

أنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي  
دراسة ميدانية على عينة من صحفيي قناة النهار الإخبارية  
Algerian journalists' use patterns of social media networks  
exploratory study on a sample of Ennahar tv journalists

صدّام حسين قيراد<sup>1</sup>

طالب دكتوراه جامعة الجزائر 3

مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الإتصال الحديثة

kirad.sadamhocine@univ-alger3.dz

باية سي يوسف

جامعة الجزائر 3

mimi1407@live.fr

تاريخ الوصول 2019/12/30 القبول 2020/12/17 النشر على الخط 2021/01/30

Received 30/12/2019 Accepted 17/12/2020.Published online 30/01/2021

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام صحفيي القنوات التلفزيونية الإخبارية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، و كيفية توظيفها في المجال الإعلامي. اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي مع استخدام الاستبانة والمقابلة والملاحظة كأدوات بحث علمية لجمع المعلومات من أفراد العينة وهم عبارة عن مجموعة من الصحفيين العاملين بقناة النهار. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن صحفيي قناة النهار يعتمدون على صفحات المواطنين الصحفيين وصفحات الحوادث وصفحات الشخصيات السياسية والفنية والرياضية في متابعة كل جديد، كما أنهم يشمون مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج المضامين الإعلامية ونشرها ويعتبرونها إضافة نوعية للإعلام الجزائري، ومع ذلك لا بد من مراعاة ضوابط أخلاقية وقانونية في التعامل مع مساهمات المواطن على رأسها التأكد من صحة الخبر وجعلها في قالب صحفي مهني خالي من أي مخالفات من قبيل السب والشتم والقذف.

الكلمات المفتاحية: الإستخدام ؛ الصحفي المهني؛ شبكات التواصل الاجتماعي؛ المواطن الصحفي ؛ الضوابط المهنية.

### ABSTRACT:

This study aims to know the patterns of the use of social media networks by Algerian news TV journalist, and how they are used in the media field. In this study, we relied on the descriptive survey method, using the questionnaire, interview, and observation as scientific research tools to collect information from the members of the sample who are a group of journalists working for Ennahar channel. The study reached a set of results, the most important of which is that Ennahar journalists depend on the pages of citizen journalists, accident pages and pages of political, technical and sports figures in following up on everything new. They also value the citizen's journalistic participation in producing and publishing media contents and consider them a qualitative addition to the Algerian media. Moral and legal controls in dealing with citizen contributions, chief among which is ensuring the news is correct and making it in the form of a professional journalist free from any violations such as insulting, insulting and slandering.

**Keywords:** the use ; Professional journalist ; Social media networks ; The citizen journalist ; Controls.

## مقدمة:

انتشرت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل لافت في السنوات الأخيرة، لتمس كل ميادين وقطاعات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية والإعلامية. فهي نتيجة حتمية للتطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيات الإعلام والاتصال على صعيد التقنيات والأجهزة وشبكة الإنترنت ووسائطها الجديدة

شجع ظهور تكنولوجيات الهواتف الذكية واللوحات الرقمية وغيرها من الدعامات المندمجة مع تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي كثيراً على انتشار ثقافة هذه الوسائل لدى جمهور مستخدميها بما فيهم صحفيو وسائل الإعلام القديمة وعلى رأسها القنوات التلفزيونية الإخبارية والذين يتميزون بعادات ومجالات استخدام مختلفة لهذه الوسائط، كل حسب مجاله.

انتقلت العملية الإعلامية في ضوء كل هذا، إلى مرحلة جديدة أصبح فيها المتلقي أهم عنصر في العملية الاتصالية والإعلامية بالتحديد، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومة الحصرية، لدرجة أن وسائل الإعلام القديمة من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون أصبحت تعتمد على المضامين الإعلامية التي ينشرها المواطن الصحفي الذي أصبح عبارة عن شاهد عيان في قلب الحدث بجوهرته ووسائله الخاصة للتغطية الصحفية وهي الفاييسبوك مثلاً كوسيلة تواصل اجتماعي والهاتف الذكي المتصل بشبكة الإنترنت كداعم ملتقط وناقل للمعلومات.

يرى الكثير من الباحثين المختصين في مجال دراسات الهاتف الذكي، أن استخدام الصحفيين لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي تحكمه مجموعة من الضوابط التي ينبغي أن يعرفها الصحفيون المحترفون الماكثون في مؤسساتهم الإعلامية والذين يستقبلون ويتحرون منشورات المواطن الصحفي لما تحمله من مستجدات وأخبار حصرية من عين الحدث، لتحرك فيما بعد صحفيي هذه المؤسسات للنزول للميدان والقيام بالتغطية الصحفية بأصولها المتعارف عليها، فالمواطن الصحفي لا يمكن أن يعتبر صحفياً بآتم معنى الكلمة، لأنه لم يتلقى أبجديات العمل الصحفي الذي تسطره مجموعة من الأخلاقيات والضوابط المهنية.

تتميز وسائل الإعلام التقليدية في الجزائر و خاصة التلفزيون بالتعددية والتنوع خاصة بعد صدور القانون العضوي للإعلام سنة 2012 والذي سمح بميلاد قنوات تلفزيونية خاصة، فكان هذا الظهور متزامناً مع انتشار ثقافة الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري، فأصبحت القنوات الجزائرية وخاصة القنوات الإخبارية وعلى رأسها قناة النهار التي تعتمد كثيراً على المواد التي يتداولها رواد مواقع التواصل الاجتماعي عبر صفحات الفاييسبوك والتويتز واليوتيوب في أشكالها المختلفة، وتشجع كثيراً هؤلاء المستخدمين على إرسال موادهم للقناة لكي تعرضها وتناقشها وتحللها في أستوديوهاتها الإخبارية على المباشر.

تولدت علاقة لا يمكن لنا أن نتجاهلها بين الشباب الجزائري كمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين القنوات الجزائرية الإخبارية التي يتعامل معها الشباب الجزائري في هذا التوجه الإعلامي الجديد الذي جاءت به صحافة المواطن المرتكزة على جمهور مستخدمي الوسائط الجديدة وعلى القائمين على وسائل الإعلام التقليدية خاصة التلفزيون.

