

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



الميدان: العلوم الانسانية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: تكنولوجيا الإعلام الجديد والسمعي البصري
أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه (ل.م.د) الطور الثالث
الموضوع

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي
دراسة مسحية تحليلية ل صحفيي "قناة الشروق TV" - أنموذجاً.

تحت إشراف الدكتور:
د. محمد النذير عبد الله ثاني

من إعداد الطالب:
مسعود الهلي

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	جامعة الانتماء	الصفة
أ/د بلحزري بلوفة	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم	رئيسا
د/عبدالله ثاني محمد النذير	أستاذ محاضر (أ)	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
أ/د بوعمامة العربي	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم	مساعد مشرف
أ/د صفوان عصام حسيني	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	مناقشا
أ/د بن إدريس أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة وهران 1	مناقشا
د/ صالح فلاق شبرة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة مستغانم	مناقشا

العام الجامعي: 2022/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الإعلام الجديد والسمعي البصري

أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه (ل.م.د) الطور الثالث

الموضوع

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي

دراسة مسحية تحليلية لصحفي "قناة الشروق TV" - أنموذج -

الأطروحة قابلة للتبراع
في المكتبات
المحفوظ
تاريخ: 2022/12/22
د. محمد النذير عبد الله ثاني

تحت إشراف الدكتور:
د. محمد النذير عبد الله ثاني

من إعداد الطالب:
مسعود الهلي

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	جامعة الانتماء	الصفة
أ/د بلحسري بلوفة	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم	رئيسا
د/عبدالله ثاني محمد النذير	أستاذ محاضر (أ)	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
أ/د بوعمامة العربي	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم	مساعد مشرف
أ/د صفوان عصام حسيني	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	مناقشا
أ/د بن إدريس أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة وهران 1	مناقشا
د/ صالح فلاق شبرة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة مستغانم	مناقشا

العام الجامعي: 2023/2022

سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ رَبَّ السَّمَوَاتِ السَّبْعِ
وَالْأَرْضِ وَالْعَرْشِ الْمَجِيدِ

سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ رَبَّ السَّمَوَاتِ السَّبْعِ
وَالْأَرْضِ وَالْعَرْشِ الْمَجِيدِ

الاهداء

أهدي ثمرة مجهودنا هذا للذين قال في حقها الله عز وجل في محكم

تنزيله "وَخَفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا

كَرَبَّيْنِي صَغِيرًا" (24) الإسراء

وأخص بالذكر في إهدائي طبعاً الى روح والدتي الطاهرة رحمها

الله، والى أبي أطل الله في عمره، والى جميع عائلتي.

والاهداء الخاص الى زوجتي الغالية عرفانا على دعمها و صبرها و

الى أبنائي محمد الفاضل وميرال قرة عيني.

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله وكفى وسلام على
عباده الذين اصطفى، الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذه
الأتروحة و أضاء لنا الطريق من أجل أن نغوص في بحر
المعرفة حتى نصطاد من كنوزه فنذوق نحن ويقتات غيرنا.
والشكر موصول أيضا لهؤلاء الذين لم ييخلوا أبدا علينا و أخص
هنا بالذكر الدكتور الفاضل " محمد النذير عبد الله ثاني " الذي لم
ييخل عليّ بتوجيهاته ونصائحه القيمة وتحمله وصبره طيلة انجاز
هاته الأتروحة، و أخص أيضا جميع أساتذتي بما قدموه لنا من
نصائح وتوجيهات.

الشكر الجزيل إلى عمال وعاملات قناة الشروق TV على
تعاونهم معي لإتمام هذا العمل ، والى كل من وقف معي من
قريب أو بعيد بجهد أو وقته أو دعاءه

إهداء

شكر

مقدمة

الإطار المنهجي

الجانب المنهجي للدراسة والمقاربة النظرية

المبحث الأول: البناء المنهجي للدراسة

المطلب الأول: الدراسات السابقة والمشابهة.

المطلب الثاني : حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: تحديد الإشكالية وتساؤلاتها.

المطلب الرابع: تحديد الفرضيات.

المطلب الخامس: أهمية الدراسة.

المطلب السادس: أهداف الدراسة

المطلب السابع: أسباب اختيار الموضوع.

المطلب الثامن: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة.

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة.

المطلب الرابع: الصدق والثبات.

المبحث الثالث: المدخل النظري للدراسة

المطلب الأول: المقاربات النظرية للدراسة.

خطة الدراسة

الإطار النظري

الفصل الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الأول: تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الثاني: خصائص وسمات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم ومراحل التطور.

المبحث الرابع : مواقع التواصل الاجتماعي و البعد الإعلامي .

المبحث الخامس : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام المكتوب والسمعي البصري.

الفصل الثاني: الأداء الصحفي في المؤسسات الإعلامية.

المبحث الأول: الأداء الإعلامي الأطر والمفاهيم.

المبحث الثاني: مؤشرات و معايير التقييم الإعلامي .

المبحث الثالث: اعتماد التكنولوجيات الحديثة بقناة الشروق وتأثيرها على الأداء الإعلامي للصحفيين.

المبحث الرابع: أبرز البرامج الاتصالية المتبعة لمعالجة وتحرير الأخبار بقناة الشروق وتفاعل الصحفيين العاملين معها.

المبحث الخامس: التكنولوجيات الحديثة وتأثيراتها على تكوين الصحفيين و أدائهم بالقناة.

خطة الدراسة

الإطار الميداني

الفصل الثالث : تحليل بيانات الدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

المبحث الأول : تحليل الجداول البسيطة:

المحور الأول : البيانات الشخصية لأفراد العينة.

المحور الثاني: استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الثالث : الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الثاني : تحليل الجداول المركبة :

تقاطع الأسئلة مع متغيرات الدراسة

*نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات.

*خاتمة.

*الملاحق.

*المصادر والمراجع.

*الفهرس.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، تويتر، فيسبوك، انستغرام، سناب شات... الخ أثناء أدائهم الإعلامي من خلال دراسة لعينة من صحفيي قناة الشروق TV، ومن أجل تحقيق هذا الهدف طرح الباحث بعض الأسئلة:

- ما هي دوافع وأهداف صحفيين قناة الشروق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى توظيف هذه التطبيقات التكنولوجية الحديثة بين الصحفيين داخل القناة ؟
- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية لصحفي قناة الشروق؟
- هل يلتزم صحفيو قناة الشروق بمدى أخلاقيات المهنة الصحفية مقارنة بالاعتماد على هاته المواقع ؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع بيانات المبحوثين ، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور:

- المحور الأول : البيانات الشخصية
- المحور الثاني: استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي
- المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وعدد الأسئلة 31 سؤالاً مقسمة على المحاور الثلاث، بالإضافة إلى الملاحظة والمقابلة، وقد

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نذكر أهمها:

- لا يختلف استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الجنس، والسن، والمنصب.

- الدوافع الحقيقة وراء استخدام صحفيي قناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي بين الجمهور وخاصة الفيسبوك، وتويتر بنسبة 78% هو الانتشار الواسع لمصادر المعلومات وتنوعها، وسرعة نشر المعلومات وتنوعها.
- يستخدم صحفيو قناة الشروق TV أثناء أدائهم الإعلامي للحصول على المعلومات بأسرع وقت وأقل جهد، والحصول على التفاعل على البرامج فقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي جسرا للتواصل بين الصحفي والجمهور، ولنتاج برامج ذات علاقة مع اهتمامات الجمهور، ولشباع احتياجاته.
- مؤسسة الشروق تعطي الأولوية لأهل الاختصاص وخرجي الإعلام ويعود التركيز على هذه التخصصات لضمان البث المحكم والصورة الإعلامية الجيدة ولضفاء التوازن داخل المؤسسة.
- الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي ، الأداء الإعلامي ، قناة الشروق .TV

Abstract

The aim of this study is to reveal the extent to which journalists use social media, such as Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat ... etc. in their work through a sample of Chorouk TV's journalists. For this purpose, the researcher put several questions related to the field study:

- What are the motives and goals of Chorouk TV channel's journalists for using social networking sites?
- To what extent new technological applications are implemented among Chorouk TV's journalists?
- What is the impact of social networking sites on Chorouk TV channel's journalists professional practice?
- Are Chorouk TV channel's journalists committed to observing professional ethics when relying on these sites?

This study adopted the descriptive survey method and used the questionnaire as tools to collect respondents' data. The questionnaire contained three main axes; personal data, the use of social media and the journalistic performance. There are 31 questions, besides observation and interview.

The study has achieved several results and the most important are:

- The use of social networking sites does not differ on journalists's sex, age and position.
- The motives behind Chorouk TV's journalists' use of social networking sites, especially Facebook and Twitter, with a rate of 78%, are a widespread, a diversity of information sources, and the speed for information dissemination.

- Journalists use Chorouk TV during their performance to obtain information quickly and with the least effort, and ultimately to interact with the programs. In the end, social media has provided a bridge for communication between journalists and the public, and also the production of programs related to the public's interests and meet their needs and expectations.

Key words: Social media, Journalists, media performance, Chorouk TV channel

مقدمة

مقدمة:

اجتاحت ثورة المعلومات وتكنولوجيات الاتصال كافة المجالات لتقوم بتغيير طرق الحصول على المعلومات بين الجموع، حيث طال هذا التغيير مجال الحياة الاجتماعية للأفراد واستطاعت أن تغير من طريقة التواصل بين الحكومات ومواطنيها على نحو أسهل وعلى الجهات الحكومية بتزايد توقعات المواطنين لوجود حكومات حديثة ومتفاعلة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح تواصلًا سهلًا وتفاعلاً أكبر، حيث تعد ساحة للتواصل السلس و أقلها في المشاحنات ، ولهذا لم يعد استخدام جهات القطاع الحكومي لمواقع التواصل الاجتماعي ترفاً، بل أصبحت ضرورة ملحة فرضتها التطورات المتلاحقة لوسائل الإعلام.

هذه الضرورة الحتمية تبعثها أهمية في مجال البحث العلمي، واحتك الإنسان قديماً منذ نشأته بالعملية الاتصالية في المراحل الأولى بمحيطه الضيق، الذي كان يتمثل في أسرته أو قبيلته أو النطاق الذي يفرض عليه التحرك فيه لكسب معيشته. حيث ما فتئ الإنسان يطور مع الزمن ويحسن من أساليبه الاتصالية والتفاعلية، بواسطة ظهور الكتابة وتطورها وتوسعها إلى الطباعة والصحافة، مما جعل البشرية تقطع أشواطاً اتصالية هائلة، أدت إلى تحسين في الأداء، وتوسع في النطاق وفي الحيز الذي تؤثر فيه وتتأثر به، وكانت أدواتها في ذلك التقنيات والأساليب الحديثة للاتصال التي ابتكرتها عبقرية الإنسان وبحثه العلمي المتواتر والمتواصل.

ونتيجة لكل هذه الأشواط العلمية تطورت أساليب وأدوات الاتصال في العالم، فمن الصحافة المكتوبة إلى الراديو، والتلفزيون ثم الإنترنت حيث تغيرت طبيعة منظومة الاتصال وتوسعت رقعته وأصبح يفرض تحديات على البشرية للحاق بهذا الركب ومسايرة التطورات التي أنجزت فيه بالعمل بها، والتحكم فيها وفي تقنياتها.

ومن جهة أخرى يلعب القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية دورا مهم في العملية الاتصالية، حيث يجعلنا نشمن حقيقة ... مفادها أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية بالغة في ظل المتغيرات الجديدة، حيث أصبحت فضاء متاحا بالمعلومات في كل المجالات بواسطة التقنيات والقدرات التي تمتلكها، دون نسيان الضوابط المهنية والأخلاقية التي تركز عليها، بالمقارنة بما يقوم به القائم بالاتصال (حارس البوابة الإعلامية).

وفي ضوء تلك الأفكار المتزاحمة التي تطرح وبشدة في مجال الإعلام الجديد وكذا التطبيقات الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة)، واستخداماتها في المجال السمعي البصري ظهرت تساؤلات عديدة حول استخدامات هاته المواقع من طرف الصحفيين القائمين على الأخبار في المؤسسات الإعلامية وكيفية تعاملهم مع الأخبار الموجودة على هاته المواقع أو التطبيقات. فهل بإمكان الصحفيين أن يعتمدوا على هذه التطبيقات من ناحية جمعهم للإخبار والتأكد من صحتها في مكانها المناسب، ثم نشرها بكل مصداقية ومهنية.

وبالنظر لما يكتسيه هذا التحدي من أهمية في مجال الاتصال والإعلام، أردنا من خلال هذه الدراسة أن نظهر مدى استخدام الصحفيين الجزائريين في قناة الشروق للتقنيات الحديثة للإعلام وللاتصال وتحكمهم فيها، من خلال تسليط الضوء على طبيعة العلاقة التي تربط الصحفي بتقنيات الاتصال الحديثة، وخاصة ما تعلق بالتطبيقات الحديثة منها مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الأداء الصحفي وهو موضوع دراستنا، وعلى هذا الأساس قمنا باختيار هذه الدراسة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي لدى صحفيي "قناة الشروق" ، وهي محاولة منا للوصول إلى تغطية معمقة لما تقوم عليه هذه التطبيقات والمواقع الجديدة في مجال الإعلام المرئي ، وذلك من خلال ثلاثة فصول رئيسية، محاولين الوقوف على آخر التطورات التي عرفها الميدان الإعلامي، واستقراء الواقع التكنولوجي الاتصالي للعمل الإعلامي والصحفي في هذه القناة ،ونظرا للتجربة الفتية التي تمر بها الجزائر في المجال الإعلامي، فإن

أغلب المؤسسات الإعلامية تعد ناشئة في تقديمها الإعلامي ،لذا اخترنا أن تكون دراستنا الميدانية ،
بتلفزيون "الشروق" لرصد ومتابعة المستجدات في هذا الميدان باعتباره جهازاً تعول المؤسسة عليه في رسم
السياسة الإعلامية والسياسية والاقتصادية في الجزائر لما تحاكيه برامجها وفقاً لأجندتها، خاصة ما تعلق
بالتطورات الجديدة الحاصلة في البلاد وكيفية التعامل معها ومع مستجداتها...

وقد تم تقسيم الأطروحة إلى ثلاث أطر ، بدأنا بالإطار المنهجي وتخلله مقارنة منهجية ونظرية للدراسة
ثم إطار نظري يتكون من فصلين فصل تطرقنا فيه إلى تكنولوجيات الإعلام والاتصال وفصل ثاني إلى
الأداء الصحفي في المؤسسات الإعلامية وختمناها بإطار ميداني تم من خلال دراسة ميدانية تمثلت في
تحليل بيانات الدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث وذلك من خلال تحليل الجداول البسيطة والجداول
المركبة وقائمة مصادر ومراجع.

مسعود الهلي:

بتاريخ الأربعاء 2022/06/01 الموافق ل 1443/11/01

الفصل — ل التمهيد — دي

الجانب المنهجي للدراسة والمقاربة
النظرية

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة والمقاربة النظرية

المبحث الأول: البناء المنهجي للدراسة

المطلب الأول: الدراسات السابقة.

المطلب الثاني: حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: تحديد الإشكالية وتساؤلاتها

المطلب الرابع: تحديد الفرضيات

المطلب الخامس: أهمية الدراسة

المطلب السادس: أهداف الدراسة

المطلب السابع: أسباب اختيار الموضوع

المطلب الثامن: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

المطلب الثالث: أدوات الدراسة.

المطلب الرابع: الصدق والثبات.

المبحث الثالث: المدخل النظري للدراسة

المطلب الأول: المقاربات النظرية للدراسة.

الجانب المنهجي للدراسة والمقاربة النظرية

المبحث الأول: البناء المنهجي للدراسة

المطلب الأول: الدراسات المشابهة

1. الدراسة الأجنبية

دراسة أنجزت بجامعة إنديانا بالولايات المتحدة الأمريكية USA حول كيفية استخدام صحفيي الولايات المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإخبارية، حيث تم إجراء على الانترنت مقابلات مع عينة الدراسة والتي وصل عددها إلى 1.080 صحفي، بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث سلطت الضوء على دور وسائل الإعلام الاجتماعي في الصحافة، من خلال طرح التساؤل التالي: كيف يستخدم الصحفيين وسائل الإعلام الاجتماعية من أجل تغطية الأخبار.¹

وقد توصل الباحث من خلال دراسته النتائج التالية:

- (1) 78% من الصحفيين الأمريكيين يختارون وسائل الإعلام الاجتماعية للإخبار العاجلة.
- (2) 56.2% يستخدمون مواقع التواصل للعثور على معلومات إضافية حول الموضوع.
- (3) 54.1% تستخدم المواقع الاجتماعية لإيجاد مصادر القصص الإخبارية.
- (4) 40% من الصحفيين الأمريكيين أن المواقع الاجتماعية مهمة جدا لعملهم.
- (5) 34.6% ما بين 30 إلى 60 دقيقة كل يوم على مواقع الشبكات الاجتماعية.
- (6) 53.8% يستخدمون بانتظام المدونات المصغرة مثل تويتر لجمع المعلومات وإعداد تقارير قصصهم.
- (7) 23.6% زيارة المدونات التي يحتفظ صحفيين آخرين.
- (8) 22.2% استخدام ويكيبيديا.

¹ استخدام صحفيي الولايات المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعية في التغطية الإخبارية

(9) 20.2% استخدام ويوتيوب.

كما توصل إلى أن أكثر من 80% يقولون أن وسائل الإعلام الاجتماعية لا تساعد على تعزيز عملهم، تقريبا 70% يقولون أن هم أكثر انخراطا مع جمهورهم بسبب وسائل الإعلام الاجتماعية 62% يقولون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تسمح لهم للقيام بتقاريرهم أسرع من الأخبار.

نقد الدراسة:

نلاحظ من خلال هذه الدراسة المعنونة بكيفية "استخدام صحفيي الولايات المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعية في التغطية الإخبارية"، أنها تتشابه لحد كبير من موضوع دراستها _ظاهريا _ إلا أنه من ناحية المضمون هناك اختلاف كبير، حيث ركزت الدراسة على دور وسائل الإعلام الاجتماعي في الصحافة، وكيفية استخدام صحفيي الولايات المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإخبارية، واستخدمت في ذلك أداة المقابلة بواسطة الانترنت، بينما دراستنا لم تختصر على التغطيات الإخبارية فحسب، بل حاول تسليط الضوء على استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في أدائهم الإعلامي ككل من التغطية الإخبارية، ولجراء مقابلات وتحقيقات صحفية، وغيرها من المهام التي يقوم بها الصحفي.

ويكمل وجه الاختلاف بين الدراستين في الأول أجريت على عينة من الصحفيين بالولايات المتحدة الأمريكية وذلك سنة 2013، معتمدة في ذلك على أداة المقابلة، بينما دراستنا أجريت على عينة من الصحفيين بدور الصحافة بالجزائر العاصمة 2015، حيث استخدم الباحثان فيه هذه الدراسة كل من الاستمارة، المقابلة، الملاحظة، ويمكن القول أن اختلاف عاملي الزمان والمكان كان دافعا لاختيارنا لهذه الدراسة.

2. الدراسات العربية

الدراسة الأولى: دراسة للباحث محمد النذير عبد الله ثاني² موسومة ب: القيادة الإعلامية وتنمية الخطاب المعرفي الصحفي-مقاربة تحليلية تأويلية للمقال التحليلي الصحفي، أنجزت بجامعة وهران 2 لنيل شهادة الدكتوراه علوم عام 2015، استخدم الباحث دراسة مقارنة على صحفيي الشروق والخبر، وتم اختيار عينة من المقالات التحليلية موضوع الدراسة، ومن أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث هو إبراز الآليات والمحركات الفعلية في إنتاج خطاب معرفي صحفي تحت إشراف القيادة الإعلامية، فالدراسة الميدانية أسفرت على جملة من النتائج التي تدل على مفاهيم جديدة بالانتباه من طرف المحيط المعني بهذه الإشكالية وهي كالتالي:

نتائج الدراسة الأساسية فيما يخص الفرضية الأولى تؤكد أن تنشئة القيادة الإعلامية لها علاقة وطيدة بتوفير قاعدة واسعة في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي لدى المتلقي وذلك من خلال العوامل والمفاهيم التالية:

- **المستوى التعليمي:** القيادة الإعلامية في الصحيفتين هي من الجامعيين وهذا ما تستفيد منه الصحيفتان على حد سواء من ناحية الكفاءة في معالجة بعض المواضيع الإعلامية.
- **التخصص:** التركيبة الصحفية أو فريق التحرير الصحفي هو مزيج من التخصصات غالبيتها من العلوم الاجتماعية والإنسانية وأقليتها من تخصص علوم الإعلام والاتصال والمتخصصين أكاديميا في ميدان الصحافة المكتوبة وهذا ما ينعكس سلبا على الأداء الإعلامي وأيضا في تكوين خطاب معرفي صحفي يسمو إلى المهنية والاحترافية في معالجة الأحداث الإعلامية، وبالتالي فالتخصص له دور محوري خاصة في الصحافة المكتوبة.

² محمد النذير عبد الله ثاني، القيادة الإعلامية وتنمية الخطاب المعرفي الصحفي-مقاربة تحليلية تأويلية للمقال التحليلي الصحفي-دراسة مقارنة بين صحفيي الشروق والخبر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران 2، 2015.

- **أقدمية القيادة الإعلامية:** أقدمية القيادة الإعلامية في صحيفة الخبر أكبر من أقدمية القيادة الإعلامية في صحيفة الشروق اليومي وهذا راجع إلى أقدمية تأسيس صحيفة الخبر مقارنة بصحيفة الشروق اليومي، وبالتالي الأقدمية تلعب دورا كبيرا في الجانب المعرفي المكتسب من طرف القيادة الإعلامية في تكوين خطاب معرفي صحفي موجه إلى المتلقي وهذا ما أكده جون هوهنبرج في الإطار النظري.

- **أسلوب القيادة الإعلامية:** إن الأسلوب الحر للقيادة الإعلامية في الصحيفتين هو الأكبر مقارنة بالأسلوب الديمقراطي الذي تستعمله صحيفة الخبر نظرا لضوابط المهنة والمعايير التي تتعامل بها على حسب السياق التشريعي المخول لها التصرف معه على حد قول رئيس التحرير صحيفة الخبر، مقارنة بالقيادة الإعلامية لصحيفة الشروق اليومي التي تستعمل الأسلوب الحر في تحرير ونشر الخطاب المعرفي الصحفي على حد قول رئيس المكتب الجهوي للغرب وفريق التحرير الصحفي بأنه هو الأسلوب الغالب في صحيفة الشروق اليومي، وهذا ما ينطبق على نظرية الحرية في الإعلام.

- **الوازع الديني:** إن الوازع الديني له أهمية بالنسبة للقيادة الإعلامية لفريق التحرير الصحفي هو ملتزم بهذا الاعتبار نظرا كما جاء في السؤال المفتوح في الاستبيان الموجه للقيادة الإعلامية فجل الإجابات ركزت على أهمية هذا المعيار لما له من تأثير على الضمير المهني والأخلاق التي يتسم بها الصحفي، كما أنه يتدخل كبنية معرفية ومرجعية ثقافية في الإنتاج الصحفي، كما يتحكم في عقيدة الصحفي اتجاه المتلقي و بالتالي أخلقة الخطاب المعرفي الصحفي حتى يتسنى للقارئ الصحف بأنه ينتمي إلى بيئة دينية محافظة على التراث الحضاري لمجتمع القراءة. فكل الأجوبة من كلا الفريق الصحفي للصحيفتين تركز على أن الوازع الديني هو الحس أو القاسم المشترك ما بين الخطاب

المعرفي الصحفي والجمهور المتلقي كما أشارت إليه نظرية الحتمية القيمية للدكتور عزي عبد الرحمن، وبالتالي هو مرجعية في البناء المعرفي الخطابى الصحفي الوطنى المستقل .

- **اللغة الإعلامية:** إن اللغة الإعلامية تساهم في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي كما جاء على لسان عبد العزيز شرف ، فكل الإجابات في السؤال المفتوح الموجه للقيادة الإعلامية تدل على أن اللغة الإعلامية هي الخزان والوعاء الثقافي على مستوى تنمية المعرفة لدى الجمهور المتلقي، فيحتاج الصحفي إلى لغة إعلامية راقية من أجل إيصال المعلومة للجمهور ، وعليه من الأجر تحيين القاموس والمعجم اللغوي من حين لآخر لأن ذلك يساهم في تنمية العمل الصحفي، فالأسلوب الصحفي يختلف عن باقي الأساليب وبالتالي فإن انتقاء اللغة المناسبة يساعد على وصول رسالة مفهومة لدى المتلقي ورفع الإبهام والغموض لديه. نستنتج من خلال هذا التبرير على أن اللغة الإعلامية تساهم في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي.

- **العامل الإيديولوجي:** إن العامل الإيديولوجي ليس له ارتباط و اسهام في توجيه وتنمية الخطاب المعرفي الصحفي، وهذا ما أكدته جل الإجابات السؤال المفتوح الموجهة للقيادة الإعلامية، باعتبار أن العامل الإيديولوجي هو العدو الأول للصحافة لأنه يتنافى مع الأخلاقيات المهنة وأبجديات الصحافة التي تنادي بالموضوعية في معالجة الأحداث، لكن بعض الإجابات وضحت بأنه يتدخل في الخط السياسي و الافتتاحي للصحيفة من أجل قولبة الخطاب المعرفي الصحفي في نسق ايديولوجي معين، فمثلا الاحتكاك السياسي للصحفيين يسوق لنا عبر الخطاب الصحفي صورة حول المؤسسات السياسية والأحزاب...إلخ، وأخيرا نستنتج بأن الإيديولوجية تبقى نسبة في معالجة المواضيع الصحفية.

- **التكوين:** أن التكوين يساهم في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي، وهذا ما نلمسه من تبريرات في السؤال المفتوح الموجه للقيادة الإعلامية على أن تكوين القيادة الإعلامية ، وفريق التحرير الصحفي أمر حتمي و غاية في الأهمية نظرا لحيوية القطاع والمهنة فمثلا نلاحظ في بعض الأحيان رداءة في الأداء الإعلامي وهذا نتيجة لعدم وجود رسكلة ودورات تكوينية للصحفيين والمراسلين الصحفيين فمثلا هناك نقص في التخصص لدى الإعلاميين على مستوى الأسلوب وفنيات التحرير.
- **السياق النفسي:** إن السياق النفسي، يساهم في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي، وهذا ما أكدته الإجابات في الأسئلة المفتوحة الموجهة للقيادة الإعلامية في الصحيفتين، فالقيادة الإعلامية تكون عليها رقابة ذاتية في تحرير الخطابات الصحفية نتيجة للضغوط النفسية التي تتعرض لها نتيجة المناخ التشريعي والسياسي التي تعيش فيه فتفرض عليها منهج معين تتبعه، لكن في هذا السياق حضور النضج النفسي والمعرفي للصحفي هذا ما يسهل الأداء في تنمية الخطاب المعرفي الصحفي في المقابل إذا كان الصحفي محاطا بضغوطات نفسية سيتولد عنه الاندفاع وينساق وراء عواطفه فباب الحكمة مطلوب في هذا السياق، إن الاستقرار السيكولوجي له تأثير كبير على المنتج الصحفي في حين يؤدي العكس على حدوث اضطرابات قد تخل بالوظيفة وطريقة العمل.
- **المرجعية المعرفية:** إن المرجعية المعرفية، ضرورة حتمية تنزود بها القيادة الإعلامية في معالجة الأحداث، جل الإجابات في السؤال المفتوح للقيادة الإعلامية ركزت على مفهوم "الإلمام" بالمرجعيات المعرفية وهذا راجع للحاجة الملحة التي تزيد من احترافية الصحفي اتجاه بناء خطاب معرفي صحفي يزيد من إقناع ووعي الجمهور المتلقي اتجاه التناول الإعلامي للقضايا، فهناك طرح آخر من قبل القيادة الإعلامية يتعلق بالمعرفة المكتسبة من الميدان ضرورية في معالجة القضايا الحيوية والحساسة كالقضايا الأمنية، فمثلا في هذا السياق قد أشار رئيس التحرير *، صحيفة الخبر في مراعات المسار

التأويل في تناول الإعلام للحرب على ليبيا وحدث مقتل القذافي على المعايير المتبعة من طرف الصحيفة.

الدراسة الثانية: ومن الدراسات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمجمله، دراسة الباحث أحمد بن إبراهيم المسيند 1433هـ/2012 وعنوانها استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباعات المحققة - الشبكات الاجتماعية نموذجاً - دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض، قوامها 191 إعلامياً سعودياً من العاملين في وسائل الإعلام التقليدية في مدينة الرياض، وتدور فكرة الدراسة حول تعرض الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الاجتماعي الجديد، وتحديد تفضيلاتهم ودوافعهم لهذا التعرض، وقدرتها على تحقيق إشباعاتهم، ومن أبرز نتائج الدراسة: أن أن اليوتيوب يأتي في مقدمة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يليه الفيسبوك، ثم المنتديات، فتويتر، واستفاد الإعلاميين من الشبكات في زيادة هامش الحرية داخل مؤسساتهم الإعلامية، وأما أكثر الميزات التي استفادها الإعلاميون من الشبكات هي السرعة في الوصول إلى مصادر الأخبار، ثم زيادة هامش الحرية، فزيادة عدد المصادر الإخبارية التي يرجع إليها القائم بالاتصال³.

الدراسة الثالثة: دراسة وديع العز عزي "استخدام الصحفيين اليمنيين لمواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك و الإشباعات المحققة" جامعة صنعاء وجامعة أم القرى مارس 2013، اعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج المسحي، حيث لجأ إلى اختيار عينة البحث إلى العينة العشوائية المنتظمة، وبلغ حجم العينة (150) صحفياً.

وللإجابة على إشكالية الدراسة طرح الباحث فرضيتين أساسيتين هما:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدوافع استخدام الصحفيين لشبكة التواصل الاجتماعي على تحقيق

³ أحمد بن إبراهيم المسيند، استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباعات المحققة-الاجتماعية نموذجاً- دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض 1433-2012، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، كلية الآداب، ص 161.

اشباعاتهم الصحفية .

- توجد فروق ذو دلالة إحصائية لدوافع استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى

للمتغيرات الشخصية. وتوصل الباحث خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج منها ⁴:

ا. تصدر الفاييس بوك المرتبة الأولى في استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت بحاجات الاندماج

الاجتماعي تكوين صداقة، وطرح رؤى موضوعية، والحاجات المعرفية، في حين اختلفوا بشأن تحقيق

إشاعاتهم فيما يتعلق بالحاجات الشخصية ، وتطوير مهاراتهم الصحفية .

اا. عدم وجود تأثير لجهة العمل الصحفي على طبيعة و الإشباعات المتحققة من جراء استخدامهم لشبكات

التواصل الاجتماعي. بحيث أن استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي لغرض التعبير عن الرأي

في المرتبة أولى، ومتابعة الأخبار والمستجدات في المرتبة الثانية ، والتحدث مع الآخرين في المرتبة

الثالثة ، ثم التواصل مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة ، ولمعرفة ما يدور في الوطن في المرتبة الخامسة.

- أن الصحفيين يستخدمون بالدرجة الأولى شبكة (الفيسبوك) ، ثم اليوتيوب ، ثم تويتر ، وأخيرا المجموعات

البريدية وأن الصحفيين (عينة البحث) يقضون الوقت الأطول في استخدام الفيسبوك (ثلاث ساعات على

الأقل)، جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى من حيث الموضوعات التي يشارك حولها

الصحفيين في شبكات التواصل يليها الموضوعات الاجتماعية .

أن معظم الصحفيين على اهتمام مؤسساتهم بمتابعة ما يكتبونه في شبكات التواصل، كما أكد معظمهم

على عدم وجود سياسة أخلاقية واضحة في مؤسساتهم حول التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

وأن (79%) من الصحفيين على أن استخدامهم لشبكات التواصل يؤثر على متابعتهم لوسائل الإعلام

التقليدية. كما أكد أغلب الصحفيين (88%) على طرح رأيهم بشكل واضح في شبكات التواصل.

⁴ وديع العز عزي "استخدام الصحفيين اليمنيين لمواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك والإشباعات المحققة "جامعة صنعاء وجامعة

أم القرى مارس 2013

وأوضحت الدراسة أن الصحفيين اليمنيين يستخدمون وبدرجة مرتفعة شبكة الفيس بوك في عملهم الصحفي، وبدرجة متوسطة تويتر، واليوتيوب.

