

دور المواطن الصحفي في توجيه وتشكيل الرأي العام دراسة ميدانية على عينة من الشباب  
المستخدمين لشبكة الفايبيوك  
The role of the citizen journalist in directing and shaping public  
opinion A field study on a sample of young Facebook users

صدام حسين قيراد<sup>1\*</sup>، باية سي يوسف<sup>2</sup>

<sup>1</sup> كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، [kirathamza1@gmail.com](mailto:kirathamza1@gmail.com)

<sup>2</sup> كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، [mimi1407@live.fr](mailto:mimi1407@live.fr)

تاريخ الاستلام: 2021/07/26 تاريخ القبول: 2021/12/28 تاريخ النشر: 2021/12/30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يلعبه المواطن الصحفي في توجيه وتكوين الرأي العام وهذا من خلال ما ينتجه وينشره من قصص إخبارية تمس كل مجالات الحياة عبر شبكة الفايبيوك مع تسليط الضوء على عوامل جذب اهتمام الجمهور نحو مضامين هذه القصص. وهذا بتوظيف المنهج المسحي الوصفي واستمارة الاستبيان على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها تعاضم قدرة المواطنين الصحفيين على إحداث التغيير في كل المجالات وتكوين وتشكيل وتوجيه الرأي العام حول قضية معينة، وهذا بتوظيف المهارات المكتسبة من ممارسة صحافة المواطن وتجنيد الجماهير التي تعودت على تلقي ومتابعة المحتويات والمضامين التي ينتجها وينشرها المواطنون الصحفيون عبر شبكة الفايبيوك.

كلمات مفتاحية: صحافة مواطن؛ مواطن صحفي؛ قصص إخبارية؛ شبكة فايبيوك؛ رأي عام.

**Abstract:**

This study aims to know the role that the citizen journalist plays in guiding and forming public opinion, and this is through what he produces and publishes of news stories that touch on all areas of life through the Facebook network, while highlighting the factors that attract the public's interest towards the contents of these stories.

This is done by employing the descriptive survey method and questionnaire on a sample of media and communication students at the University of Algiers 3.

The study reached a number of results, the most important of which is the increased ability of citizen journalists to bring about change in all fields and to form, shape and direct public opinion on a specific issue, and this is by employing the skills gained from practicing citizen journalism and recruiting the masses who are accustomed to receiving and following up on the contents and contents produced and published by citizen journalists through the network Facebook.

**Keywords:** Citizen journalism; citizen journalist; news stories; Facebook; public opinion.

#### مقدمة:

شهدت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال بفروعها المختلفة تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة، خاصة ما تعلق بتكنولوجيايات التشبيك المتمثلة أساسا في تكنولوجيا الأقمار الصناعية والإنترنت والهواتف الذكية. وكنتيجة لهذه الثورة التكنولوجية، انتشرت الشبكات الاجتماعية باختلاف تطبيقاتها وبشكل لافت، لتدخل في كل نشاطات وقطاعات الحياة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والإعلامية.

أدت الثورة التكنولوجية الأخيرة إلى ميلاد مجتمع افتراضي شبكي جديد يتميز بجملة من السمات، يتصل أفرادها فيما بينهم بسهولة وسرعة وفي أي وقت وزمان في إطار ما يعرف بخاصية الـ Ubiquitos أو عدم محدودية التواجد المكاني والزمني، التي جعلت من مستخدمي هذه الوسائط عبارة عن كاميرات تغطي الأحداث في مختلف المجالات بصفة آنية وحصرية، حيث تتم عملية الإرسال والاستقبال عبر تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة والهاتف الذكي كدعامة أساسية لها دور جمع والتقاط المعلومات والبيانات بمختلف أشكالها مكتوبة، سمعية، أو سمعية بصرية.

انتقلت العملية الإعلامية في ضوء كل هذا، إلى مرحلة جديدة أصبح فيها المتلقي أهم عنصر في العملية الإتصالية والإعلامية بالتحديد، حيث أصبح الجمهور مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومة الحصرية، لدرجة أن وسائل الإتصال الجماهيري من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون أصبحت تعتمد على المواد التي يلتقطها ويرسلها المواطنون الصحفيون باختلاف

مستوياتهم والذين أصبحوا شهود عيان في قلب الحدث بحوزتهم وسائلهم الخاصة لتغطيته ونشر مجرياته.

يقودنا كل ما سبق إلى الإشارة إلى إرهابات ما يعرف بصحافة المواطن، التي مهّدت لها تكنولوجيات الإتصال والإعلام الحديثة لتثبت دعائمها الأساسية في الأرضية الصحفية الإعلامية، وتمكنت من فرض نفسها في بقاع العالم خاصة في الدول المتقدمة التي تغزوها ثقافة وتكنولوجية الهواتف الذكية التي تعتبر العامل الرئيسي في ظهور هذا التوجه الصحفي الجديد . تختلف أنماط استخدام الجمهور لتطبيقات صحافة المواطن، فكل فرد يستخدم جهاز أو وسيلة معينة وتطبيق معيّن دون تطبيق آخر، كما يختلف أفراد المواطنين الصحفيين كذلك في الدافع الذي يجعلهم يمارسون هذا النشاط وكذا الميدان الذي يهتمون بتغطيته، وهذا راجع إلى الخلفية التي يملكونها مسبقاً والأهداف المسطرة قبل المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية والقصص الإخبارية، في هذه الدراسة سنركز على دور صحافة المواطن في ترسيخ مبدأ حرية التعبير وإحداث التغيير في مختلف مجالات الحياة ومدى مقدرة المواطن الصحفي على تشكيل أو توجيه الرأي العام حول قضية معينة.

من خلال هذه الورقة البحثية المنجزة سنحاول الإجابة على التساؤل الجوهرى التالي:

### كيف يساهم المواطن الصحفي في عملية توجيه وتشكيل الرأي العام؟

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية، سنقوم بتفكيكها إلى جملة من التساؤلات كما يلي:

أ - ما هي طبيعة الجمهور الذي يستهدفه المواطن الصحفي من خلال ما ينشره من قصص إخبارية؟

ب - ماهي عوامل جذب المواطن الصحفي للجمهور؟

ج - كيف يرى المواطن الصحفي قدرته على توجيه وتكوين الرأي العام؟

د - كيف يرى المواطن الصحفي قدرته على إحداث التغيير في مختلف المجالات؟

## 1 - الإطار المنهجي للدراسة

### 1.1 أهداف الدراسة

وتهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على:

- طبيعة الجمهور الذي يستهدفه المواطن الصحفي من خلال ما ينشره من قصص إخبارية.

- عوامل جذب المواطن الصحفي للجمهور.

- رؤية المواطن الصحفي لقدرته على توجيه وتكوين الرأي العام.
- رؤية المواطن الصحفي لقدرته على إحداث التغيير في مختلف المجالات.

## 2. أهمية الدراسة

يعتبر موضوع دور المواطن الصحفي في تشكيل وتوجيه الرأي العام حول قضية معينة موضوع جديد وعليه تكمن أهمية الدراسة في معرفة إذا ما كان لصحافة المواطن دور وحضور في الفضاء الإعلامي في ظل الانفتاح الذي تعرفه الجزائر في جانبين هما جانب الإنترنت وتكنولوجياها الذي عرف انتشارا كبيرا لثقافة الهاتف الذكي المزود بالإنترنت عالي التدفق الذي أنشأ لنا مجتمعا شبكيا من المستخدمين المتواجدين في كل مكان وزمان ، ومن جانب آخر تزامن هذا مع ظهور قنوات تلفزيونية خاصة منفتحة هي الأخرى على هذا الفضاء الافتراضي ، وأمام هذا التفاعل الحاصل، سستيح لنا هذه الدراسة إبراز هذا الدور.