ومن خلال ما سبق سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية :

كيف يستخدم صحفيو قناة النهار شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية، سنقوم بتفكيكها إلى جُملة من التساؤلات كما يلي :
1. ما هي الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً من طرف صحفيي قناة النهار؟.
  2. ما هي مجالات استخدام صحفيي قناة النهار لشبكات التواصل الاجتماعي؟
  3. ما هي الوسائل التي يعتمد عليها صحفيو قناة النهار في استقبال مضامين شبكات التواصل الاجتماعي
  4. كيف يعالج صحفيو قناة النهار المعلومات والأخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما هي الضوابط التي تحكم هذه العملية؟

ويمكن أن نستنتج من خلال هذه التساؤلات جُملة من الأهداف لهذه الدراسة كما يلي :

- معرفة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف صحفيي قناة النهار.
- معرفة الوسائل التي يعتمد عليها صحفيو قناة النهار في استقبال مضامين شبكات التواصل الاجتماعي.
- مجالات استخدام صحفيي قناة النهار لشبكات التواصل الاجتماعي.
- طريقة معالجة صحفيي قناة النهار للمعلومات والأخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي والضوابط التي تحكم هذه العملية.

## 1. الجانب المنهجي للدراسة :

### 1.1 أهمية الدراسة :

يعتبر موضوع استخدام صحفيي القنوات التلفزيونية الإخبارية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي وتوظيف مضامينها الإعلامية من المواضيع الجديدة وعليه تكمن أهمية هذه الدراسة في إعطائنا فكرة عن أنماط استخدام الصحفيين المهنيين لشبكات التواصل الاجتماعي وتسييل الضوء على مجالات هذا الاستخدام في ظل التطور الكبير الذي تشهده تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة والتي غيرت من بني المؤسسات في كل قطاعات الحياة بما فيها القطاع الإعلامي، الذي أصبح اليوم يعيش فترة جديدة فالمعلومة أصبحت تنشر بصفة حصرية وآنية على شبكات التواصل الاجتماعي، ووجد الصحفي المهني نفسه مجبراً على ولوج هذا الفضاء الاتصالي والإعلامي الجديد بغية مواكبة هذه التطورات من أجل تحسين الخدمة الإخبارية وتلبية حاجيات الجمهور الإعلامية في جو تملؤه المنافسة بين مختلف وسائل الإعلام القديمة والجديدة مع مراعاة ضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية.

### 1.2 منهج البحث

يتعين على كل باحث أن يحدد المنهج المستخدم في دراسته، ويرجع هذا إلى طبيعة البحث والدراسة التي نقوم بها، وتجدد الإشارة إلى أن مصطلح المنهج له عدّة 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 ؟ " <sup>1</sup>، في حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف.

<sup>1</sup> عمار بوحوش، منهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 138.

سيمكننا المنهج المسحي الوصفي من مسح عيّنة من صحفيي قناة النهار الإخبارية الجزائرية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، لنصف ونحلل فيما بعد عادات استخدامهم لهذه الوسائط في العمل الإعلامي وأنماط هذا الاستخدام والضوابط الذي تحكمه.

**1. 3 أدوات البحث :** سنعمد في هذه الدراسة على الأدوات البحثية التالية : الاستمارة الاستبائية بنوعها الورقية والإلكترونية و التي سنوزعها على عينة الدراسة وهم مجموعة من صحفيي قناة النهار و المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في سياقات إعلامية ، كما سنعمد على أداة المقابلة بالإضافة إلى الملاحظة العلمية، وذلك بالنظر إلى أهداف الدراسة والمناهج الموظفة.

**1. 4 عيّنة الدراسة :**

العينة هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له.<sup>1</sup>

ولهذا يتمثل مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته هو مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي من الصحفيين الجزائريين العاملين بقناة النهار الإخبارية في حدود 24 صحفي من مختلف الأقسام (تم توزيع 24 استمارة ورقية وإلكترونية على الصحفيين واسترجاعها بالكامل) إضافة إلى إجراء مقابلات وانطلاقاً مما سبق، سنقوم باختيار العينة القصدية، وهي العينة التي تختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات.

ويمكن أن نوضح توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الوظيفة من خلال ما يلي :

**جدول يوضح فئات أفراد العيّنة التي قمنا بإجراء المقابلة معها حسب متغير الوظيفة**

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
رئيس تحرير	3	12 %
مقدم نشرات وبرامج	5	20 %
صحفي محرر	9	37 %
صحفي مراسل	4	17 %
مسؤول صفحة فيسبوك، تويتر ويوتيوب	3	12 %
المجموع	24	100 %

نلاحظ أن نسبة 37 % من أفراد العيّنة هم من فئة الصحفيين المحررين تليها فئة مقدمي النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية بنسبة 20 %، وكل الفئات المذكورة في الجدول أعلاه لها علاقة مع شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها في المجال الإعلامي والإخباري وهذا ما دفعنا إلى التركيز عليها في إجراء المقابلة وجمع المعلومات.

<sup>1</sup> محمد الحسن إحسان، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط 1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت 2011، ص 112.

## 1. 5 الدراسات السابقة :

1. دراسة إسلام محمد عبد الرؤوف ( 2014 ) بعنوان : الأساليب التفاعلية في القنوات الفضائية الإخبارية المباشرة اتجاه قضايا التحول الديمقراطي في مصر، دراسة تطبيقية : توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت ثراءً واضحاً في الخدمة الإخبارية التلفزيونية وحققت حضوراً اجتماعياً للمشاهدين من خلال تفاعلهم عبر تلك القنوات المعتمدة على هذه الشبكات، كما أشارت الدراسة إلى أن الديمقراطية أصبحت سمة يتسم بها المناخ الإعلامي وليس فقط المناخ السياسي، مما خلق حالة من التطور النوعي على صعيد الاستخدام وطرق عرض المحتوى التفاعلي في وسائل الإعلام الجديدة.

2. دراسة عدلي رضا : الذي يرى أن اعتماد معدي البرامج التلفزيونية على شبكات التواصل الاجتماعي بدلاً من القراءة والمعرفة هو أمر بالغ الخطورة، حيث أن معظم المعلومات المحصّل عليها من خلال هذه الوسائل هي معلومات مغلوطة، ومن ثمّ ليس كل ما هو موجود عليها دقيق، فلا بد من أن يكون الإعداد الصحيح بالرجوع إلى المصادر الرئيسية للمعلومات والأخبار.

3. دراسة محمد المرسي : هو من المعارضين لاستخدام القنوات التلفزيونية لشبكات التواصل الاجتماعي، بل هو يعتبر ذلك درباً من دروب التضليل، ولا يصح على الإطلاق النظر إليها بأنها تدعم التغطية الإخبارية، فهي يجب أن تقتصر على الآراء فقط فالدكتور مرسي يرى من خلال دراسته أن شبكات التواصل الاجتماعي ليست سوى نوع من أنواع الدعاية، ولا يصح على الإطلاق أن يعتمد عليها الصحفيون كمصدر للمعلومات.