مما سبق ذكره، يتضح من خلال عنوان الدراسة والمتمثل في " استخدام الصحفيين اليمنيين لمواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك و الاشباكات المحققة " أن الدراسة ركزت على الاشباكات التي يحققها الصحفيين جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما لم تشير الدراسة إلى مدى توظيف الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في عمل أو أدائهم الإعلامي ، كاعتمادها كمصدر للمعلومات، أو استسقاء الأخبار، وإجراء تحقيقات صحفية وغيرها من التغطيات الإخبارية، وهو اللب الأساسي الذي سعت دراستنا للكشف عنه ، إلى جانب أن الحاجات و الإشباكات تعد جزء من دراستنا هذه ، وتجدر هنا إلى أن الدراسة أجريت 2013 على عينة من الصحفيين باليمن ، بينما نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام الصحفيين الجزائريين مع مواقع التواصل الاجتماعي في أدائهم الصحفي.

الدراسة الرابعة: وهي بعنوان: واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر " لفريد بن زايد من جامعة قسنطينة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، وذلك سنة 2010/2009.

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول عملية تبني واستخدام الصحافة المكتوبة بالجزائر للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ومساهمتها الكبيرة في تسهيل عمل الصحفيين وكذا التغلغل الجغرافي للعناوين في مختلف مناطق الوطن وكل ذلك إضافة إلى تحسين نوعية المنتج الإعلامي.⁵

⁵فريد بن زايد : واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر جامعة قسنطينة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، وذلك سنة 2010/2009.

- ولهذه الدراسة أهمية كبيرة حيث أنها حاولت فهم الظروف الجديدة التي انبثقت عن استخدام التكنولوجيات الحديثة في ممارسة العمل الصحفي بالجزائر، والتغيير الذي حدث على معظم ظروف ومستويات العمل الصحفي بدءا من استقاء الخبر وصولا إلى مرحلة إنتاجه، وتهدف هذه الدراسة إلى:
- تسليط الضوء على ظاهرة استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة واستكشاف آثار هذه الأخيرة على الممارسات المهنية والإنتاجية للصحفي الجزائري.
 - الوقوف على مستويات استخدام وتملك الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال. وبناءا على ما ذكر صاغ الباحث إشكاليته على النحو التالي:
 - ما هي مستويات استخدام وتمكن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر من الاستخدام العشوائي إلى الاستخدام الإبداعي.
 - أثرت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر صناعة وممارسة. ولاختبار هذه الفروض واختار الباحث عينة بحثية متمثلة في مهني الصحافة في كل المؤسسات الصحفية التي تمتلك مكتبا جهويا أو محليا على مستوى ولاية قسنطينة معتمدا في ذلك أسلوب المسح الشامل. وقد استعان الباحث في بالمنهج الوصفي كما استعان بالتحليلي باستمارة استبيان مكونة من 17 سؤالا موزعة على 3 محاور:

المحور الأول: تضمن معلومات وبيانات شخصية

المحور الثاني: عالج استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على الصحافة المكتوبة بالجزائر.

المحور الثالث: يتناول أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على الصحافة المكتوبة بالجزائر.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال قد تركت أثرا مترواحا في نشاطات ممارسة وصناعة الصحافة المكتوبة في الجزائر وذلك من خلال التغيير في تسيير العمل داخل غرف التحرير والإنتاج والإخراج كما أن سيرورة تملك واستخدام الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في مجال العمل الصحفي تظهر في مستويات مختلفة وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث عن دور تكنولوجيات الإعلام الحديثة في تحسين وتطوير الأداء الإعلامي عن طريق التكنولوجيات الرقمية الحديثة.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات المسحية والوصفية، وقد استخدمنا للوصول إلى نتائج استمارة استبيان بالإضافة إلى الوسائل الأخرى المساعدة على غرار المقابلة والملاحظة.

وبغض النظر عن الاختلافات فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.

الدراسة الخامسة: وهي دراسة بعنوان إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية - الألعاب الرياضية العربية العاشرة (من 09/24 إلى 08/10/2004) نموذجا دراسة تحليلية وصفية لقطشة عبد القادر، بجامعة الجزائر لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال وذلك سنة 2006/2005. وتدور إشكالية هذه الدراسة حول تحديد مدى استفادة التلفزيون الجزائري من التكنولوجيات الجديدة للإعلام

والاتصال من جهة ومدى انعكاس ذلك على إعداد وإنجاز مختلف البرامج من جهة أخرى⁶.

⁶ قطشة عبد القادر إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية - الألعاب الرياضية العربية العاشرة (من 09/24 إلى 08/10/2004) نموذجا دراسة تحليلية وصفية، بجامعة الجزائر لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال وذلك سنة 2006/2005.

وعلى ضوء ما ذكر في دراسته صاغ الباحث إشكالية في التساؤل الآتي:

ما مدى استفادة التلفزيون الجزائري من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال لتسهيل العملية الاتصالية

داخل الوطن وخارجه؟

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يأتي:

كيف تبني التلفزيون الجزائري فكرة الاستثمار في ميدان تكنولوجيا الاتصال الرقمية بصفة خاصة؟

والتكنولوجيات الحديثة بصفة عامة؟

هل يمكن اعتبار ذلك الاستثمار خاضعا لدراسة حية أم مجرد تقليد أعمى للقنوات الأجنبية؟

هل استطاع التلفزيون الجزائري أن يوظف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بشكل يسمح بإعادة

برامج جديدة شكلا ومضمونا عسى أن يستقطب ذلك عددا محترما من المشاهدين؟

ولهذه الدراسة أهمية كبيرة ذلك أنها تحاول تحديد مكانة هذه التكنولوجيات الحديثة من خلال استثمارات

التلفزيون الجزائري ومن خلال إنتاج البرامج كما تحاول معرفة مدى تأقلم المهنيين في التلفزيون الجزائري

مع هذه التكنولوجيات.

ولتحليل إشكالية البحث صاغ الباحث الفروض الآتية:

عملية إدخال التلفزيون الجزائري للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال دورا كبيرا للحصول على صورة

جميلة وأصوات نقية.

تساهم التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال من شأنه إحداث تغييرات جوهرية في الصوت والصورة.

تلعب التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في إبراز أحسن مضمون لمختلف البرامج المنتجة.

وقصد اختبار هذه الفروض اختار الباحث عينة بحثية قصدية تتمثل في المهنيين الصحفيين وكذلك

المخرجين والتقنيين في التلفزيون الجزائري، وقد استعان باستمارة استبيان مكونة من 68 سؤالا موزعة على

ثلاث محاور:

المحور الأول: تضمن بيانات شخصية.

المحور الثاني: عالج استخدام التكنولوجيات الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة.

المحور الثالث: تناول أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هذه الاستثمارات وهذا التجديد في الأجهزة السمعية البصرية الرقمية الحديثة، لم يلاحظ في الواقع لا من حيث مضامين البرامج ولا من حيث النوعية في الصوت والصورة. وتعتبر هذه الدراسة فرعا من دراستنا حيث تناولت هذه الدراسة إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة الإعلامية بينما ندرس موضوعا أشمل وهو دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير العمل التلفزيوني.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة الوصفية، وقد استخدمنا للوصول إلى نتائج استمارة الاستبيان بالإضافة إلى الوسائل الأخرى المساعدة على غرار المقابلة والملاحظة.

وبغض النظر عن الاختلافات الموجودة، فقد أفادتني ووجهتني كثيرا خاصة في الجانب الميداني.

الدراسة السادسة : للدكتور السيد بخيت بعنوان : أخلاقيات العمل الاعلامي بين البيئة الاعلامية الرقمية والتقليدية ⁷.

- مشكلة الدراسة: تتحدد معالم مشكلة الدراسة في غموض واقع حالة منظومة القيم الأخلاقية السائدة في البيئة الالكترونية، وصعوبة تحديد مدى اتفاقها أو اختلافها مع القيم الاخلاقية السائدة في البيئة الاعلامية التقليدية، فضلا عن طرح البيئة الاعلامية الجديدة لتساؤلات ذات اطبع أخلاقي لاتزال تحتاج الى أجوبة وكذلك لقضايا إعلامية مثيرة للجدل والخلاف، حيث أيضا لا تزال تحتاج إلى توضيح.

⁷ السيد بخيت: أخلاقيات العمل الصحفي، ط1، دار الكتاب الجامعي العين، الامارات العربية المتحدة، 2011، ص 95 .

نوعية الدراسة ومنهجها : تنتمي هذه الدراسة لفئة البحوث المسحية والوصفية، حيث تسعى لإجراء تحليل كفي لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الالكترونية الجديدة، ومحاولة رسم خريطة طريق للموضوعات التي تستحق اهتمام النقاش الأكاديمي في هذا المجال، وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المقارن لمقارنة سمات وخصائص القيم الأخلاقية في كل من البيئة الاعلامية التقليدية والالكترونية، ومع استخدام أداة التحليل الثانوي لإعادة قراءة وتحليل الدراسات والمواثيق الأخلاقية المتعلقة بموضوع البحث، ودراسة حالة لمواثيق الشرف لقناة الجزيرة والنيويورك تايمز ولوس انجلس تايمز، بأخلاقيات وممارسة العمل الإعلامي الالكتروني وتصوراتها إزائها .

نتائج الدراسة: خلصت الدراسة إلى وجود عدة اتجاهات بحثية عنت بتحليل أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الاعلامية التقليدية والالكترونية منها الاتجاه القائم على تحليل النظرية الاعلامية للقيم الخلقية، والذي يؤكد علة أهمية الأخلاقيات الاعلامية كحل لأزمة وسائل الإعلام ويدعو لوضع معايير أخلاقية عالمية إعلامية قابلة للتطبيق عبر مختلف الثقافات. وهو يؤكد أن الاعلاميين يحتاجون لتطوير منظومتهم وبناء منظومة قيم و أخلاقيات ومعايير إعلامية جديدة، والاتجاه القائم على تحليل دور الأكاديميات ومعاهد الإعلام في تدريس أخلاقيات الإعلام وتأثير ثورة المعلومات عليها، وهو يطالب بإدخال برنامج دراسي يتناول أخلاقيات الإعلام وكيفية تطبيقها في الصحافة الالكترونية ، فالاتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الاعلامية الالكترونية والذي يخلص لعدم الطبعات الالكترونية والاتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الاعلامية الالكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة، وأن مؤسسات إعلامية عديدة لم تقم بصياغة مواثيقها وبرتوكولات عملها، والى أن قلة عدد العاملين في هذه المواقع والحاجة الملحة لتحقيق

السرعة والسبق يؤدي إلى تآكل المعايير الأخلاقية، وافتقار الإعلام الإلكتروني للدقة والاعتمادية ، ومقارنة بما تتصف به في البيئة التقليدية .

الدراسة السابعة: بن دريس أحمد⁸ مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعنوان: حرية التعبير والصحافة وأخلاقيات العمل الإعلامي .

الإشكالية: في ظل الظروف التي يعيشها الإعلام الجزائري يثار التساؤل دائما حول قضية كيفية الانتقال لمراحل متقدمة من المهنية والاحترافية والشروط الواجب توفرها لمواجهة التحديات الجديدة، وكيفية الاستفادة من التجارب الأخرى، ولشكالية تطور الإعلام الثقيل السمعي البصري في الجزائر مقارنة بتطور الصحافة المكتوبة وتحديد دقيق لمفهوم الخدمة العمومية في وسائط الإعلام الثقيلة، وتتبلور إشكالية الدراسة كالتالي: ماهي وضعية حرية الإعلام في الجزائر وما مدى التزام الإعلامي الجزائري بأخلاقيات المهنة؟

حيث تبني الباحث دراسة مقارنة للتشريعات والمواثيق الإعلامية المختلفة بالإضافة إلى مقارنة المراحل التي مرت بها التجربة الإعلامية الجزائرية منذ الاستقلال إلى اليوم، فاعتمدت المنهج المقارن وتبدو الاستعانة بمنهج المسح التحليلي ضرورة خاصة وكانت بصدد موضوع ينتمي إلى الحاضر. ومن أهم نتائج يشكل الإعلام أحد أهم الركائز التي يقوم عليها المجتمعات في الوقت الراهن، الذي تحولت فيه الوسيلة الإعلامية والاتصالية إلى مورد كبير يحقق أمنيات الفئات الاجتماعية المتباينة.

⁸ بن دريس أحمد، حرية التعبير والصحافة وأخلاقيات العمل الإعلامي، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2005.

الدراسة الثامنة: دراسة سحر محمد صوفي بعنوان : تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة.⁹

طبقت هذه الدراسة لمعرفة مدى رضا الجمهور عن أداء مقدمي هذه البرامج ومدى التزامهم بقيم المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال دراسة تحليلية وميدانية.

توصيات لعدة نتائج منها:

أظهرت الدراسة التحليلية وجود أخلاقيات للحوار بين الضيوف مثل الاحترام المتبادل للآراء وعرض وجهات نظر متعددة وإعطاء مدى زمني مناسب لعرضها واحترام حق الجمهور في المعرفة وعدم استخدام صور غير لائقة والتنوع في عرض القضايا والموضوعات والدعوة لحق الرد والتصحيح وجاء برنامج الحياة اليوم في مقدمة البرامج التي تلتزم بالمعايير المهنية للقائم بالاتصال، وبرنامج هنا العاصمة على رأس البرامج التي سجلت سلبيات في الأداء. وعبر الجمهور عن نسب مشاهدة مرتفعة للقنوات وخاصة سي بي سي والنهار والحياة، في حين أكدوا أن أكثر القنوات التزاما بمبادئ المسؤولية الاجتماعية هي الحكومية.

وجاءت السمات المهنية لمقدمي البرامج الحوارية لتشمل التقديم الجيد والفصل بين الرأي والخبر والصدق والموضوعية وقدموا مقترحات لإلزام الإعلام بأداب المهنة ومعاقبته في حالة مخالفتها قانونيا وإصدار عقوبات ضد القنوات المخالفة. ووجدت الدراسة علاقة ارتباطية بين درجة التزام القنوات بمبادئ المسؤولية ورضا المبحوثين عن أدائها.

⁹ سحر محمد صوفي تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2014 .

الدراسة التاسعة: سولاف بوصبع (2005) تحت عنوان: تأثير تكنولوجيايات الاتصال الحديثة علة العمل

الصحفي في الجزائر " وهي رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام بالجزائر 103"

هدفت الدراسة إلى محاولة فهم العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعمل الصحفي، وكذا محاولة

معرفة ما هي هذه التكنولوجيايات وخصائصها وانعكاساتها على العمل الصحفي.

وتندرج هذه الدراسة ضمن ما يعرف بالدراسات الوصفية، إذ اهتمت بوصف وتحليل ظاهرة تأثير

تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على العمل الصحفي في الجزائر، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي،

وشملت الدراسة عينة من الصحف الوطنية الجزائرية وهي الخبر، الوطن، الشعب، الأحرار.

واعتمدت الباحثة في دراستها هذه على أداة الاستبيان لجمع المعلومات الأساسية والضرورية لدراساتها.

وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

-إن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع في علاقة تأثير وتأثر في ظل التكنولوجيا الرقمية، وتتأثر

أشكال الكتابة الصحفية بهذا التطور.

-أثرت التكنولوجيا للاتصال على العمل وكذا الوظيفة بصفة عامة، حيث أضحى التعامل مع المعلومات

إلكترونيا، وقد أدى ذلك إلى ظهور وظائف جديدة وفاعلين جدد.

-أثرت التكنولوجيا على سيرورة العمل الصحفي على كل المستويات: كالتغطية الإعلامية، والتحرير،

الإنتاج، الإخراج، الجمع، النقل، التوزيع، الأرشفة....الخ

¹⁰ سولاف بوصبع ، تحت عنوان : تأثير تكنولوجيايات الاتصال الحديثة عل العمل الصحفي في الجزائر " وهي رسالة ماجستير غير

منشورة، كلية الاعلام بالجزائر 3 2005

إن التطورات التكنولوجية أثرت هي الأخرى على الجمهور المتتبع لشأن الإعلامي المكتوب وفتحت أسواق جديدة، ووفرت إمكانية تحديد الجمهور.

أدخلت التكنولوجيا الحديثة الكثير من المحاسن فيما يتعلق بالجانب الإداري.

أظهرت نتائج الدراسة إجماع الصحفيين أن التكنولوجيا الحديثة وفرت مصادر للمعلومات تتميز بالتنوع والجدة، كما أظهرت كذلك نقص دورات التكوين لتلقين الصحفيين استخدام التكنولوجيات الاتصالية الحديثة في عملهم.

الدراسة العاشرة: أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية: رسالة دكتوراه قامت بها "سميرة محي الدين شيخاني" في عام 1999، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة¹¹. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، وعلى تطور الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في جريدة الأهرام وتشرين، ثم لوصف التحليلي، ودراسة العلاقات المتبادلة بين هذا العامل وبين فنون الكتابة الصحفية من جهة، وأداء القائم بالاتصال من جهة أخرى في جريدتي الدراسة. اعتمدت دراستها على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الباحثة على أسلوبين رئيسيين للمسح يتفقان مع أسلوب الدراسة هما: المسح الوصفي لدراسة الوضع الراهن للكتابة والتحرير الصحفي في جريدتي الأهرام وتشرين، وإيضاً لدراسة الوضع الراهن للقائم بالاتصال في الجريدتين. وتفسير أداء القائمين بالاتصال في الجريدتين ومدى علاقة هذا الأداء بحجم استخدام تكنولوجيا المسح التحليلي لدراسة لشرح وتفسير فنون الكتابة والتحرير الصحفي في الجريدتين وشرح الاتصال والمعلومات من خلال الاستدلالات التفسيرية. وقد اعتمدت الباحثة في إطار المنهج المسحي على: مسح المحتوى، ومسح وسائل

¹¹ سميرة محي الدين شيخاني أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية رسالة دكتوراه بكلية الإعلام جامعة القاهرة عام 1999.

الإعلام، واعتمدت أيضا على منهج دراسة الحالة وطبقته على دراسة جريدتي الأهرام وتشرين. وقد اختارت عينتها الزمنية في الفترة ما بين نوفمبر 1997 وأكتوبر 1998 م، ومجتمع بحثها يمثل 50 بالمئة من القائم بالاتصال في جريدتي الأهرام المصرية وتشرين السورية.

كشفت الدراسة عن فوارق جوهرية بين الإمكانيات البشرية والتكنولوجية للمحررين والمراسلين في كل من الصحافة المصرية والصحافة السورية، حيث يتوافر للصحافة المصرية شبكة واسعة من المحررين والمراسلين، الداخليين والخارجيين والمكاتب الصحفية، الداخلية والخارجية، ويتوفر لهذه الشبكة العديد من الإمكانيات التكنولوجية الحديثة لجمع واستكمال ونقل وكتابة المادة الصحفية، بينما لا يتوفر لصحافة السورية سوى عدد محدود من المحررين والمراسلين ويعتمدون على الوسائل والأساليب التقليدية في إنجاز عملهم.

أدت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في جريدة الأهرام إلى تطور كمي وكيفي في أدائه لوظائفه كافة، حيث توفرت في جميع هذه الوظائف متطلبات السرعة والدقة وسهولة الاستخدام والكفاية والسرية والأمان.

يزداد حجم استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بين الفئات العمرية الشابة، وبين الفئات المتخصصة في علوم الإعلام، وبين الفئات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبالتالي فإن استخدام الصحافة المصرية ممثلة في جريدة الأهرام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الدراسة الحادي عشر: دراسة الرشيد 2014 ، حول استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والاشباكات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية ، وهدفت هذه الدراسة الى معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" والوقوف على أنماط الاستخدام الموقعين ودوافع استخدامها من قبل عينة الدراسة .

الدراسة ميدانية أجريت سنة 2013 للكشف عن طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر وتحديد الخصائص التي تقدمها كل من هاتين الشبكتين من ناحية الخصائص الاتصالية و الفنية المرتبطة بكل من فيسبوك وتويتر¹² .

وقد تم تطبيق هذه الدراسة على مجموعة من طلبة الجامعتين الأردنية، والشرق الأوسط من خلال استخدام أداتي الملاحظة والاستبيان، فقد توصلت نتائج الدراسة الى تحديد شبكة الفيسبوك والتوتر كأعلى نسبة شبكة تواصل اجتماعي استخداما، ثم تليها شبكة جوجل بلس، وكانت الشبكة التي حققت أقل نسبة امتلاك لأفراد العينة هي شبكة انستغرام.

3. الاستنتاجات العامة من الدراسات السابقة

من خلال ما سبق من الدراسات نستنتج أن الاستخدامات المتكررة للصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي تختلف باختلاف الزمان وكذا المستوى الدراسي لكل شخص من مستعمليها ، في جميع الاستخدامات نقلا ، توزيع للأخبار ، أو الحصول عليها ، ...الى غير ذلك ، ونند أيضا أن المتغيرات الموجودة في هاته الدراسات مختلفة كذلك فهناك من الباحثين من ركز على المتغير المستقل في الدراسة وهناك من ركز على المتغير التابع ، وهو كذلك ما تبين من خلال الدور الذي لعبته بعض الدراسات في تركيزها على الجوانب المهنية والأخلاقية للصحفيين في استخداماتهم للحصول على الأخبار والتواصلات المترتبة من الاعتماد عليها ، فتجد بعض الاختلافات فيما يخص الاعتماد المهني للصحفيين في استقاء الأخبار وتجد

¹² الرشيد استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتوتر والاشباع المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية -الأرين 2014 .

من يضع اعتبارا للمعيار الأخلاقي بحيث يعتبره مهما في هكذا معاملات في المواقع التواصلية بشتى أنواعها .

المطلب الثاني :حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

مما سبق الاطلاع عليه في الدراسات السابقة والتي تم التطرق لها من خلال عدة جوانب والدراسة التي بحوزتنا ومن بين تلك الجوانب ما يلي:

-التعرف على أهم الأساليب والأدوات البحثية المنتهجة في تلك الدراسات السابقة.

-التعرف أيضا على الأسئلة التي طرحت في الاستبيانات المستخدمة في الدراسات السابقة وكيف صاغها الباحثون وما العلاقة الرابطة بين هاته الأسئلة وكذا متغيرات الدراسات.

-كيفية ضبط واختيار العنوان المناسب لدراستنا.

- البحث في المقاربات النظرية المستعملة وعلاقتها بالدراسات السابقة ومدى مساهمة ذلك في الاعتماد على النظريات المناسبة.

- الاستفادة من هاته الدراسات في كيفية وضع خطة ممنهجة لمجمل الفصول التي سيستخدمها الباحث في الدراسة.

-إجراء مقارنة بين مجمل تلك النتائج في الدراسات السابقة ودراستنا من خلال العمل التطبيقي للعينة محل الدراسة.

المطلب الثالث: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تكشف عشرات الملايين من التغريدات اليومية في تويتر. تجاوز تمثيل مواقع التواصل الاجتماعي ليصبح مصدرا مهما للمعلومات الإخبارية، ووسيلة العصر الأحدث في تناقلها، وهو يستخدم لهذا الغرض من قبل الجمهور والإعلاميين على حد سواء ، وتأتي الأخبار إلى تويتر من عدة مصادر، فبعضها يفد إليه من منظمات إخبارية معروفة، ومن مؤسسات حكومية ..بينما تأتي أغلب الأخبار من باقي أفراد المجتمع¹³. وطبقا للتقرير السنوي للصحافة الأمريكية ، فإن ما نسبته 36% من مستخدمي تويتر يحصلون على روابط إخبارية من أصدقائهم وأقاربهم، بينما 27 من مؤسسات إخبارية ، و18% من مؤسسات غير إخبارية ، و19% غير متأكدين من مصادرهم¹⁴، ويثبت هذا التعاطي الكبير مع المواد الإخبارية في تويتر، ومع خاصية إعادة التغريد ومشاركة الأخبار في الموقع، أن تويتر بات يشكل مصدرا كبيرا للمعلومات لدى المغردين، حيث وجدت دراسة أمريكية أن هناك زيادة في أعداد المستخدمين لتويتر في التعامل مع مصادر إخبارية ومشاركتها مع الآخرين¹⁵.

كما يعتبر واقع الصحافة الجزائرية كغيره من البلدان العربية، حيث يقوم الصحفي بأدوار متنوعة في عمله كإعلامي في مؤسسة إعلامية مهما كان نوعها، وبالتركيز على طبيعة عمل المحرر الجزائري نجده دائما يرفض التغطيات التي تحددها الحدود الزمكانية الجغرافية التي تمنحه إياها التقنيات والتكنولوجيات الرقمية الحديثة، ونقصد بذلك ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي ، التي أحدثت بدورها واقع خاص بها من ناحية الآنية التفاعلية، الشمولية وكذا العالمية في كل شيء كالتوزيع والتحرير الفوري والتغطيات

¹³ Shariff Zhang X Sanderson M 2014 User perception of information credibility of News on Twitter . lecteur NOTES IN CO;PUTER SCIENCE VOLUME 8416.PP 513-518.

¹⁴ Mitchell Amy, Rosentile Tome Christian Leah 2012.what facebook and twitter mean of news. State of the media American journalism .pee research center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2012/03/18/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/>

¹⁵ Yonghwan Kim Joog Suk Lee 2015 Tweeting the public :journalists Twitter use attitudes toward the public s Tweets and the relationship with the public m information m communication society 18.4.p446

المباشرة في المكان والزمان بواسطة الهواتف والوسائط و التطبيقات الحديثة ، الأمر الذي أدى في أفراد المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العربية والعالمية يعيش في عالم افتراضي تحكم في كل اهتماماته ومتطلباته ورغباته ، وأخذ منهم الكير من وقتهم ومن أبرزها ذكرا لا للحرص تلك المسماة مواقع التواصل الاجتماعي "social media" ¹⁶.

أفرزت هذه المواقع تطورات وتحولات كبيرة في الواقع الحياتي للمجتمعات، وخاصة المجتمع الجزائري حيث أصبح المواطن البسيط أكثر مهنية من الصحفي ذاته في كيفية التعامل مع المواقع من ناحية استخدامه لها وكذا التعاطي معها، وبالتركيز على الصحفيين الجزائريين فهم أيضا يعتمدون بشكل بالغ لهاته المواقع الاجتماعية الاتصالية ليس فقط من أجل الحصول على المعلومة، بل أيضا لتكوين علاقات وكذا صداقات تفاعلية أدت باعتمادهم عليها في كل أوقاتهم ¹⁷.

وبواسطة الكم الهائل الذي تتوفر عليه هاته المواقع والتطبيقات، وبتزايد حجم المتتبعين لها، ازدادت نسبة استخدام الصحفيين لهاته المواقع بشكل متواصل إلى حد الإدمان عليها مقارنة بالإحصائيات التي وجدت في هكذا نوع من الدراسات ، والتي تركز على نسب المشاهدة وكذا نسب الاستخدام لهاته المواقع بشتى أنواعا كالفيسبوك Facebook ، التويتر Twiter ، لينكدإن Linkden ، ماي سبيس My space ، وغيرها من المواقع والتطبيقات الحديثة ¹⁸، حيث أصبحت هذه المواقع تشكل عائقا كبيرا للوسائل الإعلامية التقليدية كالتلفزيون والراديو وكذا وكالات الأنباء ، مقارنة بما تتيح للصحفي من الحصول الآنية والسرعة في نقل وحفظ ونشر الأخبار داخل مؤسسات الإعلامية العاملين بها ، ومن هنا جاءت دراستنا حول كفايات استخدام الصحفيين الجزائريين وخاصة صحفيي قناة الشروق الإخبارية لهاته المواقع ومدى التعامل

¹⁶ عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاعلامي والتلفزي، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب

الجامعي الحديث، اليمن، 2005، ص.260

¹⁷ نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب تكنولوجية، دار هومة، الجزائر، 1998، ص10

¹⁸ نصر الدين العياضي، المرجع السابق، ص.110

الدائم معا ومع ما تقدمه من معلومات وأخبار لهؤلاء الصحفيين بواسطة التركيز على مدى المهنية والصبغة الأخلاقية التي يتحلى بها الصحفي خلال استقائه المعلومات من هاته المواقع ، وجاءت اشكاليتنا كآآتي:

ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على عمل الصحفيين؟ وهل يعتمد الصحفيين على مواقع التواصل

الاجتماعي في تحسين الأداء الصحفي المطلوب (قناة الشروق TV-أنموذجا-)?

وتتدرج منها بعض تساؤلات القسم التطبيقي الدراسة الميدانية:

- ما هي دوافع وأهداف صحفيين قناة الشروق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى اعتماد هذه التطبيقات التكنولوجية الحديثة بين الصحفيين داخل القناة ؟
- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية لصحفي قناة الشروق؟
- هل يلتزم صحفيو قناة الشروق بمدى أخلاقيات المهنة الصحفية مقارنة بالاعتماد على هاته المواقع؟

المطلب الرابع: فرضيات الدراسة

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على بعض الفرضيات وهي كآآتي:

1.الفرضية الأولى: اعتماد الصحفيين المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تطوير الأداء

المهني لدى الصحفيين بقناة الشروق الجزائرية.

2.الفرضية الثانية: توجد علاقة قوية وإيجابية بين ما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي

المهني والاحترافي للصحفيين بقناة الشروق الجزائرية.

3.الفرضية الثالثة: ليست هناك أي علاقة بين ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات المهنية

الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية.

المطلب الخامس: أهمية الدراسة

يمكن حصر أهمية البحث في شقين أساسيين هما:

1. الجانب العلمي التكنولوجي: ويقصد به ما توفره تكنولوجيا الشبكة الرقمية (مواقع التواصل

الاجتماعي) من إتاحات إعلامية وعملية، تعطي الصحفيين إمكانية الحصول على المعلومة

ومعالجتها وإيصالها إلى الجمهور في أحسن صورة.

2. الجانب الاقتصادي: ويقصد به ما توفره هذه التكنولوجيا (مواقع التواصل الاجتماعي) من الجهد

والوقت والمال على الإعلاميين ومؤسساتهم، وبشكل خاص في الحصول على المعلومات

المطلوبة وكذا معالجتها وإرسالها مع أكثر فنية ومهنية في الأداء.

المطلب السادس: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق الآتي:

1. تقويم الواقع الحالي لمدى استخدام الصحفيين بقناة الشروق للخدمات المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي.
 2. تحديد المشاكل والمعوقات في جلب المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعية واعتمادها كمصادر للأخبار.
 3. الوقوف عند أهم الجوانب التي أثرت فيها التكنولوجيا الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الأداء الإعلامي لدى الصحفيين بقنوات الشروق الجزائرية.
- اقترح بعض الحلول التي من شأنها المساهمة في تطوير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بخدماتها التكنولوجية.

المطلب السابع: أسباب اختيار الموضوع

من الخطوات الأساسية في أي دراسة علمية المرور بمرحلة اختياره للموضوع الذي يود البحث فيه، وهي خطوة مهمة مقارنة بمجال الدراسة ونوعه، وهنا في هذا البحث اخترنا موضوع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي، كان بالطبع مرتبط بعدة أسباب ذاتية خاصة بالباحث في حد ذاته، وكذا موضوعية متصلة بطبيعة الموضوع المختار.

ومن الأسباب التي أدت إلى اختيار هذه الدراسة:

الأسباب الذاتية

الاعتقاد الشخصي بوجود كم هائل لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت متاحة بقوة في جميع المجالات خاصة ما تعلق بمجال الإعلام والاتصال، والذي أصبح أداة مهمة في جلب المعلومات والأخبار من طرف الصحفيين العاملين بالقنوات والصحف، مما مكنهم من الاعتماد الكلي عليها (المواقع)، كمصدر وبديل عن المصادر التقليدية الأخرى.

الأسباب الموضوعية

- الواقع الذي فرضته التكنولوجيات الحديثة بتطبيقاتها المتنوعة، خاصة في المؤسسات الإعلامية، حيث أعطى هذا الانفجار التكنولوجي أهمية بالغة لكل ما هو تقني دون التركيز على خصوصية وسائل الإعلام الأخرى.
- يدخل الموضوع ضمن الأبحاث الحديثة والتي تمكن من دراسة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا وطرق تعامل الصحفيين مع هذه التطورات في كيفية استخدامها وتوظيفها بما يخدمهم كإعلاميين مهنيين.
- التعرف على طبيعة العلاقة التبادلية المنفعية بين الصحفيين العاملين بالقنوات التلفزيونية وما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثامن: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي، الأداء الصحفي، مؤسسة الإعلامية الجزائرية،

1 الشبكة

1- لغة: تعرف في اللغة العربية: هي شبك الشيء شبكا أي تداخل بعضه في بعض.

يقال: شبك أصابعه، شابك الشيء: يقال تشابكت الأمور، اختلطت ببعضها البعض.

2- اصطلاحا : يعرفها فايز الشهيري هي نظام المعلومات العالمي الذي يتصل ببعضه بواسطة

عناوين منفردة معتمدة على بروتوكول الانترنت (ip) أو لواحق و تابعه الفرعية¹⁹.