## 1. 3 منهج البحث وأدواته

يتعين على كل باحث أن يحدد المنهج المستخدم في دراسته، ويرجع هذا إلى طبيعة البحث والدراسة التي نقوم بها، وتحدد الإشارة إلى أن مصطلح المنهج له عدة معاني ولا يمكن التوقف عند كل هذه المعاني ولكن يمكن تلخيص هذا التنوع في المعاني والقول أن: " المنهج هو عبارة عن جواب لسؤال : " كيف نصل إلى الأهداف ؟ " (بوحوش، 2007 ، ص 138) في حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف. فالمنهج المسحي الوصفي سيمكنا من وصف واقع مشاركة المواطن الصحفي في عملية تشكيل وتوجيه الرأي العام من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة الفاييسوك.

تنتمي إشكالية بحثنا والمتمثلة في معرفة كيفية مشاركة المواطن الصحفي المستخدم لشبكة **Facebook** في عملية توجيه وتكوين الرأي العام، إلى نوع الدراسات المسحية أو الوصفية الاستطلاعية، لذلك سنقوم باختيار عينة من 350 طالب من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 لإجراء إستبيانات ومقابلات مع هذه العينة المختارة، مع توظيف أداة الملاحظة لمعرفة عادات استخدامهم وخاصة في المجال الإعلامي، وأشكال هذه المساهمات ونحاول وصف التفاعل الحاصل بين المواطن الصحفي والجمهور.

## 1. 4 الدراسات السابقة

تناولت بعض الدراسات في السنوات الأخيرة مواضيع ذات صلة بإشكالية دراستنا، وسنركز في ذكرها على عرض أهم النتائج التي توصلت إليها والتي تتقاطع مع موضوع مقالنا وتخدمه:

- دراسة الباحث "ابراهيم بعزيم" بعنوان " مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن"، وهي أطروحة دكتوراه نوقشت بجامعة الجزائر 3 سنة 2014 والتي توصلت إلى نتائج مهمة مفادها أن الجمهور الجزائري بدأ يتوجه فعلا إلى تبني صحافة المواطن كمنشأ أساسي يدخل في إطار محاولة نقل الوقائع والأحداث بطريقة سريعة وآنية ليثير بذلك اهتمام وانتباه المؤسسات الإعلامية من جهة والجمهور العادي الذي يبحث عن الأخبار في مختلف المجالات من جهة أخرى.

- دراسة الباحثة "نما السيد عبد المعطى أحمد" بعنوان " اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت" وهي رسالة ماجستير في الآداب نوقشت بجامعة المنصورة سنة 2013، تهدف الدراسة إلى قياس اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت وإلقاء الضوء على أشكال صحافة المواطن والإشكاليات التي تواجهها وكذلك رصد التغيرات التي أحدثتها ظاهرة المواطن الصحفي على الصناعة الإعلامية.

- دراسة الباحث "مارك بيرسون"، حول استعمال الإنترنت في المجال الإعلامي، وتأثير شبكة الإنترنت على الصحافة ومدى استعمالها لتدريب الصحفيين، وفي تدريس بعض المواد في أقسام الصحافة، وهي أطروحة دكتوراه نوقشت بجامعة "بوند Bond university" في أستراليا سنة 1999م، حاول الباحث من خلالها دراسة تأثير استعمال الإنترنت في العملية الإعلامية مع إظهار الأنشطة الجديدة التي نجمت عن هذا الاستعمال. حيث توصل الباحث إلى نتائج مفادها أن لشبكة الإنترنت تأثير كبير على العملية الإعلامية وهذا نتيجة الدور الذي أصبح يلعبه مستخدمو الشبكة في العمل الصحفي، فقد أضافت الإنترنت أدوارا ووظائف ووسائل إتصالية جديدة في مجال الإعلام من ناحية التحرير وجمع المعلومات وأساليب الكتابة. كما خلص الباحث إلى أن جمهور الإنترنت يجب أن يدرس بطريقة تختلف عن جمهور الوسائل التقليدية الأخرى.

- دراسة الباحث " أكشاي " التي تناولت وسائل الإعلام الاجتماعية وكيفية تحليل مضمونها، ومشاركة الأفراد في إنتاج المضامين عبر تطبيقات الإنترنت التفاعلية، وهي أطروحة دكتوراه نوقشت بجامعة ماريلاند سنة 2008. وقد درس الباحث بنية المجتمعات الافتراضية وطبيعة الاتصالات التي تتم بين أفرادها عبر مختلف التطبيقات التفاعلية . وبين الباحث أن المدونات تعتبر من وسائل الإتصال غير المسبوقة، التي تمكن الأفراد من التعبير بحرية والتواصل مع غيرهم وبالتالي تساهم في تشكيل المجتمعات الافتراضية.

## 2 . الإطار النظري للدراسة

### 1.2 تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

#### 1.1.2 صحافة المواطن :

تعددت المفاهيم التي أعطاها الباحثون في مجال وسائط الإتصال الجديدة لصحافة المواطن، وهذا نظراً لاختلاف الفترة الزمنية التي قدموا فيها تعريف المفهوم، واختلاف الخلفيات العلمية والمعرفية والسياق الذي ظهرت فيه بالإضافة إلى حداثة هذا التوجه الصحفي الجديد، هذه الاختلافات أدت إلى تعدد التسميات التي أعطاها الباحثون له على غرار " صحافة المواطن (citizen journalism) أو إعلام المواطن ( citizen media ) وهو المصطلح الذي طوره الباحثة والمنظرة الكولومبية Clemencia Rodriguez عام 2001 " (Rodriguez, 2011 , p61) و «الصحافة التشاركية (participatory journalism) الذي جاء به الباحثان الأمريكيان Bowman and Willis عام 2003 (الرميدي، 2013) ، بالإضافة إلى مصطلح الصحافة الشبكية ( networked journalism ) وهناك من يسميها صحافة الشارع ( street journalism) أو "الصحافة الشعبية ( public journalism) الذي طوّره الباحث الأمريكي والمختص في التكنولوجيات الحديثة Dan Gillmor عام 2004 " (Gillmor, 2004 , p58) والصحافة العامة والصحافة الديمقراطية ( democratic journalism) وهي التسمية التي جاءت بها الباحثتان الأمريكيتان Hackett and Carroll عام 2006 ومصطلح الصحافة مفتوحة المصادر (open-source journalism) الذي جاء به الناقد والصحفي الأمريكي andrew leohard عام 2013. (Carroll, 2006, p 83) كما ظهر مصطلح آخر يحاول

وصف صحافة المواطن وهو "المحتوى الذي ينتجه المستخدم (User Generated Content) UGC" (Moyers, 2007) .

إجرائياً :

نقصد بصحافة المواطن في دراستنا ذلك النشاط الصحفي الميداني الذي أصبح يمارسه الجمهور كوسيلة للاحتكاك بعالم الصحافة واكتساب المهارات والتعود على جو البحث عن المعلومة ونشرها عبر مختلف الوسائط التي تعزز من مقدرتهم على ممارسة حرية التعبير وتحقيق التغيير وتكوين الرأي العام حول مختلف القضايا.

## 2.1.2 . المواطن الصحفي

إن مصطلح المواطن الصحفي هو مصطلح حديث ظهر كنتيجة لتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة من هواتف ذكية كدعامة وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر الوسيلة في عملية مشاركة المواطن العادي في العمل الإعلامي. "فالمواطن الصحفي هو كل مواطن يقوم بجزء من دور الصحفي في نقل أخبار وأحداث عايشها بنفسه وكان شاهدا عيانا على الحدث لحظة وقوعه" (الدليمي، 2018، ص11)، ويسعى لبث ونشر الخبر والمعلومة إلى محيطه المجتمعي عبر عدة وسائل بما فيها الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية ومنصات الشبكات الاجتماعية.