## 2. الجانب النظري للدراسة :

## 1. 2 مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

## - الاستخدام :

أ. لغة : من الفعل استخدم، يستخدم أي يستعمل ويستغل الإمكانيات التي يملكها.

ب. اصطلاحاً : يشير مفهوم الاستخدام الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 إلى نشاط اجتماعي تتم ملاحظته بسبب تواتره، ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لسد حاجة معيّنة، وفي الدراسات الإعلامية يشير مفهوم الاستخدام إلى الممارسات كما يشير أيضاً إلى السلوكيات والعادات والاتجاهات، والممارسة تشير إلى جملة من العادات القائمة أو طرق ملموسة في الفعل حيث لا يغطي السلوك إلا جزءاً من الممارسة.<sup>1</sup>

يؤدي مفهوم الاستخدام عادة إلى طرح التساؤل "ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات و الأشياء التقنية" ؟ - يميل مفهوم الاستخدام بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات، أي علاقة الفرد بالأشياء التقنية و بمحتوياتها أيضاً، كما أن الاستخدام فيزيائياً يميل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابل للاكتشاف و التحليل عبر ممارسات و تمثيلات خصوصية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عيسى مراح، سعيد لوصيف وآخرون، وسائط الاتصال بين الاستعمال والاستخدام، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص 48.

<sup>2</sup> فضيلة تومي، " تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية "، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مراح، ورقلة، عدد خاص، 2011، ص 23.

يقتضي مفهوم الاستخدام أولاً الوصول إلى تكنولوجيا معينة، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائياً (مادياً) ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام.

يعرف الاستخدام على أنه أنماط اجتماعية تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم وتفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقاً و تعيد إنتاج نفسها و ربما تظهر مقاومة للممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها.

ج . إجرائياً : نقصد بالاستخدام والمستخدم في دراستنا توظيف الصحفيين الجزائريين شبكات التواصل الاجتماعي واستغلال خصائصها التفاعلية والإعلامية في عملهم الصحفي وأنماط ومجالات هذا التوظيف تختلف حسب توجهات كل صحفي واهتماماته.

### الصحفي المهني :

يعرّف الصحفي المهني أكاديمياً أنه الشخص المتخصص الحاصل على شهادة علمية في الصحافة (المطبوعة، أو المسموعة، أو المرئية) ويمارس مختلف فنون الكتابة الصحفية والعمل الصحفي من تغطيات للأحداث ونقلها عبر وسائل الإعلام. هو عضو النقابة المسجل في سجل الصحفيين واتخذ الصحافة مهنة له، وكذلك، الصحفي كل من اتخذ الصحافة مهنة ومورد رزق. أن الصحافة الإلكترونية تجمع في طياتها أنواع الصحافة الثلاث: المطبوع، والمرئي، والمسموع، ولا يمكن فصلها عن ذلك إطلاقاً، فهي صحافة مطبوعة، ومسموعة، ومرئية معاً.<sup>1</sup>

إجرائياً : نقصد بالصحفي المهني في دراستنا هذه مجموع الصحفيين العاملين بقناة النهار الإخبارية الجزائرية والمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في مجالات مختلفة، واعتمادهم على مضامينها المنشورة من قبل المواطنين الصحفيين.

### شبكات التواصل الاجتماعي :

تعرف أنها 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.<sup>2</sup>

أصبحت هذه الشبكات وسيلة لحفظ المعلومات، كمقاطع الفيديو والصور، ووفرت بعضها خاصية إرسال واستقبال الوثائق والملفات الإلكترونية، وساهمت في جعل مستخدميها قادرين على اكتشاف العديد من الأشياء الجديدة، ومشاركتها مع الآخرين

<sup>1</sup> نصير أحمد الريماوي، من هو الصحفي؟، دنيا الوطن، فلسطين، 2010، ص 8.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الجزائر، 2014، ص 53.

سواءاً كانوا أفراداً مثلهم أو مؤسسات، كما أنّ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ارتبط بتقديم أنواع جديدة من المحتوى المرتكز على مشاركات المستخدمين.<sup>1</sup>

إجرائياً :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في دراستنا كوسيلة للمشاركة في العملية الإعلامية وإنتاج الأخبار التلفزيونية، فقد أصبحت اليوم من أهم الركائز التي تركز عليها وسائل الإعلام التقليدية وعلى رأسها القنوات التلفزيونية الإخبارية، فهناك تفاعل وتبادل للمعلومات والأخبار سنحاول من خلال هذه الدراسة إظهار مختلف جوانبه.

المواطن الصحفي :

يعتبر مصطلح صحافة المواطن والمواطن الصحفي مصطلحاً جديداً نشأ في إطار الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال، ظهر نتيجة لتداخل موجات من الظروف والعوامل بشكل متسارع. هذه العوامل منها ما هو متعلق بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال الذي أدى إلى ظهور أشكال مستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، ومنها ما يرتبط بالرغبات الفردية أو الجماعية في التعبير عن الذات والمشاركة، وأخرى متعلقة بتأثير الجمهور بعيوب ومحدودية إمكانات وسائل الإعلام القديمة.<sup>2</sup> و يرى الدكتور ياس خضير البياتي فقد قال: " إن كل مواطن هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقوعها، فلا تستطيع أية وكالات أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، وأصبحت ظاهرة غير قابلة للتجاهل"<sup>3</sup>. فصحافة المواطن إذن هي مواقع تبث مساهمات مواطنين ليس لهم علاقة بمؤسسات إعلامية ولكنهم يقومون بأدوار مشابهة لأدوار المؤسسات الإعلامية. وتعتبر صحافة المواطن هي الصحافة التي يصنعها أو يشترك في صناعتها المواطن ويقوم بتوظيف ما يملكه من وسائل في مجال تبادل الأخبار والآراء بينه وبين باقي المواطنين عبر شبكة الإنترنت. ولا شك في أن اشتراك المواطن في العملية الإعلامية حدث هام في تاريخ الصحافة والإعلام لأن المواطن "القارئ أو المستمع أو المشاهد" هو العنصر المستهدف في تلك العملية منذ بدايات نشأة الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون.

