الواردة على المواقع الاجتماعية الانطباعية والعاطفة والانفعال وكذلك الذاتية والنسبية ، ومن ثمة وجب التعامل معها ضمن هذا الإطار ، أيعلى أنّها صورة

## الهوامش

1. عمار محمد. قراءة لمؤشرات وأرقام مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية. عالم التقنية. تاريخ الاسترجاع 11/8/2012م.  
<http://www.tech-wd.com/wd/2011/11/03/indicators-and-numbers-of-users-of-social-networking-sites>
2. Alfred Hermida. twittering the news: Journalism Practice. . The Future of Journalism. Volume 4, Issue 2010. pages 297-308
3. الحوار المثمن-العدد: .وسام فواد. ما بعد التدوين. دراسة استشرافية حول تأثير التطورات في البنية التحتية للإنترنت على الحالة الإعلامية أونلاين. 2012-10-25 تاريخ الاسترجاع. 4/4/2008 - 2241 <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=1303244>. Olivier Serrat: Social Network Analysis . p1, date de visite 12-12-2012 <http://www.adb.org/knowledgesolutions>
5. معهد معد للتدريب: مقرر تدريب بعنوان (تطبيقات الحاسب الآلي). تاريخ الاسترجاع. 2012-07-25 <http://www.maadcom.com>
6. Dachary Carey. What Are the Advantages of Social Networking, date de visite 12-01-2013  
<http://www.life123.com/parenting/tweens-teens/social-networking/advantages-of-social-networking.shtml>
7. كاتب سعود صالح ، بحث مقدم للمؤتمر الثاني للإعلام الإسلامي. الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص. جدة. 13-15 ديسمبر 2011  
<http://fr.slideshare.net/skateb/2012-1533873720>
8. كاتب سعود صالح. الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص ، أسبوعية عبدالمحسن القحطاني نوفمبر 2012 م
9. تقرير: 1.3 مليار مشاهدة للإعلانات داخل فيديوهات الشبكات الاجتماعية في 2012. تاريخ الاسترجاع. 2012-10-11  
<http://www.almasryalyoum.com/node/1212551>.
10. خالد وليد الشراوي. تكوين وتغير الصورة الذهنية من خلال تقنيات التواصل الاجتماعي.. ورقة مقدمة للمشاركة في اليوم الدراسي "ثورة الاتصال .... تقنيات جديدة لعلاقات متميزة". غزة. ماي 2012. تاريخ الاسترجاع. 2013-01-25 <http://www.slideshare.net/khaled2050/pr-13026060>
11. Mary Madden. Reputation Management and Social Media: How people monitor their identity and search for others online. date de visite 12-02-2013  
<http://www.pewinternet.org/Press-Releases/2010/Reputation-Management.aspx>
12. ERIC METTOU. Les journalistes parlent aux journalistes. Actu des médias et des RP ! | Scoop.it date de visite 12-12-2012  
<http://blogs.lexpress.fr/nouvelleformule/2012/05/16/les-journalistes-parlent-aux-journalistes/>
13. علي بن شويل القرني ، الإعلام الجديد: من الصحافة التقليدية الى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن ، الرياض ، 2011
14. سمة اللدعه ، ندي الخزندار . استخدام الشبكات الاجتماعية في الإعلام ، رسالة لاستكمال متطلبات نيل درجة البكالوريوس في الصحافة و الاعلام ، كلية الاداب ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، 2011 ، ص ص 39-38
15. خدمة رصد الأماكن من FACE BOOK ستهني الخصوصية الشخصية. تاريخ الاسترجاع. 2013-02-25  
<http://www.borsaat.com/vb/t180938.html>
16. Elena Santos. Un client de bureau de base pour Twitter . date de visite 08/01/2013 <http://teletwitter.en.softonic.com/>
17. علاء شهب ، الصحافة بمساعدة الكمبيوتر . تاريخ الاسترجاع. 2012-10-25 <http://ijnet.org/ar/blog/150892>
18. Purdy, Kevin (2008-10-17) . "Free Online Storage Feature-by-Feature Comparison Chart". Liferhacker .date de visite 08/01/2013 <http://ar.wikipedia.org/wiki/Dropbox>
19. محركات بحث بديلة عن غوغل. تاريخ الاسترجاع. 2012-10-25 <http://ijnet.org/ar/stories/54851>
20. شبكة الصحفيين الدوليين. أدوات يمكن للصحفيين استخدامها لحفظ ومشاركة المعلومات. تاريخ الاسترجاع. 2012-10-25  
<http://www2.ijnet.org/ar/blog/15089>