- إجرائياً :

نقصد بالمواطن الصحفي في دراستنا طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 الذين يستغلون الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال كالهاتف الذكي المزود بخدمة الإنترنت العالي التدفق وشبكة Facebook كوسيلة نشر آنية ومرنة وسهلة الاستخدام، يستغل المواطنون الصحفيون من طلبة الإعلام والاتصال كل هذه الوسائل والدعامات التقنية في عملية تغطية الأحداث التي تجري أمام أعينهم ويكونون حاضرين لحظة وقوعها من أجل التصوير والتسجيل والنقل والإرسال والبت والمشاركة وإعادة المشاركة وهذا عبر عدة وسائل، فإما يكتفي ببثها على صفحته الشخصية على Facebook أو يرسلها إلى صفحات القنوات التلفزيونية الإخبارية التي تقوم بدورها ببثها على شاشاتها، أو يبثها على الوسيلتين معاً.

## 3.1.2 القصص الإخبارية

تُعرَّفُ القصة الإخبارية News Story بأنها تقرير دقيق وموضوعي عن واقعة أو حدث أو معلومة مهمة، تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه، وتمم أكبر قطاع ممكن من الجمهور (Oppehaffen, 2018, p45). ترصد القصص الإخبارية تأثير الحدث أو الواقعة أو المعلومة التي تعالجها القصة في السياق العام للأحداث.

### إجرائيا :

نقصد بالقصص الإخبارية في دراستنا تلك المضامين المتعددة الوسائط والمنشورة إلكترونيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا بعد عملية توثيق وتغطية الأحداث من قبل المواطنين الصحفيين الذين ينقلون ما تلتقطه عدسة كاميراتهم من مكان وقوع الحدث إلى فضاءات ومنصات شبكات التواصل الاجتماعي لتصبح القصة الإخبارية المنشورة في الواجهة ويتم تداولها فيما بعد عبر صفحات محلية إقليمية ودولية و تصل كذلك لوسائل الإتصال الجماهيري وفي مقدمتها القنوات التلفزيونية الإخبارية التي تقوم ببلورتها وصقلها في قالب صحفي إعلامي مهني كما يتابع طاقمها الصحفي تطورات الحدث المُشار إليه في قصة المواطن الصحفي عن كُتب وهذا بالنزول للميدان والقيام بالتغطية الصحفية الإعلامية الكاملة.

## 4.1.2 شبكات التواصل الاجتماعي social media networks

هي مجموعة من المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وهدفها الرئيسي هو بناء تواصل بين مجموعة من الأشخاص في مختلف أنحاء العالم، واعتمدت هذه المواقع على تطوير عدّة خدمات، عرفت عند مستخدمي الإنترنت في بدايات انتشارها بينهم، ومن بين هذه الخدمات التي جمعتها شبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على التحدث المكتوب مع الأشخاص الآخرين والتواصل الصوتي والمرئي. (شقرة، 2014، ص 53)

### إجرائيا:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في دراستنا كوسيلة للمشاركة في التعبير الحر عن الآراء والانشغالات ومن آليات تحقيق التغيير وتشكيل وتوجيه الرأي العام ، فقد أصبحت اليوم من أهم الدعامات التي يعتمد عليها المواطنون الصحفيون في عملية الإنتاج والنشر والبث الفوري والسريع، فهناك تفاعل وتبادل للمعلومات والأخبار وحركية مستمرة تدعم كل المبادئ السالفة الذكر.



## 2. 1. 5 - الرأي العام

من الصعب إيجاد تعريف واحد للرأي العام، فمنذ القرن السابع عشر وتعريفات كثيرة يقدمها الباحثون لهذا المفهوم الشائك الذي شكّل على الدوام مجالاً خصباً للبحث. ومن الكتب المهمة التي اهتمت بهذا المفهوم كتاب "سيكولوجية الجماهير" لغوستاف لوبون، فبعد أن كان الرأي العام محصوراً - بعد الثورة الفرنسية - في ما تعبّر عنه النخبة، تحوّل المفهوم كثيراً - عند لوبون - إلى الجمهور، وصارت قوة هذا الأخير كبيرة لدرجة أنه يمكن أن يؤثر حتى على الفرد المثقف، إذ يمكن للجمهور أن يحرك ويدفع الجميع سواء إلى الأسوأ أو الأفضل.

ومن بين زمرة التعريفات المتعددة للرأي العام، يمكن أن نستشهد بتعريف ورد في كتاب "الأخبار والرأي العام.. تأثير الإعلام على الحياة المدنية" لمجموعة من المؤلفين، جاء فيه أن الرأي العام هو "وفاق اجتماعي بشأن الأمور السياسية والمدنية، توصلت إليه الجماعات المكونة للمجتمع الأكبر، ويمكن أن تتنوع هذه الجماعات من كيانات صغيرة، إلى مجتمعات دولية ضخمة إجرائياً :

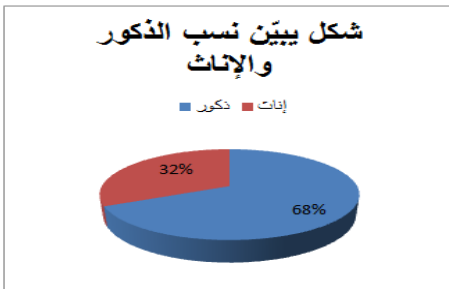
نقصد بالرأي العام في دراستنا ذلك التوافق والاندماج الذي يحدث بين أفراد الجمهور حول قضية وموضوع معيّن يشغل الساحة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية وغيرها من المجالات، ويتجه الجمهور إلى وجهة وزاوية معيّنة يتبناها أشخاص فاعلون في العملية الإعلامية على غرار المواطنين الصحفيين.

### 3 - الإطار التطبيقي للدراسة

#### 3. 1 عرض بيانات الدراسة وتحليلها

- تمثيل أفراد العيّنة حسب متغيرات الجنس، السنة الجامعية، والتخصص الجامعي

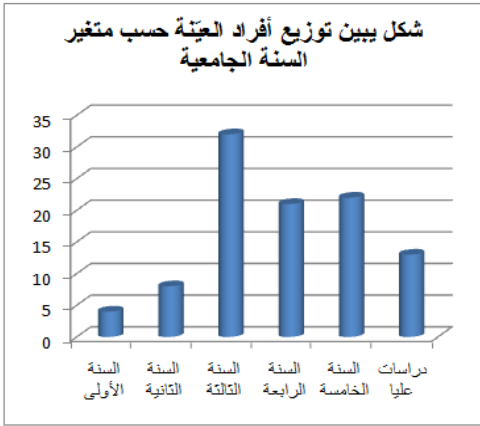
جدول 1 : توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس :



الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكور	238	68
إناث	112	32
المجموع	350	100

يبدو من خلال النسب المتضمنة في الجدول والشكل البياني أعلاه، أنّ نسبة الذكور بلغت 68 %، مُقابل 32 % من الإناث، أي أن أغلبية أفراد العيّنة المبحوثة هم من فئة الذكور وهذا راجع إلى كون أن صحافة المواطن هو نشاط يتطلب الحضور الميداني في أغلب الأحيان، وهو ما يساعد فئة الذكور كونهم يقضون أغلب أوقاتهم خارج المنزل، مما يزيد من نسبة مصادفتهم للأحداث الواقعة وبالتالي يقومون بتغطيتها ونشرها عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة. في حين تميل فئة الإناث إلى الاستخدامات الترفيهية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تتطلب المكوث في البيت غالباً. ومع ذلك فنسبة 32% من الإناث الذين يشاركون في إنتاج ونشر القصص الإخبارية

- جدول 2 : توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السنة الجامعية :



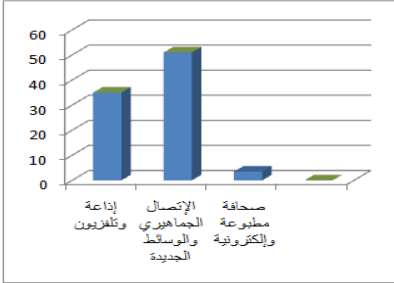
النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الجامعي
4	13	السنة الأولى
8	29	السنة الثانية
32	112	السنة الثالثة
21	73	السنة الرابعة
22	77	السنة الخامسة
13	46	دراسات عليا
100	350	الاجموع

ستمكنا إلى حد ما من تبيان بعض الفروقات الموجودة بين الإناث والذكور من ناحية أنماط وطرق الاستخدام والنتائج والتأثيرات.