"إن المواطن الصحفي يعني لغوياً أن تصف المواطن بأنه صحفي، وعملياً فأصل المصطلح جاء من دور المواطن في نقل قصة أو خبر ما لجمهوره من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا الدور اعتبره منظرو الإعلام شكلاً من أشكال الصحافة والنشر، ولأن لاعب هذا الدور ليس صحفياً بالأساس سمي مواطننا صحفياً".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Manion, Christopher. E. and Selfe, Richard "Dickie", **"Sharing an Assessment Ecology: Digital Media, Wikis, and the Social Work of Knowledge"**, Technical Communication Quarterly, Vol. 21, 2012, p. 25-45, (accessed 25 November 2018):<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=69699770&site=ehost-live>

<sup>2</sup> Balle, Francis, **"Médias historiques" et "médias sociaux": le retour du débat entre technophiles et technophobes** », Revue Européenne des Médias, (2011) n° 20, p. 59

<sup>3</sup> ياس خضير البياتي، "الإعلام الجديد وعصر صحافة المواطن"، جريدة العرب اللندنية، 2014/01/03، <https://alarab.co.uk>، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2019/05/22.

- إجرائيا :

نقصد بالمواطن الصحفي في دراستنا كل فرد يستغل تكنولوجيايات الإعلام والإتصال الحديثة المتمثلة أساسا في الهاتف الذكي واللوحة الإلكترونية المزود بخدمة الإنترنت العالي التدفق وشبكة الفايبروك السهلة والسريعة الاستعمال، يستغل كل هذا في عملية تغطية الأحداث التي تجري أمام عينه ويكون حاضرا بوسائله لحظة وقوعها من أجل التصوير والتسجيل والنقل والإرسال والبث والمشاركة وإعادة المشاركة .  
ضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية :

تخضع كل مهنة لفلسفة الضبط والمساءلة، والمهنة الصحفية على غرار بقية المهن لا بد أن تسيروها مجموعة من الضوابط والقواعد لتتم في جو منظم بعيدا عن أي مخالفات من شأنها أن تضر بالفرد أو المؤسسة بدون وجه حق. فالإعلام هو إيصال معلومة للمتلقي ولا ينبغي أن يخرج عن هذا الإطار. "فأخلاقيات المهنة وميثاقها هو مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة المهنية اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والواجبات المرتبطة بمهنة الصحفي المهني أو المحترف، وتتجسد هذه الحقوق والواجبات في شكل ميثاق يتفق عليه أغلب الصحفيين فيعملون على احترامه وتفادي الخروج عنه."<sup>2</sup>

إجرائيا :

نقصد بضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية في دراستنا هذه هو كيفية تعاطي الصحفيين الجزائريين لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي ومدى التزامهم بالتعامل السليم مع مشاركات المواطن الصحفي الذي أصبح ينتج مضامين إعلامية تتطلب جملة من الإجراءات والتعديلات قبل بثها وطرحها على القنوات الإخبارية. وهنا تبدأ مهمة الصحفي المهني.

## 2.2 التأسيس المعرفي والنظري للدراسة :

يندرج موضوع دراستنا المتمثل في أنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي من الناحية النظرية في منظور نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and gratifications التي تعود جذورها إلى منتصف الأربعينيات من القرن العشرين مع عالم الاجتماع الأمريكي Harold laswell، وقد كانت النظرية في البداية تصف استعمالات الأفراد وأهدافهم من التعرض لوسيلة إعلامية معينة، وقد تطورت النظرية في الستينيات والسبعينيات لتدرس الإشباعات المختلفة لحاجاتهم الاجتماعية والنفسية.<sup>3</sup>

ينصرف النظر وفي هذه النظرية عن آثار الإعلام الجماهيري على الناس، ويتجه عوضا عن ذلك إلى الطرق التي يسلكها الناس لكي يستخدموا وسائل الإعلام لإرضاء حاجاتهم ورغباتهم، ومنا هنا فهذا المدخل ينظر إلى أفراد الجمهور بكل أطيافه سواء كانوا مواطنين صحفيين أو صحفيين مهنيين على أنهم مشاركون نشطون في العملية الإتصالية والإعلامية تحديداً، فهي تنادي بفاعلية

<sup>1</sup> Badillo Patrick-Yves et Pélissier Nicolas, Usages et usagers de l'information numérique:

Renouvellement des problématiques et nouveaux enjeux pour les SIC, Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication, n 6, 2015

<sup>2</sup> Karknu , ethics in journalism , media guide , usa , 2015 , p 14.

<sup>3</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2011، ص 10.



ونشاط الجمهور active audience الذي يمكنه من اختيار الوسيلة والمضمون والوقت الذي يريده ويتناسب مع رغباته ودوافعه.

و أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام خلال الأربعينات من القرن العشرين إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل، و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام.

و يذهب إدلستاين «Edelstein» و زملاؤه إلى أن تأسيس نموذج "الاستخدامات و الإشباعات" جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية"<sup>1</sup>، و يضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام وصحفيها المهنيين، فمن خلال هذا المنظور لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الإعلام التي يرغبون في التعرض إليها، و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

كما وجد الصحفيون المهنيون في ظل شبكات التواصل الاجتماعي فضاءاً إتصالياً وإعلامياً تفاعلياً مفتوحاً على جميع الآراء يمكنهم من تبادل الأفكار والمعلومات مع الجمهور والتعبير بحرية عن مختلف آرائهم التي يعجزون عن الإدلاء بها في المؤسسات الإعلامية التي يمارسون فيها مهنة الصحافة.

وصلت بحوث الاستخدام و الإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور، فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، و مما لا شك فيه أن ما قدمه الباحث الأمريكي Elihu Katz وزميله Blumer و Gurvitch عام 1974م، قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية، وبلورة افتراضاتها الأساسية.

يرى Katz في العلاقة بين الاستخدام والإشباع أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات فالجمهور يستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاته ومصالحه وتحقيق ذاته...<sup>2</sup>

فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، و نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.

و يعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية و الفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.<sup>1</sup> فأعضاء الجمهور بما فيهم فئة الصحفيين المهنيين المستخدمين للوسائط الجديدة للإعلام مشاركون فاعلون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائط الإعلام والاتصال القديمة منها والجديدة لتحقيق أهداف مقصودة تلبي حاجياتهم.

<sup>1</sup> بدون كاتب، نظرية الإشباعات والاستخدامات، رويال كلانس للبحوث، الكويت، 2012، ص 6.

<sup>2</sup> ديفيد كلوفر : علم اجتماع وسائل الاتصال، اتجاهات جديدة في علم الاجتماع، تحرير ميشيل هارا لامبوس، ترجمة د احسان محمد الحسن ود عبد المنعم الحسني، بيت الحكمة- بغداد- العراق 2001 ص 497.

2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه و حاجاته، و كذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، و من ثم فهو يختار وسائل الإعلام التي يرغب في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاته النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة<sup>2</sup>، فاستخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها الجمهور ويتحكم في ذلك مجموعة من العوامل كالفروق الفردية و التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته،<sup>3</sup> فهنا تؤكد الفرضية الثالثة على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة و المتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور و وسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر<sup>4</sup>، أي أن أفراد الجمهور يستطيعون تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع تلك الاحتياجات.