3- إجرائيا: المقصود بشبكات التواصل التي يرتبط بها الصحفي لتسهيل وتحسين أداء عمله الصحفي

والإعلامي.

2.التواصل

• لغة :من مادة وصل ويقال وصلت الشيء وصل ، وصلة وصل إليه وصولا ، و وصل بمعنى

اتصل أي دعا دعوى الجاهلية ، وهو بأن يقول بالفلان .²⁰

• اصطلاحا :

-هو استمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها .²¹

- انفتاح الذات على الآخرين في العلاقة الحية التي لا تنقطع حتى تعود من جديد .²²

3.الموقع

¹⁹عفايز الشهيري ، استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي ، العدد 1، مجلة البحوث الأمنية ، كلية الملك فهد ، 2004ص 174.

²⁰هادي نهر، أحمد محمود الخطيب ، إدارة الاتصال و التواصل، النظريات ، العمليات ، الوسائط ، الكافيات ، علم الكتب الحديث ، د ط عمان ، 2009، ص23.

²¹ عبد الحسن الحسيني، المعجم الكامل في المعلوماتية، دار المعلم، بيروت، 1994، ص220

1- لغة: الموقع لغة هو مكان الوقوع، يقال وقع الشيء موقعه (ج) مواقع ومواقع القتال، مواضعه

ومواقع القطر ساقطة²³

2- اصطلاحاً: إن موقع الويب يربط بين مجموعة من الصفحات المترابطة من خلال نصوصها

المتشعبة ويعرف الموقع على أنه صفحة البداية أو الترحيب التي من خلالها نستطيع استخراج الوثائق

من الانترنت والمرفقات الأخرى المرتبطة به، ويمكن لأي شخص فتح موقع أو شركة أو منظمة²⁴.

وهي أيضا عبارة عن خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة

الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات وعن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين²⁵.

3- المفهوم الإجرائي: ونقصد بها مجمل المواقع التي تتيح التواصل الاجتماعي عن طريق شبكة الإنترنت،

فهو منبر لتبادل الآراء والأفكار والثقافات والمناقشات حول قضايا مختلفة، كما تم توظيف مواقع

التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا مهنيا وأخلاقيا يعتمد عليه الصحفي في تحسين الأداء الصحفي.

• الاتصال هو جميع العمليات الشبكية والافتراضية التي يعتمد عليها الصحفي عن طريق الإعلام

الجديد في أداء مهنته الصحفية²⁶.

4. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

23 إبراهيم أنيس وعبد الحليم منتصر وآخرون ، معجم الوسيط، الجزء الثاني، دار الفكر للنشر، ص 105.

1. 24 Francis Balle ,dictionnaire des médias ,1 édition , l'arousse , paris ,1998 ,p232 .

²⁵ميزال مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري و يسعد عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية ، 1999 ، ص483

²⁶Berlo, d. 1960. The process of communication: an introduction to theory and practice. New york: holt, rinehart, and winston. P122.

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (ويب 2.0)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفق مجموعات اهتمام مشتركة، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل²⁷، أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم الذي يتيحونها للنشر، عبر جمع بيانات الأعضاء ذوو المصالح المشتركة، الذين يبحثون عن ملفات أو صور²⁸.

وتعرف أيضا مواقع التواصل الاجتماعي : على أنها موقع إلكتروني يوفر لرواد شبكة الإنترنت فتح صفحة شخصية من أجل تبادل معلومات وصور وفيديوهات مع مجموعة أصدقائهم وشبكة علاقاتهم²⁹. من جهة أخرى نجد هناك مصطلحات قريبة ومتشابهة لمواقع التواصل "كالإعلام الاجتماعي" Social Medias حيث يسمو هذا المصطلح إلى أن يعوض نهائياً مصطلح الويب 2.0، فهو مجموعة منصات تكنولوجية داخل شبكة الإنترنت تسمح للأشخاص بإنتاج وتنظيم وتعديل المحتوى والتعليق على مضامين معينة³⁰، فكأن الإعلام الاجتماعي هو شبكة الشبكات وأن شبكات التواصل الاجتماعي ما هي إلا مواقع أو منصات اجتماعية على الشبكة. يتيح الإعلام الاجتماعي إنتاج وتبادل المعلومات لجمهور عريض، فبإمكان كل الناس أن يسهموا في هذا الفضاء الذي يتسم كما ذهب إلى ذلك بيير ليفي (Pierre Lévy) بـ"الذكاء الجمعي"³¹ ويحتوي الإعلام الاجتماعي على كل ما له صلة

²⁷ 2. Francis Balle, Lexique d'information communication, 1er Edition, Dalloz, 2006, P66

²⁸ ياسر محمود ، حقوق الانسان في الخطاب الصحفي العربي - دراسة تحليلية وميدانية مقارنة على عينة من الصحف العربية، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام 2011)، ص 44.

²⁹ Boyd Danah, Ellison Nicole, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (2007), (Visited on 15 December 2016)

³⁰ Clarke, Amanda, Les médias sociaux (2010), <http://www.aclarke.ca/p/work.html>. Accessed 25-12-2016.

³¹ Lévy, Pierre, L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberspace, (Paris, La Decouverte, 1997, P90

بالمدونات، ومواقع الويكي والدردشة والميكرو تدوين مثلما هي الحال مع تويتر وغيره من مواقع التدوين، كما لا يجب أن نغفل موقع "فلنكر" للصورة واليوتيوب للفيديو وشبكة التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، وشبكة المؤسسات: لنكدان. إذن، فأصل الإعلام الاجتماعي وبنيته هي المضمون والمحتوى، أما شبكات التواصل الاجتماعي، والتي يذهب البعض إلى وصفها بمواقع أو منصات التواصل الاجتماعي، فدورها تشكيل مجموعات افتراضية والتفاعل بين أفرادها.³² إن التفريق بينهما ليس دائما يسيرا ففي بعض المنصات ورغم أن الوظيفة الأساسية ليست تشبيك الأفراد وإنما تبادل الفيديوهات كما هي الحال مع اليوتيوب فإن شبكة التواصل حاضرة بقوة، وهو ما يبرز حضور تقاطعات بين الظاهرتين .

5. نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

هي عبارة عن شبكات تساعد على تكوين مجموعة علاقات بين المستعملين، حيث تمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات، الصور الشخصية، مقاطع الفيديو، الى غير ذلك بحيث يتم ذلك في عالم إفتراضي³³، يقطع حاجز الزمان والمكان من بين مواقع التواصل الاجتماعي العالمية والعربية التي توفر خدمات كبيرة للجمهور كالتالي :

6.تعريف الفايسبوك

³² . Carolyn waters, dictionary of information, science and technology, sans Diego, academic press, 1992,P57.

³³Khames Djamel, _multimédia du cd-rom aux autoroutes de l'information,ed téléphone, paris.1994 , P42

الفايسبوك face book: يعد الفايسبوك أحد مكونات شبكة المعلومات الدولية ، إضافة إلى أنه يشكل قطاع متميز له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي ، الذي أصبح له وجوده المؤثر على تفاعلات المجتمع الواقعي الذي نعيش فيه ، وبدأ الفيسبوك على يد أحد طلاب جامعة هارفارد يدعى "مارك زوكربيرج" Mark Zuckerberg عام 2004 ، حيث بدأ بتصميم موقع على الشبكة الالكترونية يهدف من خلاله للتواصل مع زملائه في الجامعة ليتمكن من تبادل ملفاتهم و صورهم و آرائهم و أفكارهم .³⁴

ويعتبر "فيسبوك" Face book كذلك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء .³⁵ و يعرفه قاموس الإعلام و الاتصال على أنه موقع خاص للتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles ، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة تدريس و الموظفين ، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص .³⁶

تعريف آخر : بدأت في (فبراير 2004) حيث تم تشغيلها، وهي مملوكة للقطاع الخاص من قبل شركة بوك، وصل عدد مستخدميه في (يناير 2012 م) إلى أكثر من 845 مستخدم ، منهم 483 مليون مستخدم يستخدمون يوميا موقع الفيس بوك، ويجوز للمستخدمين إنشاء ملف شخصي، وإضافة المستخدمين الآخرين كأصدقاء وتبادل الرسائل ، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين الانضمام لمجموعات المستخدمين مشتركين الفائدة التي تنظمها المدرسة أو مكان العمل ، أو كلية أو غيرها ، حيث الفيس بوك يسمح لأي شخص الإعلان عن نفسه يبلغ من العمر 13 سنة ليصبح مستخدما مسجلا في الموقع.

³⁴عبد الله عامر ، الفيسبوك و عالم التكنولوجيا ، مجلة العلوم التكنولوجية ، العدد 14 ، جامعة البتراء ، عمان 2007، ص 6 .

³⁵Paquel Norbert, l'explosion du multimédia et des réseaux, les éditions d'organisation, Paris

1995,P82.

³⁶MARCEL PANESI 2009 : dictionary of media and communications ,me,sharp ,new yourk, p 117

تأسس الموقع من قبل (زوكريج مارك) وزملائه (إدواردو سافرين، موسكوفيتش دستين، كريس هيوز)³⁷ ويعتبر من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات .

التعريف الإجرائي لفيسبوك : الفيسبوك هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم الولوج له عبر التسجيل مجانا ، يعتبر وسيلة لتواصل الأفراد فيما بينهم ، و يعد أداة لنقل مختلف الأخبار و الأحداث و القضايا ، و منبرا لإبداء الآراء و الأفكار من خلال المنشورات التي ينشرها مستخدمو هذا الموقع .

7. التعريف بقناة الشروق ECHOROUK TV

الشروق TV أول قناة تلفزيونية فضائية جزائرية خاصة تابعة لجريدة الشروق اليومي، انطلق بثها التجريبي تزامنا مع عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي الفاتح من نوفمبر 2011 على الساعة 00:00 المصادفة للكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية الكبرى والذكرى الأولى لتأسيس الجريدة، انطلق بثها من العاصمة الأردنية عمان، على أن يتوسع البث انطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة، مع العلم أن مقر قناة الشروق TV بالجزائر العاصمة الكائن بجريدة ، بالإضافة إلى ذلك لها 36 مكتب بعدد من ولايات الوطن، مالك القناة هو الصحفي "علي فضيل" وهو أيضا المدير العام لها، وكانت انطلاقتها كبث تجريبي وحولت العمل إلى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص أو اعتماد.

³⁷ هشام عبد المقصود، التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في الصحافة المصرية- دراسة لبنية وأطر الخطاب المقدم في سياق مدخل التحليل الثقافي، العدد الثالث المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (القاهرة جامعة القاهرة يوليو سبتمبر 2007 ص 47 -

ومع بداية عام 2012 انطلق البث الرسمي للقناة يوم 19 مارس 2012، تعتبر قناة الشروق TV قناة عامة متنوعة- مستقلة، تجمع بين الأخبار والبرامج السياسية والاقتصادية والدينية والعلمية و
الحصص.³⁸

1.7 مبادئ تلفزيون الشروق TV

يعرف العمل الإعلامي حسب القائمين على قناة الشروق TV خدمة إعلامية موضوعية شعارها "قناة كل العائلة"، تسعى إلى نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور الجزائري وتعزز قيم التسامح والوطنية.

وأهم المبادئ التي جاء بها ميثاق الشرف المهني لقناة الشروق TV ما يلي:

- I التمسك بالقيم الأخلاقية والمهنية الصحفية من توازن واستقلالية ومصادقية.
- II الحيادية والموضوعية ونقل الخبر أو المعلومة للمشاهد الجزائري بكل ما يدور حوله في العالم.
- III يجب أن تكون القناة المرآة العاكسة للجمهور الجزائري بكل ما يدور حوله في العالم .
- IV السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في برامجها ونشراتنا الإخبارية بشكل لا الغموض فيه ولا تخريف
- V ترسيخ الهوية والوحدة الوطنية وكذلك إسماع صوت الجزائر في العالم.

2.7 أهداف القناة:

- I. الدفاع عن مصلحة الوطن والمواطن ونقل الحقيقة كما هي خدمة للجزائر وحرية التعبير.
- II. أن تكون القناة منبرا مفتوحا للمواطن وانشغالاته ومشاكله.
- III. نقل الأحداث والمستجدات الوطنية والدولية برؤية موضوعية وحيادية.

³⁸<https://l.instagram.com/?u=http%3A%2F%2Ffacebook.com%2FEchoroukTV.Officiel&e=ATN9U2i41oMWqr2QBI7wIMWhfkoCILxA9ArJdhVhud5h0uex558DXQfBL2igfinec3qaixvJQVrzC9dV>

IV. تغطية الأحداث الوطنية والدولية بكل مهنية واحترافية بعيدا عن التحريف والتزييف.

3.7 الإطار القانوني

ترجع الانطلاقة الرسمية لقناة الشروق TV إلى مصادقة البرلمان من المجلس الدستوري على القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012، نظم القانون العضوي المتعلق بالإعلام حرية الإعلام في 133 مادة مقسمة في إطار 12 باب تناولت مختلف الجوانب المتعلقة بتنظيم حرية الإعلام حيث جاء في المادة 51 " أن يمارس النشاط السمعي البصري من قبل (هيئات عمومية ، مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي المؤسسات والشركات) التي تخضع القانون " ومن خلال هذه المادة نلاحظ أن مجال الممارسة للإعلام السمعي البصري في الجزائري قد أبح مفتوحا ومتفتحا لكل الجزائريين وبهذا فتح قطاع السمعي للخواص بعد 50 سنة من احتكار الحكومة الجزائرية للتلفزيون ومن هنا أصبحت قناة الشروق TV قناة تلفزيونية خاصة، ذات شخصية قانونية مستقلة.

4.7 الهيكل الإداري لقناة الشروق :

حسب مدير قسم البرمجة السيد عبد العزيز تويقر، تحتوي قناة الشروق على مجموعة من المديرات ولكل منها مهام خاصة بها حب كل تخصص نذكر منها³⁹

-مديرية البرمجة وفيها مدير البرمجة، ومسؤول لقسم البرامج بالإضافة الى وجود قسم خاص بالبث، كذلك نجد فيها مديرية المالية ، الإدارة ، الاخبار ، التقنية Technqnie....

-رئيس التحرير الى مجموعة معتبرة من الصحفيين القائمين على سير البرامج التي تسييرها.

³⁹http://www.elahmad.com/tv/echoroukonline.php, 25/04/2016.

5.7 برامج قناة الشروق TV

- ✚ وأفعلو الخير .
- ✚ فا سألوا أهل الذكر.
- ✚ بعيدا عن السياسة .
- ✚ مع عمو يزيد .
- ✚ موعد الاساطير .
- ✚ موعد مع النساء .
- ✚ الصحة للجميع .
- ✚ زدني .للمرحوم سليمان بخليلي .
- ✚ خط أحمر .
- ✚ سفيان SHOW .
- ✚ المنشار .
- ✚ شاعر الجزائر .

وعرفت الانطلاقة الرسمية لقناة الشروق TV إقبالا واهتماما بالغين من المشاهدين الجزائريين وهو ما عبر عنه المواطنون في مختلف ولايات الوطن وكذا المغتربون ومتتبعو القنوات العربية خارج الوطن حيث نقل الآلاف من رواد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك ، التويتر ، اليوتيوب، الواتس اب، الأنستغرام، التويتر ، برامج وحصص وربورتاجات كانت أطلقتها لمشاهديها خلال ساعاتها الأولى من البث الرسمي.

وبعد عامين من الانطلاق الرسمي للقناة كقناة فضائية عامة منذ 2012 توسعت الشبكة التلفزيونية لقناة الشروق TV لتخلق قناة أخرى باسم الشروق نيوز التي انطلق بثها بتاريخ 19 مارس 2014 وقناة الشروق بنة التي انطلق بثها الرسمي في حفل يوم 10 جوان 2015.⁴⁰

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

يعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة تتبع أسلوباً وخطّة معينة لدراسة ظاهرة ما ، ويهدف الى التوصل الى الحقائق وترسيخ المعارف واختبارها ، والاعلام عنها بعد التأكد من صحتها ومن بين القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي تحديد المنهج الذي يعرف بأنه الوعي بالموضوع من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات المتبعة من أجل اكتماله وتباينه، وهو بذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة⁴¹.

عن المنهج المستخدم في هذه الدراسة، فقد أعتمد الباحث على المنهج المسحي والذي يعتبر واحد من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية والاستطلاعية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها من مجتمع معين.⁴²

ومن خلال الدراسة التي قمنا بها هي دراسة وصفية تحليلية، حاولنا من خلالها الوقوف عند العمل الميداني للعمل الإعلامي بالتلفزيون في ظلال تكنولوجيات الحديثة للاتصال، حيث تقوم مثل هذه الدراسات

⁴⁰www.echouroukonline.com16/03/2022.

⁴¹ عقيل حسين عقيل : فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، 1999 ، ص 47 .

⁴² نفس المرجع . ص 279

بوصف الحالة الراهنة دون التدخل في الجانب التاريخي، الذي يهتم بهذا الأسلوب التاريخي، أو التدخل في تطوراتها المستقبلية التي يدرسها الأسلوب التجريبي⁴³.

يعتبر المنهج المسحي أحد أنواع المنهج الوصفي، حيث يقوم الباحث الذي يتبع المنهج المسحي بدراسة الظاهرة ولا سيما ما تعلق بمشكلة البحث ضمن بيئة معينة أو مجتمع معين؛ وذلك من أجل الحصول على المعلومات بواسطة تحليلها، بالإضافة إلى إظهار النتائج التي تهدف إلى تحقيق التقدم والتطور في مجتمع الذي ستقوم عليه الدراسة.⁴⁴

ومن خلال الدراسة التي قمنا بها، هي دراسة و صفة تحليلية، حاولنا من خلالها الوقوف عند العمل الميداني للعمل الإعلامي بتلفزيون الشروق في ظل التطورات الهائلة التكنولوجيات الحديثة للاتصال، و يعتبر المنهج المسحي أحد أنواع المنهج الوصفي، حيث يقوم الباحث الذي يتبع المنهج المسحي بدراسة الظاهرة ولا سيما ما تعلق بمشكلة البحث ضمن بيئة معينة أو مجتمع معين؛ وذلك من أجل الحصول على المعلومات بواسطة تحليلها، بالإضافة إلى إظهار النتائج التي تهدف إلى تحقيق التقدم والتطور في مجتمع الذي ستقوم عليه الدراسة.⁴⁵

وقد اعتمدنا في هذا البحث على الدراسة الاستطلاعية الميدانية، حيث أشار في هذا السياق الدكتور أحمد بدر "يقوم بها الباحث بهدف التعرف على المشكلة، وهذا النوع من الدراسة يقوم به الباحث عادة عندما يكون في ميدان البحث جديدا لم يسبق أن استكشف طريقه باحثون آخرون أو أن مستوى المعلومات عن البحث قليل"⁴⁶

⁴³ أحمد بن مرسل: محاضرات ماجستير في الدراسة النظرية، وحدة منهجية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004/2005.

⁴⁴ راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995، ص 113.

⁴⁵ محمد الحسن إحسان، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت، ص 112.

⁴⁶ أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ب ط، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973، ص 29.

وينقسم المسح إلى قسمين:

• **المسح الوصفي:** الذي يحاول أن يصور أو يوثق الحقائق والواقع والاتجاهات الجارية حيث يقوم الباحث باستخدامه لكي يستهدف الدراسة بوصف مختلف عناصره متغيراتها المستقلة للإيجابية عن التساؤلات التي قمنا بطرحها فيما سبق في الإشكالية.⁴⁷

وباعتبار أن الدراسة التي نحن بصدد القيام بها تهدف إلى معرفة خصائص ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيراتها على الصحفيين بهذه القناة، كان مفروضا علينا جمع بعض المعطيات والحقائق والتركيز عليها بواسطة قياسها كمياً، لوصف حجم الانطباع الذي تتركه هذه المواقع على الصحفيين الموضوعين قيد البحث والتحليل.

• **المسح التحليلي:** وهو الذي يحاول فيه الباحث تحليل وتفسير المردود المتحصل عليه من بعض ظواهر الدراسة قيد البحث وبالتالي تغيير واقعها لأنه في الغالب يستخدم لاختبار العلاقات بين المتغيرات.⁴⁸

ومن خلال ما ورد سابقاً يأتي مع ما نطمح له في وجود علاقة بين متغيرات دراستنا أي بين ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي، وما يحقق لدى الصحفيين من أداء مهني وأخلاقي يضبطهم لتحلي به.

يدخل المنهج المسحي في الاستخدامات الواسعة للظواهر العلمية الكثيرة، حيث يعتبر أيضاً المنهج القابل للتجربة بواسطة كل الأدوات والوسائل البحثية الأخرى أما المنهج المتبع فهو المنهج المسحي الملائم لمثل هذه الدراسة الوصفية، حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية السياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين⁴⁹. حيث أتاح لنا منهج الوقوف عند آخر التطورات التكنولوجية لمواقع التواصل

⁴⁷ عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد علي البدوي، *مناهج وطرق البحث الاجتماعي*، ط1، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002، ص390.

⁴⁸ فضيل دليو وآخرون، *أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية*، منشورات جامعية، منتوري، جامعة قسنطينة، 1999، ص190.

⁴⁹ عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 219.

الاجتماعي، وأثرها على العمل الإعلامي لدى الصحفيين العاملين في قنوات الشروق الجزائرية، ولدى هذا المنهج عدة مميزات نذكر منها⁵⁰:

I أنه يركز على وحدة محددة في الحاضر زمانا ومكانا، ويتولى وصفها وتحليلها وتفسيرها، فهو يتجاوز مجرد وصف الأوضاع الحالية لهذه الوحدة إلى عملية التحليلي والتفسير واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات.

II أن المسح يعالج ظاهرة حاضرة وليست ماضية، مما يجعله أكثر ملائمة لموضوع الدراسة. يزود الباحث بمعلومات تفيد، في العليل والتفسير واتخاذ القرار المناسب، حيث يساهم في الكشف عن العلاقة بين المتغيرات.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

انطلاقا من كون عملية المعاينة Echantonnage التي تمكن الباحث من اختزال مجهودات كبيرة، من المفروض أن يصرفها في دراسة مجتمع بحثه، فإنها تعد خطوة مهمة في عملية البحث والعينة من منظور محمد عبد الحميد" عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتم التعامل معها منهجيا"3 وقبل الانتقال إلى تحديد مفردات العينة مجال الدراسة، يحدد الباحث مفردات مجتمع بحثه، والقصد به هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث على أساسها يتم تعميم نتائج الدراسة عليه، ومنها تم إسقاط العينة على الصحفيين العاملين بقناة الشروق Tv.

بشان مجتمع البحث يتكون من جميع صحفيين العاملين في قناة الشروق Tv، وفي خطوة تالية تم اختيار العينة عشوائية بلغ عددها 70 مفردة موزعة بين (33) صحفي و(22) صحفية العاملين في قناة الشروق Tv من المجتمع الكلي⁵¹.

⁵⁰ محمد زيدان عمر، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، ط4، الجزائر: د،م، ج، 1983، ص118.

⁵¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر، الجزائر، ص17/16

المطلب الثالث: أدوات الدراسة

أدوات البحث

في كل البحوث المتعلقة بالدراسات في العلوم الاجتماعية وكذا الإعلام والاتصال، يستلزم على الباحث لكي يستطيع الوصول إلى نتائج توصف بالموضوعية، يجب عليه أن يستخدم عدة أدوات تحليلية في جمع البيانات ومن بين هاته الأخيرة "الاستبيان" والذي يعرف على أنه: مجموعة من الأسئلة يطلق عليها لفظ الاستمارة، ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى عينة الدراسة للإجابة عليها دون مساعدة الباحث، ثم يتم إعادتها ثانية⁵².

ويتمكن الباحث من خلال استمارة الاستبيان الحصول على المعلومات حول موضوعات تتعلق بالخصائص الموضوعية للمستجوبين وسلوكياتهم في الماضي والحاضر، واتجاهاتهم وقيمهم وما تعلق بأسباب القيام بأفعال ما بطريقة معينة، وتتميز استمارة الاستبيان بنسقيها وانتظامها وترتيب أسألتها وتسلسلها في شكل منطقي يبدأ بما هو بسيط ثم يتقدم إلى الأسئلة المعقدة والحساسة⁵³.

ويتصدر الاستبيان أساليب جمع البيانات في بحوث الصحافة والإعلام، نظرا لما يتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من الأساليب، وتتفق مع طبيعة الظاهرة الصحفية، ذلك أن الاستبيان يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى أن عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء يوفر درجة كبيرة من الموضوعية والصدق الداخلي⁵⁴.

⁵² غريب محمد سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، (ط3)، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية. (2003) ص149

⁵³ محمد ياسر خواجه، البحث العلمي أسس منهجية وتطبيقات عملية (مصر، دار المصطفى للطباعة والكمبيوتر، 2002) ص

⁵⁴ محمد عبد المجيد بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص 117

تكونت الاستمارة التي ارتكز عليها الباحث في دراسته على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة المعدة من خلال تساؤلات الدراسة ، مرتبة ومصنفة إلى محاور بشكل يخدم الدراسة

تصميم استمارة الاستبيان

• يعرف الاستبيان على أنه أداة ملائمة على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين معين ، ويقدم الاستبيان في شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الافراد المعنيين بموضوع الاستبيان⁵⁵.

• أما الاستمارة فهي تلك الصحيفة التي يقوم الباحث بتدوين مجموعة من الأسئلة فيها والتي توجه الى المبحوثين ، وتستهدف جمع بيانات ومعلومات عن سلوكهم ومواقفهم وأراءهم بشأن قضية من القضايا⁵⁶.

بدأ الباحث تصميم استمارته بناءا على خطوات منهجية تخدم الدراسة

• تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة: ويظهر ذلك من خلال الأسئلة التي طرحت سابقا في الدراسة والتساؤلات الفرعية المتبعة، من خلال أيضا الاطلاع على الدراسات المماثلة ، بقصد ضبط المتغيرات الأساسية للدراسة ، ولإسقاط الأسئلة على المحاور المتبعة في الاستمارة ، حيث يظهر ترابط كل محور مع الأسئلة التي طرحت في الإشكالية لتغطية كل الجوانب المتعلقة بالموضوع بشكل يخدم الرسالة بشكل عام⁵⁷.

⁵⁵ محمد شلبي : المنهجية في التحليل السياسي ، المفاهيم ، المناهج ، الاقتربات . الأدوات ، ص 151 .

⁵⁶ محمد شلبي : نفس المرجع ، ص 242 .

⁵⁷ بن مرسللي مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال . ، ص 226 .

- بناء الاستمارة في صورتها الأولية: بواسطة وضع مجموعة من الأسئلة الخاصة بكل محور من المحاور الأساسية لاستمارة الاستبيان، وصياغة كل الأسئلة المغلقة وكذا المفتوحة وضبطها بالترتيب والشكل الذي يخدم الاستمارة والدراسة.
- عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف: وهو بدوره قام بمراجعتها والتركيز على المصطلحات والمتغيرات التي ضبطت فيها بواسطة تعديل بعض المتغيرات التي تخدم الدراسة.
- عرض الاستمارة على المحكمين: حيث قمنا بإرسال هاته الاستمارة إلى مجموعة من الأستاذة المحكمين والذين لديهم خبرة في الجانب المنهجي التحليلي وهكذا موضوعات، وقد أفادونا طبعاً بجملة من الملاحظات والتي أخذت بعين الاعتبار في الجانب الشكلي وكذا الموضوعي لطبيعة الأسئلة الموضوعية.
- صياغة الأسئلة وضبط الاستمارة في شكلها النهائي: من خلال إتباع الخطوات السابقة تم وضع الهيكل النهائي للاستمارة محددة في مجموعة أسئلة موجهة إلى جمهور عينة الدراسة، والآتي كانت طبعاً موجهة إلى بعض الصحفيين العاملين بقناة الشروق الإخبارية، وقد تضمنت الاستمارة محاور ثلاث مهمة تخدم موضوع الدراسة ومتغيراته، هي كالتالي :
- 1- البيانات الشخصية لأفراد العينة وتحتوي على البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، ويضم سبعة متغيرات وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص، نوع العمل الإعلامي، الخبرة المهنية، الموطن الأصلي للصحفي.
- 2- استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي: ويتضمن تسعة (09) أسئلة متعلقة بمتغيرات عديدة خاصة بهذا المحور والتي هي كالتالي:
- I هل يستخدم صحفيي الشروق منصات مواقع التواصل الاجتماعي، والاجابة على هذا السؤال ستكون مغلقة بنعم أم لا.

- II وصف مدى الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - III الوقت الذي يقضيه الصحفي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.
 - IV التخصيص للوقت الذي يستخدم في التحصيل على الأخبار من هاته المواقع.
 - V حول طبيعة الاسم المستخدم عند الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي إذا الاسم الحقيقي أو آخر مستعار.
 - VI الوسائل والتجهيزات المستخدمة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.
 - VII مدى التكرار في الاستخدام للمنصات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي.
 - VIII المدة في الاعتماد والاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - IX الدوافع الحقيقية للاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وهي طبعا حسب متغيرات يمكن للمبحوث اختيارها.
- 3- الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: وهي أيضا مجموعة من الأسئلة متعلقة بمتغيرات الدراسة حيث خصص الباحث في هذه الأسئلة في البحث عن طبيعة العلاقة بين متغير الأداء الصحفي عند صحفيي قناة الشروق واعتمادهم واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهل أثر ذلك في أدائهم الإعلامي المهني والأخلاقي لهم أم لا ، وهي معروضة كآلاتي :
- I رأي صحفيي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي.
 - II المؤشرات والمعايير المؤسسة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي.
 - III المواثيق التي أساسها يحترم صحفيي الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.
 - IV الحرية المتاحة في مواقع التواصل التي تجعل من صحفيي الشروق تحليه للمسؤولية المهنية والأخلاقية
 - V رؤية الصحفي لمواقع التواصل إذا كانت تشكل تهديدا لمهنة الصحافة أو مكسب لها.

VI نوعية المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي من الأخبار الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية الخ.

VII أكثر المواقع التواصلية مصداقية في نشر وتوزيع الأخبار.

VIII مستوى الثقة المرجوة في المحتوى المنشور للمواقع والمنصات.

IX الاختيار الأفضل للحصول على المعلومات من خلال الاعتماد على التكنولوجيا ومواقع التواصل الحديثة أو الوسائل التقليدية.

صعوبات الدراسة:

1- قلة الدراسات في هذا الموضوع

2- جائحة كورونا ساهمت في تأخرنا بإعداد الدراسة الميدانية

3- عدم تفاعل المبحوثين مع بعض متغيرات الدراسة

لقد اعتمدنا أيضا في دراستنا هذه على الوسائل الآتية في تحصيل وجمع البيانات المطلوبة:

1. **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع البيانات العلمية والحقائق من مكان الدراسة وذلك لأن الملاحظة هي " مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفقا لظروفها الطبيعية"⁵⁸.

والملاحظة كوسيلة بحثية تتمتع بفوائد كثيرة تميزها عن الوسائل الأخرى حيث تعطي الباحث إمكانية ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والاطلاع على أنماط وأساليب معيشتهم وتتيح للباحث فرصة ملاحظة الأجواء الطبيعية غير المصطنعة لمجتمع البحث حيث أن المبحوثين لا يعرفون أن

⁵⁸ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 286

سلوكهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم تحت الدراسة والفحص لذا يكون تصرفهم طبيعياً وتكون علاقاتهم وتفاعلاتهم عفوية وسليمة وبعيدة عن التصنع والتكلف.⁵⁹

المطلب الرابع: اختبار ثبات الأداء وصدق محتوى الاستبيان

قام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبانة بطريقة التجزئة النصفية حيث تقوم هذه الطريقة على أساس فصل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات ذات الأرقام الفردية عن إجاباتهم على العبارات ذات الأرقام الزوجية، ومن ثم يقوم بحساب معامل ارتباط بيرسون بين إجاباتهم على العبارات الفردية والزوجية وأخيراً يحسب معامل الثبات وفق معادلة Spearman

Brown سبيرمان - براون

⁵⁹ حسن محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة ط2، بيروت، 1996، ص107.

جدول 1 نتائج اختبار ثبات الاداء وصدق المحتوى

صدق المحتوى		ثبات الاداء		المحور
مستوى الدلالة	Spearman-Brown	Cronbach's Alpha	عدد الفقرات	
00	818	981	24	المحور الأول: الفقرات المتعلقة بالدوافع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
00	778	936	28	المحور الثاني: الفقرات المتعلقة بمدى استخدام شبكات التواصل
00	924	978	09	المحور الثالث: الفقرات المتعلقة بمستوى الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي والأداء المهني والأخلاقي المنتظر
00	824	977	21	لجميع المتغيرات

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على أداة الدراسة

يتضح من نتائج الجدول رقم 1 أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل محور من محاور الدراسة، وعلى الاستبيان كاملاً، كانت أكبر من 60% والبعض منها قريبة جداً إلى 100% مما يدل على أن أداة البحث تتصف بالثبات والصدق الكبيرين بما يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي مقبولاً. الى حد ما . وقد أكدت النتائج على ثبات الأداة ؛ إذ وصلت نسبة الثبات (0.90) وهي معامل نسبة تدل على مستوى ثبات مرتفع.