يوضح الجدول والشكل البياني أعلاه توزيع نسب أفراد العيّنة المبحوثة من حيث السنة الجامعية، حيث بلغت نسبة طلبة السنة الأولى 4 % فقط وهي أقل نسبة نظراً لانشغال هذه الفئة بالجانب الأكاديمي والمعرفي أكثر من الجانب الميداني المتعلق بالنص والصوت والصورة والفيديو، فطلبة السنة الأولى غير متخصصون بعد ويدرسون جذع مشترك، ومن الناحية النفسية هم في مرحلة التحضير للتأقلم مع الجامعة ولا يهتمون كثيراً بموضوع المشاركة في إنتاج ونشر

القصص الإخبارية ، في حين بلغت نسبة طلبة السنة الثانية 8 % وهي السنة التي يبدأ فيها

جدول 3 : توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الجامعي :



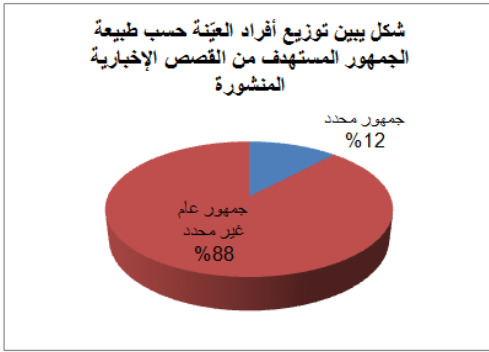
التخصص	التكرار	النسبة المئوية %
إذاعة وتلفزيون / سمعي بصري	124	35
الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة	180	51
صحافة مطبوعة وإلكترونية	46	13
المجموع	350	100

التخصص في مجال علوم الإعلام والإتصال وغالباً ما يتوجه بعض الطلبة إلى الجانب الميداني للتخصص الذي يدرسه، أما نسبة طلبة السنة الثالثة ليسانس فبلغت نسبتهم 32% وهي النسبة الأعلى نظراً لتوجه الطلبة في هذه السنة إلى الجانب التطبيقي والميداني في مشوارهم الدراسي واكتسابهم لفنيات التحرير والتصوير وغيرها من الأمور النظرية، فانشغالهم بإعداد مذكرة التخرج التي تكون في شكل من الأشكال الصحفية المصوّرة وهذا ما يجعلهم يتعودون على المشاركة في إنتاج ونشر القصص الإخبارية شيئاً فشيئاً .

كما تتقارب نسب طلبة الماستر في السنة الرابعة ب 21% والخامسة ب 22 % نظراً لحجم الساعات التطبيقية التي يدرسونها في كلية علوم الإعلام والاتصال، مما يكسبهم رغبة في ممارسة صحافة المواطن في الشارع من أجل صقل مواهبهم وإنجاز أعمالهم التطبيقية التي يكلفهم الأساتذة بها، كما يهدف طلبة الماستر كذلك لتعزيز سيرتهم الذاتية وتعزيز حضورهم في التوظيف في المؤسسات الإعلامية. بينما نجد أن نسبة طلبة الدراسات العليا 13% وهذا ما يعكس عدم مشاركتهم بكثافة في ممارسة صحافة المواطن التي تتطلب التفرغ والتواجد المكاني والزمني وهذا ما يتعدى على طلبة الدكتوراه نظراً لانشغالهم الكبير بالجانب الأكاديمي أكثر من الجانب الميداني في الإعلام.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل البياني أعلاه أنّ نسبة الطلبة الذين يدرسون تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة تمثل الأغلبية بنسبة 51%، يليها تخصص الإذاعة والتلفزيون بنسبة 35%، في حين بلغت نسبة الطلبة الذين يدرسون تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية 13%. وهذا يدل على أن موضوع مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج القصص الإخبارية والمعالجة التلفزيونية للأحداث يصب في مجال اهتمام طلبة تخصص الإتصال الجماهيري

جدول 04 : يوضح طبيعة الجمهور المستهدف من القصص الإخبارية التي ينتجها وينشرها الطلبة الباحثون :



طبيعة الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية %
جمهور محدد	43	12
جمهور عام غير محدد	307	88
المجموع	350	100

والوسائط الجديدة والإذاعة والتلفزيون أكثر من بقية التخصصات، لأنه موضوع يجمع بين الوسائط الجديدة والقديمة للإعلام ويؤدي إلى تفاعلات وإتصالات دائمة بين المواطنين الصحفيين وشبكاتهم الاجتماعية والصحفيين المهنيين ومؤسساتهم أثناء أداء نشاطاتهم الإعلامية .

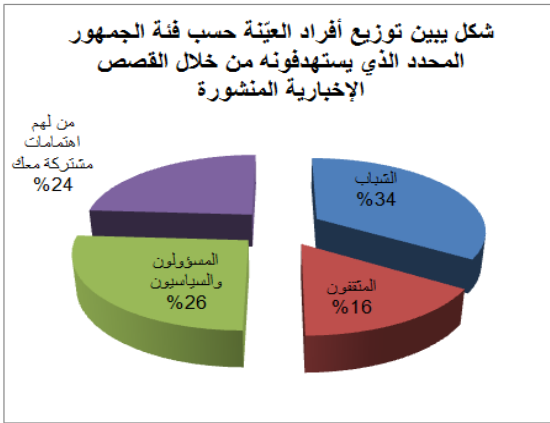
يظهر من خلال الجدول والشكل البياني أعلاه أن غالبية طلبة الإعلام الباحثين يستهدفون جمهوراً عاماً غير محدد من خلال ما ينتجونه وينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook وهذا بنسبة 88% مقابل نسبة 12% فقط من الطلبة الباحثين الذين يستهدفون جمهوراً محددًا من خلال القصص الإخبارية التي ينشرونها. ويعود هذا التباين الكبير في النسب إلى ميل الطلبة إلى مخاطبة كل فئات الجمهور ومعالجة كل القضايا ذات الاهتمام المشترك، وهكذا يستطيع المواطنون الصحفيون من طلبة الإعلام نشر أفكارهم واهتماماتهم وآرائهم إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وهذا ما يثري النقاش أكثر ويدعم فاعلية مشاركة المواطن الصحفي في إيجاد وطرح الحلول والتوصيات التي من شأنها أن تحقق التغيير الشامل نحو الأحسن في كل مجالات

الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، والثقافية، والعلمية والرياضية والدينية وغيرها، وبالتالي فتتوزع المواضيع التي تتطرق إليها القصص الإخبارية لهذا النوع من الطلبة وشموليتها لكل فئات الجمهور من شأنه أن يوسع من دائرة الجمهور المهتم بما ينشرونه ويصبح لديهم قاعدة جماهيرية وقيّة تنتظر منشوراتهم بانتظام لتشارك في مناقشتها ونشرها على نطاق أوسع.

بينما يتوجه بعض طلبة الإعلام المبحوثين من خلال قصصهم الإخبارية المنشورة عبر شبكة Facebook إلى مخاطبة جمهور محدد، وهذا يصب في إطار استراتيجية مدروسة من طرف الطلبة لمعالجة بعض القضايا الخاصة التي تتطلب التدقيق في اختيار أفراد الجمهور وهذا من أجل تحقيق النتائج المرجوة، فبعض الطلبة الذين يملكون صفحات متخصصة على شبكة Facebook يخاطبون مثلاً فئة الشباب المدمن على المخدرات لتبيان آثارها السلبية على صحة الإنسان ونظام المجتمع وإعطاء تجارب ناجحة تمكنهم من الوصول لطرق العلاج. كما يخاطب بعض الطلبة فئات محددة من الجمهور على غرار أقرانهم من الطلبة والأساتذة والمتقنين وهذا لمعالجة قضايا علمية وأكاديمية لا يمكن للجمهور العام أن يستوعبها أو تجذب اهتمامه، كما تتحكم عوامل أخرى في اختيار الطلبة المبحوثين للجمهور وتحديده وهي عوامل الاشتراك في اللغة والدين والثقافة والمنطقة الجغرافية وغيرها.