5- إن العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها بنفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة،<sup>5</sup> بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة، كما يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

و طرحت هذه الفروض عددا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته و تحديد نشاطه، و كذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات و دعمها، و قرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات.

أما الأهداف التي تحققها نظرية الاستخدامات والإشباع هي :<sup>6</sup>

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط.
2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض للرسائل الإعلامية والاتصالية.

<sup>1</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

<sup>2</sup> Carey , J.W , **the internet and the end of the national communication system : uncertain predictions of an uncertain future** ,journalism and mass communication quarterly , 75 , 1998 , p 28.

<sup>3</sup> بدون كاتب، **نظرية الإشباعات والاستخدامات**، رويال كلاس للبحوث، الكويت، 2012، ص 10.

<sup>4</sup> Strano ,Michele , M , user description through facebook profile images , (cybersychology journal of psychosocial research on cyberspace ) ,2008 article 5 , p 11.

<sup>5</sup> طه نجم، **نظرية الاستخدامات والإشباعات**، 29 نوفمبر 2011، -[http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post\\_6558.html](http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_6558.html) ، تم الإطلاع عليه يوم 14 نوفمبر 2018.

<sup>6</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

3 . التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري.

### 3 . الجانب التطبيقي للدراسة :

#### 1.3 قراءة وتفسير نتائج الجداول :

من خلال أداة الإستبيان و دليل المقابلة والأسئلة المطروحة من خلاله على الطاقم الصحفي لقناة النهار الإخبارية يمكننا الآن البدء في عملية التحليل الكمي والكمي للمعطيات التي تحصلنا عليها وتنظيمها من خلال الجداول التالية :

المحور الأول : معلومات عامة عن قناة النهار الجزائرية وطاقمها وأهم برامجها الإخبارية :

الجدول 01 : يوضح توزيع عمال قناة النهار الجزائرية الإخبارية حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية %
رئيس تحرير	6	3 %
مقدم نشرات وبرامج	13	7 %
صحفي محرر	30	16 %
صحفي مراسل	48	26 %
مصوّر	25	13 %
تقني صوت	20	11 %
مركب	20	11 %
تقني بث	6	3 %
مسؤول صفحة الفايسبوك + تويتر + يوتيوب	3	1 %
إداري	10	5 %
المجموع	181	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 01 :

نلاحظ من خلال الجدول 01 أن عدد الصحفيين يمثل أكبر عدد من الموظفين بالقناة، وهذا باحتساب عدد الصحفيين المحررين الذي يبلغ حوالي 30 صحفياً بنسبة تفوق 16 % و 48 صحفياً مراسلاً بنسبة تفوق 26 %، فوجود هذا العدد الكبير من الصحفيين في قناة النهار راجع إلى توجه القناة وطابعها الإخباري، الذي يفرض عليها المتابعة الآنية والفورية لكل الأحداث عبر الوطن وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها، ولتحقيق هذا الغرض لابد من وجود طاقم صحفي نشيط ومتوزع في أكبر عدد ممكن من المواقع للقيام بالتغطية السريعة للأحداث.

**المحور الثاني : الوسائل والأجهزة التي يعتمد عليها صحيفيو قناة النهار في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي واستقبال**

### مضامينها

**الجدول 02 : يوضح التعاريف المقدمة لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة**

ما هو تعريفك لشبكات التواصل الاجتماعي ؟		
التعريف المقدم	العدد	النسبة المئوية %
هي وسائل إعلام جديدة	12	50 %
هي وسائل للتفاعل مع الجمهور	8	33 %
هي وسائل للإتصال والتواصل بين الأفراد	4	16 %
المجموع	24	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 02 :

نلاحظ من خلال الجدول 02 أن أغلب أفراد العينة يرون شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل إعلام جديدة بينما يرى البقية أنّها وسائل للتفاعل والتواصل على عدّة مستويات.

إن التعريفات المقدمة هي تعريفات قريبة جداً للواقع الإعلامي والإتصالي الذي أصبح يعتمد كثيراً على مواقع التواصل الاجتماعي، فمن خلال هذه الإجابات ندرك جيداً تأثر الصحفيين الجزائريين في قناة النهار بهذه الوسائل التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من عملهم الإعلامي، وهذا ما جعلهم يستوعبون جيداً دورها مما جعلهم يقدمون تلك التعريفات.

**الجدول 03 : يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف أفراد العينة**

ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بكثرة ؟		
الشبكة	العدد	النسبة المئوية %
فايسبوك	15	62 %
يوتيوب	6	25 %
تويتر	3	13 %

المجموع	24	% 100
---------	----	-------

قراءة وتفسير نتائج الجدول 03 :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول 03 أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون شبكة الفايبروك بنسبة تفوق 62 %، تليها شبكة اليوتيوب بنسبة 25 % بينما لا تتعدى نسبة استخدام شبكة تويتر 13 %. ويرجع هذا الترتيب إلى كون شبكة الفايبروك هي الشبكة رقم 01 في العالم من حيث عدد المستخدمين الذي يقترب من 2 مليار مستخدم مطلع عام 2020، وهذا راجع إلى سهولة الاستخدام والخدمات المتميزة التي تجمع بين النص والصوت والصورة والبث المباشر. بينما موقع اليوتيوب فهو مخصص للفيديوهات أما موقع تويتر فمستخدمه يشكون من عائق محدودة عدد حروف التغريدة الواحدة الذي لا يتجاوز 280 حرفاً.

**الجدول 04 : يوضح الأجهزة المستخدمة من طرف أفراد العينة لدخول وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي.**

ما هي الأجهزة التي تفضّل استخدامها لدخول وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي ؟		
الجهاز	العدد	النسبة المئوية %
الهاتف الذكي smartphone	12	% 50
اللوحة الإلكترونية tablette	6	% 25
الحاسوب المحمول laptop	4	% 17
الحاسوب الشخصي personal computer	2	% 8
المجموع	24	% 100

قراءة وتفسير نتائج الجدول 04 :

نلاحظ أن نصف أفراد العينة يفضلون استخدام هواتفهم الذكية لدخول وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي والإطلاع على مضامينها، بينما يميل ربع أفراد العينة لاستخدام اللوحة الإلكترونية والرابع الأخير يتوزع بين استخدام الحاسوب بنوعيه المحمول والشخصي.