1. الصدق: يقصد بصدق المقياس Instrument validity "الى أي درجة يقيس المقياس الغرض المصمم من أجله، وعليه يمكن تعريف صدق أداة جمع البيانات الى أي درجة توفر الأداة بيانات ذات علاقة بمشكلة الدراسة من مجتمع الدراسة. فيقاس مثلا صدق المقابلة الشخصية المستخدمة في قياس وجهات نظر العاملين في المنظمة بمدى حصول الباحث على وجهات نظر العاملين الفعلية (غير المتحيزة) عن الساسة العليا للمنظمة. ويعرف بالصدق بأنه مدى قدرة أداة جمع المعلومات على قياس ما تسعى الدراسة لقياسه⁶⁰ . واختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات بدرجة عالية من الكفاءة والدقة⁶¹.

معادلة سبيرمان - بروان Brown –spearman

$$r_{sp} = \frac{n - 1}{n - 1 + (1 - r_{pq})}$$

• حيث أن r_{pq} = معامل الثبات بعد تصحيح الطول

• n = عدد الأجزاء التي تمت تجزئة الاختبار إليها

• r_{pq} = معامل الارتباط بين جزئي أو ربعي الاختبار

ويستخرج من هذه المعادلة صورة مختصرة خاصة بحالات القسمة النصفية وحيث يكون الاختبار مقسما الى جزئين فقط. وهذه الصيغة المختصرة هي أكثر الصيغ شيوعا في حساب ثبات الاختبارات المختلفة وهيا كالآتي⁶² :

⁶⁰ Donald, J. Lucy R. Asghar, Introduction to research in education ,3rd .ed (N.Y. Holt rinechart & Winston ,1985, p212

⁶¹ Earl. Babbie ; The Practice of social research, (3rd Ed.) (Belmont, CA : Wads woeth), p.117 .

⁶² منال هلال المزاهرة .، مناهج البحث الإعلامي ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،2020 ص 99

$$2-1 \text{ ر ق}$$

$$\text{راق} = \frac{\text{راق}}{1-1 \text{ ر ق}}$$

- للتأكد من أن استمارة الاستبيان تم عرضها على مجموعة من المحكمين⁶³ * مختصين للقيام بتقييمه وترشيده، ومن ثم إجراء بعض التصحيحات عليه وإعادة صياغة بعض الأسئلة، أي تم الاعتماد على الصدق الظاهر، كما حذفت بعض الأسئلة المتعلقة بالإنترنت لأنها أخذت منحى آخر غير الذي يصب في دراستي، كما اقترح بعض المحكمين إضافة بعض المصطلحات وضبطها لتحديد موضوع الدراسة وشرح جزئياته بطريقة دقيقة ومبسطة.
- وبعد تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة.

قمنا بعد ذلك بإعداد استمارة الاستبيان وقد قسمت لـ ثلاث محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: يتضمن استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وعدد الأسئلة 31 سؤالاً مقسمة على محاور ثلاث .

⁶³ * الدكتور محمد الندير عبد الله ثاني، أستاذ الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، مشرف الدراسة

الدكتور يوسف تمار، أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر 3 .
الدكتور كريم دواجي، أستاذ الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 .
الدكتور الزاوي محمد الطيب، أستاذ المنهجية كلية الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
الدكتور العيد زغلامي، أستاذ الاعلام بكلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

المبحث الثالث: المدخل النظري للدراسة

المطلب الأول: المقاربات النظرية للدراسة

إن البحث حول استعمال وسائل الاتصال تحت عنوان "الاستعمالات والرضا والاستخدامات والإشباع" USES QND GRATIFICATION جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور ؟ بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور⁶⁴ ؟

وفي عام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالا للجمهور ما الذي إفتقده بسبب غياب هذه الصحف ، وتوصل الى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الاخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.⁶⁵

1. نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses And Gratifications Theory

إن نظرية الاستخدامات والاشباعات هي عبارة عن محاولة للنظر الى كل العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الاعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها، بل استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام.⁶⁶

⁶⁴ فضيل دليو : الاتصال مفاهيمه - نظرياته - ووسائله ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003 ، ص 30 .

⁶⁵ بسام عبد الرحمان مشاقبة : نظريات الاعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2011 ، ص 85 .

⁶⁶ محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام في النظريات والأساليب ، ط2 ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 1998 ، ص 26 .

ويقدم نموذج الاستعمال والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية و الشخصية⁶⁷.

وقد ظهرت هذه النظرية بعد تراجع نظرية الحقنة تحت الجلد، والتي افترضت أن التعرض المستمر لوسائل الاعلام يكفي أن يغير اتجاهات وسلوكيات الجمهور وترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن نشاط وغير سلبي ، حيث يسعى وراء تحقيق هذا الهدف فيشكل توقعات لما يحصل عليه من مضمون وسائل الاتصال وقدرتها على إشباع احتياجاته⁶⁸.

وتهتم أيضا نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، فخلال الأربعينات من القرن 20 ، أدى إدراك العواقب في الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام⁶⁹ ، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام . إذ صار الاهتمام منصبا على رضا المستخدمين وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟⁷⁰.

وتشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكسرة أو طرق ملموسة في الفعل حيث أن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية.⁷¹

⁶⁷ صالح خليل أبو أصبح : الاتصال الجماهيري ، الأردن ، دار الجدلاوي للنشر والتوزيع ، ط 2011، ص 176 .

⁶⁸ أماني عمر الحسيني ، الاعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ،وسائل الاعلام المؤثرة ، مصر ، علم الكتب ، 2005 ، ص 71 ، 72 .

⁶⁹ محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، دار الفكر ، لبنان ، 1987 .

⁷⁰ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2000 .

⁷¹ نوي إيمان : استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية جامعة محمد خيضر بسكرة ،غير منشورة ، 2012 ، ص 22 ، 23 .

جاء ظهور نظرية الاستخدامات والاشباكات في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال على جمهور المتلقين، وقد عرفت الاستخدامات والاشباكات بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة، وقد أكد "كارتز" وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور.⁷²

1.1 فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباكات

ويلخص "كارتز" وزملاؤه افتراضات لهذه النظرية وهي كالتالي⁷³ :

I أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

II الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختبار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

III التأكد من أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الجمهور.⁷⁴

IV الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل.

⁷² أسامة بن مساعد: نظريات التأثير الاعلامية، (ب-ط)، (ب-د-ط)، 5 جوان 1433، ص 25

⁷³ محمد على شمو : التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت ، ط 1 ، الشركة السعودية للأبحاث ، جدة ، 1999 .

⁷⁴ محمد على شمو، المرجع السابق، ص 26.

V أن يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه بدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.⁷⁵

وتتناول نظرية الاستخدامات والاشباع توقعات الجمهور وتطلعاته واستخداماته فهو نظرة مختلفة وجديدة للإعلام، وهي نظرة ديمقراطية تنظر إلى الإعلام من وجهة نظر المتلقي لا من وجهة نظر القائم بالاتصال أو السلطة وتقرر نظرية الاستخدامات والاشباع كيفية قيام العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بخلق توقعات لإشباع حاجاته، هذا وتقوم النظرية على مجموعة من الافتراضات التي قام بوضعها "كارتز" وزملاؤه، ثم قام "بالمجرين" بتطويرها على النحو التالي:

1 الجمهور النشط: ويرى بالمجرين أن الجمهور يتشكل من خلال ثلاث أبعاد رئيسية هي:

1. الانتقاء حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته
 2. الاستغراق ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
 3. الايجابية بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق علة مضمون الاتصال.
- و بناءا على ذلك يربط الجمهور الحقيقي الحاجات بالوسيلة الإعلامية التي اختارها .

- يمكن استخدام الوسيلة الإعلامية ليرضى نسبة عالية من الاشباع.
- لا يمكن الاعتماد على محتوى الوسيلة الإعلامية ليرضى نسبة عالية من الاشباع.
- لا يمكننا الاعتماد على محتوى الوسيلة الإعلامية فقط كمؤشر للتنبؤ بدرجة الإشباع.

⁷⁵ أسامة بن مساعد المحيا، المرجع السابق، ص27.

- وخصائص الوسيلة الإعلامية تبني الدرجة التي ربما تكون فيها الوسيلة الإعلامية مشبعة في أوقات مختلفة وذلك لأن الاشباعات التي يتم تحقيقها يمكن أن يحدث فيها التعرض.⁷⁶

2 الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام : لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على مبدأ الفروق الفردية إلى افتراض الأنماط المختلفة من البشر حيث يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي الى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام.⁷⁷

- وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع ، المهنة، المستوى الدراسي والاجتماعي والاقتصادي.⁷⁸

3 دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام : ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في : حاجات معرفية ، حاجات اجتماعية ، وحاجات تحقيق الذات ، والحاجة إلى الترفيه⁷⁹ ويضاف إلى الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر⁸⁰

أما الدوافع فيقسمها روبن ROBIN الى فئتين هما :

⁷⁶ أسامة بن مساعد المحيا، مرجع السابق، ص29.

⁷⁷ محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ، ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ،

الأردن ، 2002 م

⁷⁸ محمد محمود بني يونس ، سيكولوجية الدافعية والانفعالات ، ط1 دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، 2007 م

⁷⁹ محمد نصر مهنا ، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية - مصر ، 2003 م

⁸⁰ محمد علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة - مصر

، 2005 م

3-1 الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

3-2 الدوافع الطقوسية : وتستهدف تمضية الوقت ، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات⁸¹.

4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: يشير (سيفن ونداهل) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يكمن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، ونوع المحتوى، والعلاقة مع وسيلة الإعلام ، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً⁸².

5- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباعات:

أ- إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام وهي نوعين : إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية .

ب- إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي كذلك نوعين : إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر ، والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية

⁸¹ مرزوق عبد الحمن العادلي : الإعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات والإشباعات ، ط1 ، دار الفجر ، القاهرة - مصر ، 2004 م

⁸² منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي : جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية - مصر ، 2004

والترفيه والاثارة، و إشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة⁸³.

2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependence Theory

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Cognitive Level، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.⁸⁴

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان " منظور المعلومات " وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى⁸⁵.

وتعتبر نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" في مجملها نظرية بيئية حيث تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة المختلفة بالمجتمع الواحد انطلاقاً من قاعدة أن المجتمع عبارة عن تركيب عضوي متعدد

⁸³ مي العبد الله : نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، بيروت - لبنان ، 2006 م

⁸⁴ Paquel Norbert, l'explosion du multimédia et des réseaux, les éditions d'organisation, Paris 1995.p89

⁸⁵ وجدي حلمي عيد عبد الظاهر، جامعة ام القرى 2013 : <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765>

الأنظمة ما بين "أنظمة صغيرة وأخرى كبيرة" تترايط وتتفاعل سويا في علاقات متبادلة ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية⁸⁶.

1.2 ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تقوم نظرية الاعتماد على ركيزتين

أساسيتين هما:

1.الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم

أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح⁸⁷

2.المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام

نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة

أنواع من مصادر المعلومات هي⁸⁸:

المصدر الأول: هو جمع المعلومات، فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج الى معرفتها،

ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو

الاسترخاء.

المصدر الثاني: هو تنسيق المعلومات، ويشير الى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو بالنقصان

، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فلم سينمائي .

المصدر الثالث: هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها الى جمهور غير محدود⁸⁹.

⁸⁶ Loges . W. E. "Canaries in The Coal Mire ، Perception of Threat and Media system Dependency Relations" ، in Communication Research ، (Vol. 211994 ، 75.1 ،) p.6.

⁸⁷Pierre Mercklé, Sociologie des réseaux sociaux, Edition laDécouverte, Paris , 2013

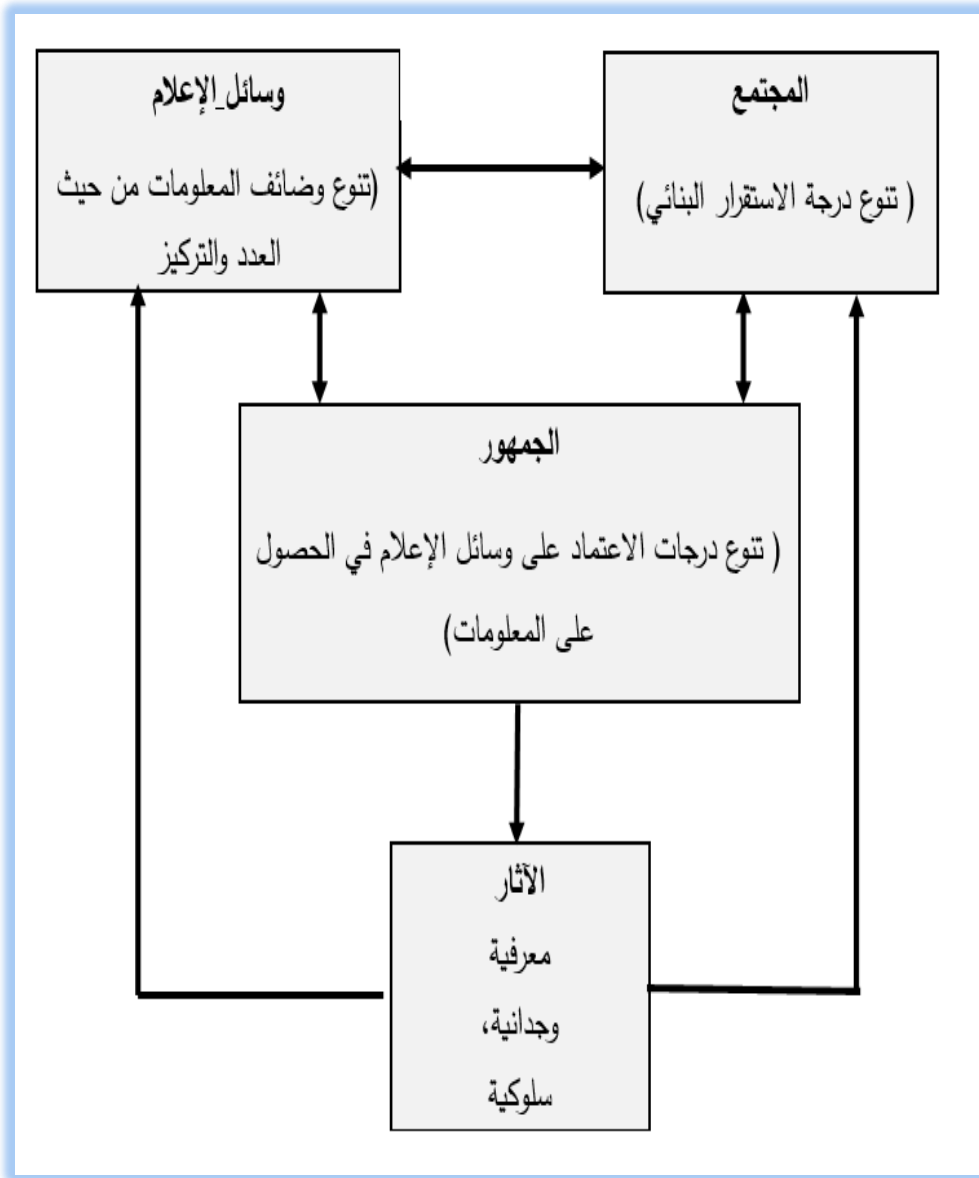
⁸⁸ حسن عماد مكايي،الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص.315

⁸⁹ حسن عماد مكايي،الاتصال، مرجع سابق ، ص 315

ويقترح مالفين "ديفلر" وسندرا بول "روكيتش" النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل

Interdependence بين كل من وسائل الاعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور⁹⁰.

العلاقة التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور



شكل 1 مصادر المعلومات في وسائل الاعلام

⁹⁰ حسن عماد مكاوي، الاتصال، مرجع سابق، ص 316

ويقوم نموذج أو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما الأهداف والمصادر⁹¹، حيث أنه لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح ويرى كل من "ديفلير وروكيتش" أن الأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها هي⁹²:

- **الفهم Understand social world** : ويقصد به معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات وذلك بالاحتكاك المباشر بالنظام الاجتماعي وكذلك الفهم الاجتماعي للبيئة المحيطة ومحاولة تفسيرها.

- **التوجيه والإرشاد: Act Meaning Fully & Effectively** ، وتعنى التفاعل بين الأفراد في

المجتمع بما يضمنه من توجيه ذاتي باتجاه القرارات المناسبة مثلاً أو المشاركة السياسية،

وكذلك التوجيه الجماعي التفاعلي كما في كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الطارئة

- **التسلية والهروب Fantasy & Escape** : ويعنى هنا بالتسلية المعنى السلبي أو ما يطلق

عليه التسلية المنعزلة مثل التماس الراحة والاسترخاء، بينما يقصد بالهروب التسلية الاجتماعية

وذلك بالتعامل المكثف مع وسائل الإعلام بالذهاب للسينما برفقة الأصدقاء أو مشاهدة

التلفزيون برفقة الأسرة.

- **توفير المعلومات**: فوسائل الإعلام عبارة عن نظام معلومات يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ

أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: تجميع المعلومات

عن طريق المندوبين والمراسلين المكلفين بذلك. وتنسيق المعلومات؛ أي تنقيح ما تم تجميعه من

⁹¹ ليلي حسين محمد السيد، "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، في أعمال المؤتمر العلمي الرابع عشر لكلية الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من 25 - 27 مايو 1998، ص ص 173 - 208)، ص 177.

⁹² Baran, Stanley J. & Daves, Dennis. K. "Mass Communication Theory: foundations, ferment, & future" (Canada: Thomson width worth 2003), p 227.

معلومات لكي تخرج بالصورة المناسبة، ونشر المعلومات عن طريق توزيع ما سبق تجميعه وتنسيقه من معلومات إلى عدد غير محدود من الجمهور⁹³.

2.2 الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة ، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص ، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام⁹⁴.

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى هي :

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات ووسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام .
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية⁹⁵.

⁹³ Halpern ,p. “Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political system” ,Journal of communication (Vol. 4 ، No. 41994 ،) ، PP 40 – 41.

⁹⁴ حسن عماد مكاي، ليلي السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 65.

⁹⁵ حسن عماد مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 22

وتقوم كذلك على⁹⁶ :

- إختلاف المجتمعات وفقا لدرجة استقرارها وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام.
- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادرا على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع ولشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- إختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

3.2 تأثيرات وسائل الإعلام:

أولا التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects

وتشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ما يلي:

- **الغموض Ambiguity:** حيث يصادف الشخص مشكلة الغموض هذه في حال نقص المعلومات المتاحة لدى الجمهور مما يدفعه للجوء إلى وسائل الإعلام المختلفة لإزالة هذا الغموض ولاسيما في أوقات الأزمات أو الكوارث والحروب والثورات.
- **تكوين الاتجاهات Attitude Formation:** حيث تقوم وسائل الإعلام بدورها في عملية تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة وذلك من خلال دفعها بالعديد من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقي وخاصة في الأحوال الاستثنائية أوقات الحروب والاضطرابات.

⁹⁶ Melvin «I. Defleur sandarac «J. Ball Rokeach ” Theories of Mass communication ” (U. S. A: N. y «long man « Th Ed 1989) p 24 «

- ترتيب الأولويات **Agenda Setting** : وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين من بين ما تثيره من موضوعات وأفكار بحسب ترتيب الوسائل ذاتها لهذه الموضوعات.
- اتساع المعتقدات (**Enlargement Ideas**) : وذلك بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها إما من خلال زيادة الفئات التي تتضمن لهذه المعتقدات وتقوم بتنظيمها في إطار محدد أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة.
- القيم **Values** : وهي مجموعة القيم والمبادئ التي يشترك فيها أفراد جماعه ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها كقيم التسامح والمساواة وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم.

ثانيا التأثيرات الوجدانية: **Affective Effects**

وهي التأثيرات المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس من الحب والكراهية وغيرها، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في التأثير الوجداني والعاطفي من خلال هذه التأثيرات⁹⁷ :

- **الفتر العاطفي Desensitization**: ويشير هذا النوع من التأثير إلى احتمالية حدوث نوع من الفتر العاطفي نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف في المحتوى الإعلامي مما قد ينتج عنه نوع من الفتر وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، ولأن كان علماء الاجتماع لم يبدوا اهتمام بتأثيرات العنف على مشاعر المتلقين للوسائل الإعلامية حيث يرى بعض هؤلاء العلماء أن تأثير التعرض لمشاهد العنف يتناقص بمرور الوقت⁹⁸

⁹⁷ رانيا أحمد محمود مصطفى، " دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الأطفال بالقضايا والمشكلات البيئية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003)، ص 46

⁹⁸ لمياء سمير سيد " تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور المصري: دراسة مسيحية " رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة 2007)، ص 35

- **الخوف والقلق Fear and Anxiété** : حيث أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثلة لما يشاهدونه من أحداث.
- **الدعم المعنوي والاعترا ب Morale and Alienation** : ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق لديهم، فالمجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار اتصاليه لرفع الحالة المعنوية لدى الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج ولاسيما إذا ما كانت هذه الوسائل تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها المتلقي، ويزداد اعترا ب الفرد حينما لا يجد معلومات معبره عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية من خلال وسائل الإعلام⁹⁹.

ثالثا التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

من أهم التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل وهذان التأثيران هما نتيجة مباشرة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتنقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد إلى: التنشيط Activation، وهو يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعيا كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، أو ضار اجتماعيا كما في محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة و الخمول¹⁰⁰ Deactivation، والخمول هو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها

⁹⁹ هبه ربيع رجب، " استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة مسحية "، رسالة ماجستير

غير منشوره، (القاهرة: كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2009)، ص 128.

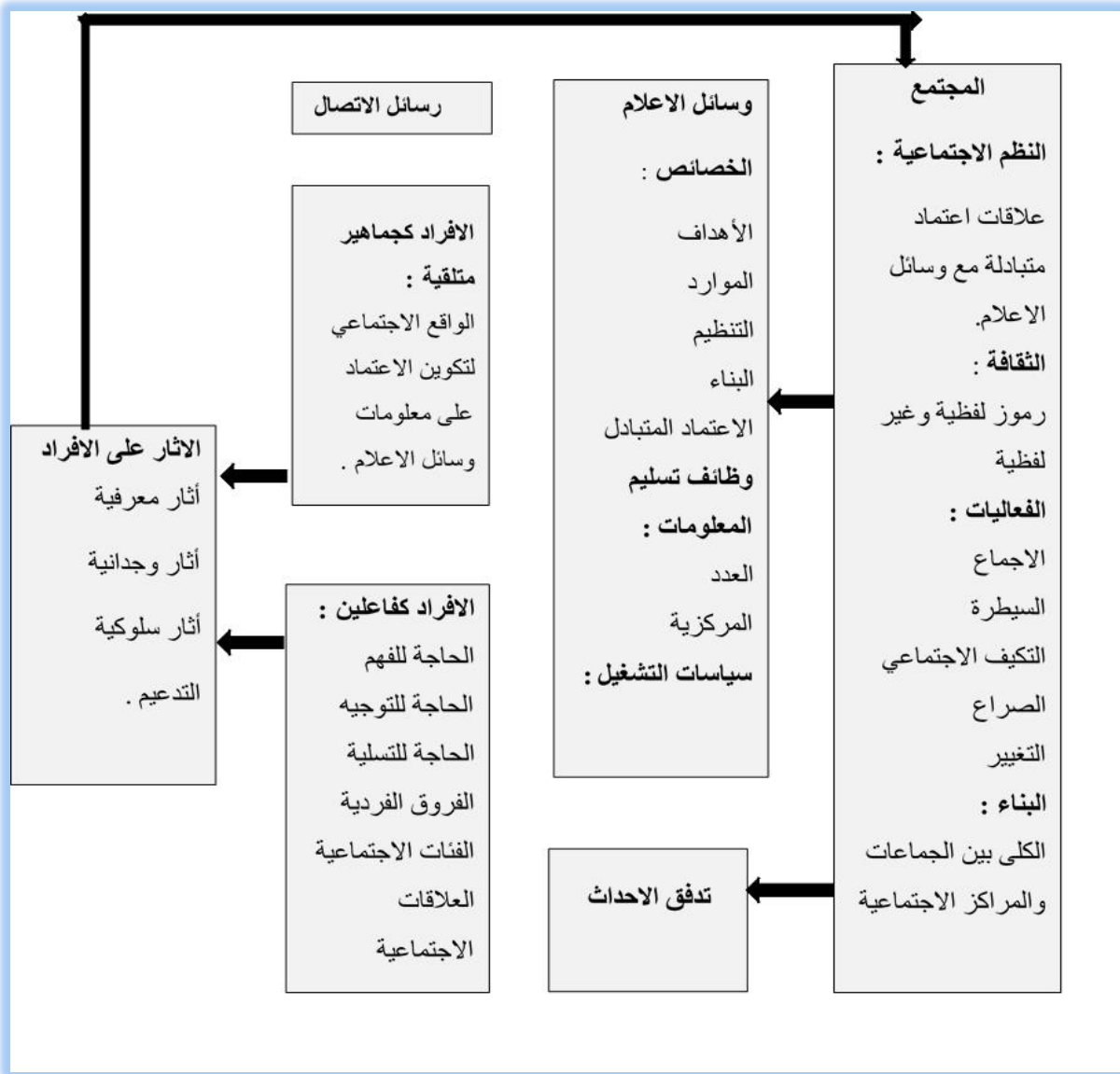
¹⁰⁰ حسن عماد مكاوي ولىلى حسين، مرجع سابق ، ص 329.

بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقي مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية .

4.2 النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام :

بعد أن وصفنا الآثار المحتملة لاعتماد الفرد على وسائل الاعلام نطرح النموذج المتكامل لنظرية

الاعتماد على وسائل الاعلام، كما تصوره واضعا النظرية ملفين ديفلير وساندا بول روكيتش .



شكل 2 : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

الفصل الأول

تكنولوجيا الإعلام والاتصال

الفصل الأول: تكنولوجيات الإعلام والاتصال

المبحث الأول : تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

المبحث الثاني : خصائص وسمات تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم ومراحل التطور.

المبحث الرابع : مواقع التواصل الاجتماعي و البعد الإعلامي .

المبحث الخامس : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام المكتوب والسمعي البصري.

الفصل الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المبحث الأول: تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تتعدد التعاريف المقدمة لتكنولوجيات الاتصال إلا أنه ليس لها تعريف محدد رغم استخدامها، غير أن مدلولها أصبح ينصب على الوسائل الالكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي الكاسيت الصوتي والفيديو وأسطوانات الليزر، والبرق الإذاعي والتلفزيوني على الترددات عالية القدرة VHF وفائقة HHF والشبكات الأرضية، تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل العديد من البرامج التلفزيونية والإذاعية والمعلومات هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب الكمبيوتر وما يتصل به من تقنيات على أن كلمة "حديثة" في تعريف تكنولوجيا الاتصال تعمل قدرا كبيرا من النسبية، فهي تتوقف في الدرجة الأولى على مدى تطور المجتمع وأخذ بالأساليب الحديثة في الإنتاج.¹⁰¹

1. مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

وتعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة أكاديميا بأنها "القطع العرفية والخدمية" التي تعمل على نقل واستقبال وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات بوسائل الكترونية. وجدت وسائل الإعلام والاتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة حيث أفرزت عدة أنواع متفاوتة، كما كانت تهدف إلى فورية الاتصال وتوسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة وبرزت بواحد تكنولوجيا الاتصال الحديثة ب - :

- اكتشاف العالم البريطاني وليم ستورغون (W. Sturgon) الموجات الكهرومغناطيسية وذلك عام 1924. ثم من بعده صمويل مورس (Morse.S) اختراع التلغراف عام 1837 حيث ابتكر طريقة

¹⁰¹ مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016، ص27.

للكتابنة تعتمد على استخدام "النقط والشرط" وتم مخطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن 19م وأصبح التلغراف بعد ذلك من العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى ظهور وسائل الكترونية عديدة.

- عام 1876 استطاع ألكسندر غراهام بيل (Graham Alexander Bell) أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدماً تكنولوجيا التلغراف .
- وفي عام 1877 اخترع توماس أديسون (T.Edison) جهاز الفوتوغراف¹⁰².
- وفي عام 1887 تمكن العالم الألماني "ايميل برلنغر (E.Berlinger) من ابتكار القرص المسطح (flash DISK) الذي يستخدم في تسجيل الصوت.
- وفي عام 1891 سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية من قبل توماس أديسون الذي يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص وكان اسم الجهاز (كينتوسكوب).
- وفي عام 1896 استطاع العالم الإيطالي "غوغليمو ماركوني (G.Marconi) من اختراع الراديو أو اللاسلكي وكانت تلك أول مرة التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام الأسلاك.
- وتم افتتاح أول محطة للبث الإذاعي في أمريكا سنة 1918 وبعدها بدأت محطات البث الإذاعي في الانتشار .
- قام الأمريكي جورج كيري (George. Cary) وفي عام 1975 بأول محاولة لنقل الصور باستخدام الكهرباء من خلال تسليط الضوء المنعكس ومن ثم يتم نقل هذه التيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح المتراصة فتضيء راسمة بذلك الصورة الأصلية¹⁰³ .

¹⁰² مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص 28.

¹⁰³ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 222 ، 223.

كما عدل الألماني paul.Nipkoro في عام 1884 من هذا النظام وذلك بالتخلي عن نظام

المصابيح الكثيرة واستبداله بنظام ميكانيكي لمسح الصورة.

وفي 1935 بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا ببث غير ملون، ومن ثم فرنسا في العام نفسه، وبريطانيا

في 1936 ثم الولايات المتحدة في 1939 مستفيدة مما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء

والتصوير للصفة الجماهيرية.¹⁰⁴

وتتجسد في تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بدء بالاتصالات السلكية مروراً بالتلفزيون،

وانتهى بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية وثورة الحاسبات الالكترونية.

وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط multimedia

ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية interactive ومرحلة الوسائط المهجنة hypermédias

ومركزاتها في الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف

الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية وتميزت هذه التكنولوجيا الجديدة للاتصال والإعلام والمعلومات

الحاسبات مكانية الاتصال المباشر بقواعد التلفزيون الكابلي التفاعلي الالكترونية¹⁰⁵، الاتصالات الفضائية

والرقمي، وخدمات الفيديو تيكس، التليتكس، الفيديو دسك الرقمي، نظم الليزر، الميكروويف الألياف الضوئية،

الاتصالية الرقمية، خدمات الهاتف المحمول، البريد الالكتروني، وعقد المؤتمرات عن بعد.

المبحث الثاني: خصائص وسمات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال

تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية

والصوتية ومعالجتها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية، وبما أن هذه التكنولوجيايات الحديثة

¹⁰⁴ مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص224.

¹⁰⁵ المرجع نفسه ، ص 225.

تطورها واكتشافها يكون دائما في صالح الإنسان الذي يساير ويتابع كل ما تطرحه من جديد والاستفادة في الحياة اليومية فإنها تمتاز بعدة خصائص وهي:

- **التفاعلية Inderactivity** : حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين أو متفاعلين.¹⁰⁶
- **الجماهيرية Demessification** : ما يؤخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصا، كما أشارت الدراسات أن وسائل التكنولوجيا الحديثة تتجه إلى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، لكونها خبرات مشتركة ما يجعلها غير جماهيرية .
- **اللاتزامنية Asynchnanisation** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت وزمن مناسب للفرد المستخدم وال تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه.
- **القابلية الحركية Mobility** تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال، من أي مكان، ثم نقلها إلى آخر حركته مثل الهاتف النقال والتلفون المدمج في ساعة اليد وحسب آلي مزود بطابعة¹⁰⁷.
- **قابلية التحويل Convertibility** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس

¹⁰⁶Verken Gilles, guide pratique du droit d'auteur pour les producteurs de mulimedias. Ed commission des communautés européennes, journal officiel, 1994.

¹⁰⁷مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 58، 59.

- قابلية التوصيل والتركيب **connectivity** لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال ومثال على ذلك وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.¹⁰⁸

- **التوجه نحو التصغير**: تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، بالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك.