جدول 05 : يوضح فئات الجمهور المحدد والمستهدف من القصص الإخبارية المنشورة عبر شبكة

Facebook :



فئة الجمهور المحدد	التكرار	النسبة المئوية %
الشباب	27	34
المتقنون	13	16
المسؤولون والسياسيون	21	26
من لهم اهتمامات مشتركة معك	19	24
الجمهور	80	100

يبدو من خلال نسب الجدول والشكل البياني أعلاه، أن طلبة الإعلام المبحوثين يستهدفون أكثر من فئة واحدة من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook وهذا ما يفسّر تضاعف عدد التكرارات من 43 في الجدول السابق إلى 80 في هذا الجدول، وحتى الطلبة الذين وجدناهم يفضلون استهداف جمهور محدد، لا يكتفون بفئة واحدة وإنما يستهدفون عدّة فئات مما يجعلهم يميلون لاستهداف جمهور عام في الأخير. ومع ذلك وجدنا بعض التباين في نسب استهداف الجمهور المحدد حيث بلغت نسبة الشباب 34%، تلتها فئة المسؤولين ورجال السياسة بنسبة 26% وفئة الجمهور الذي يملك اهتمامات مشتركة مع الطلبة المبحوثين بنسبة 24% وأخيراً فئة المثقفين بنسبة 16% .

ويمكن أن نفسّر تصدر فئة الشباب لقائمة الجمهور المحدد والمستهدف من طلبة الإعلام المبحوثين إلى كون الشباب هم القوّة المحركة في المجتمع الجزائري وهم الأكثر حضوراً وتواجداً وتفاعلاً على شبكات التواصل الاجتماعي ويملكون طاقات وإمكانات تجعلهم يشاركون في تحقيق الأهداف المرجوة من إنتاج ونشر القصص الإخبارية التي غالباً ما تسعى لتحقيق أهداف تصب في المصلحة العامّة لكل فئات المجتمع خاصّة فئة الشباب الذي يستفيد من المواضيع والقضايا المطروحة من خلال تلك القصص والتي تتحدث عن احتياجات واهتمامات ومشاكل الشباب كالبطالة والتهميش والهجرة غير الشرعية ومختلف الآفات الاجتماعية.

كما يساهم عامل آخر في تصدر فئة الشباب للقائمة كون طلبة الإعلام المبحوثين هم كذلك شباب ويدركون جيّداً أنماط تفكير وطموحات أقرانهم من الشباب ويعون جيّداً ما يملكونه من طاقات إيجابية يمكن أن يستفيد منها المواطن الصحفي من فئة الطلبة في إنجاح مسار نشاطه الإعلامي وتحقيق نتائج واقعية من خلال ما ينشره من قصص إخبارية، وكذلك الأمر بالنسبة للذين يستهدفون من لهم اهتمامات مشتركة ومتقاربة فطلبة الإعلام المبحوثين يميلون بطبعهم إلى مخاطبة الأفراد الذين يشتركون معهم في أنماط التفكير والهوايات والنشاطات اليومية والمهن وكل من يشعر الطالب المبحوث أنّه سيكون له قبول واهتمام بما سينشره من قصص إخبارية يدخل في هذه الخانة.

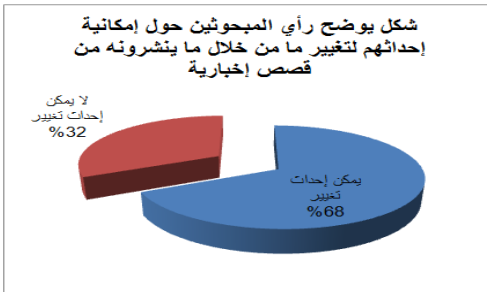
كما يستهدف طلبة الإعلام المبحوثين فئة السياسيين والمسؤولين وهذا من أجل إيصال كل الانشغالات المرتبطة بهم وبأفراد مجتمعهم إلى الجهات الوصيّة والمحوّلة بتلبية متطلباتهم على

أرض الواقع، ولا طالما شكلت القصص الإخبارية الموجهة إلى فئة المسؤولين ورقة ضغط تجعلهم يتخذون الإجراءات اللازمة لمعالجة كل النقائص التي تؤرق حياة أفراد المجتمع وإيجاد الحلول في وقت قياسي، فصحافة المواطن تلعب دوراً محورياً في تحقيق التغيير نحو الأحسن في كل مجالات الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية، الدينية وغيرها.

ونجد أن طلبة الإعلام والاتصال المبحوثين والذين يستهدفون جمهوراً محدداً تميل نسبة منهم إلى مخاطبة فئة المثقفين عبر ما يتم نشره من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook، وهذا راجع إلى كون الطلبة هم كذلك من فئة المثقفين ومن الطبيعي أن يتطرقوا إلى مواضيع تهم الثقافة والمثقفين في الجزائر وهذا ما يجعلهم يخصصون جزءاً من منشوراتهم لمعالجة كل ما يتعلق بالثقافة والتراث والتاريخ الجزائري الذي يتعرض إلى حملات تشويه وسرقة من جهات خارجية أمام صمت وزارة الثقافة والفنون ووزارة المجاهدين وغيرها من الأجهزة الحكومية الوصية، ومع ذلك ساهم طلبة الإعلام المبحوثين من خلال النشر المتواصل للقصص الإخبارية المهمة بهذا الشأن إلى إقحام هذه الوزارات في متابعة كل ما يتعلق بالثقافة والتراث الجزائري والقيام بكل ما يلزم من أجل حماية الموروث الثقافي والتاريخي الجزائري، فكم من قصة إخبارية تداولتها شبكة Facebook وصلت ونقلت النقاش من وزارة الثقافة إلى منظمة اليونسكو من أجل تصنيف كل ما يتعلق بالجزائر ضمن التراث المادي ولا مادي للإنسانية.

جدول 06 : يوضح رأي الطلبة المبحوثين حول قدرتهم على إحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية :

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %
يمكن إحداث تغيير	237	68
لا يمكن إحداث تغيير	113	32
الإجمالي	350	100



يبدو من خلال أرقام ونسب الجدول والشكل البياني أن غالبية طلبة الإعلام المبحوثين وبنسبة 68% يؤمنون بقدرتهم على إحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook، في حين يرى 32% من الطلبة المبحوثين أن مشاركتهم في إنتاج ونشر القصص الإخبارية لا يمكن أن تحدث تغييراً على أرض الواقع.