يمكن تفسير ميل الصحفيين لاستخدام الهاتف الذكي إلى سهولة ومرونة استخدامه نظراً لحجمه الصغير ووزنه الخفيف وانتشاره بكثرة وتوسع سوق الهواتف الذكية بالجزائر مؤخراً ليصبح في متناول الجميع، خاصة مع إطلاق خدمتي الجيل الثالث والرابع للإنترنت العالي التدفق والمتصل بالهاتف الذكي.

يتمتع جهاز اللوحة الإلكترونية بنفس الخصائص تقريباً ولكنه بحجم أكبر، أما الحاسوب المحمول فنقطة ضعفه هو نفاذ البطارية وحجمه الكبير نسبياً، أما الحاسوب الشخصي وبالرغم من خفة نظام تشغيله وتجهيزه بجملة من البرمجيات والتطبيقات المختلفة غير أنه جهاز ثابت لا يتناسب مع العمل الصحفي الميداني.

**المحور الثالث : مجالات استخدام صحفيي قناة النهار الجزائرية الإخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي**

**الجدول 05 : يوضح مجالات استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي**

ما هي مجالات استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟		
النسبة المئوية %	العدد	مجالات الاستخدام
38 %	9	كمصادر للإطلاع على الأخبار الحصرية والعاجلة
21 %	5	كوسائل للتفاعل مع الجمهور
13 %	3	كوسائل للتواصل مع النخبة من ذوي الاختصاص
17 %	4	كوسيلة للتعبير وطرح القضايا بحرية وبدون رقابة
13 %	3	كأرشيف إلكتروني لقناة النهار
100 %	24	المجموع

قراءة وتفسير الجدول 05 :

نلاحظ أن أغلبية صحفيي قناة النهار وبنسبة تفوق 38 % يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للإطلاع على الأخبار الحصرية والعاجلة، كما تستخدم أيضا كوسيلة للتفاعل مع الجمهور بنسبة 21 %. بينما يستخدم 13 % من أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي كأرشيف إلكتروني للقناة وهم أنفسهم القائمون على إدارة صفحات قناة النهار على الفيسبوك، تويتر واليوتيوب. نفسر هذه النتائج و نقول أن الأخبار العاجلة والحصرية تنتشر بكثرة في صفحات الشبكات الاجتماعية، والتي أصبحت منصة هامة من منصات الحصول على هذه الأخبار والمعلومات لحظة وقوع الحدث، كما أنها أصبحت وسائل للتفاعل والتواصل مع الجمهور والنخبة من المثقفين وذوي الاختصاص، ووسيلة للطرح الحر لمختلف القضايا التي يعجز الصحفي المهني على طرحها في مؤسسته الإعلامية ولكنه ي طرحها على شبكات التواصل الاجتماعي بدون رقابة.

الجدول 06 : يوضح دور شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد النشرات الإخبارية لقناة النهار

كيف تدخل شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد النشرات الإخبارية؟		
النسبة المئوية	العدد	الأهمية / الميزة المضافة
25 %	6	مساعدة الصحفي المراسل على إرسال المادة الإعلامية في الوقت المحدد
17 %	4	متابعة كل جديد أثناء بث النشرة
13 %	3	تدعيم مواضيع النشرة بآراء المختصين على المباشر
33 %	8	تدعيم النشرة بمساهمات المواطن الصحفي
13 %	3	حفظ النشرة في أرشيف إلكتروني عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي
100 %	24	المجموع

قراءة وتفسير نتائج الجدول 06 :

نلاحظ أن نسبة 33 % من الصحفيين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تدعم النشرات الإخبارية بمساهمات المواطن الصحفي بمختلف القصص والمضامين التي ينتجها وينشرها عبر هذه الشبكات، التي تساعد الصحفيين المرسلين كذلك وبنسبة 25 % في إرسال المادة الإعلامية الملتقطة من عين الحدث في الوقت المحدد.

يتضح من نتائج هذا الجدول أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور هام في كل مراحل إعداد النشرة الإخبارية فهي توفر منصة لطرح مواضيع جديدة ومتداولة عبر نشطاء هذه الشبكات كما تعتبر وسائل سريعة للمرسلين من أجل إرسال الملفات المكتوبة والمسموعة والمرئية وأحيانا إرسال تقرير جاهز للبت على القناة مباشرة. كما أن مزايا هذه الشبكات الاجتماعية التفاعلية والآنية تساعد على تدعيم النشرة في كل لحظة بكل جديد من شأنه إثراء النقاش وتدعيم المعلومة المقدمة. وهذا ما أكدته دراسة الباحث محمد عبد الرؤوف حول الأساليب التفاعلية في إعداد النشرات الإخبارية واعتماد الصحفيين على مضامين شبكات التواصل الاجتماعي في عملية إعداد النشرة.

الجدول 07 : يوضح أهم الصفحات التي يتابعها صحفيو قناة النهار للحصول على الأخبار العاجلة

ما هي أهم الصفحات التي تتابعها للحصول على الأخبار العاجلة ؟		
نوع الصفحة	العدد	النسبة المئوية
صفحات المجتمع المدني	9	38 %
صفحات الحوادث والكوارث	7	29 %
صفحات الشخصيات الرسمية في الدولة	4	17 %
صفحات الشخصيات الفنية والرياضية	4	17 %
المجموع	24	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 07 :

نلاحظ من خلال هذه النتائج أن صحفيي قناة النهار يعتمدون بنسبة 38 % على الصفحات التابعة لمواطنين صحفيين من أفراد المجتمع من أجل متابعة الأخبار العاجلة التي ينشرونها بصفة آنية ومستمرة. بينما يعتمد 29 % من أفراد العينة على متابعة صفحات الحوادث والكوارث وهي صفحات متخصصة، وينقسم بقية أفراد العينة على متابعة الأخبار العاجلة المنشورة على صفحات الشخصيات الرسمية في الدولة والشخصيات الفنية والرياضية.

فاعتمادهم على صفحات المواطنين الصحفيين و صفحات الحوادث والكوارث يعني أنهم سيحظون بمواضيع متنوعة تهم كل أفراد المجتمع ومختلف الحوادث والكوارث الحاصلة و هذا من شأنه إثراء محتوى النشرات والبرامج الحوارية، أما اعتمادهم على بقية الصفحات الرسمية للشخصيات السياسية والفنية والرياضية فهو راجع لأنها تنشر أخبار رسمية وصحيحة تهم النشاطات الوزارية وبرامج العمل وغيرها، بينما يهتم صحفيو القسم الرياضي والثقافي بمتابعة صفحات نجوم الفن والرياضية لتتبع آخر المستجدات المتعلقة بهم.