- **الشيوع والانتشار**: يعني به تغلغل وسائل الاتصال حول العالم، وداخل كل طبقة اجتماعية. فتكنولوجيا الاتصال تتجه من التضخم إلى الصغير ومن المعقد إلى البسيط ومن الأحادي إلى المتعدد.
- **التدويل أو الكونية أو العالمية: Globalization** وهو التطور المتسارع في هذه التكنولوجيات في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، وهذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد بعيد حيث وصفت الكرة الأرضية بالقرية العالمية، كناية على القدرة التي تتبعها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات.¹⁰⁹

إن الانتشار الواسع لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في وقتنا الحاضر، أدى إلى عالمية في شتى زيادة الثقافات الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية في استخدام التكنولوجيات

¹⁰⁸ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 60.

¹⁰⁹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

الحديثة تختلف كوسيلة عن أخرى ولكنها تعمل من أجل هدف واحد، وهو خدمة الإنسان وتسهيل طرق عيشه في البيئة الاجتماعية ومن بين هذه الوظائف نذكر منها :

وظيفة التوثيق: لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دور كبير في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعملية والمعلومات المتخصصة في فروع العالم بتناولها لعمليات التجميع ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثم الإعلام عنه ليتحقق الاستخدام المثل لهذا الرصيد الفكري.¹¹⁰

- تعمل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تقديم المعلومات information المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتيجة للتطوير غير المسبوق في تكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي عملة تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديدة على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل العالمية وفي قدرات العالمية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة من مطبوعة مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة وفي القردة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان .

- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته ويتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات، كما يحتوي الحاسوب الآلي على كمية كبيرة من المعلومات، واسترجاعها بسرعة فائقة مثل برامج النشر

¹¹⁰ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد (تحولات اتصالية ورؤى معاصرة)، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، الجمهورية اللبنانية، 2018.

المكتبي والصحفي وقواعد البيانات والفاكس، والبريد الإلكتروني، كما أصبحت أداة ووسيلة اتصال حيث يمكن الحاسب الآلي عبر خطوط الهاتف الاستعانة بالمعدل modern والاتصال ببعضها التي تتضمن النصوص، التلفزة، البريد وهو ما يطلق عليه أنظمة الحاسب الإلكتروني، عقد الندوات عن بعد وتبادل المعلومات والأحداث العلمية بين المراكز والمعاهد العلمية على نطاق عالمي واسع وأيضا التحكم والاستكشاف وذلك من خلال برامج تسمح للطالب بإجراء التجارب، وتصميم المواقف وتحليل المتغيرات، بالإضافة إلى ما سبق، يستخدم الحاسب الآلي في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرامجه في التعليم واعتماد التعليم عليه خصوصا في التعليم ولنتاج البرامج التعليمية الفردية أو التعليم الذاتي الذي يقوم على الاعتماد على تصميم وإنشاء المجتمعات الافتراضية virtuel Communautés التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل: مناهضة العنصرية أو تحرير الجنس و النوع.¹¹¹

- قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات و طرح تساؤلات أو مناقشة بعض المعلومات، كما اتسعت دائرة التعلم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الإنترنت التي منحت أنظمة Tax – Télé للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال منحت الجمهور فرصة متابعة الأخبار والأحداث وملخصات الكتب وبرامج القنوات وأهم عناوين الصحف والمجلات المطبوعة على شاشة التلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي قابلة للتحويل .

¹¹¹لوسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره ، ص 98،99.

- ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيروتكس والتلكتس teletex والبريد الالكتروني والأقراص المدمجة الصغيرة التي يمكن من خلالها تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير هناك اختراعات جديدة يبدو أنها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الذي حدث نتيجة الانتقال من الفوتوغراف إلى الراديو في النصف الأول من القرن 19.

• ومن ذلك الفيديو كاسيت، أقراص الفيديو، ألعاب الفيديو، الفيديو الرقمي DVD 03 بجانب المواقع العالمية المعروفة على شبكة الانترنت تقوم آلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة العالمية حول الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة العالمية المتكاملة¹¹².

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم ومراحل التطور

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين و من أبرز هذه التعاريف نذكر : يعرفها مهدي الحوساني في سنة 2002 : "هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 0.2) و سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه و أخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه"¹¹³ كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، "بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على احد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر، انستغرام ، واتساب،

¹¹³ -جبريل حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم -رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1436هـ، 2015م، ص 45.

...الخ، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web ، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق و وجود الكتروني و شخصية افتراضية، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور و أفلام الفيديو و من ثم الانطلاق لمرحلة profile التشبيك و التشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، و تكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين و المستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء و طلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو¹¹⁴ فراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء و المواد الإعلامية معهم، و تتم عمليات التواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة، و ساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة¹¹⁵.

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي هي "عبارة عن مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء مدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية في العالم " الفيس بوك" وتويتر" وماي سبيس" وغيرها.¹¹⁶ و نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي بشكل مبسط "هي عملية التواصل مع عدد من الناس(أقارب، زملاء، أصدقاء،...الخ) عن طريق مواقع و خدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن و تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك

¹¹⁴نادية بن ورقية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر، ص30

¹¹⁵مركز الحرب الناعمة، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت، لبنان، 2012، ص25.

¹¹⁶ ايناس السعيد ابراهيم، السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018، ص47.

المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الانترنت¹¹⁷.

2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:¹¹⁸

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (دجيزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال و موقع كايوورد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء " و في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.com) الذي حقق نجاحا دفع google إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ و قد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف و الصداقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، و قد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock.com) كمنصة للتدوين¹¹⁹ ثم تحول إلى موقع تواصل، و حتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا

¹¹⁷ مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، مرجع سابق، ص 109.

¹¹⁸ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص 24.

¹¹⁹ علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، د ب، 2017، ص 71.

أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار و الترحيب " و قد ساعد تطور الانترنت و انتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، و بالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا و انتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية و في العام 2004 انطلق موقع الفاييبوك Faebok.com في الولايات المتحدة و عرف أو لا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، و في العام 2006 بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 و أطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007.¹²⁰

¹²⁰خالد غسان، مرجع سبق ذكره، ص 27.

المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والبعد الإعلامي

اقتحمت وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي العمل الإعلامي في الإذاعة والتلفزيون بقوة كبيرة وبسرعة متزايدة، وتوقع بعض الخبراء أن ينقلب شكل ومضمون الإعلام المرئي والمسموع جذريا خلال السنوات القليلة المقبلة وفقا لمتطلبات العمل الإعلامي وتماشيا مع تنامي حاجات ودوافع الجمهور في التعرض لوسائل الإعلام، إذ أن ظهور وسائل إعلام جديدة يولد حاجات أخرى للجمهور، وينبغي على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة التطورات التقنية والتكنولوجية والفنية لضمان بقاءها في ظل ثورة الثورة الاتصالية والإعلامية الجديدة.

وكان دور وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي في القضايا السياسية محورا لاهتمام عدد كبير من الأبحاث والدراسات ، لكن دور تلك الوسائل في الجانب الإعلامي لم يحظ بالاهتمام الكافي، فهناك تطورات وتحسينات فنية وتقنية كبيرة أحدثتها وسائل الإعلام الجديد في البناء الفني والتقني وطرق آليات للتواصل بين المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها، واقتصر دور المؤسسات الإعلامية في بادئ الأمر على إنشاء مواقع الكترونية لها في شبكة الانترنت، والذي اقتصر دوره على مدى عقود طويلة في أن يكون مجرد واجهة عرض لما تنتجه الصحف و الإذاعات أو القنوات التلفزيونية من أخبار وبرامج وتقارير وتحقيقات وغيرها من الفنون الأخرى، وعلى الرغم من اهتمام وسائل الإعلام التقليدية بالمواقع الالكترونية واعتبارها واجهة ثم تطويرها بصورة مختلفة وفقا لإمكانيات كل وسيلة إعلامية ، لكنها بقيت مجرد لإعادة ما تم بثه أو نشره في وسائل الإعلام التقليدية بالفعل أو التعريف به.¹²¹

¹²¹ وسام فاضل راضي، م. م. مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2018، ص ص 217، 218.

ومع ظهور أجهزة الهواتف المحمولة بدأ الانقلاب الحقيقي في الجانب الإعلامي، إذ تم تطوير برامج وتطبيقات صغيرة تسمح للجمهور قراءة أو سماع أو مشاهدة البرامج والنشرات الإخبارية المباشرة أو المسجلة عبر الهاتف الذكي، فضلا عن أجهزة الكمبيوتر اللوحي والتلفزيون المتصل بشبكة الأنترنت ، إذ تم تطوير هذه الأجهزة وتطبيقاتها لكي تتلائم مع تلك التطبيقات الإعلامية ما يحتم ضرورة مواكبة المؤسسات الإعلامية بتلك البرامج والتطبيقات المتوفرة في وسائل الإعلام الجديدة.¹²²

وبدأت القنوات التلفزيونية خلال الفترة الأخيرة تزيد من اعتمادها على إعادة بث المواد والمضامين الإخبارية ومقاطع فيديو وتغريدات النشطاء في مواقع التواصل الاجتماعي في شبكة الأنترنت على شاشاتها، وذلك رغبة منها في تعزيز موقعها التنافسي مع تلك المواقع كوسائل إعلامية لقطاع الشباب الذي يعد أكثر متابعة واعتمادا على تلك المواقع ، على الرغم من أنه لا يوجد شك في أن كل ما ينشر في تلك المواقع موجه أو ملون بأهداف الأشخاص الذين ينشرون تلك المضامين، كما أن غالبية ما ينشر لا يمكن التأكد من صحته كون ناشره لا يهتم بأية اعتبارات مهنية أو موضوعية.¹²³

وأحدثت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي انقلابا حقيقيا في شكل ومضمون وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ، بحيث أظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل : فيس بوك وتويتر ويوتيوب في بداية الأمر كوسائل قليلة الاهتمام بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، لكنها تحولت بسرعة كبيرة كوسائل إعلام موازية لوسائل الإعلام التقليدية وقنوات اتصالية تفاعلية بين الإذاعات والقنوات التلفزيونية وكل من الصحفيين

¹²² وسام فاضل راضي، م. م. مهدي حميد التميمي، المرجع نفسه، ص 219.

¹²³ مريم ناريمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة لعينة من مستخدمي الفيس بوك، لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012 ص 44

والإعلاميين العاملين فيها من جانب ، وبين الجمهور من جانب آخر ، ولم يقف دورها عند هذا الحد ، إذ أصبحت مصدرا أوليا للمعلومات التي يتم التحقق منها بالوسائل الصحفية التقليدية.¹²⁴

وشهدت الساحة الإعلامية تفوق وسائل الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية في نقل بعض الأخبار والأحداث في ظل تواجد المواطنين في مكان الحدث، فقد اعتمدت بعض وسائل الإعلام التقليدي في سرعة التقاط الخبر على أخبار تنشر في وسائل الإعلام الجديد، وشهدت الساحة الإعلامية أول فيديووات تناقلتها الفضائيات الإخبارية العالمية لأحداث 11 سبتمبر 2001 التي انتشرت آنذاك في بعض المواقع على شبكة الأنترنت.¹²⁵

ولعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا مميزا وبارزا في البرامج وال فقرات الإخبارية وبالخصوص الفقرات والبرامج التي تذاع أو تبث بصورة مباشرة، مما يستدعي من الإعلاميين المتخصصين دراسة وفهم أساليب التعامل مع هذه المواقع وضرورة الاستفادة منها في تضمين البرامج بخدماتها، واستعمالها كأدوات للتفاعل الاجتماعي بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية، فضلا عن أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلت الصحفيين يعيدون النظر في أساليب وطرق التحقيق والكتابة التي يمارسونها، بصورة اعتقدوا أنها تشكل تطويرا هاما للعمل الإعلامي، وذلك بفضل خدمات التفاعلية والتشاركية والطرق العديدة لتبادل الآراء والمعلومات.

وأصبحت وسائل الإعلام تتغير وفقا لاحتياجات الجمهور الذي يرغب بشكل كبير في إيصال صوته للمؤسسات الإعلامية أو للأشخاص الآخرين والتعرف على آرائهم بشأن الموضوعات التي

¹²⁴مريم ناريمان، مرجع سبق ذكره ، ص 45.

¹²⁵وسام فاضل راضي، م.م مهند حميم التميمي، مرجع السابق، ص ص 118، 119.

تنشرها، وتؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية وفقا لعدة أبعاد منها : كأداة للصحفيين لإنشاء المحتوى عبر الكم الهائل من المعلومات والأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي ، وكأداة لتوزيع ونقل المعلومات بين الصحفيين والجمهور أو بين الصحفيين أنفسهم، وكأداة لالتماس المعلومات وتلقيها والوصول إليها، إذ أن طريقة الوصول على المعلومات والأخبار من شبكة الانترنت من أسهل الطرق وأسرعها ، فضلا عن عدم وجود أي عائق أو حاجز في حصول المستخدمين على المعلومات.¹²⁶

المبحث الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام المكتوب والسمعي البصري:

1. مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر الصحفي:

ليس جديدا إذا ما قلنا: إنه، ومنذ بروز شبكات التواصل، فإن مهنة الصحافة تواجه العديد من الهزات المهنية وأخرى لها علاقة بواسطة تموقعها في المجتمع. وليس غريبا أيضا أن يصل الخبر إلى الصحفي من شبكات التواصل الاجتماعي مثله مثل أي مواطن عادي، وهو ما يجعل منها اليوم وغدا مصدرا مهماً من مصادر الأخبار للصحفيين. ويمكن أخذ العديد من الأمثلة ولعل منها خاصة ما يتعلق بقضايا الشأن العام؛ فوزيرة العدل الفرنسية كريستين توبرا أعلنت استقالتها، سنة 2016، من حكومة فرانسوا هولاند على حسابها بتويتر، وكثيرة هي الأخبار التي بات يلقي بها قادة الشأن العام على شبكات التواصل الاجتماعي قبل إرسالها إلى الصحفيين. تشير مثل هذه المتغيرات إلى أن الصحفي لم يعد هو المتحكم ولا المطلع الأول على المعلومة والخبر حتى ينشرهما في وسائل الإعلام التقليدية. إن هذا المعطى

¹²⁶ وسام فاضل راضي ، مهند حميم التميمي، مرجع سبق ذكره، ص، 119، 120.

يجعلنا نقر بأن وسائل الإعلام التقليدية تلك غدت أمام حقيقة مفادها أنها لم تعد هي المحمل الوحيد لنشر الأخبار وتداولها.

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" - "تويتر" وغيرها من المواقع ثورة جديدة من نوع آخر في نقل المعلومات.. حيث أصبحت تلك المواقع وسائل إعلام يعتمد الكثير عليها في استقاء الأخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول الهائم في أسرع وقت وذلك لتمييزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور، الذي أصبح البعض يشعر بالملل لقراءة الصحف... كما ساهمت المواقع في طرح ومناقشة العديد من القضايا والوصول إلى حلول لها فهناك من يرى أنها تعتبر مصدرا مهما للحصول على المعلومة، وهناك من يرى أنها ليست مصدر ثقة وأن ما ينشر فيها لا يفي بالغرض وتعتبر مؤشرات للبحث عن بقية المعلومات الكافية، وحول هذا الموضوع قمنا بتسليط الضوء على أكثر المواقع استخداما لتبيين كيفية اعتماد الصحفيين عليها للخبر الصحفي:

2. شبكة الفايسبوك كمصدر للخبر الصحفي: ¹²⁷

يأمل الفايسبوك بجذب الصحفيين إلى FB Neswire، وقد قامت الشركة بالعديد من التغييرات في الأشهر الأخيرة للترحيب بنوع جديد من المستخدمين عبر تحول الفايسبوك إلى منصة أخبار.

وتجد وسائل الإعلام في الفايسبوك أفكارا ومعلومات تجعله مصدرا لتشكيل أخبارها من خلال :

¹²⁷ مريم ناريمان، مرجع سبق ذكره ، ص 53، 52.

1. المقابلات الصحفية والبحث في المعلومات:

يتيح الفايسبوك للإعلامي تصفح الصفحة الشخصية لأي شخص، والإطلاع على كافة تفاصيل حياته لاسيما توجهاته السياسية والاجتماعية والفكرية وغيرها ما يسهل عمله في جميع البيانات لمقابله.

2. استطلاع عن الرأي العام حول قضية ما:

استطاعت الوسائل الإعلامية أن ترصد ردود فعل الرأي العام وتفاعله حول قضية ما عبر تعليقاتهم الفايسبوكية، واستمدت منهم مصدرا مهما لمعلوماتها لكتابة مقالاتها أو تصوير تقاريرها .

3. الثورات والنشاطات السياسية والمدنية:

بعد أن كان الفيس بوك مجرد أداة للتواصل بين الأفراد، توسع استخدامه ليشمل النشاط السياسي والفكري عبر تداول المعلومات الخاصة للأحداث السياسية خصوصا الثورات التي لعب الفيس بوك دورا أساسيا في انطلاقها ونجاحها إثرى الصفحات الداعية للمشاركة في التظاهرات، ونقل أخبار الثورات وتفاصيل أي حراك وتوقيته وهذا بالتالي ساهم بتتبع أخبار تفاصيل أي حراك عبر الفيس بوك.

4. أخبار الشخصيات المهمة:

كأخبار زواج أو مرض إحدى الشخصيات البارزة، فإذا تم نشر صورة لفنان معين على صفحة الفيس بوك تفيد بأنهم مريضا أو تعرض لحادث أو تزوج، تسارع وسائل الإعلام والاتصال بالفنان لأخذ تفاصيل عن مرضه أو تفاصيل تعرضه لحادث...¹²⁸

¹²⁸ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 113 .

حيث أصبح الفايسبوك لا يشكل مصدر للأخبار فقط ، إنما استغلت الأخيرة وجود الفايسبوك لتوسيع نطاق عملها وازدهاره بهدف إيصال أخبارها والترويج لها وذلك عبر إنشاء صفحاتها الخاصة عليه، ومن أشكال الترويج مثلا سعي صحيفة ما لعرض مقتطفات من مقابلة حصرية مع شخصية بارزة في عددها اللاحق، أو تسويق محطة تلفزيونية لتفاصيل برنامج جديد عبر الفايسبوك قبل موعد العرض.¹²⁹

3. شبكة التويتر كمصدر للخبر الصحفي:

وقد برهن "التويتر" على أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار ساعة وقوعها في مطلع عام 2009 عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسلة، حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 جانفي ويوفر التويتر للعاملين في مجال صحافة المواطنين، الناشئة حول العالم، جمهورا في اللحظة التي يقولون فيها الخبر ، ويمكنهم حتى من تحقيق سبق الصحفي على وسائل الإعلام الكبرى ولم تتأخر في استعمال CNN منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تايمز وشبكة السي إن أن ، التويتر لمتابعة الاتجاهات وتطور الأخبار .

ولرسال التحديثات الإخبارية الآتية، والعناوين الرئيسية إلى متابعيها، وتغخر صفحة التويتر في صفحة نيويورك تايمز، بامتلاك ما يزيد عن 200000 متابع ، وعندما لا يستعمل التويتر لتنمية الأخبار ساعة وقوعها، أو لتطوير أفكار لأخبار جديدة ومثيرة، ما يمكن له أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة المقابلات الصحفية.

¹²⁹ محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية" ،العربية انموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية/الأكاديمية العربية في الدنيمارك، ص55.

فإذا لم تحضر في بالهم أسئلة مثيرة للاهتمام، أو ذات صلة فبمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم في شبكة التويتر، فالقراء قد يكونوا أكثر اهتماما في قراءة المقابلات التي تجيب مباشرة على تلك الأسئلة التي يتوقون إلى طرحها ويسهل التويتر كذلك المقابلات العامة واستطلاعات الرأي، ذلك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالا كتحديث سريع ثم ينتظر الإجابات الواردة من المتابعين أو مستخدمين موجدين على الشبكة.¹³⁰

أن تغلغل وسائل الإعلام في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي شكلت للفرد نوع من الوعي وحب المعرفة والاستطلاع ومتابعتها والمشاركة فيها وعلى اختلاف أصنافها المسموعة والمرئية والمكتوبة، وأصبح الجمهور يشارك ويحرك الكثير من القضايا ولعل خير دليل عشناه وشاهدنا قضية قتل وحرقت الشهيد "جمال بن سماعيل"، وكشف المتورطين من خلال الشعب و فيس بوك، ورغم ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات ونشرها على أوسع نطاق إلا أنها لا بد أن تخضع لنوع من الرقابة لأن هناك خصوصية وضوابط لهذه المواقع لا بد من احترام خصوصية الغير ، والتخلي بالموضوعية والمصادقية لتفادي النزاعات وتهويل الأخبار الزائفة، وترك المجال لأهل الاختصاص في التحري واستقاء المعلومات الصادقة من مصادرها¹³¹.

¹³⁰ محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 95.

¹³¹ محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 56.

الفصل الثاني

الأداء الصحفي في
المؤسسات الإعلامية

الفصل الثاني: الأداء الصحفي في المؤسسات الإعلامية

1. المبحث الأول: الأداء الإعلامي الأطر والمفاهيم
2. المبحث الثاني: مؤشرات ومعايير التقييم الإعلامي.
3. المبحث الثالث: اعتماد التكنولوجيات الحديثة بقناة الشروق وتأثيراتها على الأداء الإعلامي .
4. المبحث الرابع: أبرز البرامج الاتصالية المتبعة لمعالجة وتحرير الأخبار بقناة الشروق وتعامل الصحفيين العاملين معها.
5. المبحث الخامس: التطبيقات الحديثة وتأثيراتها على تكوين الصحفيين وأدائهم بالقناة.

الفصل الثاني: الأداء الصحفي في المؤسسات الإعلامية

المبحث الأول: الأداء الإعلامي الأطر والمفاهيم

مفهوم الأداء

لغة: أدى يؤدي تأدية أي أوصله وأدى إليه الخبر .

أيضا التأدية، أدى الشيء : أوصله ، أدى الخبر . الأداء هو إيصال الى المرسل إليه¹³².

إن مصطلح الأداء يقابل الكلمة اللاتينية preformare التي تعني إعطاء كلية الشكل لشيء ما ، و التي اشتقت

منها الكلمة الإنجليزية performance التي تعني إنجاز العمل، أو الكيفية التي تبلغ بها المؤسسة أهدافها¹³³.

اصطلاحاً : لقد تعددت تعاريفه بتعدد و اختلاف المعايير و المقاييس التي تعتمدها المؤسسات في دراسة الأداء

،ومن بين هذه التعاريف نذكر ما يلي :

يرى (ecclec) ان الأداء هو ' انعكاس لقدرة المؤسسة و قابليتها على تحقيق أهدافها'¹³⁴

كما ورد تعريف الأداء في Encyclopédique World dictionary بأنه "انجاز الأعمال كما يجب أن

تتجزئ"¹³⁵.

يعتبر الأداء من المفاهيم التي تتسم بالديناميكية وعدم السكونية في محتواها المعرفي ، حيث عرف تطورا

منذ بداية استعمالاته الأولى إلى وقتنا الحالي، وهذا بفعل التطورات الاقتصادية وغيرها التي ميزت حركة

المجتمعات البشرية والتي كانت بدورها دافعا فوريا لبروز إسهامات الباحثين في هذا الحقل من المعرفة¹³⁶.

¹³² المنجد الأبجدي ، ط 3 ، بيروت ، 1982

¹³³ عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية - مفهوم وتقييم - مجلة العلوم الإنسانية، العدد 1، جامعة بسكرة، 2001، ص86.

¹³⁴ طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية - منظور من هجي متكامل - دار وائل للنشر، عمان -

الأردن-2007

¹³⁵ منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص30.

¹³⁶ محمد محمود يوسف : البعد الاستراتيجي للتقييم المتوازن للأداء، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2015، ص 65 .

ومنه يمكن القول أن مفهوم الأداء قد تطور ليشمل : الحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمنظمات ...

ويستخدم لإبراز نقاط القوة والضعف لدى الأفراد والجماعات والمنظمات¹³⁷ .

تعريف الاعلام:

لغة: يشير لفظ الإعلام إلى الإخبار بمعنى أعلمه بالشيء أي أخبره و أنبأه.¹³⁸

اصطلاحاً: و هو الإطلاع على الشيء، فيقال أعلمه بالخبر، أي أطلعته عليه فالإعلام هو الإخبار بكل ما يطرأ على المجتمع من أحداث و مستجدات.

ويعرف على انه مجمل أوجه النشاط الاتصالية الهادفة إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق أكبر درجة من المعرفة والوعي والإدراك للفئات المتلقية للمادة الإعلامية حول كل القضايا والموضوعات والمشكلات المثارة.¹³⁹

فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الموضوعية والمعلومات الدقيقة والحقائق، كل ذلك يهدف إلى تكوين رأي حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، وهذا الرأي يكون معبراً تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ، فالإعلام يهدف إلى الإقناع عن طريق بث المعلومات والحقائق مع دعمها بالأرقام والإحصائيات ومن هنا يتضح أن الإعلام هو كافة النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي والمعرفة والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة وبما يسهم في تنوير الرأي العام.

¹³⁷ صالح بن نوار : فعالية التنظيم في المؤسسات الصناعية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، ط 2، جامعة منتوري قسنطينة،

الجزائر، 2010، ص 91/90

¹³⁸ صالح بن نوار ، المرجع نفسه، ص 31.

¹³⁹ صالح بن نوار ، المرجع نفسه، ص 33.

فالإعلام يسعى إلى الرقي بالعقل وتقديم ثقافة متميزة له ومحاربة الشائعات والخرافات كما تهدف إلى الشرح

والتوضيح والتبسيط.¹⁴⁰

الأداء الإعلامي:

هو مفهوم الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في

إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة ووطنًا ومواطنًا.¹⁴¹

ومنه نعرفه أيضًا على أنه مجموعة العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة والتي تضمن تحديد هيكل

معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور

معني الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية.¹⁴²

هو مجموعة الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة ، التي تقوم بها وسائل الإعلام

في منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة ووطنًا ومواطنًا وتتمثل فاعلية الأداء بضرورة

اتسام هذه الوظائف والمهام والنشاطات بالموضوعية والمصادقية والتحليل العلمي، وتمثيل هموم الفرد وتوفير

ساحة حرة ومستقلة للتعبير عن الرأي وخدمة مصالح المجتمع.

يشير هذا التعريف إلى أن الأداء الإعلامي عبارة عن مجموعة من الوظائف التي تقوم بها المؤسسة

الإعلامية ، كما أشار إلى ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية ، لضمان ثقة الجمهور، وحفظ خدمة

مصالح المجتمع.¹⁴³

¹⁴⁰ وسام فاضل راضي، مهند حميم التميمي، مرجع سابق، ص 70

¹⁴¹ عبد المجيد افرام، هادية خزنة كاتبي: اتجاهات الاردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة دمشق، المجلد 26 ،العدد 4+3 2010 ص 615

¹⁴² شرف فهمي خوجة: المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008 ،ص 67

¹⁴³ شرف فهمي خوجة ، المرجع نفسه، ص71.

إجرائيا: الأداء الإعلامي هو عبارة عن مجموعة من النشاطات الإعلامية وذلك وفق حدود وقوانين مهنية ، كما يفترض به أن يتحلى الصحفي بالمهارة والاحتراف في الكتابة والحوار والتقديم واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيما ينفع الصالح العام. وتعد المؤسسات الإعلامية الناجحة هي من تمتلك أحسن الإعلاميين، حيث توفر لهم مراكز خاصة لصقل مواهبهم وتطويرها لإعطاء أداء متميز.

مفهوم التلفزيون

لغويا: مكونة من مقطعين télè ومعناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية عن بعد أي نقل الصورة و المرئيات عن بعد . 144

اصطلاحا: هو جهاز إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرو مغناطيسية والأقمار الصناعية.

-هو وسيلة إعلام و اتصال تعتمد على الصوت و الصورة في آن واحد و تجمع بين خواص الإذاعة المسموعة و المرئية¹⁴⁵ .

تعريف الأداء التلفزيوني

هو كافة الجهود الهادفة من قبل المؤسسات لتخطيط وتنظيم وتوجيه الأداء الفردي و الجماعي ووضع معايير ومقاييس واضحة ومقبولة للتوصل إلى هدف منشود. 146

إجرائيا: يقصد به في هذه الدراسة: هو الكيفية أو الطريقة التي يتم بواسطتها انجاز وتقديم الخدمة التلفزيونية والإعلامية.

العوامل المؤثرة في الأداء

¹⁴⁴ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص602.

¹⁴⁵ د. كرم شلبي، المرجع السابق، ص603 .

¹⁴⁶ خديجة باديس، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي 'محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون انموذجا ' مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص سمعي بصري . أم البواقي، جامعة العربي بن مهيدي. 2014، ص30.

يعتبر الأداء دالة تابعة لعدد من المتغيرات والعناصر التي قد تؤثر فيه سلبا أو إيجابا، فمنها ما هو ذو طبيعة داخلية ومنها ما هو صادر عن المحيط الخارجي، وعموما يمكن حصر أهم العوامل التي تؤثر في الأداء الإعلامي في الجوانب التالية :

الجانب الذاتي وأخلاقيات المهنة: ويمكن تقسيمه الى الجوانب التالية

• استقلال الصحفي في أدائه عمله:

يعد الاستقلال المهني دعامة أساسية من دعائم ممارسة المهنة الحرة، فالمهني شخص مؤهل علميا وفنيا وعلى درجة عالية من التخصص، وتوجب أن يكون هو الحكم الوحيد في كل ما يقوم به من أعمال مهنية، ولا يجوز تبعا لذلك أن يخضع فيما يتعلق بمباشرة المهنة للوصاية من أية جهة كانت، إلا الجهات القضائية، فالممارسة المهنية للصحفي لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الإدارية ويجب بمقتضاها على المرؤوس الخضوع فنيا الى لرئيسه ، وإطاعة أوامره وتنفيذ تعليماته، فالعمل المهني الصحفي ينهض على قاعدة أخرى مؤداها إستقلال مهني في مباشرته لأعمال مهنته وتحمل مسؤولية هذه الاعمال¹⁴⁷ .

• الموضوعية

تعني النزاهة في القصد والبعد عن الهوى والتجرد من العواطف الذاتية، كما أنها تطلق على كل نظرية أخلاقية، تعتبر أن الخبر الأخلاقي هو خبر موضوعي مستقل عن المشاعر الشخصية، وان القيم الأخلاقية نسيج مستقل عن آراء الأفراد وسلوكهم.

فالموضوعية في العمل الإعلامي تتضمن جهدا واعيا بعدم الحكم على ما يرى وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزات القبلية، فالأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث والوقائع ولا بد أن تقدم بحياد

¹⁴⁷ جلال الدين الحماصي، من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، القاهرة، 1956 ص 104 .

كما وقعت وحدثت فالأخبار الموضوعية هي التي تعطي للقارئ الثقة بان تقارير التي يبني عليها أرائه هي مصدر المعلومات الدقيقة¹⁴⁸.

• الصدق

يعتبر الصدق من أهم المعايير والقيم الخاصة بالممارسة الإعلامية، بل وانه الأساس الذي يبني عليه منتج المادة الصحفية " المعلومة أو الخبر " ولا يقتصر صدق الصحفي مع الآخرين من مصادر وجمهور بل يمتد ليشمل صدق الصحفي مع نفسه، وعلى هذا فان مستويات الصدق ينبغي أن تشمل ثلاث جوانب هي :

- الصدق في الأفعال: ويشمل الجانب الظاهري للعمل الإعلامي .
- الصدق في الأقوال: ويعني أن رجل الإعلام لا يجب أن يقول إلا صدقا .
- الصدق الذاتي: أي الصدق في الغيات ويعكس درجة الإقناع والإيمان بالعمل الصحفي، ويجعل الصحفي بقلبه وقالبه مع ما يكتبه أو ينادي به¹⁴⁹.

مفهوم التطوير

لغة: التغير أو التحويل من طور إلى طور، وتعني كلمة تطور 'تحول من طوره' أي التغير التدريجي الذي يحدث في بنية الكائنات الحية وسلوكها.

اصطلاحا :هو التحسين وصولا إلى تحقيق الأهداف المرجوة بصورة أكثر كفاءة¹⁵⁰.

¹⁴⁸ حمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003 ، ص 122 .

¹⁴⁹ حمد حسام الدين ، مرجع سابقة ص 124 .

¹⁵⁰—<https://hrdiscussion.com/hr814.html>13:55– 2021/6/8

المبحث الثاني: مؤشرات ومعايير تقييم الأداء الإعلامي

مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية، سواء كانت حقوقاً مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، إذ يحق للإعلاميين في البيئة الإلكترونية التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، حرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم، إلا أن هذه الحقوق تحتاج موثيق وبروتوكولات لضمان تمتع الإعلاميين بها¹⁵¹.