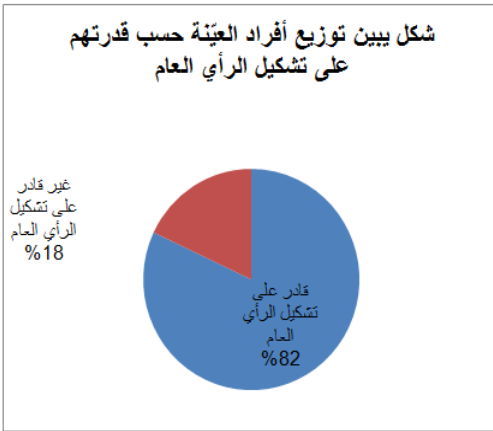
ويمكن تفسير هذه النسب المتعلقة بقدرة الطلبة المبحوثين على إحداث التغيير كونهم يشاركون في إنتاج ونشر القصص الإخبارية وفق إستراتيجية مدروسة تحمل في طياتها أهدافاً مسطرة ومرجوة من وراء هذا الاستخدام لوسائل الإعلام الجديدة، فالطلبة يقومون بتوظيف هذه الوسائل لممارسة صحافة المواطن الذي يُدرك جيداً المشاكل والأزمات والنقائص والآفات التي تُورق الحياة الاجتماعية والتي يعاني منها هو وأقرانه من المواطنين وأفراد المجتمع، فيهدف المواطنون الصحفيون من طلبة الإعلام إلى تحقيق التغيير نحو الأحسن في كل مجالات الحياة السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية، العلمية وغيرها، فوظيفتهم على هذا الأساس لا تهدف فقط إلى تغطية الأحداث الراهنة بل تتعدى ذلك إلى تغيير كل السلوكات والظواهر السيئة وتحسين الوضع القائم من خلال ما تحمله القصص الإخبارية المنشورة عبر شبكة Facebook من رسائل مباشرة وغير مباشرة إلى الجهات المعنية بالقضية المطروحة سواءً كانت من السلطات والهيئات الحكومية المحلية أو جهات من أفراد المجتمع أنفسهم، فمشاكل المجتمع قد تكون نابعة أحياناً من أفراد المجتمع أو من السلطات المحلية أو كلاهما معاً، ولضمان وصول مضمون القصة الإخبارية إلى كل الجهات الوصية يبرز دور وسائل الإعلام التي تتبنى القصص الإخبارية التي ينتجها وينشرها الطلبة المبحوثون فهي تساعد كذلك الطلبة في تحقيق التغيير المرجو.

أما بالنسبة للطلبة الذين يرون أنّ ما ينشرونه من قصص إخبارية لا يمكن أن يحدث تغييراً فقد يعود ذلك إلى طبيعة استخدامهم للوسائل الجديدة للإعلام وأهدافهم من هذا الاستخدام، فعامل نقص الخبرة وغياب الجدية في الطرح خاصة عند الطلبة الذين هم في بداية مشوار المشاركة في إنتاج ونشر القصص الإخبارية وممارسة صحافة المواطن، كلها عوامل تجعلهم لا يؤمنون بقدرتهم على إحداث التغيير، فهم يحتاجون غالباً في هذه المرحلة الأولية للمشاركة إلى التأقلم مع هذا الفضاء الإعلامي المتشعب والتحكم أكثر في وسائله الجديدة والتعود على



المستوى العالي للتفاعلية الذي يميّز فضاء صحافة المواطن. فبعد تخطيهم لهذه المرحلة يبدأ الطلبة تدريجياً في الانتقال من إنتاج القصص الإخبارية التي تهتم بمجالات الترفيه والتسلية وغيرها من المواضيع التي تفتقد للجدية وتتسم بالسطحية إلى إنتاج قصص إخبارية هادفة ومدروسة بشكل يُمكنها من إحداث تغيير ما نحو الأحسن.

جدول 07: بوضوح رأي المبحوثين حول قدرتهم على تشكيل أو توجيه رأي عام من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية



الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %
قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام	286	82
غير قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام	64	18
المجموع	350	100

يبدو من خلال أرقام ونسب الجدول والشكل البياني أن غالبية طلبة الإعلام المبحوثين وبنسبة 82% يؤمنون بقدرتهم على تكوين أو توجيه رأي عام حول قضية معينة تعالجها قصصهم الإخبارية المنشورة، بينما يرى 18% من الطلبة المبحوثين أنّ ما ينشرونه من قصص إخبارية غير قادر على تشكيل أو توجيه الرأي العام.

ونفسر هذه النتائج من خلال ما نلاحظه اليوم في الفضاء الإعلامي الجديد على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت وسيلة من وسائل بناء التوجهات حول مواضيع تمس كل مجالات الحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية، الدينية، العلمية وغيرها، فالطلبة المبحوثون الذين يؤمنون بقدرتهم على توجيه الرأي العام وفق وجهة معينة، يتنافسون مع بقية فئات المواطنين الصحفيين من أجل كسب تأييد الجمهور والتأثير فيه من خلال

ما يطرحونه من مواضيع عبر شبكة Facebook، وفي نفس الوقت يتنافس الطلبة المبحوثون مع وسائل الإعلام التي تحاول غالباً توجيه الرأي العام حسب ما تُلميه الجهات السياسية والاقتصادية المؤثرة والممولة لهذه المؤسسات.

وهكذا أصبحت شبكة Facebook فضاءً تتضارب فيه الآراء وتميل من طرف إلى آخر حسب قوة الإقناع وجدية المواضيع المطروحة ومدى اقتراحها من اهتمامات وانشغالات المواطنين. كما أنّ الطلبة المبحوثين يعون بشكل جيّد أن الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال أصبحت المحرك الرئيسي للرأي العام والفضاء الأنسب الذي تتنافس فيه كل الأجهزة والحركات والهيئات السياسية والتيارات الفكرية والحكومات ورجال المال والإعلام والصحفيين المهنيين والمواطنين الصحفيين من أجل توجيه الرأي العام أو بناء رأي عام بشكل متجدد يستوعب الأفكار المطروحة من خلال المضامين المنشورة عبر شبكة Facebook مما يؤدي إلى توحيد أنماط تفكير الجمهور وتنميط آرائه حول القضايا المطروحة وتوجيهه إلى ما يرغب فيه صاحب القصة الإخبارية.

بينما لا يتشجع كثيراً بعض الطلبة المبحوثين على الانتقال إلى هذه المرحلة المتقدمة من ممارسة صحافة المواطن والتأثير على رأي الجمهور واستمالاته لتكوين رأي عام وتوجيهه وهذا راجع إلى نقص روح المنافسة لدى هذه الفئة من الطلبة واكتفائهم بنشر المعلومة فقط من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية بدون تسطير أهداف بعيدة المدى.

**جدول 08: يوضح علاقة متغير الجنس مع طبيعة الجمهور المستهدف من القصص الإخبارية المنشورة عبر شبكة Facebook:**

يظهر من خلال أرقام ونسب الجدول المتعلق بطبيعة الجمهور المستهدف ومدى تحديده

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة الجمهور المستهدف
30	34	4	9	جمهور محدد
70	78	96	229	جمهور عام غير محدد
100	112	100	238	المجموع

من طرف طلبة الإعلام المبحوثين وفقاً لمتغير الجنس، إذ نجد أنّ غالبية الذكور والإناث يستهدفون جمهوراً عاماً غير محدد وهذا بنسبة 96% لدى الذكور و70% عند الإناث. بينما نجد أنّ نسبة ضئيلة من الذكور 4% يخاطبون جمهوراً محددًا مقابل نسبة 30% من الإناث وهي نسبة عالية بالمقارنة مع نسبة الذكور.

وإذا كانت غالبية الطلبة المبحوثين ذكورا وإناثا يتوجهون إلى جمهور عام غير محدد فهذا راجع إلى تنوع المجالات التي تصب في اهتمام الجنسين وأفراد المجتمع الذي ينتمون إليه والتي يتم طرحها من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية، تلقى تفاعلاً ونقاشاً من مختلف فئات الجمهور وبالتالي تتكون قاعدة جماهيرية معتبرة للمواطنين الصحفيين من طلبة الإعلام تجعلهم يمضون قُدماً في ممارسة صحافة المواطن فيما يخدم المصلحة العامة. كما أنّ توغل فئة الذكور في عمق المجتمع واحتكاكهم مع كل شرائحه وفتاته باختلاف مستوياتها الاجتماعية والعلمية والثقافية يجعلهم الأكثر ميولاً لإنتاج ونشر قصص إخبارية ذات توجه شعبي تخاطب كل فئات الجمهور بدون استثناء.

في حين نجد أنّ فئة لا بأس بها من الإناث يستهدفون جمهوراً محددًا وهذا لمعالجة قضايا جوهرية تتطلب تركيز النقاش في فئات متخصصة في المجال من أجل الخروج بحلول وتوصيات ذات فعالية أكبر، فالمواضيع والقضايا الجادة تتطلب شروطاً موضوعية من أجل مناقشتها وطرحها، وغالباً ما تستميل مثل هذه المواضيع ذات الطابع الجاد فئة الإناث مما يجعلهم يختارون فئات معينة من الجمهور لتلقي ما ينتجونه وينشرونه من قصص إخبارية في هذا الصدد.