المحور الرابع : ضوابط تعامل صحفيي قناة النهار مع مساهمات المواطن الصحفي :

## الجدول 08 : يوضح آراء صحفيي قناة النهار حول مشاركة المواطن في إنتاج ونشر المضامين الإعلامية

ما هو رأيك في مشاركة المواطن في إنتاج المضامين الإعلامية ونشرها عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟		
الرأي	العدد	النسبة المئوية %
مشاركة المواطن إضافة نوعية وإثراء للإعلام الجزائري	10	41 %
مشاركة المواطن تسهل علينا تسطير أجندة التغطيات الصحفية	7	29 %
مشاركة المواطن تساعده في إيصال صوته ورأيه للعالم	4	17 %
مشاركة المواطن حتمية و يجب أن تخضع لضوابط	3	13 %
المجموع	24	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 08 :

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة اتفقوا على إيجابية مشاركة المواطن في الإعلام، حيث يرى 41 % منهم أن هذه المشاركة هي إضافة نوعية ومثيرة للإعلام الجزائري، بينما يرى 29 % أن مشاركة المواطن تسهل على الصحفيين تسطير أجندة التغطيات، بينما يجد 17 % أن مشاركة المواطن تساعده على إيصال صوته ورأيه للعالم و13 % يرون أن هذه المشاركة حتمية ولكن يجب أن تخضع لضوابط محددة.

ونفسر هذه المعطيات ونقول أن معظم المضامين التي ينتجها المواطن الصحفي هي مضامين جديدة وحصرية لم يصل إليها الصحفي المهني، وبالتالي فهو يعتبرها إضافة نوعية تسهل عليه تسطير مواضيع النشر، فالصحفي يتحرى ويستقبل هذه المضامين ولكن تخضع هذه العملية لجملة من الضوابط سنتعرف عليها لاحقاً.

ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى أن هذا النوع من التفاعلية بين المواطن الصحفي والصحفي المهني أكدت عليه نتائج دراسة الباحث إسلام محمد عبد الرؤوف ( 2014 ) بعنوان : الأساليب التفاعلية في القنوات الفضائية الإخبارية المباشرة اتجاه قضايا التحول الديمقراطي في مصر، والتي توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت ثراءً واضحاً في الخدمة الإخبارية التلفزيونية وحققت حضوراً اجتماعياً للمشاهدين من خلال تفاعلهم عبر تلك القنوات المعتمدة على هذه الشبكات، كما أشارت الدراسة إلى أن الديمقراطية أصبحت سمة يتسم بها المناخ الإعلامي وليس فقط المناخ السياسي، مما خلق حالة من التطور النوعي على صعيد الاستخدام وطرق عرض المحتوى الذي شارك في إنتاجه وتغطيته وتنقيحه كل من المواطن الصحفي والصحفي المهني بطريقة تفاعلية عبر وسائط الإعلام الجديدة.

## الجدول 09 : يوضح ضوابط تعامل صحفيي قناة النهار مع المضامين التي ينتجها وينشرها المواطن الصحفي

كيف تتعامل مع المضامين الإعلامية التي ينتجها وينشرها المواطن الصحفي ؟		
طريقة وضوابط التعامل	العدد	النسبة المئوية %
التأكد من صحة الخبر بإجراء اتصالات مع هيئات رسمية	7	29 %
تعديل المادة قبل البث وجعلها في قالب صحفي مهني	6	25 %



تجنب مضامين السب والشتم والقذف ( أخلاقيات المهنة )	5	21 %
النزول إلى الميدان ومتابعة تطورات الحدث الذي غطاه المواطن الصحفي	6	25 %
المجموع	24	100 %

قراءة وتفسير نتائج الجدول 09 :

نلاحظ أن 29 % من أفراد العينة يتعاملون مع المضامين الإعلامية التي ينشرها المواطن الصحفي بكثير من الحذر وهذا من خلال التأكد من صحة المعلومات الواردة بإجراء إتصالات مع الهيئات والمؤسسات الرسمية المخولة بتأكيد أو نفي الخبر، في حين يقوم بقية أفراد العينة بتعديل المادة قبل بثها وصبها في قالب صحفي مهني بعيدا عن السب والشتم والقذف وكل ما يعارض ضوابط أخلاقيات المهنة الصحفية.

كما يقوم بعض الصحفيين بالنزول إلى الميدان ومتابعة تطورات الحدث الذي غطاه المواطن الذي هو في الأخير ليس صحفياً ولم يتلق أبحاث العمل الصحفي وأي مادة يرسلها تتطلب العديد من الإجراءات، كما أن المواطن يفتقد إلى الموضوعية في الطرح والمعالجة، ومع ذلك فمشاركته تعطي للصحفي إشارة الانطلاق إلى الميدان لتغطية الأحداث بشكل أكثر احترافية ومزيد من التفاصيل. وهذا ما جعل الباحث عدلي رضا يؤكد في دراسته المتعلقة بهذا الموضوع أن اعتماد معدي البرامج التلفزيونية على شبكات التواصل الاجتماعي بدلاً من القراءة والمعرفة هو أمر بالغ الخطورة، حيث أن معظم المعلومات المحصل عليها من خلال هذه الوسائل هي معلومات مغلوطة، ومن ثمّ ليس كل ما هو موجود عليها دقيق، فلا بد من أن يكون الإعداد الصحيح بالرجوع إلى المصادر الرئيسية للمعلومات والأخبار.

### 3-2 نتائج الدراسة :

توصلنا من خلال دراستنا لكيفية استخدام صحفيي قناة النهار الإخبارية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي ومجالات هذا الاستخدام و ضوابط التعامل مع المضامين التي ينتجها وينشرها المواطن الصحفي عبر هذه الشبكات الاجتماعية إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في النقاط التالية :

- أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف صحفيي قناة النهار على غرار بقية القنوات التلفزيونية في العالم وخاصة الإخبارية منها، ضرورة حتمية للولوج إلى فضاء وسائل الإتصال والإعلام الجديدة ومسيرة التطورات الراهنة.
- تتمثل أكثر الشبكات التي يستخدمها صحفيو قناة النهار هي شبكة الفايبر، تويتر ويوتيوب نظراً لمزاياها الإعلامية وانتشارها العالمي.
- يعتمد صحفيو قناة النهار على أجهزة الهاتف الذكي واللوح الإلكتروني والحوايب المحمولة والشخصية في الإطلاع على مضامين شبكات التواصل الاجتماعي.
- يرى صحفيو قناة النهار أن شبكات التواصل الاجتماعي هي وسائل إعلام جديدة تساعد على التفاعل مع الجمهور والإتصال والتواصل بين الأفراد.
- يستخدم صحفيو قناة النهار شبكات التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي كمصادر للإطلاع على الأخبار العاجلة والحصرية التي لم يتمكن الصحفي من تسجيل حضوره لحظة وقوعها على عكس المواطن الصحفي الذي هو في غالب الأحيان شاهد عيان، كما تسمح