ومنح القانون في الولايات المتحدة الأمريكية الصحفي الإلكتروني كل الحقوق التي يتمتع بها الصحفي التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره، واعتبر أن مهمة الصحفي الإلكتروني الأساسية هي نشر الأخبار، وأن يقوم بجانب ذلك بالغطية الاستقصائية والتفسيرية للحدث وعلى ذلك يشترط أن تكون مهنته الأساسية هي الصحافة، كما تضيف البيئة الجديدة بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق، للإعلاميين من بينها الحق في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم أو محاولة كسرها، وعدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادره الإلكترونية، والحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق والتهكير، والحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادره، والحق في الوصول المباشر لمصادره ووسائلهم الإعلامية بدون عوائق تكنولوجية، والحق في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادره ووسائلهم الإعلامية الإلكترونية وغير الإلكترونية، والحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية، والحق في الانتفاع والوصول لمصادر ماداً الغرض هو القيام بخدمة عامة، والحق في المعلومات التي يفرض القانون عليها قيوداً في التأهيل المهني والتكنولوجي

¹⁵¹ ريف درويش اللبان، الضرورة الحتمية: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، المركز العربي للبحوث والدراسات، دراسات، 2015

بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية، والحق في الحصول على ما يعرف ببديل تكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية، والحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، والحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة¹⁵².

إن محاولة تقييم الممارسات أو الأداء في شبكات التواصل الاجتماعي لأدوارها السياسية ينبغي أن الأخذ بعين الاعتبار عدة مستويات: بعضها يتعلق بكونها وسيلة اتصال ، وبعضها يتعلق بكونها شبكة تواصل اجتماعي ، وثالث بكونها وسيلة حوارية تفاعلية إلكترونية، والآخر متعلق بطبيعة الموضوع ذاته، وهو هنا الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي ، مع ضرورة الأخذ في اعتبار وسائل وتكتيكات التواصل التي تتبعها هذه الشبكات من جهة، وطبيعة ونوعية الاستراتيجيات السياسية التي تتبناها في تناول هذه الشبكات من جهة، وطبيعة ونوعية الاستراتيجيات السياسية التي تتبناها في تناولها للقضايا التي تعنى بها من جهة أخرى.

ومن بين المؤشرات التي يمكن استخدامها في تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي مايلي:¹⁵³

1. **المؤشرات الإعلامية :** ومن خلالها يتم الكشف عن أبعاد اطلاع شبكات التواصل الاجتماعي بدور

يتعدى حدود نشر الأحداث أو متابعتها إلى القيام بأدوار أكثر إيجابية تقترب منها من أدوار الصحافة

الاستقصائية المعنية بتقييم دور الشبكات في المشاركة الفعلية في تنظيم الأحداث والفعاليات السياسية

أو في إثارة النقاش والحوار العام حول قضية ما.¹⁵⁴

¹⁵² ريف درويش اللبان، مرجع سابق، 2015.

¹⁵³ محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الاعلامي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص90.

¹⁵⁴ محمد خيرت يوسف، المرجع نفسه، ص91.

2. **المؤشرات الاجتماعية:** ومن خلالها يتم الكشف عن رؤية هذه الشبكات لحدود تواصلها الاجتماعي،

وهل تكفي بتحقيق هذا التواصل في محيط ضيق يكتفي بالمعنيين بها وبأعضائها أم تحرص على التواصل بشبكات أخرى ذات صلة أم يتعدى الأمر إلى التواصل مع محيطها الاجتماعي وشأنها العام.

3. **المؤشرات السياسية:** ومن خلالها يتم الكشف عن أبعاد الدور السياسي للشبكات الاجتماعية، وإلى أي

مدى تتخطى حدود الالتزام الفكري والأيدولوجي بشخص ما أو قضية ما أو مؤسسة سياسية ما، إلى المساهمة في التعبئة السياسية العامة أو المناداة بضرورة إحداث توافق وإجماع عام حول بعض القضايا

أو الدعوة لإحداث تغيير سياسي جذري في الأنظمة السياسية القائمة.

4. **المؤشرات الحوارية والتفاعلية:** ومن خلالها يتم الكشف عن مستويات إطلاع هذه الشبكات بأدوارها

في خلق حوار أفقي ومتوازن وتفاعلي ومتشارك بين أعضائها وبين غيرهم من جهة، وكذلك يتم الكشف عن مستويات توظيف هذه الشبكات للأشكال التفاعلية عبر صفحاتها بما يدعم أنماط الحوار الدائرة عبرها بالإمكانيات التي توفرها الإنترنت من جهة أخرى.

5. **المؤشرات المتعلقة بأساليب التواصل الإعلامي:** ومن خلالها يتم الكشف عن أطر التعامل مع القضايا

التي تعني بها هذه الشبكات وإلى أي مدى تحدد نوعية الفاعلين فيها، وأبعادها، وأسبابه وطرق التعامل معها. ومن جهة أخرى تكشف عن إفرازات الممارسات المتبعة على هذه الشبكات و انعكاساتها على الحوار والنقاش

العام.¹⁵⁵

6. **المؤشرات المتعلقة بأساليب التواصل السياسي:** وإلى أي مدى تهتم بتحديد معالم وجوانب القضية التي تعني

بها، وإلى أي مدى تهتم بالالتزام بأدبيات الحوار السياسي الايجابي البناء، وإلى أي مدى تعبر عن موقف سياسي وليدولوجي محدد وإلى أي مدى يتم توظيف الشبكة في شن حملات إعلامية، وإلى أي مدى يتم إتباع استراتيجيات

¹⁵⁵ محمد خيرت يوسف ، مرجع سابق ، ص ص 92، 93.

واضحة المعالم في التواصل مع الآخرين ، وإلى أي مدى يسفر الحوار الدائر عبر الشبكة في تحديد قوى فاعلة معينة تتحكم في فعاليات القضية وسيروريتها¹⁵⁶، وإلى أي مدى يتم تحديد الأسباب الكامنة وراء القضية التي تعنى بها، وبيان العوامل المشكلة للقضية، وإلى أي مدى تهتم بطرح حلول للقضية ، وأخيرا إلى أي مدى يسفر الحوار عن التوصل لمناقشات ايجابية.

المؤشرات المتعلقة بتكتيكات واستراتيجيات التواصل السياسي: ومن خلالها يتم الكشف عن مدى إتباع أساليب مثيرة وتهيجية وصراعية وإلى أي مدى تغلب الدعاية على نقاش الموضوعي، وإلى أي مدى يتم التركيز على أسلوب التقديم أكثر من الجوهر، وربط القضية بالسياق والقيم العامة.

المؤشرات المتعلقة بالسمات العامة للمشاركين ومن بينها ، هل أعضاء الشبكة يتسمون بالنشاط والمشاركة ، أم غير نشطين، وهل يتصفون بالوعي السياسي أم تغلب عليهم الإثارة ، وإلى أي مدى تهيمن إدارة الشبكة على إدارة الحوار على صفحات الشبكة؟¹⁵⁷

7. واجبات الإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة

تتطبق الواجبات المفروضة على العاملين في البيئة التقليدية على العاملين في البيئة الإلكترونية أيضا، إلا أن هناك ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ البعض الآخر أشكالا مختلفة، فضلا عن وجود العديد من التساؤلات لا تزال بحاجة إلى إجابات لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية، فالإعلاميون العاملون في هذه المؤسسات الإعلامية التقليدية والتي لها مواقع إلكترونية ينتمون إليها مهنيا و المؤسسات أكثر من الانتماء للكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية، على الرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات ، والتي من بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني، والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى،

¹⁵⁶محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 94.

¹⁵⁷محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 95.

أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر على مصداقيتها وعلى سير العمل بها، والعمل على صياغة موثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية وعدم الربط بمواقعهم، وعدم التعدي على أسماء الحقول الخاصة بالآخرين أو التمسح بها، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقاتهم، أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم، وعلى تجنب صراع المصالح سواء بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي، وعدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تصميم مواقع إعلامية خاصة¹⁵⁸.

¹⁵⁸ شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤية استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 7، 2014، ص 119/118.

المبحث الثالث: اعتماد التكنولوجيات الحديثة بقناة الشروق وتأثيراتها على الأداء الإعلامي للصحفيين

1. علاقة مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الإعلامي لدى الصحفيين.

1-1 التطبيقات الحديثة والأداء الإعلامي

منذ ظهور الأقمار الصناعية ما فتئت أساليب الاتصال تنمو وتتطور حيث ساعدها على ذلك سهولة البث في ارسال واستقبال وكذا مرونة الشبكي واكتشاف الانترنت وطرحها للتداول، لتصبح في أحدث الوسائل الاتصالية حيث سهلت اتصال الشعوب ببعض البعض بالصوت والصورة، دقة وجودة في كل خطوات العملية الاتصالية كما هو الحال والتطبيقات التكنولوجية الحديثة وما أتاحتها تداولاً عبر كل ربوع العالم.

وقد أثارت تكنولوجيات الإنترنت ضجة كبيرة في الأوساط الإعلامية. كسابقتها من الاكتشافات الجديدة في الميدان الاتصالي والمعلوماتي فعند ظهور أي وسيلة إعلامية حديثة، تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية ذات خصائص ومميزات مبهرة للمستمعين، اعتقد الكثير أن هذا الإعلان لأخول الصحافة الورقية كما أن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة ونفس التوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الأنترنت، نظرا لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى، ورغم كل التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية وجودها، كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليه¹⁵⁹.

إن الاعتماد على استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي بات أمر بديهي، خصوصا مع التحديثات المستمرة والاكتشافات التكنولوجية المتسارعة، خاصة وأن المجال الإعلامي في ديمومة دائمة، ومؤسسة الشروق كغيرها من المؤسسات الإعلامية التي تواكب وتسعى جاهدة إلى تحقيق سبق الإخباري وتقديم صورة واضحة وفق قالب إعلامي متميز لذا فإنها تعتمد بنسبة كبيرة على التكنولوجيا الحديثة في جميع برامجها وعلى اختلافها

¹⁵⁹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 ص 98.

وتنوعها وهذا ما لاحظته أثناء الدراسة الميدانية ، ومن بين التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة بقناة الشروق في العمل التلفزيوني نجد:

على هذا كان لظهور شبكة الأنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة وكذلك من خلال الإختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية وأسهمت منتديات الأنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام، وساعد البريد الإلكتروني في إختصار المسافة الإتصالية بين القائم بالإتصال وجماهير ووسائل الإعلام¹⁶⁰.

وقد استفاد الإعلاميون العاملون بالتلفزيون كغيرهم من الإعلاميين من خدمات شبكة الأنترنت والكمبيوتر، فما من عملية تتم حاليا من عمليات الإنتاج التلفزيوني إلا و يستخدم فيها الكمبيوتر فجميع الخطوات المطلوبة في الاستوديوهات تتم في منصة الكمبيوتر خاصة إذا ما كانت المحطة التلفزيونية تعتمد النظم الرقمية في الإنتاج والبت، فالأخبار وتحديثها تأخذ من المصادر عبر شبكة الأنترنت من خلال شاشة كما أصبح الصحفيون يبحثون عن الأخبار والمعلومات والصور في شبكة الأنترنت ويعتبرونها الكمبيوتر .أداة رائدة لتحقيق سبق الصحفي والقيام بالتغطيات الإخبارية كما أن البريد الإلكتروني سهل للصحفي طرق الاتصال بالمحطة ووفر عليه المال والجهد و الوقت فقد أتاحت التقنية متعددة الوسائط - الأنترنت - أن يكون التلفزيون أداة أكثر شيوعا، حيث تستخدم في المؤتمرات المتلفزة للأعمال والمؤسسات الإعلامية الثقافية للمؤسسات والشركات المنتشرة عبر الشبكة إلى الجمهور مباشرة¹⁶¹.

¹⁶⁰ شريف درويش اللبان: المرجع السابق، ص. 98.

¹⁶¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1 ، القاهرة، 2007 ، ص. 75.

1-2 جوانب استفادة الصحفيين من تكنولوجيا الإعلام الحديثة:

لقد استفاد الإعلام السمعي البصري من التطور التكنولوجي الحاصل حيث أنه تأثر به تأثيراً كبيراً أدى إلى إحداث تغيير جوهري في العملية الإعلامية ككل و استطاع إعطاء بدائل عملية أحدثت تغييرات جذرية في كل الجوانب التقنية والتكنولوجية في إنتاج المادة الإعلامية ويمكن سردها في النقاط الآتية:

عمليات تخزين المادة الإعلامية: حيث تحولت مراكز المعلومات من قاعات ضخمة للأرشيف إلى استعمال المصغرات الفيلمية، حيث أصبحت الآن نظم الأرشفة تتجه إلى التكامل مع عمليات التحرير والمواد الإعلامية من خلال استخدام شاشة عرض واحدة لحاسب إلكتروني متصلة بالأرشيف للاطلاع على مواد الموضوع، كما أتاحت التطورات الراهنة للإعلاميين فرصة الحصول على المعلومات في أي مكان ومن أي مصدر داخلي أو خارجي¹⁶².

3.1 تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل

تغطي تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل في التلفزيون كافة الوسائط التقنية والتجهيزات المستخدمة في عمليات الإنتاج داخل الاستوديو، وفي لقطات التصوير في المواقع الخارجية التي يستخدمها الصحفيون والمحررون والمنتجون وكل الطاقم الفني، ومن بين هذه الأجهزة هي:

1.3.1 كاميرا الفيديو الرقمي: كاميرا الفيديو المسجلة تستخدم نموذجاً حوالياً ربع بوصة في الحجم لكي

تجمع وتشغل الضوء الآتي من العدسات زهو عبارة عن حساس ضوئي شديد الحساسية وأنه يحول الضوء إلى إشارات إلكترونية وكاميرات التلفزيون ذات الجودة العالية لها ثلاث (CCD).

2.3.1 تقنية أو برنامج: هو برنامج مختص بصناعة الفيديو الرقمي والمؤثرات البصرية المستخدمة بالأفلام

ويقوم أيضاً هذا البرنامج بالتعديل والتصحيح على الفيديو، وهو من أشهر برامج التحريك الثنائي

¹⁶² محمود علم الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، الكويت، 1994، ص 9

والثلاثي الأبعاد، ويعتبر هذا البرنامج من أقوى البرامج بالعالم وأهم مميزاته هي: تصميم وتحريك العروض التقديمية للبرامج والقنوات، تحريك الشخصيات والأشكال المرسومة، تغيير الخلفية لشخصية ما والتي تشتهر بالكروما، تحريك النصوص والتحكم بها وبخصائصها بكل دقة وسهولة، عمل مشهد كامل بثلاثة أبعاد وإضافة ومضات بداخله.

3.3.1 تسجيل الصوت رقمياً: تتضمن عملية تسجيل الصوت الرقمي عينات صوتية في شفرة ثنائية، والصوت يتم ترميز شفرته في (bin 16 PMC.Modalisation pulse code) وموجات الصوت الطبيعية التي تنتج عن صوت مقدم البرامج التلفزيونية على سبيل المثال تلتقط بواسطة ميكروفون والتي يمكن تخزينها على الشريط CD أو DVD.

4.3.1 الاستوديو الافتراضي الوهمي: وهذا النوع من الاستوديوهات حديث العهد فهو وليد التكنولوجيا الحديثة الحاصلة ويقوم على تقنية تقوم على الإثارة والحيوية، ويقوم بكل أساسي على استخدام الكمبيوتر الذي يقوم بوضع الديكور والتنسيق وصولاً إلى التركيب والإخراج.

5.3.1 تقنية الملتيميديا: وهي من أحدث التقنيات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة حيث توفر كمية هائلة من المعلومات التقنية وتتيحها تحت تصرف المستخدم ، والتي سوف تمكن الصحفيين في التلفاز الرقمي من تقديم خدمات جديدة للمشاهدين، إذ أصبح جهاز الاستقبال التلفازي بمثابة تلفاز وحاسوب.¹⁶³

من خلال المعدات والبرامج التي تعمل بها قناة الشروق تعتمد بنسبة 89% من معدات على التكنولوجيات الحديثة وهذا ما ينعكس على الأداء الإعلامي للصحفيين بالقناة:

¹⁶³ مصطفى حميد كاظم الطائي ، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها في التعليم والتعلم، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، 2007، ص110.

- يستخدم الإعلاميون بقناة الشروق وفي جميع مهامهم وعلى اختلافها كالبرمجة ، التغطية الإعلامية التحرير الإنتاج، الإخراج، التقديم، الجمع والبث، النقل والتنقل، المونتاج والأرشفة... الخ، وقد أضافت التكنولوجيا الحديثة العديد من المحاسن كتوفير مصادر المعلومات ، التقنيات الحديثة المستخدمة في قناة الشروق TV تتناسب مع احتياجات الصحفيين حيث ساعدت على توفير الوقت والجهد في العمل الإعلامي، تسهيل الاتصال بين العاملين داخل المؤسسة ، كما ساعد على زيادة الإنتاج وتحسين ظروف عمل الصحفيين واستقطاب الجمهور من خلال الأخذ بآرائهم ومشاركاتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثل هذه الأخيرة قوة إعلامية هامة من بين المنصات المهمة في أي قناة للتواصل مع الجمهور ومعرفة توجهاته الفكرية والسياسية .

المبحث الرابع: أبرز البرامج الاتصالية المتبعة لمعالجة وتحرير الأخبار بقناة الشروق وتفاعل

الصحفيين العاملين بها.

عندما نتحدث عن وجود الواقع الافتراضي في بيئة الاعلام يجب أن نفرق بين تطبيقات النظام، أي الوجود العملي وتطبيقات المفهوم، أي استلهاهم فكرة الواقع الافتراضي، وبين حالات أخرى مثل حالة غرفة الاخبار الافتراضية ، ولعل أول قصة خيال علمي تستخدم الواقع الافتراضي جاءت في كتاب صدر في عام 1951 بعنوان The illustrated man كتبه راي برادبري Ray bradbury كأول نص عالج المفهوم، كما ظهرت حالة الواقع الافتراضي في كثير الأفلام والمسلسلات خاصة فلم الخيال العلمي الطابق الثالث عشر The Thirteenth Floor الذي عرض في عام 1999 وفي مسلسل ستار ترك Star Trek ومسلسل الجيل القادم The next generation.

- تشمل التطبيقات في التلفزيون حاليا أستوديو الواقع الافتراضي Virtual replay ، فالاول هو نظام أستديو الواقع الافتراضي، وهو أستديو متكامل بديكورات الافتراضية ومؤثراته الفنية، وهو مزود

بكاميرا ذكية متحركة بحيث تحافظ أثناء حركتها على الأبعاد وتتعامل معها بذكاء إلكتروني كبير.، أما الثاني فهو الراصد الافتراضي وهو مختص بالمباريات والمناسبات الرياضية، ويقوم برصد المباريات رصد إلكتروني ذكيا، وهو مزود بكاميرات ذكية أيضا تحسب أبعاد الملعب وأماكن اللاعبين، حيث يتمكن من رصد حالات التسلل والأخطاء مثل ضربات الجزاء وغيرها¹⁶⁴.

- تجرى الكثير من الأبحاث في اليابان وغيرها لتطوير تلفزيون الواقع الافتراضي وإنتاجه، وهو ما يسمح للمشاهدين بالنظر الى المشاهد المعروضة بالشكل المجسم، من أي زاوية محتملة، ويبلغ وضوح الصورة فيه مثل وضوحها في التلفزيونات العالية الوضوح المحصلة أن الاشكال والشخصيات المصممة بواسطة الكمبيوتر أصبحت سمة في الاعلام.
- تعد النشرات الإخبارية هي أكثر البرامج التلفزيونية عرضة للتطوير بفضل التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأكثر الجوانب التي شهدت التغيرات في مجال التغطية من حيث استخدام الصورة ونقل الصوت، "فالصورة ما يرى ليست مصدر الحقيقة لكنها تمثل جزءا أساسيا من الحقيقة".

■ **معدات التصوير الإخباري:** حيث كانت في السابق تعتمد على الشرائط وتحميضها بعد كل استعمال وأحيانا تتلف عند وصولها إلى المحطة المركزية، ومع استحداث كاميرات التصوير الالكترونية والتي يطلق عليها كاميرا التلفزيون وأساس عمل هذه الأجهزة تحويل الصورة من موجات ضوئية إلى موجات كهرومغناطيسية يمكن تجميعها مرة في موجات ضوئية إلى موجات لتشغيل عن طريق أجهزة الاستقبال دون أن تفقد العناصر المكونة لها، هناك ثلاثة أنواع من الكاميرا وهي:

¹⁶⁴ بالاعتماد على وثائق مؤسسة الشروق TV

- كاميرا استوديوهات الأخبار: تستخدم في نقل صورة حاضرة مباشرة إلى الجمهور وتستخدم عادة في تصوير المواد والفقرات الإخبارية داخل الاستوديو مثل: الأحاديث الصحفية والموائد المستديرة ونقل البرامج الحية التي تذاع على الهواء مباشرة
- كاميرا التصوير الخارجي: out side broad video camera جاءت هذه الكاميرا لتلبية لحاجيات التلفزيون من حيث " الفورية" وهي تقديم الأحداث فور وقوعها، وهي عبارة عن استوديوهات متنقلة تظم وحدة كاملة من السيارات يؤدي كل منها مهمة معينة، الأولى تحتوي على أربع كاميرات للتصوير وأجهزة ونواقل الصورة ومجهزة بوحدة تسجيل ومونتاج لشرائط الفيديو وأخرى تحتوي على محطة توليد للطاقة الكهربائية للتشغيل في أي مكان والثالثة تحمل برج للإرسال الذي تلتقط الإشارة التلفزيونية في أقرب محطة بث.
- كاميرا جمع الأخبار الالكترونية: حلت هذه الأجهزة محل الكاميرا الفيلمية في عمليات تغطية الأخبار مما أدى إلى تغيير جذري في مجال البرامج الإخبارية في الكثير من المحطات التلفزيونية ، حيث حقق أسلوب التجميع الالكتروني للإخبار مزايا تفوق الأسلوب الفيلمي كالفورية التي يتيحها عن بعد إمكانية المونتاج والإرسال من موقع الحدث من تقديم المراسل بالصورة والصوت وأكثر جاذبية.¹⁶⁵
- على مستوى التحرير والتقديم: مكنت التكنولوجيا الجديدة من التغلب على الصعوبات التي ظلت الأخبار وعملية التحرير تواجهها منذ مدة طويلة فاستخدام الكمبيوتر اليوم وأساليب التجميع الالكتروني يساعد على تقديم نشرة إخبارية جيدة واضحة بفعل مساعدة العناصر المرئية.
- في مجال التقديم: وأكثر مستفيد من التكنولوجيا الحديثة هم مقدمو النشرة الأخبار حيث تقلصت متاعبه بفضل استفادة استوديوهات الأخبار بمعدات في مجال التقديم وفي مقدمتها جهاز

¹⁶⁵ بالاعتماد على وثائق مؤسسة الشروق TV

Téléprompteur الذي يعين المذيع على قراءة النص وهو ينظر مباشرة إلى الكاميرا ، كذلك سهل الديكور الافتراضي والعناصر المرئية ، بالإضافة إلى ذلك أدت هذه التكنولوجيا إلى تعدد القوى الفاعلة في تقديم النشرة الإخبارية وأصبحت الحاجة إلى مخرج الأخبار والمنسق التقني أمر في منتهى الأهمية.

166

المبحث الخامس: التطبيقات الحديثة وتأثيراتها على تكوين الصحفيين وأدائهم بالقناة

يمكن تحديد جوانب هذه التأثيرات على أكثر من مستوى ويمكن حصر هذه المستويات فيما يلي:

1. على مستوى التقنيات : تعددت الاوصاف التي قدمت للنشرة الإخبارية المصورة فوصفتها Marlène

Clomb Gully بأنها برنامج موجه للمشاهدين، إذا أن 75% من أجهزة الاستقبال تكون في حالة تشغيل عند تقديم الاخبار وهو ما يعني أن ثلاثة على أربعة من المشاهدين يتابعون الاخبار¹⁶⁷ .

وعليه فإن النشرات الإخبارية هي الأكثر البرامج التلفزيونية عرضة للتطور بواسطة التطور الهائل والسريع

لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات، وعصر المعلومات بين اليدين L'information au bout des doigts

عبارة أطلقها بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسفت Micro soft ، حيث يسعى القائمون على نشراتفي التلفزيون

لتأكيد ذلك على مستويات التغطية والمعالجة الإخبارية في ضل المنافسة وتعدد القنوات التلفزيونية.

فالصورة مايري Patrick Poivre D'arvoir ليست هي المصدر الحقيقي لكنها تمثل جزءا حقيقيا من

هذه الحقيقة .

2. معدات التصوير الاخباري : كانت الوظائف الاخبارية سابق تتم عن طريق الأفلام بدلا من شرائط

الفيديو، وكانت الأفلام مكلفة لدم إمكانية استخدامها مرة أخرى ، وكذا خطوة إعادة الأفلام المحطة لتحميضا

وكان ذلك يقلص من وقت التغطية وقد تتأخر نشرات الاخبار عن مواعيدها لعدم وصول الصور الى المحطة

¹⁶⁶ بالاعتماد على وثائق مؤسسة الشروق TV.

¹⁶⁷ Coulomb Gully Marlène, Les informations télévisées, édit, Puf, Paris, 1995. P 9.

المركزية، وتكاد الكثير من المحطات التلفزيونية تتوقف عن استخدام الأفلام في عملية التغطية الإخبارية فكاميرا التصوير الالكترونية Video camera ، وأساس عمل هاته الأجهزة هي تحويل الصولر من موجات ضوئية للتشغيل عن طريق أجهزة الاستقبال دون أن تفقد العناصر المكونة لها¹⁶⁸ .

بفضل تطور مختلف الوسائل الاتصالية وظهور مواقع التواصل الاجتماعي وما صاحب ذلك من تطورات بيئية في الهواتف الذكية حيث دمجت كل أدوات الإنتاج الصحفي في جهاز واحد ، أصبح من الضروري على مقدمي البرامج إتقان الكثير من المهارات الرقمية .

- ومن بين المهارات التي يتوجب على الصحفيين التمكن منها هي: إتقان اللغات وفنون التعامل مع الحاسوب الرقمي، وإدارة شبكات التواصل الاجتماعي، الثقافة الواسعة، والقدرة على إيصال الرسالة الإعلامية، التمكن من محاكاة الكاميرا دون حواجز أو معوقات.

- عدم فاعلية برامج تدريب العاملين في قناة الشروق في المجالات الفنية والتقنية، لضعف تمويل القناة وعدم الحصول على موارد مادية معتبرة خاصة الرعاية sponsoring، وهذا ما يؤثر على التطور التقني العالي التكلفة.

- رغم ما يقوم به العاملون بهاته القناة من اجتهادات فردية في مواكبة التكنولوجيا الحديثة ومسايرتها، إلا أن هناك نقص هائل في استخدام هذه التكنولوجيات، وأصبح من الضروري تنظيم دورات تكوينية في التطبيقات الجديدة والمستحدثة من حين إلى آخر، ومواكبة هذه التقنيات والرقمي بالمؤسسة الإعلامية، للوصول إلى ما وصلت إليه الدول العربية المجاورة، ومحاولة سد الفجوة الرقمية في المجال الإعلامي.

¹⁶⁸ محمد شطاح، الاعلام التلفزيوني نشرات الاخبار، المحتوى والجمهور ، دار الكتاب للنشر ، جامعة باجي مختار ، الجزائر ص67/68

الفصل الثالث

تحليل بيانات الدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

الفصل الثالث : تحليل بيانات الدراسة

الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

المبحث الأول : تحليل الجداول البسيطة:

المحور الأول : البيانات الشخصية لافراد العينة.

المحور الثاني :استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الثالث : الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الثاني : تحليل الجداول المركبة :

تقاطع الأسئلة مع متغيرات الدراسة

الفصل الثالث: تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

في هذا الفصل قمنا باستخراج جميع الجداول بواسطة استخدام الـ spss ، للحصول على الجداول البسيطة والمركبة التي تتماشى والمراحل البحثية للدراسة وأهدافها .

قمنا بتقسيم أسئلة الاستمارة إلى أسئلة شخصية، وأسئلة تمهيدية متعلقة بمتغيرات الدراسة كاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وأسئلة أخرى تتعلق بعلاقة تلك الاستخدامات والتوظيف بالمباشر لها في قناة الشروق ، وكذا أسئلة أخرى تتعلق بالأداء الإعلامي ومظاهره القانونية والمهنية والأخلاقية المرجوة من الصحفيين ، وقد تجلّى ذلك واضحا في جملة المحاور المتبعة لوضع وهيكل تلك الأسئلة في قالب علمي ممنهج وواضح وتبين ذلك في الاستمارة على الوجه التنظيمي الآتي :

الأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية : من السؤال رقم 01 الى السؤال رقم 07 .

أسئلة المحور الثاني : من السؤال رقم 08 الى السؤال رقم 16.

أسئلة المحور الثالث من السؤال رقم 17 الى السؤال رقم 31 .

المبحث الأول: تحليل الجداول البسيطة

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة

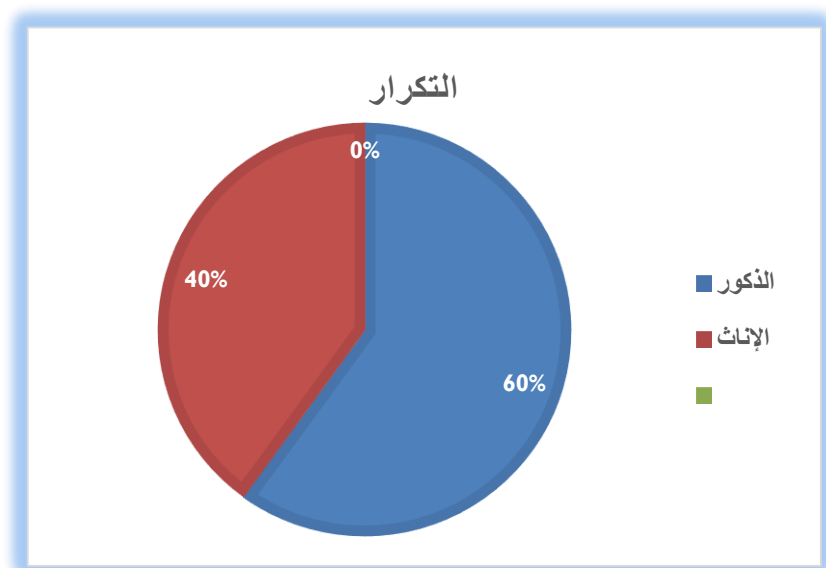
السؤال رقم 01: عدد افراد العينة حسب الجنس

• التحليل الكمي:

الجدول 2 : عدد أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	
60%	33	الذكور
40%	22	الإناث
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 3 نسبة أفراد العينة حسب متغير الجنس

• التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال التحليل الكمي للجدول رقم (2) أن غالبية أفراد العينة من جنس الذكور بنسبة فاقت النصف — 60 % ، ونقول بأن الإناث ايضا يستطعون القيام بكل المناصب التي تدخل ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسات الإعلامية خاصة كمؤسسة الشروق والنهار،...الى غير ذلك من القنوات الخاصة التي فتحت المجال للسمعي البصري في الجزائر ، وهو ما ضبطت سلطة الضبط للسمعي البصري ، حيث اعتبرت هذه الاخيرة بمثابة الشكل القانوني المنظم لسير كل البرامج والحصص التلفزيونية المعروضة على هاته القنوات الخاصة ، العنصر النسوي كان له دور بالغ الاهمية في تشكيل رؤية أخرى ، من ناحية إقحامهم في جميع البرامج التلفزيونية التي لها دور إجتماعي بحت كحصة خط أحمر التي تعرض على قناة الشروق الجزائرية من تقديم الصحفية فضيلة مختاري ، وكذا حصة افتح قلبك والتي كانت تقدم من طرف الوزيرة الحالية سليمة سواكريالخ حيث وصلت أجابة المبحوثين في هذا الشأن الى نسبة 40 % من مجموع الصحفيين المبحوثين في العينة المدروسة في قناة الشروق.

يوضح أيضا الجدول أعلاه قابلية الصحفيين من جنس الذكور الى العمل بمهنة الاعلام والصحافة ، وحتى و إن رأينا النسبة المنخفضة لمجموع الصحفيات العاملات في القناة إلا أننا نلاحظ توافد كبير في الآونة الأخيرة من طرف الجنس الاخر للعمل في مهنة المتاعب وهو ما يؤكد حرصهن على العمل والتحلي بروح الأخلاقية والمهنية للمهنة .