جدول 09: يوضح علاقة متغير الجنس مع فئة الجمهور المحدد والمستهدف من القصص الإخبارية المنشورة عبر شبكة Facebook:

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة الجمهور المستهدف
43	20	21	7	الشباب
20	9	12	4	المتقنون
17	8	38	13	المسؤولون والسياسيون
20	9	29	10	من لهم اهتمامات مشتركة معك
100	46	100	34	المجموع

يظهر من خلال أرقام ونسب الجدول الذي يحدد لنا نوع الجمهور المستهدف من القصص الإخبارية التي ينشرها طلبة الإعلام المبحوثين عبر شبكة Facebook وفقاً لمتغير الجنس أنّ هناك بعض التباين النسبي في طبيعة الجمهور المستهدف من الجنسين، حيث أنّ غالبية الإناث يتوجهون إلى فئة الشباب وهذا بنسبة 43% مقابل نسبة 21% من الذكور، كما تستمر صدارة الإناث في استهداف فئة المثقفين وهذا بنسبة 20% مقابل نسبة 12% عند الذكور. بينما نجد أنّ غالبية الذكور يخاطبون فئة المسؤولين والسياسيين من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية وهذا بنسبة 38% مقابل 17% من الإناث، كما يستهدف الذكور أفراد الجمهور الذي يملكون اهتمامات مشتركة معهم بنسبة 29% مُقابل نسبة 20% عند الإناث.

ونفسر هذا التباين النسبي بين الذكور والإناث، بربطه من جهة بمجالات اهتمام الجنسين وزوايا توجهاهم في مجال ممارسة صحافة المواطن ومن جهة أخرى نربط هذا التباين مع ما وصلنا إليه من نتائج في الجدول السابق، حيث نجد أنّ الإناث يركزون على طرح القضايا الجادة التي تصب غالباً في الآفات الاجتماعية التي يعاني منها الشباب ذكوراً وإناثاً، وغالباً ما تتخذ قصصهم الإخبارية طابعاً توعياً إرشادياً يهدف إلى تحقيق المصلحة العامة للمجتمع، وهذا ما يجعلهم يركزون على استهداف فئة الشباب، مثلها مثل فئة المثقفين الذين يمكن لهم المشاركة في

مناقشة مثل هذه الأنواع من القضايا الجوهرية والتي تتطلب أفراداً ذوي مستوى لتحليلها وتفسيرها وتقديم التوصيات والحلول الناجعة. بينما يميل الطلبة الذكور إلى مخاطبة المسؤولين والسياسيين وهذا من أجل إيجاد حلول تحسن من الظروف المعيشية للفئات المهشة التي استطاع الطلبة الذكور من الوصول إليها وتبسيط الضوء على معاناتها اليومية، كما نجدهم يركزون كذلك على مخاطبة كل من يتوافق معهم في الرأي والتوجه والثقافة وأنماط التفكير ومختلف الاهتمامات.

**جدول 10:** يوضح علاقة متغير الجنس مع قدرة الطلبة المبحوثين على إحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية

إناث		ذكور		الجنس
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
43	48	79	189	يمكن إحداث تغيير
57	64	21	49	لا يمكن إحداث تغيير
100	112	100	238	المجموع

يبدو من خلال أرقام ونسب الجدول أنّ لمتغير الجنس دور كبير في تحديد رأي الطلبة المبحوثين بخصوص مقدرتهم على إحداث تغيير أو تحريك اللواقع والأحداث حيث أنّ غالبية الذكور وبنسبة 79% يؤمنون بقدرتهم على إحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية مقابل نسبة 43% عند الإناث. بينما يرى غالبية الإناث وبنسبة 57% أنّه لا يمكن إحداث تغيير مقابل 21% عند الذكور.

ويمكن أن نفسّر هذا التباين الواضح في نسب الجنسين فيما يتعلق بقدرتهم على إحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook وما يصل منها إلى القنوات التلفزيونية الإخبارية لبيث على شاشاتها كون فئة الذكور هم الأكثر اقتحاماً لمجال صناعة المحتوى الإخباري وممارسة صحافة المواطن بلغة مؤثرة وقوية وجريئة تحرك الأحداث وتجذب اهتمام كل الجهات والهيئات الحكومية والإعلامية، فالقصص الإخبارية التي ينشرها الطلبة الذكور غالباً ما تكون مواضيع تمس كل أطراف المجتمع ومختلف مجالات الحياة الاجتماعية، السياسية،

الاقتصادية، الثقافية، الرياضية وغيرها، مما يشكل لهم حافزاً ودعماً يشجعهم على تكثيف عملية إنتاج ونشر القصص الإخبارية والتأكيد على الموضوع المطروح، فعملية التأكيد والتركيز هذه من شأنها أن تحدث التغيير الجزئي والكلّي للواقع المعاش في هذه المجالات على المدى القريب والمتوسط والبعيد.

بينما تؤكد نتائج الجدول من جهة أخرى نقص إصرار فئة الإناث وقلة خبرتهم وحنكتهن في التعامل مع الواقع مما يجعلهن يعتقدون أن إمكانية إحداث المواطن الصحفي للتغيير بوسائله البسيطة أمر صعب ومستبعد، وهذا ما يعكس لنا اكتفاء فئة الطالبات بممارسة صحافة المواطن التي تُعنى بنقل ونشر الأخبار العاجلة بدون معالجة ما وراء هذه الأخبار والسعي لإحداث التغيير على عدّة مستويات لتجنب ما يُمكن تجنبه من ظواهر وحوادث يتعرض لها المواطنون.

جدول 11: يوضح علاقة متغيّر الجنس مع رأي الطلبة المبحوثين حول قدرتهم على تشكيل أو توجيه رأي عام من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية

إناث		ذكور		الجنس	الإجابة
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
66	74	89	212	قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام	
34	38	11	26	غير قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام	
100	112	100	238	المجموع	

يبدو من خلال أرقام ونسب الجدول أنّ هناك علاقة بين متغيّر الجنس ورأي الطلبة المبحوثين حول قدرتهم على تشكيل وتوجيه الرأي العام من خلال ما ينتجون وينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook، حيث أنّ غالبية الطلبة الذكور وبنسبة 89% يرون أنّهم قادرون على تشكيل وتوجيه الرأي العام مقابل 66% عند الإناث، بينما يرى 34% من الإناث أنّهن غير قادرات على تشكيل وتوجيه الرأي العام مقابل نسبة 11% فقط من الذكور.

ويُمكن تفسير هذا التباين المسجل في نسب الجنسين حول قدرتهم على تكوين وتوجيه الرأي العام كون فئة الذكور يملكون مهارات وخبرة أكبر من الإناث في التعامل مع الجمهور

الافتراضي لشبكة Facebook وتوظيفه كدعامة أساسية لتكوين رأي عام حول قضية مطروحة عبر الشبكة، فالمواضيع والقضايا المطروحة من قبل الجنسين تشكل عاملاً بارزاً من عوامل جذب اهتمام الرأي العام، كما أنّ عملية تشكيل وتوجيه الرأي العام تتطلب متابعة مستمرة لمختلف التعليقات والآراء التي تشغل جمهور شبكة Facebook وتصب في اهتمامته، ولا بد من الرد على هذه الآراء والتعليقات وإثراء النقاش بكل ما يخدم المواطن الصحفي ويجعله عنصراً مؤثراً ومكوّناً لتيارات وإتجاهات فكرية في هذا الفضاء الإعلامي الشبكي، مما يتيح له إمكانية تكوين أو توجيه الرأي العام وفق ما يريده مُنتج وناشر القصّة الإخبارية .