- هذه الشبكات للصحفي بالتفاعل مع الجمهور والتواصل مع أفراد النخبة من ذوي الاختصاص لمناقشة مختلف القضايا، كما يتخذها بعض الصحفيين كوسيلة للتعبير وطرح القضايا بحرية وبدون رقابة، بينما يعتبرها البعض كأرشيف إلكتروني للقناة.
- يرى صحفيو قناة النهار أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في إعداد النشرات الإخبارية من خلال مساعدة الصحفي المراسل على إرسال المادة الإعلامية في الوقت المحدد، و متابعة كل جديد أثناء بث النشرة، و تدعيم مواضيع النشرة بآراء المختصين على المباشر و تدعيم النشرة بمساهمات المواطن الصحفي و حفظ النشرة في أرشيف إلكتروني عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.
- يعتمد صحفيو قناة النهار على متابعة الأخبار العاجلة المنشورة على صفحات المجتمع المدني و صفحات الحوادث والكوارث بالإضافة إلى صفحات الشخصيات الرسمية في الدولة و صفحات الشخصيات الفنية والرياضية.
- يرى صحفيو قناة النهار أن مشاركة المواطن إضافة نوعية وإثراء للإعلام الجزائري، تسهل عليهم تسطير أجندة التغطيات الصحفية، كما أن هذه المشاركة تساعده في إيصال صوته ورأيه للعالم.
- أصبحت مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج المضامين الإعلامية حتمية ولكن مع ذلك يجب أن تخضع لمجموعة من الضوابط الأخلاقية والقانونية.
- لا تبث قناة النهار مضامين شبكات التواصل الاجتماعي مباشرة، وإنما يعمل صحفيوها على التأكد من صحة الخبر من خلال إجراء إتصالات مع هيئات رسمية لتؤكد أو تنفي المعلومة قبل بثها. كما أن المادة المنشورة يجب أن تعدل وتصب في قالب صحفي مهني، وتكون خالية من عبارات السب والشتم والقذف وغيرها من التجاوزات التي لا تتماشى مع أخلاقيات المهنة الصحفية التي لا يستوعبها ولا يعمل بها المواطن الصحفي.
- ينزل صحفيو القناة إلى الميدان بعد الإطلاع على المضامين المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي، لمتابعة تطورات الحدث الذي غطاه المواطن في بداياته الأولى.

#### خاتمة :

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة إعلامية واتصالية، وجعلت الصحفيين المهنيين في مختلف وسائل الإعلام يعمدون على استخدامها وتوظيفها في عملهم الإعلامي اليومي من خلال متابعة كل المستجدات التي أصبحت تُنشر كل لحظة عبر صفحات هذه الشبكات الاجتماعية، التي كانت بدايتها كوسائل للاتصال والتفاعل الاجتماعي بين أفراد عاديين.

و أصبحت مع مرور السنوات وسائل إعلام جديدة لها مهمة إخبارية وتقديم خدمات إعلامية ناتجة عن اجتهادات المواطنين الصحفيين الذين وجدوا في هذه المنصات منبراً لرسائلهم ومضامينهم التي تعكس ميولاتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم اليومية. وأصبح الصحفيون الجزائريون وعلى غرار صحفيي العالم يستخدمون مضامين شبكات التواصل الاجتماعي التي ينتجها المواطنون الصحفيون في مختلف ميادين الحياة.

ولكن تبقى هذه المساهمات تفتقد لضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية، وهنا تبدأ مهمة الصحفيين المهنيين المعتمدين على مشاركات المواطن الصحفي، فلا بد لهم من وضعها في قالب صحفي سليم يتماشى مع الإعلام كوظيفة خدمانية تسطرها قوانين وأخلاقيات المهنة الصحفية.

## 5 - قائمة المراجع :

## • المؤلفات :

- 1 - إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط 1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت 2011، 250 صفحة.
- 2 - الريماوي نصير أحمد، من هو الصحفي؟، دنيا الوطن، فلسطين، 2010، 150 صفحة.
- 3 - بوحوش عمار، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، 220 صفحة.
- 4 - شقرة علي خليل، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الجزائر، 2014، 160 صفحة.
- 5 - مراح عيسى، لوصيف سعيد وآخرون، وسائط الاتصال بين الاستعمال والاستخدام، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، 202 صفحة.
- 6 - عواجي صلوي عبد الحافظ، نظريات التأثير الإعلامية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2011
7. كلوفر ديفيد : علم اجتماع وسائل الاتصال، اتجاهات جديدة في علم الاجتماع، تحرير ميشيل هارا لامبوس، ترجمة د احسان محمد الحسن ود عبد المنعم الحسني، بيت الحكمة - بغداد - العراق 2001

8 . Karknu , **ethics in journalism** , media guide , usa , 2015 , 120 p

- 9 . Carey , J.W , **the internet and the end of the national communication system** : journalism and mass communication quarterly , (uncertain predictions of an uncertain future , 75 , 1998
- 10 Strano ,Michele , M , **user description through facebook profile images** , (cybersychology journal of psychosocial research on cyberspace ) ,2008 article 5

## • المقالات :

- 1 . تومي فضيلة، "تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، عدد خاص، 2011.

## • المواقع الإلكترونية :

- 1 - خضير ياس البياتي، "الإعلام الجديد وعصر صحافة المواطن"، جريدة العرب اللندنية، 2014/01/03، <https://alarab.co.uk>، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2019/05/22.

2 . نجم طه، نظرية الاستخدامات والإشباع، 29 نوفمبر 2011،  
تم الإطلاع عليه يوم 25 /05/2019. [http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post\\_6558.html](http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_6558.html)

3 . Manion, Christopher. E. and Selfe, Richard “Dickie”, “Sharing an Assessment Ecology: Digital Media, Wikis, and the Social Work of Knowledge”, Technical Communication Quarterly, Vol. 21, 2012, p. 25-45, (accessed 25 November 2018);<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=69699770&site=ehost-live>

4 . Balle, Francis, “**Médias historiques**” et “**médias sociaux**”: **le retour du débat entre technophiles et technophobes** », Revue Européenne des Médias, (2011) n° 20, p. 59.

5 . Badillo Patrick-Yves et Pélissier Nicolas, **Usages et usagers de l’information numérique: Renouveau des problématiques et nouveaux enjeux pour les SIC**, Revue Française des Sciences de l’Information et de la Communication, n 6, 2015.