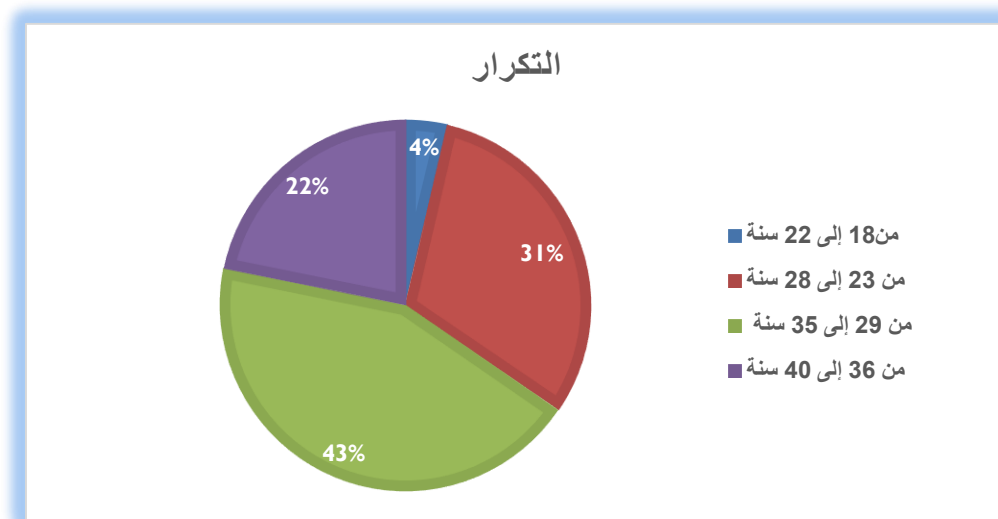
السؤال رقم 02: الفئات العمرية لعينة الدراسة.

• التحليل الكمي:

جدول 3 الفئات العمرية للعاملين بقناة الشروق

النسبة	التكرار	السن (الفئات)
3.6%	2	من 18 إلى 22 سنة
30.9%	17	من 23 إلى 28 سنة
43.6%	24	من 29 إلى 35 سنة
21.8%	12	من 36 إلى 40 سنة
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 4 نسبة الفئات العمرية لعينة الدراسة.

• التحليل الكيفي :

من خلال الجدول رقم 03 نلاحظ أن غالبية أفراد العينة المدروسة يتراوح أعمارهم من 29 إلى 35 سنة بنسبة بلغت 43%، بمجموع 24 مبحوث وهي الفئة الغالبة والكبيرة في عينة الدراسة ، وجاءت في المرتبة الثانية الفئات العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة بنسبة معتبرة بلغت 31%، يأتي في المرتبة الثالثة الفئات العمرية من 36 سنة إلى 40 سنة وهي أيضا نسبة محترمة مقارنة بعينة الدراسة الاجمالية ، حيث لا يتعلق العمل الاعلامي بالمتغيرات العمرية للأفراد ، وهو ما يظهر فعلا في جميع المؤسسات الاعلامية السمعية البصرية فالاهتمام يكون بالفرد الصحفي وما يملكه من قدرات معرفية و أكاديمية ، وكذا الخبرات المهنية لكي يكون هناك قائمين بالاتصال على شاكلة بعض الصحفيين البارزين والذين لديهم باع إعلامي محترم ، تأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة الفئات العمرية من 18 سنة إلى 22 سنة ، وذلك بنسبة بلغت إلى 04% ، وهذا ناتج عن الباع الجد حديث للصحفيين هؤلاء للعديد الاعتبارات التي صرحنا بها سابقا .

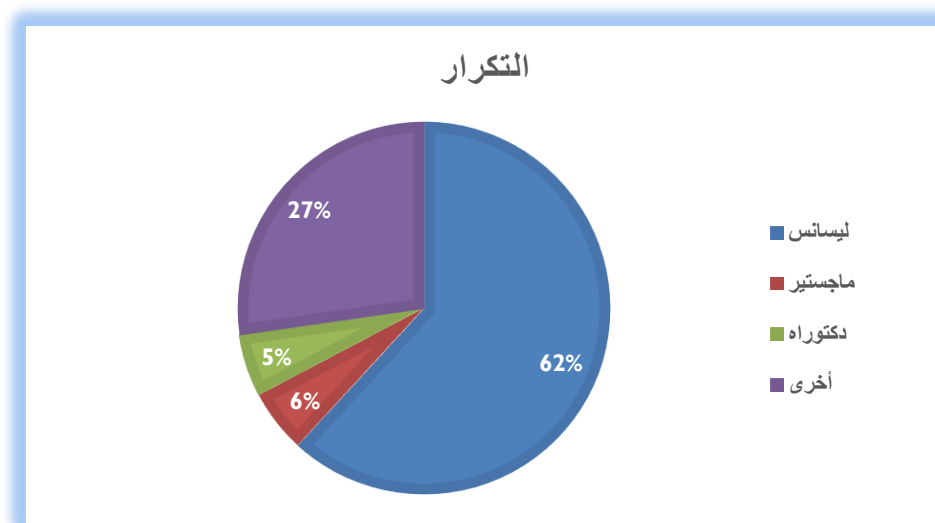
السؤال رقم 03: المستوى الدراسي للعاملين بقناة الشروق

• التحليل الكمي

جدول 4 المستوى الدراسي للعاملين بقناة الشروق

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
61.8%	34	ليسانس
5.5%	3	ماجستير
5.5%	3	دكتوراه
27.3%	15	أخرى
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 5 نسبة المستوى الدراسي للعاملين بالقناة

. التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) في أفراد العينة المدروسة حسب متغير المستوى الدراسي لهم ، حيث يتمركز في المرتبة الأولى الصحفيين الذين لديهم مؤهل الليسانس بنسبة وصلت إلى 61.8%، بمجموع تكرار وصل إلى 34 مبحوث مقارنة بعدد المبحوثين في العينة ، ونجد في المرتبة الثانية مؤهلات علمية أخرى كالتقنيين وأصحاب التكوينات الخارجية أو الخاصة ، والتي بلغوا بها درجة معتبرة وصلت إلى 27%، من العينة السالفة الذكر ، ليأتي مؤهل الماجستير والدكتوراه بنسبة قليلة جدا بلغت 03%، بمجموع تكرارات 03 الثلاثة لكل مستوى علمي لكليهما، وهذه النسب تنبأ بوجود توظيفات جديدة متكررة في القناة للحائزين على مؤهل الليسانس والذي يعتبر أحد الشروط الأساسية في الفترات الأخيرة للعد الهائل من المتخرجين من الجامعات الذين يمتلكون شهادة الليسانس في عد تخصصات كالسمعي البصري والصحافة المكتوبة والاتصال والعلاقات العامة وصبر الآراء إلى غير ذلك .

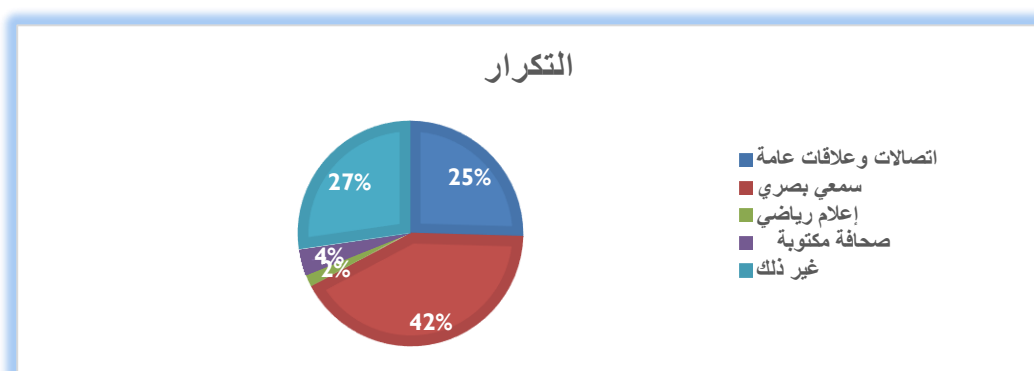
السؤال رقم 04: التخصيص لفئات العينة المدروسة .

• التحليل الكمي:

جدول 5 : تخصص العاملين بالقناة

النسبة %	التكرار	التخصص
25.5%	14	اتصالات وعلاقات عامة
41.8%	23	سمعي بصري
1.8%	1	إعلام رياضي
3.6%	2	صحافة مكتوبة
27.3%	15	غير ذلك
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 6 توزيع تخصص العاملين بالقناة.

• التحليل الكيفي:

يبين الجدول رقم (05) توزيع الفئات للمبحوثين في العينة المدروسة حسب التخصص ، حيث كانت الغالبية للفئات التي لديها تخصص السمعي البصري بنسبة وصلت إلى 41.8% ، لمجموع تكرارات لعدد المبحوثين بـ 23 مبحوث مقارنة بالعينة كاملة ، يأتي في المرتبة الثانية متغير المبحوثين الذين لديهم تخصصات أخرى غير الإعلام والاتصال ، كالمحاسبة والمالية والإدارة ، وكذا الأدب العربي

...ويظهر في المرتبة الثالثة تخصص الاتصال والعلاقات العامة بنسبة 25.5%، لمجموع تكرارات للعينة المدروسة بـ 14 فرد من العينة هذا التخصص من التخصصات المطلوبة في الجامعة الجزائرية لكونه مؤهل يدخل ضمن الوظائف الإدارية وكذا آخر تستطيع التوظيف به في القنوات الإعلامية العمومية والخاصة بالجزائر وغيرها ، يأتي بنسب ضئيلة جدا للتخصصين السالفين وهما الإعلام الرياضي والصحافة المكتوبة ، وذلك لطبيعة شعار القناة والتي غالبيتها إخباريين ومحققين إلى ذلك

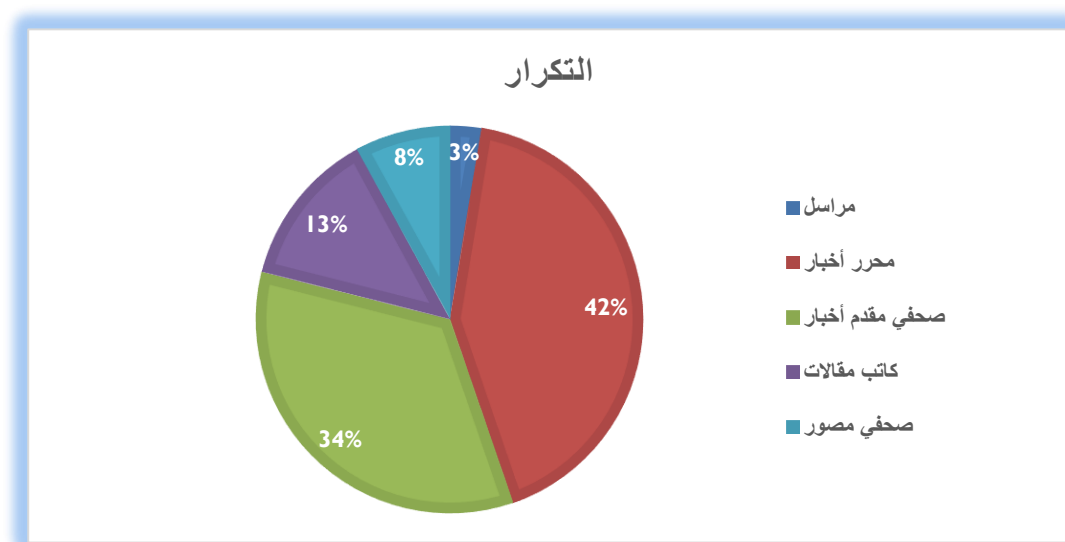
السؤال رقم 05: التخصص أو الوظيفة المهنية لفئات العينة المدروسة.

• التحليل الكمي

جدول 6 نوع العمل الإعلامي داخل المؤسسة

العمل (الوظيفة)	التكرار	النسبة
مراسل	1	%1.8
محرر أخبار	16	%29.1
صحفي مقدم أخبار	13	%23.6
كاتب مقالات	5	%9.1
صحفي مصور	3	%5.5
مصمم	1	%1.8
المجموع	55	%100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 7 نوع العمل الإعلامي داخل المؤسسة.

. التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم 06 والذي يظهر الوظائف المهنية للصحفيين بقناة الشروق ، حيث يظهر في المرتبة الأولى لوظيفة محرر أخبار بنسبة بلغت 29.1%، من مجموع المبحوثين ، وبعدد تكرارات وصل إلى 16 صحفي من مجموع الصحفيين في العينة المدروسة ، ليأتي في المرتبة الثانية مباشرة وغير بعيد عن الوظيفة السابقة بالنسبة للصحفيين مقدمي الأخبار بنسبة وصلت 29.1%، وذلك لطبيعة القناة وتخصصها في مجال تقديم الأخبار بشكل متواصل وهو ما يستدعي وجود صحفيين مقدمين للأخبار دائم وبشكل متناوب بينهم ، وذلك بمجموع تكرارات وصل إلى 13 صحفي مقدم أخبار ، ليأتي في المرتبة الثالثة وبسبة ضعيفة وصلت إلى 9.1%، ككتاب للإخبار والمقالات ، وبنسبة جد جد ضئيلة بالنسبة للوظائف الأخرى كالمصممين والصحفيين المصورين بنسب متفاوتة 5.5%، و 1.8% لكل منهما.

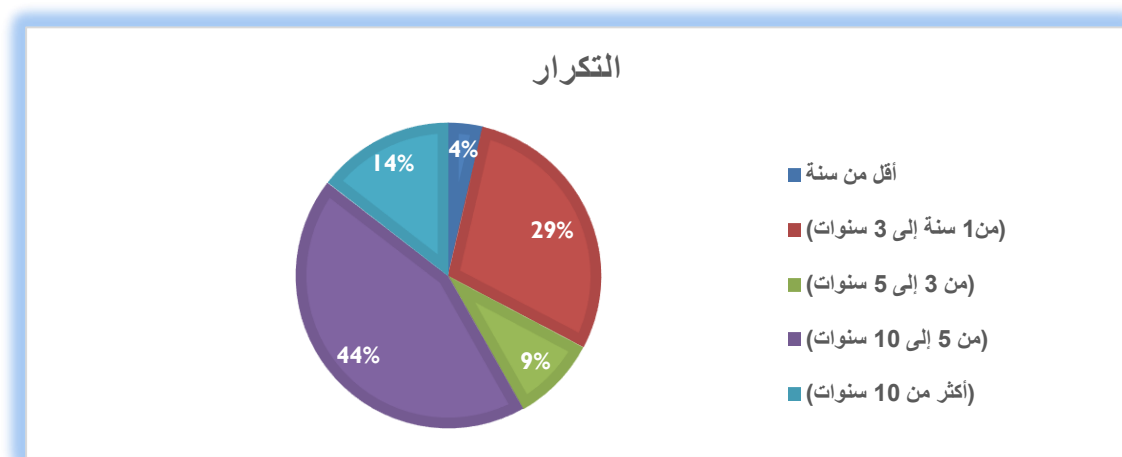
السؤال رقم 06 : الخبرة المهنية لفئات العينة المدروسة .

• التحليل الكمي

جدول 7 الخبرة المهنية داخل المؤسسة

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
3.6%	2	أقل من سنة
29.1%	16	(من 1 سنة إلى 3 سنوات)
9.1%	5	(من 3 إلى 5 سنوات)
43.6%	24	(من 5 إلى 10 سنوات)
14.5%	8	(أكثر من 10 سنوات)
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 8 توزيع سنوات الخبرة المهنية داخل المؤسسة.

• التحليل الكيفي:

تعتبر الخبرة المهنية من أهم العوامل التي تساهم وتحسن في تقييم أداء العاملين وتقديم الأفضل للمؤسسة الإعلامية المستقبلية للصحفيين و الجدول رقم (6) يبين توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة المهنية حيث بلغت الفئة (من 5 إلى 10 سنوات) للعينة النسبة الأكبر بعدد تكرارات للصحفيين المبحوثين بلغ 24 صحفي في القناة بنسبة 43.6%، وهي دلالة واضحة على وجود خبرات مهنية بالقطاع السمعي البصري أو الصحافة المكتوبة وهذا الأخير كان جد سائد في السنوات الماضية قبل فتح مجال السمعي البصري أمام الصحفيين للقنوات الخاصة كالشروق والنهار وغيرها من القنوات الإخبارية ، ويأتي في المرتبة الثانية الفئات التي هي بين (السنة إلى 3 سنوات) بنسبة 29.1%، بمجموع تكرارات وصل إلى 16 صحفي بالقناة أو بالعينة المدروسة داخل قناة الشروق ، ليتمركز في المرتبة الثالثة الفئات التي هي أكثر من 10 سنوات خبرة مهنية في مجال الإعلام والصحافة بنسبة وصلت إلى 14.5% ، بمجموع 08 صحفيين للعينة المدروسة ، ليأتي في المرتبة الرابعة الفئات (من 3 سنوات إلى 5 سنوات) بنسبة 9.1%، وفي المرتبة الأخيرة الفئة (الأقل من سنة) بنسبة 3.6%.

ويعود هذا الاختلاف في سنوات الخبرة المهنية إلى سياسة المؤسسات الإعلامية والتي بينها قناة الشروق التي تعمل على تجديد عاملها ومواردها البشرية، والاستفادة من الطاقات الفكرية الشبابية ، التي تخرجها الجامعات الجزائرية، ومنحهم فرص عمل داخل القنوات التابعة للشروق، لأن هذه الفئات عادة ما تكون مسايرة للتطورات التكنولوجية الحديثة والتي تساهم في استمرارية المؤسسة وتقديمها عملا فنيا متكاملًا .

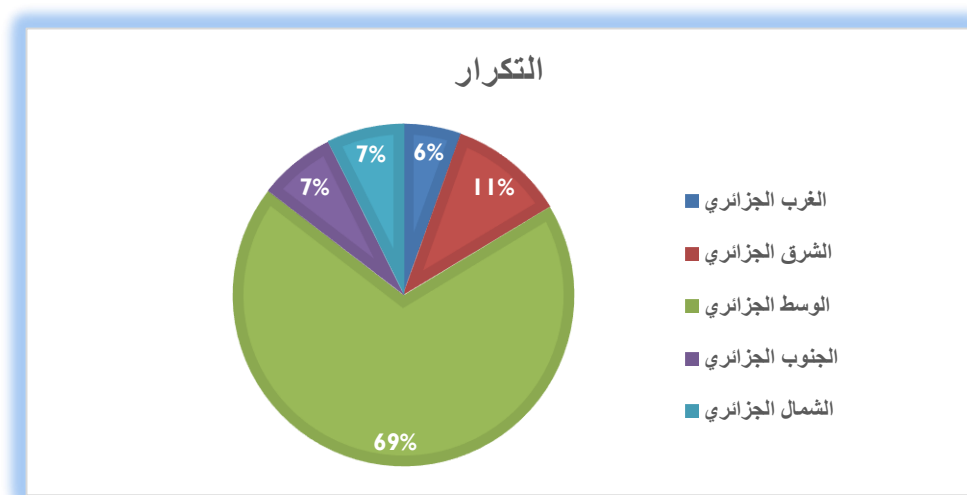
السؤال رقم 07: الموطن الأصلي للفئات العينة المدروسة.

• التحليل الكمي:

جدول 8 الموطن الأصلي لصحفي قناة الشروق

الموطن الأصلي للصحفي	التكرار	النسبة
الغرب الجزائري	3	5.5%
الشرق الجزائري	6	10.9%
الوسط الجزائري	38	69.1%
الجنوب الجزائري	4	7.3%
الشمال الجزائري	4	7.3%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 9 الموطن الاصلي للصحفي.

• التحليل الكيفي:

الجدول رقم (8) يوضح توزيع المبحوثين حسب الموطن الأصلي الذي ينحدر منه الصحفيين العاملين بقناة الشروق، نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب العاملين ينحدرون من الوسط الجزائري بنسبة 69.1%، لمجموع تكرارات وصل إلى 38 صحفي من تلك المناطق يليها الشرق بنسبة 10.9%، ثم الشمال والجنوب بنسبة 7.3% وأخيرا الغرب الجزائري بنسبة 5.5%، ويعود هذا التباين إلى طبيعة تمركز العاملين بالعاصمة (مكان مقر قناة الشروق) ، وهذا التنوع يعطي للقناة تشعب وثقافة في جميع المواضيع المختارة ومن شتى ولايات الوطن ويمنحها خلفية واضحة في كيفية معالجتها وطرحها.

المحور الثاني: استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

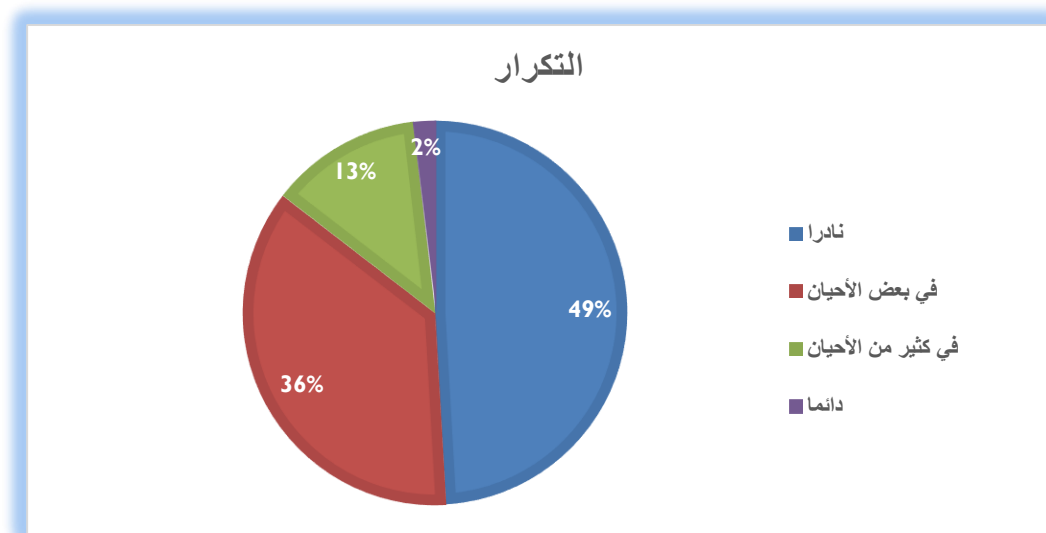
السؤال رقم 08: مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

• التحليل الكمي

جدول 9 : مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	المجموع
نادرًا	27	49.1%
في بعض الأحيان	20	36.4%
في كثير من الأحيان	07	12.7%
دائمًا	1	1.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 10 مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

• التحليل الكيفي:

الجدول رقم (09) يبين مدى الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً بشتى التطبيقات ، حيث كان السؤال هنا لتوضيح الاستخدام من عدمه لهاته المواقع ، فكانت النتيجة بنسبة 49.1% ، لغالبية الصحفيين بأنهم " نادراً " ما يستخدمونها ، لتأتي في المرتبة الثانية للذين قالوا بأنهم " في بعض الأحيان " يقومون باستخدام هاته المواقع بنسبة وصلت إلى 36.4% ، بمجمع عدد تكرارات وصل إلى العشرين مبحوث مقارنة بالعدد الإجمالي للمبحوثين ، وعنا نؤكد بوجود نسبة معتبرة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وهناك تقريباً تساوي بين المبحوثين الذين يستخدمون المواقع التواصلية والعكس ، وليظهر في المرتبة الثالثة الذين أجابوا " في كثير من الأحيان " بنسبة قدرت بـ 12.7% ، وهي أيضاً نسبة معتبرة ، أما الذين أجابوا " نادراً " بنسبة 1.8% ، فضئيلة جداً.

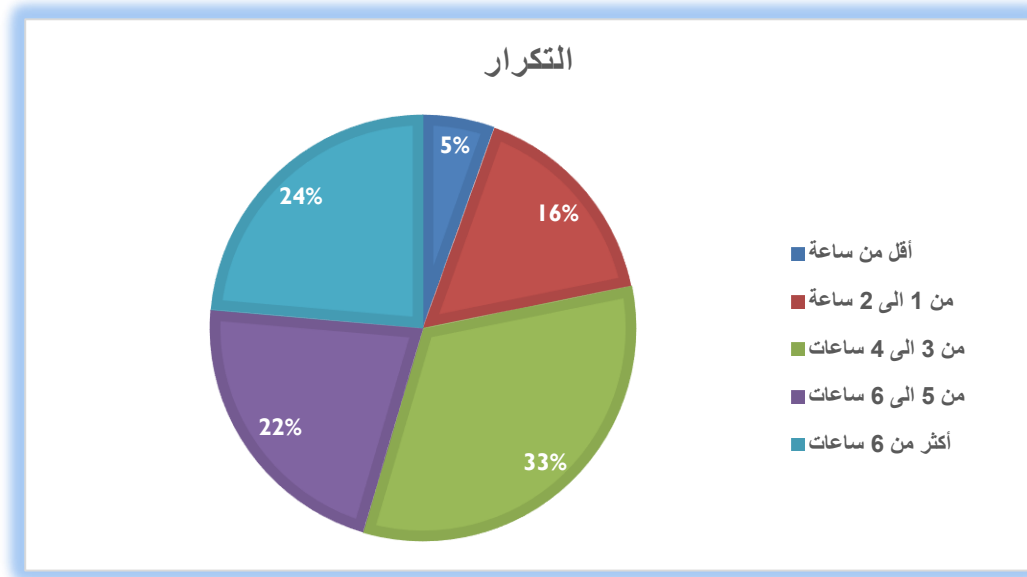
السؤال رقم 09: الوقت الذي يقضيه في استخدام وسائل يومياً.

• التحليل الكمي

جدول 10 : الوقت الذي يقضيه الصحفي في مواقع التواصل

النسبة %	التكرار	المدة
5.5%	3	أقل من ساعة
16.4%	9	من 1 الى 2 ساعة
32.7%	18	من 3 الى 4 ساعات
21.8%	12	من 5 الى 6 ساعات
23.6%	13	أكثر من 6 ساعات
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 11: الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل يوميا.

• التحليل الكيفي:

الجدول رقم (10) يوضح الحجم الساعي للساعات التي يستغرقها العاملون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يقضي المبحوث أكثر (من 3 إلى 4 ساعات) يوميا في المواقع التواصلية بشتى أنواعها وباختلاف التطبيقات المرغوبة والمرجوة للمتابعة والاهتمام، وذلك بنسبة 32.7%، وهي نسبة معتبرة مقارنة بالنسب الأخرى وكذا بالعدد المستخدم للمبحوثين للدراسة، يأتي في المرتبة الثانية المستخدمين الذين يعتمدون على الوسائل التواصلية الحديثة (أكثر من 6 ساعات) بنسبة 23.6%، وهي كذلك نسبة معتبرة بمقدار 13 مبحوث للعينة المعنية، ليتمركز في المرتبة الثالثة المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بحجم مقداره (من 5 إلى 6 ساعات) بنسبة 21.8%، ليأتي في المرتبة الرابعة الذين هم بين الساعة الواحدة و الساعتين بنسبة 16.4%، ويأتي في الأخير الأقل من ساعة بنسبة 5.5%.

يظهر من خلال الجدول السالف الذكر أم الغالبية لدى المبحوثين يستخدمون ويعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي بكل الأنواع المذكورة في الاستمارة من الفيس بوك والتوتر والسنا بشات و

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

الواتس أب وهي كلها تطبيقات يعتمد عليها الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية ، من أجل الإطلاع والحصول على المعلومات بشتى أنواعها خاصة مع الأهمية المرجوة من هكذا تطبيقات والمعلومات الحصرية والآنية التي تقدمها في الوقت والحين ، وهو ما أدى بالصحفيين إلى التركيز على كل المصادر التي تقوم بالنشر في المواقع التواصلية لتحري الصدق والمصداقية وكذا لعدم تبنيه الصحفي أشياء مخالفة للمبدأ المهني والأخلاقي له وللمصادر المتاحة له في هاته الأخيرة .

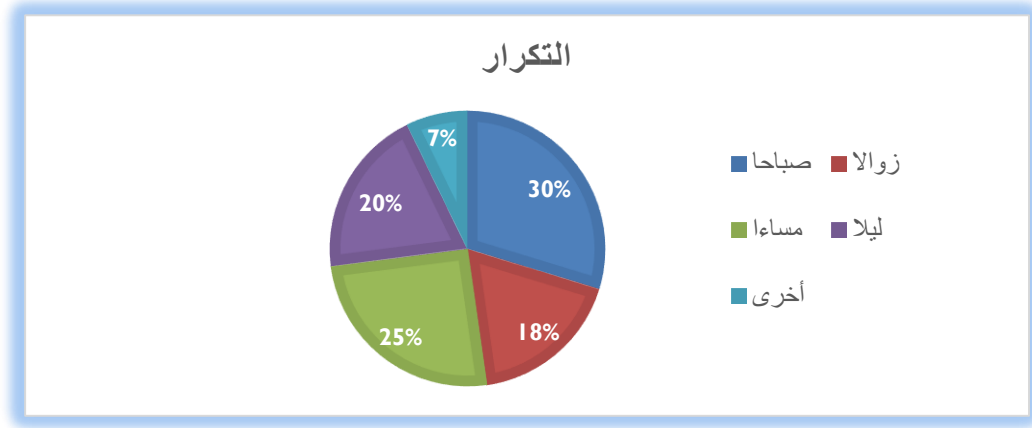
السؤال رقم 10: الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل يوميا.

• التحليل الكمي

جدول 11 الوقت الذي يتحصل الصحفي على الأخبار

الاختيارات	التكرار	النسبة %
صباحا	33	29.7%
زوالا	20	18%
مساء	28	25.2%
ليلا	22	19.8%
أخرى	8	7.2%
المجموع	111	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 12 الوقت الذي يتحصل الصحفي على الأخبار.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 11 الوقت الذي يتحصل فيه الصحفي على الأخبار حيث اختار أغلب الصحفيين بقناة الشروق الفترة الصباحية كتوقيت مفضل ومناسب في معرفة الأخبار والمستجدات بنسبة بلغت 29.7%، في هاته المواقع التواصلية لمعرفة حقيقتها ومصدرها ومدى الثقة المرجوة لهذا المصدر، وبعدا التطرق إلى التكيف مع الخبر لإعادة هيكلته وتنشره في مواقع أخرى ، ليأتي في المرتبة الثانية الفترة المسائية في اليوم بنسبة قدرت ب 25.2%، باعتبارها الفترة المسائية ووقت مهم لتجديد الأخبار ولإبداءها، وكأقل نسبة وقت الزوال والليل بنسب قريبة جدا من بعض بين 18%، ووقت الليل بنسبة 19.8% وهي أوقات لها أيضا دورها في التركيز عليها من طرف الصحفيين لوجودهم في بيوتهم أو مع الأصدقاء ، فتجد الصحفي يتقصى ويستطلع الخبر ، لمعاودته ونشره ، باعتباره وقت الركود والسكون.

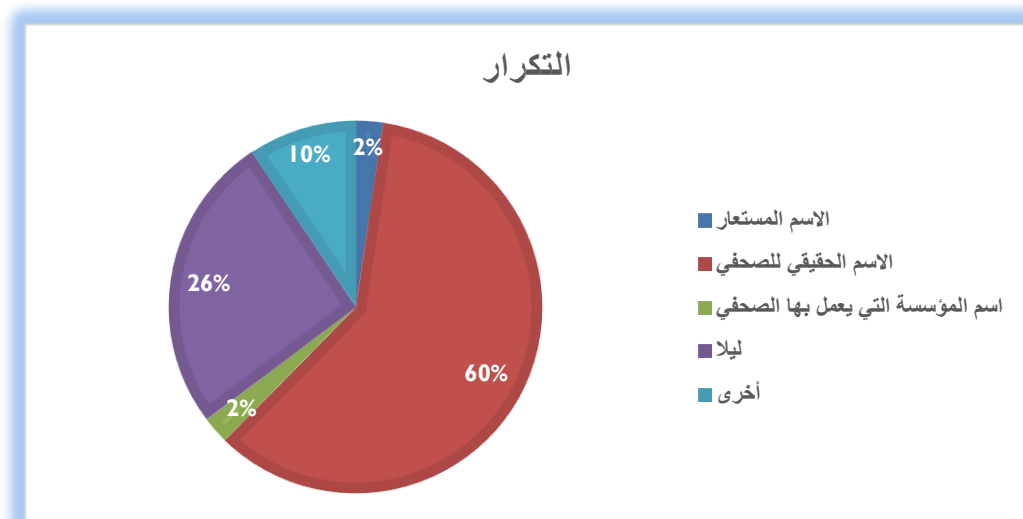
السؤال رقم 11 : الاسم الذي يستخدمه الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي

- التحليل الكمي: سؤال خاص بالمبحوثين لمعرفة الاسم المستخدم الذي يستخدمه صحفي الشروق في المواقع التواصلية بتوظيفه لاسمه الخاص أو أسما آخر مستعار.