**جدول 12 : يوضح علاقة متغير السنة الجامعية مع قدرة الطلبة المبحوثين على إحداث تغيير في مجال ما :**

دراسات عليا		الخامسة		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى		السنة الإيجابية
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
80	37	77	59	70	51	64	72	45	13	38	5	يمكن إحداث تغيير
20	9	23	18	30	22	36	40	55	16	62	8	لا يمكن إحداث تغيير
100	46	100	77	100	73	100	112	100	29	100	13	المجموع

يرز من خلال أرقام ونسب الجدول الدور الذي يلعبه متغير السنة الجامعية في تحديد قدرة طلبة الإعلام المبحوثين على إحداث التغيير في مجال ما، حيث نجد أن النسب متباينة بين طلبة الأطوار الجامعية الثلاث، حيث أنّها تنحو منحى عكسي في الإيجابين، ف 38% من طلبة السنة الأولى يؤمنون بمقدرتهم على إحداث التغيير مقابل 45% عند طلبة السنة الثانية، وترتفع هذه النسبة أكثر مع مرور سنوات الدراسة لتبلغ 64% عند طلبة السنة الثالثة و70% عند طلبة السنة الرابعة و77% عند طلبة السنة الخامسة و80% عند طلبة الدراسات العليا.

ويعود هذا التباين في نسب الطلبة المبحوثين إلى كون طلبة السنوات الأولى لا يولون اهتماماً بإحداث التغيير من خلال ما ينشرونه من قصص إخبارية عبر شبكة Facebook، فهم

في هذه المرحلة الأولى من ممارسة صحافة المواطن يكتبون بنقل وتبادل المعلومات ومشاركة الأخبار العاجلة والمستجدات والأحداث التي يشهدها بدون محاولة معالجتها وتحليلها ومناقشة مجرياتها، فالطلبة الجدد على ميدان صحافة المواطن لا يملكون المهارات والخبرة الكافية التي تخولهم للانتقال إلى هذا المستوى العالي من معالجة ما وراء الخبر أو محاولة التأثير على الجمهور أو تغيير الواقع المعاش، وهذا ما يجعل معظم الطلبة المبحوثين الجدد يرون أنهم غير قادرين على إحداث التغيير، على عكس بقية طلبة السنوات المتقدمة من الدراسة الذي يؤمنون بمقدرتهم على إحداث التغيير في مختلف المجالات وهذا نظراً لقوة مضمون القصة الإخبارية وجدية المواضيع المطروحة التي تصب في اهتمامات الجمهور وتلبي انشغالاته، كلها عوامل تساهم في تعزيز مقدرتهم على تغيير السلوكات والمظاهر السيئة في المجتمع المدني والمجتمع السياسي.

**جدول 13: يوضح علاقة متغير السنة الجامعية مع قدرة الطلبة المبحوثين على توجيهه أو**

دراسات عليا		الخامسة		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى		السنة
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	الإجابة
93	43	94	72	89	65	79	89	45	13	31	4	قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام
7	3	6	5	11	8	21	23	55	16	69	9	غير قادر على تشكيل وتوجيه الرأي العام
100	46	100	77	100	73	100	112	100	29	100	13	المجموع

### تشكيل الرأي العام :

يظهر من خلال أرقام ونسب الجدول أن هناك علاقة مباشرة قائمة بين متغير السنة الجامعية وقدرة الطلبة المبحوثين على توجيهه أو تشكيل الرأي العام، حيث تتباين نسبة الطلبة من سنة دراسية إلى أخرى، فقد بلغت نسبة طلبة السنة الأولى الذين يرون أنهم قادرين على تشكيل أو توجيه الرأي العام 31%، مقابل 45% من طلبة السنة الثانية، وتبدأ هذه النسبة في الارتفاع



بشكل ملحوظ بدءاً من السنة الثالثة لتبلغ 79% ويستمر منحى هذا الارتفاع عند طلبة السنة الرابعة بـ 89% و 94% عند طلبة السنة الخامسة و 93% عند طلبة الدراسات العليا.

ويرجع هذا التباين الموجود في نسب المبحوثين باختلاف مستوياتهم الدراسية إلى كون طلبة السنوات الأولى لا يستوعبون جيداً مفهوم الرأي العام وكيفية التحكم في عمليات تشكيله وتوجيهه، على عكس طلبة السنوات الأخرى الذين منحتهم سنوات الممارسة لصحافة المواطن كمنشآت مُصاحب لتكوينهم النظري الأكاديمي مجموعة من المزايا أبرزها الخبرة والليونة والانسيابية في التعامل مع الأحداث ومعالجتها بشكل يقترب من الاحترافية والمهنية والحداثة في الطرح ولو بالقدر القليل، كما يتحكم عامل آخر في تباين هذه النسب وهو عامل اختيار المواضيع المُشكّلة لمضمون القصة الإخبارية، فالموضوع الذي قد يركز طلبة السنوات الأولى على طرحه وتغطية أحداثه ومعالجتها قد لا يصب في مجال اهتمامات الجمهور ولا يسعى لتحقيق المصلحة العامة وهذا ما يُصعّب عليهم عملية جذب الجمهور وتوجيهه إلى قضية معينة لتكوين رأي عام حولها وجعلها محلّ نقاش في أوساط المجتمع الواقعي والافتراضي.

#### خاتمة :

تلعب صحافة المواطن والمواطن الصحفي دوراً فعالاً في توجيه وتكوين الرأي العام حول مختلف القضايا التي تمّ أفراد المجتمع في كل مجالات الحياة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الرياضية، الصحية، البيئية والدينية، وهذا من خلال المضامين والمحتويات الإعلامية التي ينتجها وينشرها المواطن الصحفي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فمارسته لصحافة المواطن أكسبته قاعدة جماهيرية يستطيع توجيهها وتشكيل رأي عام عبرها حول قضية ما وتحقيق التغيير الشامل في كل الميادين.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

. تمكن صحافة المواطن باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة أفراد الجمهور العادي من التعبير عن آرائهم وانشغالهم واحتياجاتهم.

- تعاضم مقدرة المواطنين الصحفيين على إحداث التغيير في كل المجالات وتكوين وتشكيل وتوجيه الرأي العام حول قضية معينة.

- تسمح صحافة المواطن للجمهور بتوظيف المهارات المكتسبة من ممارسة هذا النشاط الصحفي وتجنيد الجماهير التي تعودت على تلقي ومتابعة المحتويات والمضامين التي ينتجها وينشرها المواطنون الصحفيون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

### قائمة المراجع:

#### • المؤلفات:

الدليمي عبد الرزاق، (2018). *صحافة المواطن والمواطن الصحفي*. عمان: دار الابتكار للنشر والتوزيع.

شقرة علي، خليل، (2014). *شبكات التواصل الاجتماعي*. الجزائر: دار أسامة.

بوحوش، عمار، (2007). *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .

Gillmor, D. (2004). *We the media: The rise of citizen journalists*. usa : national civic review.

Rodriguez, C. (2011). *Citizens' Media against Armed Conflict: Disrupting Violence in Colombia*. Chicago USA: University Of Minnesota Press .

#### • مقالات المجالات:

Opgenhaffen, M. (2018). *Presenting News on Social Media : Media logic in the communication style of newspapers on Facebook* . Digital Journalism ,

Carroll, W. K. (2006, january). *Democratic Media Activism Through the Lens of Social Movement Theory*. Media Culture & Society magazine (28).

#### • مواقع الإنترنت:

زكرياء الرميدي. (13 2013, avril). *صحافة المواطن: تجريد المفهوم* . تاريخ الاسترداد 17 mai, 2019 ، من المجلة العربية ، دار المجلة العربية للنشر والترجمة :

<http://www.arabicmagazine.com/arabic/ArticleDetails.aspx?id=2631>

Moyers, B. (2007, avril 27). *open-source journalism*. Consulté le mai 19, 2019, sur pbs orginzation , USA:

[http://www.pbs.org/moyers/journal/blog/2007/04/opensource\\_journalism\\_1.html](http://www.pbs.org/moyers/journal/blog/2007/04/opensource_journalism_1.html)