الاختيارات	التكرار	النسبة %
الاسم المستعار	2	3.6%
الاسم الحقيقي للصحفي	51	92.7%
اسم المؤسسة التي يعمل بها الصحفي	2	3.6%
المجموع	55	100%

جدول 12 الاسم الذي يستخدمه الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 13 الاسم الذي يستخدمه الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 12 الاسم الذي يعتمد الصحفي في حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يظهر غالبية الصحفيين يقومون بتوظيف الاسم الحقيقي في المواقع التواصلية بنسبة بلغت إلى أكثر المبحوثين في العينة بنسبة قدرت بـ 92.7%، وبمجموع تكرارات وصل إلى 51 مبحوث من العينة المتكونة من 55 صحفي، وهذا دليل على أن الصحفيين بقناة الشروق الجزائرية يعتمدون على أسمائهم الحقيقية في الاستخدام لهذه التطبيقات الحديثة في حصولهم على الأخبار أو نشره للمحتويات فيها وبواسطتها، ويأتي في المرتبة الثانية بنسبة قليلة جدا الصحفيين الذي يستخدمون الأسماء المستعارة بنسبة 3.6%، وكذا بنفس النسبة تقريبا مع الذين يوظفون أسم المؤسسة التي يشتغلون بها .

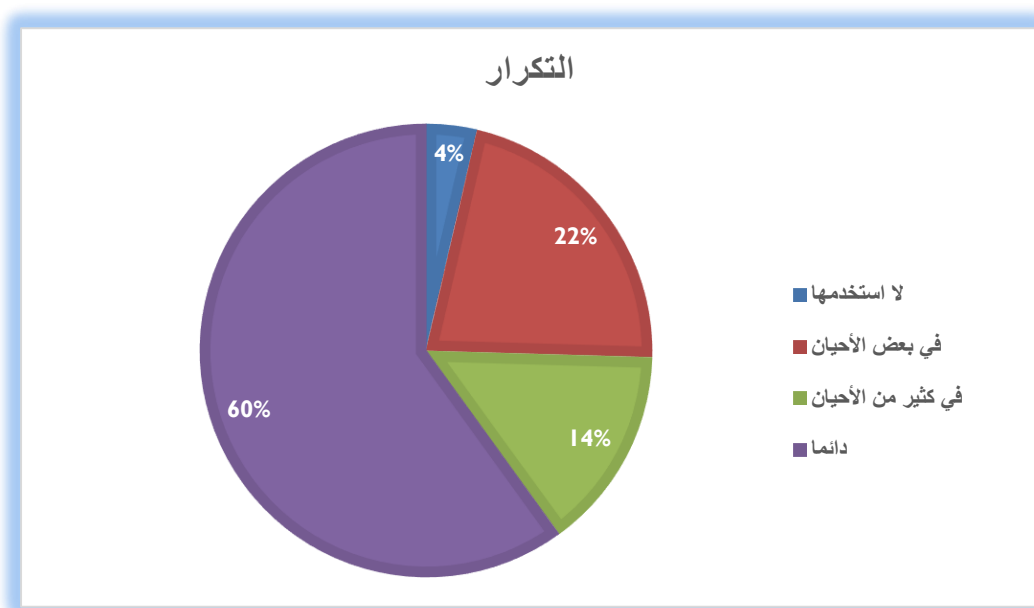
سؤال رقم 12: استخدام الفيس بوك (Facebook)

• التحليل الكمي

جدول 13 استخدام الفيس بوك من قبل الصحفيين

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	2	3.6%
في بعض الأحيان	12	21.8%
في كثير من الأحيان	8	14.5%
دائماً	33	60%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 14 استخدام صحفيي الشروق للفيس بوك.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 13 مدى استخدام "الفيس بوك" من طرف الصحفيين العاملين بقناة الشروق، أجاب أغلبهم بـ "دائماً" وبلغت نسبة هذا الاستخدام 60% ونفسر هذا الارتفاع في استخدام منصة فيس بوك مدى اهتمام الصحفيين بهذه المنصة ومدى انتشارها لدى جميع شرائح المجتمع، ويليهِ " في بعض الأحيان بنسبة 21.8%، ثم يليه " في كثير من الأحيان" بنسبة 14.5%، وأخيراً " لا أستخدمها" بنسبة ضئيلة قدرت بـ 3.6%.

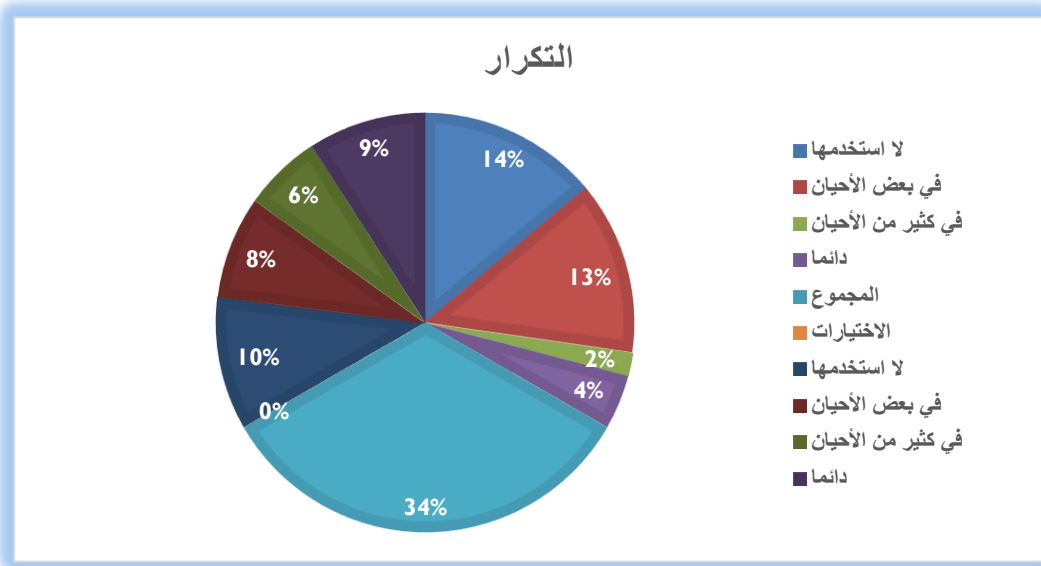
السؤال رقم 13: استخدام منصة تويتر (Twiter)

• التحليل الكمي

جدول 14 استخدام الصحفيين لمنصة تويتر

الاختيارات	التكرار	النسبة%
لاأستخدمها	23	41.8%
في بعض الأحيان	22	22%
في كثير من الأحيان	3	5.5%
دائماً	7	12.7%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 15 استخدام الصحفيين لمنصة التويتر

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 14 مدى استخدام العاملين بقناة الشروق TV لمنصة تويتر، نلاحظ نسبة 41.8% لا يستخدمونها وهذا يعود إلى عدم اهتمامهم بها ، وأجاب بنسبة 22% أنهم يستخدمونها في بعض الأحيان، ويليها نسبة 12.7% بدائما ما يستخدمونها وقد أجابوا على حد قولهم أنها ذات مصداقية في نشر المعلومات ويعدونها كمرجع للأخبار، وأخيرا من أجابوا في كثير من الأحيان بنسبة قليلة بلغت 5.5%.

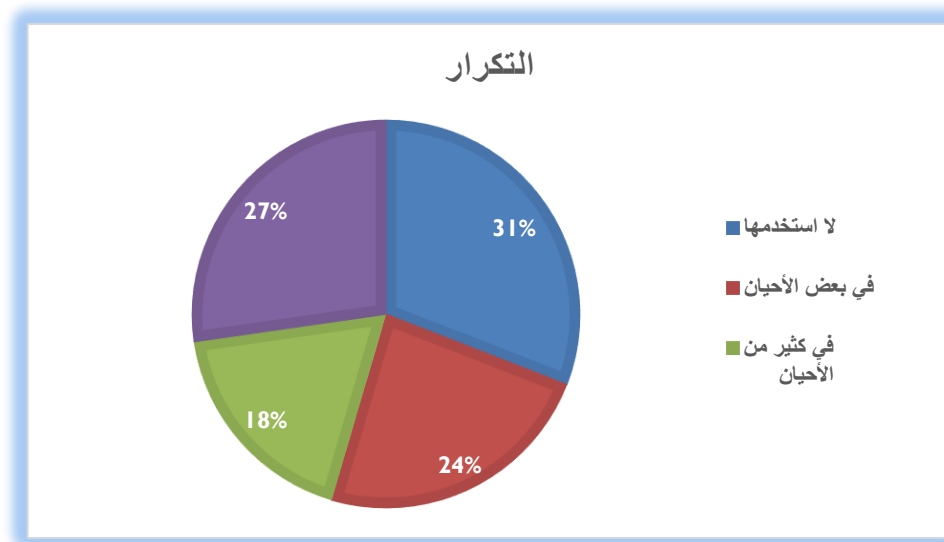
السؤال رقم 14: استخدام الأنستغرام (Instagram)

• التحليل الكمي:

جدول 15 استخدام الصحفيين الأنستغرام

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	17	30.9%
في بعض الأحيان	13	23.6%
في كثير من الأحيان	10	18.2%
دائماً	15	27.3%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 16 استخدام الصحفيين للأنستغرام.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام الصحفيين لمنصة انستغرام باعتبارها واسعة الانتشار بين الشباب والمراهقين، وقد أجاب أغلبهم بأنهم لا يستخدمونها بنسبة بلغت 30.9%، يليه من يستخدمونها "دائماً" بنسبة 27.3% وهذا يعود إلى أن نسبة 3/1 يستخدمونها بشكل مستمر في نشر المعلومات وتتبعها، ويليه من أجابوا "في بعض الأحيان بنسبة 23.6%"، وأجاب "في كثير من الأحيان" بنسبة 18.2%.

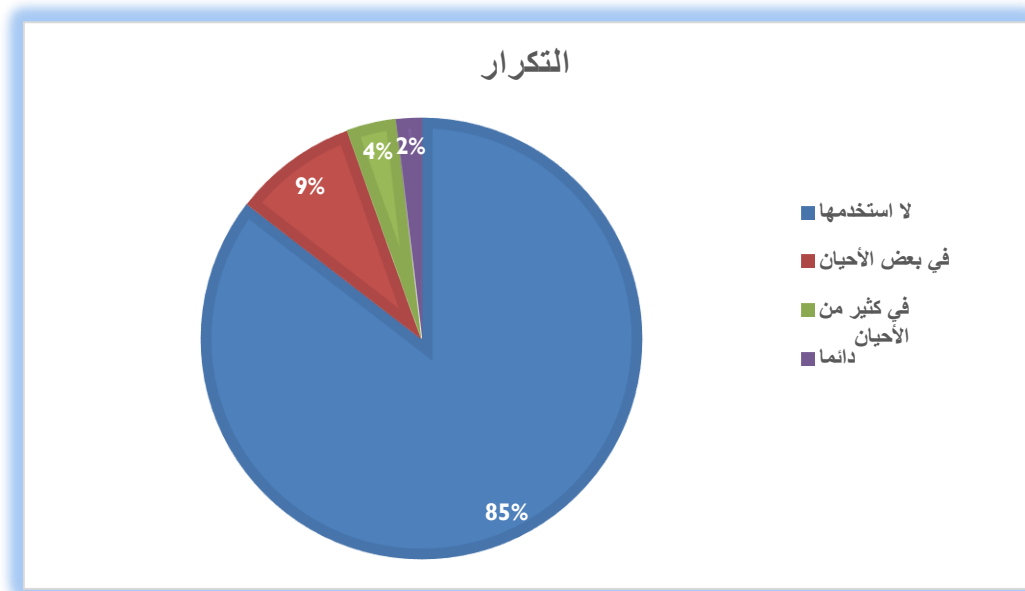
السؤال رقم 15: استخدام السناب شات (Snapchat)

• التحليل الكمي

جدول 16 استخدام الصحفيين السناب شات

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	47	85.5%
في بعض الأحيان	5	9.1%
في كثير من الأحيان	2	3.6%
دائماً	1	1.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 17 استخدام الصحفيين للسنايب شات.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام السنايب شات بين أوساط العاملين بقناة الشروق أجاب أغلبهم بأنهم "لا يستخدمونها" حيث بلغت نسبتهم إلى 85%، ويعود هذا إلى عدة عوامل بأنه موقع غير معروف كما أنه لا يستخدم من طرف جميع شرائح المجتمع، كما يعتبرونه أنه موقع لالتقاط الصور فقط والترفيه أثناء التصوير بأشكال مضحكة ومسلية ، ولا يعتبر موقع لأخذ الأخبار أو نشرها.

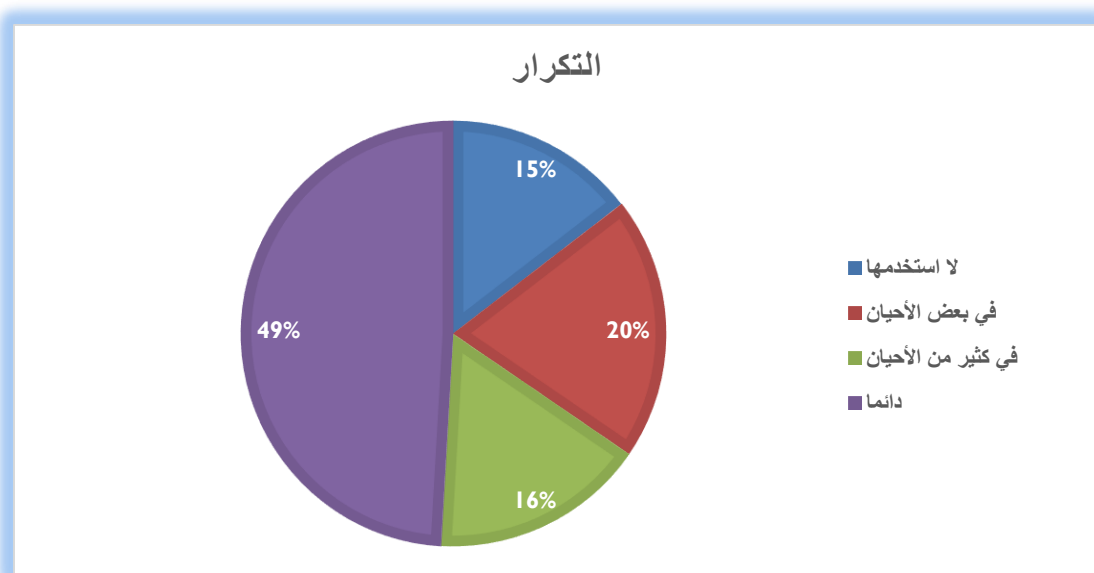
السؤال رقم 15: استخدام الواتس اب (WhatsApp)

• التحليل الكمي

جدول 17 استخدام الواتساب

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	8	14.5%
في بعض الأحيان	11	20%
في كثير من الأحيان	9	16.4%
دائماً	27	49.1%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 18 استخدام الواتس اب

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام العاملين بقناة الشروق لموقع "أوتساب"، أجاب معظم المبحوثين بـ

دائماً " ما يستخدمون موقع واتساب خاصة في مجال عملهم إذ يعد وسيلة تواصل هامة خاصة عند إعداد

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

البرامج والتواصل مع الضيوف سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه لذلك بلغت نسبته 49.1%، يليه " في بعض الأحيان بنسبة 20%، وكأقل نسبة هناك من لا يستخدمه بنسبة 14.5%.

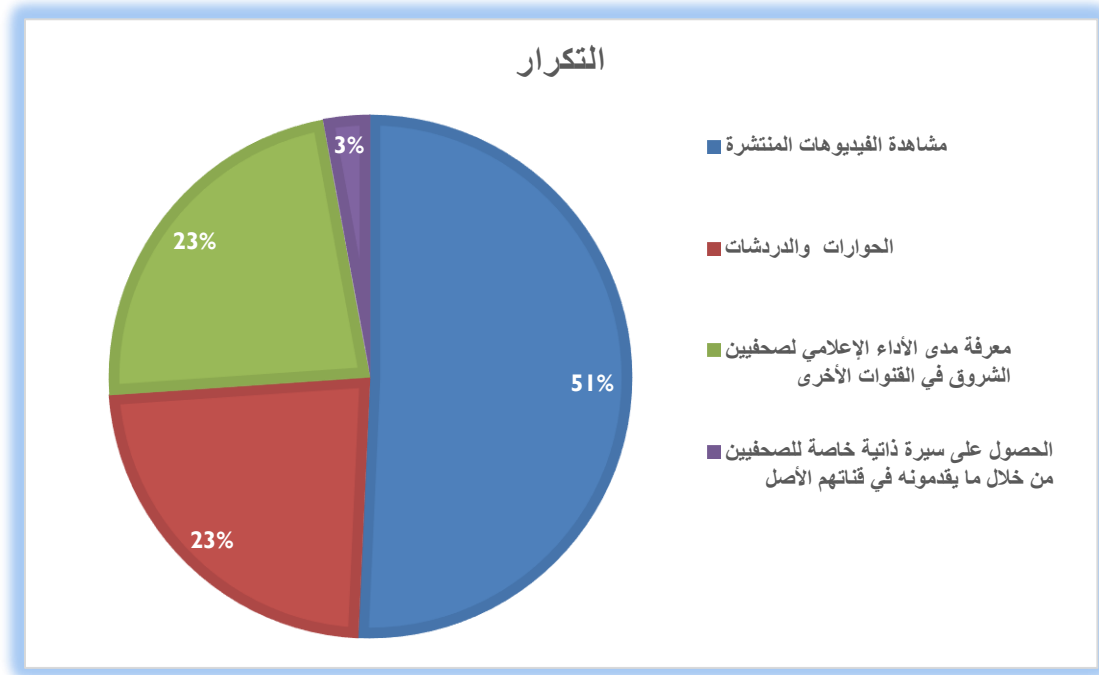
السؤال رقم 17: الدوافع الحقيقية لصحفيي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكمي

جدول 18 الدوافع الحقيقية لصحفيي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الدوافع
31.8%	35	مشاهدة الفيديوهات المنتشرة
14.5%	16	الحوارات والدرشات
14.5%	16	معرفة مدى الأداء الإعلامي لصحفيي الشروق في القنوات الأخرى
7%	2	الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين من خلال ما يقدمونه في قناتهم الأصل
100%	69	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 19 الدوافع الحقيقية لصحفيي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 18 يوضح الدوافع الحقيقية التي تدفع صحفيي قناة الشروق لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب معظمهم بأنها مشاهدة الأخبار والفيديوهات المنتشرة إذ بلغت نسبتهم 31.8%، يليها إقامة الحوارات والدرشات ومعرفة الأداء للزملاء بالقنوات الأخرى بنسبة 14.5%، وأخيرا الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين بنسبة قليلة جدا، قدرت بـ 7%.

المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

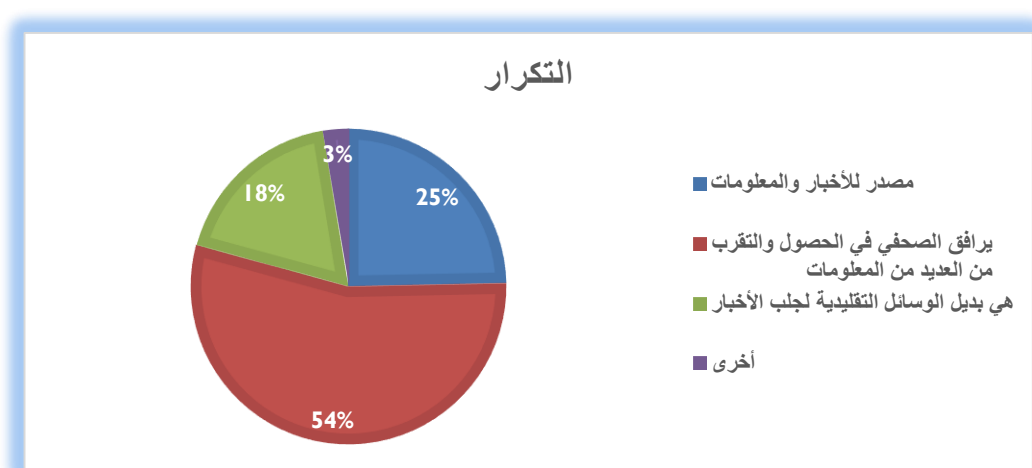
السؤال رقم 18: رأي صحفيي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكمي

جدول 19 رأي صحفيي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
مصدر للأخبار والمعلومات	19	24.7%
يرافق الصحفي في الحصول والتقرب من العديد من المعلومات	42	54.5%
هي بديل الوسائل التقليدية لجلب الأخبار	14	18.2%
أخرى	02	2.6%
المجموع	77	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 20 رأي صحفيي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكيفي

يوضح الجدول رقم 19 رأي صحفيي قناة الشروق TV في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختيارات المتاحة، حيث أجاب الأغلبية وبنسبة قدرت بـ 54.5% على أنها ترافق الصحفي وتدعمه للتقرب للعديد من المعلومات وهو ما يظهر من خلال الانسجام الحقيقي بين المستخدمين (الصحفيين) وعدد الساعات التي يقضونها في متابعة كل المستجدات التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك ، وتوتر والانسغرام ، تليها على أنها مصدرا للمعلومات والأخبار بنسبة 24% من خلال اعتبار هذه المواقع جزءا لا يتجزأ من المواقع البحثية كغوجل وغيره من البيانات الضخمة ، حيث يقوم فيسبوك بشراء الفيديوهات وتحويلها وضغطها بمحتوى يتناسب والمستخدم وعرضها بأساليب جد متطورة ، وهو ما يوحي بوجود اعتماد كبير وواضح للتكنولوجيا والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي بكل أشكالها، إذ يعتمدون عليها كمرجع لمنحهم المعلومات والأخبار، وجاءت في المرتبة الثالثة باعتبارها بديل للوسائل التقليدية لجلب الأخبار بنسبة 18.2% وهو واضح من خلال العزوف الكلي للصحفيين في مشاهدة الأخبار والمعلومات من الإذاعات وكذا التلفزيون وغيره من الوسائل التقليدية ، فهاته الأخيرة كانت تعاني من الندرة وقلة السرعة في إيجاد المعلومة ونشرها عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تضمن وصول المعلومات ونشرها بأقل تكلفة وفي وقت قياسي يفي بغرض الصحفي و احتياجاته.

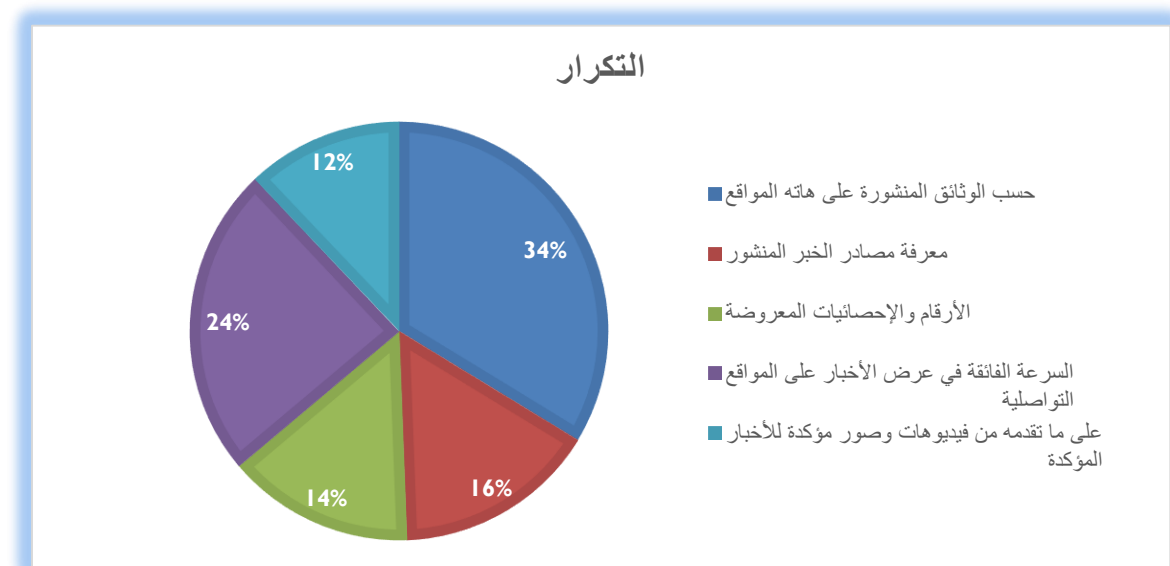
السؤال رقم 19: المؤشرات والمعايير المنتهجة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكمي:

جدول 20 المؤشرات والمعايير المنتهجة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
حسب الوثائق المنشورة على هاته المواقع	28	33.7%
معرفة مصادر الخبر المنشور	13	15.7%
الأرقام والإحصائيات المعروضة	12	14.5%
السرعة الفائقة في عرض الأخبار على المواقع التواصلية	20	24.1%
على ما تقدمه من فيديوهات وصور مؤكدة للأخبار المؤكدة	10	12%
المجموع	83	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 21 المؤشرات والمعايير المنتهجة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي.

• التحليل الكيفي:

يبين الجدول رقم 20 المؤشرات والمضامين التي تمنح الأولوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تدفع الصحفيين لمتابعتها، حيث اختار معظم المبحوثين أنهم يتابعونها " على حسب ما تقدمه من مضمون " بنسبة تصل إلى 33.7% وبالتالي الأهمية القصوى لهاته الأخيرة يكون له ذوقه بهدف وجود قيمة في الخبر أيا كان نوعه سياسيا ، اجتماعيا ثقافيا وذلك بالاعتماد على الكيفية التي تمت بها معالجة هذا الموضوع أو الخبر ومن ناحية أي زاوية معالجة تم الاستناد لها ومن هنا يكون على المشاهد أو الصحفي مجبور بمشاهدة ذلك المحتوى أو تلكم الخبر المعروض على مواقع التواصل الاجتماعي، تليه ثانيا " السرعة الفائقة في عرض الأخبار " بنسبة 24.1%، وهذا ما تؤكد معظم الدراسات المتعلقة بهاته المواضيع الخاصة بدرجات المشاهدة الى غير ذلك ، فكل التقارير تقول بوجود سرعة جد متطورة في كفيات العرض وكذا نوعية الموسيقى والمؤثرات الصوتية المستخدمة للزيادة في فاعلية وأهمية المحتويات المعروضة على المنصات الاجتماعية وما يبدية الصحفي المشاهد لها من أراء بعد الاستخدام والاعتماد عليها بواسطة نقلها وإعادة صباغتها ونشرها وتوزيعها بالطريقة التي يختارها هذا الصحفي يأتي في المرتبة الثالثة تكرار درجة " معرفة مصادر الخبر المنشور " بنسبة 15.7% وهذا ما يدفع الصحفي إلى البحث والتحري عن الأخبار ومعالجتها قبل نشرها للتأكد من مصدرها ودرجة ثقة ومصادقية هذا الناشر ، رابعا تكرار تتبع الإحصائيات والأرقام بنسبة 14.5% حيث يعتبر الصحفي هاته الإحصائيات كدليل قاطع على أهمية المادة المنشورة ودرجة مصداقيتها العالية للتعامل معها في نشرها والتعقيب عليها بعد المشاهدة والتدقيق ، وأخيرا تكرار ما تقدمه من صور وفيديوهات مباشرة ومؤكدة بنسبة 12% وهي فعلا أداة مهمة جدا في التحكم في الشخص المشاهد لهذا المحتوى صحفيا كان أما شخص آخر له علاقة بالمادة المعروضة ، فهاته الفيديوهات أصبحت تشكل ما نسبته 80% من متطلبات المشاهد على هاته المواقع التواصلية.

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

السؤال رقم 20: المعايير الاساسية التي على أساسها يحترم الصحفيين في قناة الشروق للأخبار

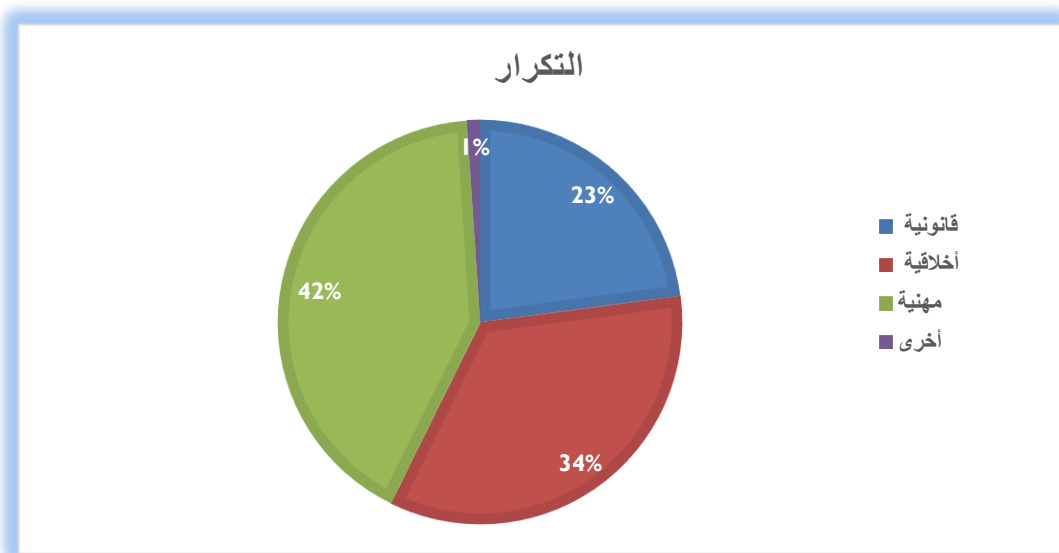
عبر مواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكمي:

جدول 21 المعايير التي على أساسها يحترم الصحفيين للأخبار عبر المواقع

الاختيارات	التكرار	النسبة
قانونية	22	22.9%
أخلاقية	33	34.4%
مهنية	40	41.7%
أخرى	1	1.0%
المجموع	96	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 22 المعايير التي على أساسها يحترم الصحفيين للأخبار عبر المواقع.

• التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 21 المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم الصحفيين بقناة الشروق الأخبار والمحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يراعي الصحفيين للضوابط المهنية 41.7% وهو ما يؤكد درجة الاحترافية في التعاطي مع المحتوى المعروض في المواقع التواصلية السالفة بإعتبار أن الضوابط المهنية هي الأساس في اختيار موضوع معين أو محتوى على آخر فالذي يتصرف في موضوع معروض في موقع فيسبوك مثلا ، لا يمكن إعادة نشره هكذا بدون الإشارة إلى الحرية التي يقوم بها هذا الصحفي بالتصرف في ذلك المحتوى بواسطة وضع إشارات ودلالات توحى بوجود تصرف في ذلك المحتوى ليبقى الناشر الأول فقط مسؤولية ما ينتج عن ذلك المحتوى إيجابيا كان أم سلبيا وهي تصرفات عادة ما يستخدمها الصحفيين أو الذين لديهم شغف في عرض المحتوى في احترامهم للضوابط المهنية التي تسيير مهنتهم بشكل يليق والعمل الإعلامي والصحفي المطلوب، لتأتي في المرتبة الثانية المعايير والضوابط الأخلاقية بنسبة 34.4% ، بنسبة غير بعيدة عن المتغير الأول وهو أيضا يؤكد بوجود لباقة كبيرة وسلوك راقى لدى بعض الصحفيين في التعامل مع المحتوى المعروض في المواقع التواصلية بالاعتماد على كامل الحرية المتاحة للتعامل والتصرف في بعض المحتويات لكن طبعا الأخذ بعين الاعتبار الوعي لدى المشاهدين في احترام المقدسات وكذا الاعتراف المنتهج في تلك المناطق ، تليها في مرتبة الثالثة والأخيرة تكرار الضوابط والمعايير القانونية بنسبة 22.9% وهي دلالة على عدم التركيز على القواعد والقوانين المنظمة للمحتويات ودرجات التصرف في فيها بنشرها بالشكل الذي يليق بالمشاهد والمتتبع لتلك الشأن المعروض باحترام رأيه وكذا ديانتته ومقدساته إلى غير ذلك من المواضيع التي عرضت على مواقع التواصل الاجتماعي وكان لها الأثر البالغ في التعاطي معها بوجود انتهاك صريح وواضح للمقدسات والأديان كما هو الشأن وجريدة "شارلي إيبدو" في الدنمارك ، وتصريحات الرئيس الفرنسي في حرية الكلام على المقدسات ، فنقول حسب النتائج المعروضة لعينة الدراسة وهم صحفيي

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

قناة الشروق نهم يركزون تركيز كبير جدا على الضوابط المهنية وكذا الأخلاقية في التعاطي مع المحتويات المعروضة وكذا للمواضيع التي ستنتشر وتوزع، وهو ما يوضح أيضا تمسكهم بالمعايير المتعلقة بالمهنية المطلوبة.

السؤال رقم 21: الحرية المتاحة في مواقع التواصل وعلاقتها بمبدأ المسؤولية المهنية والأخلاقية للصحفي

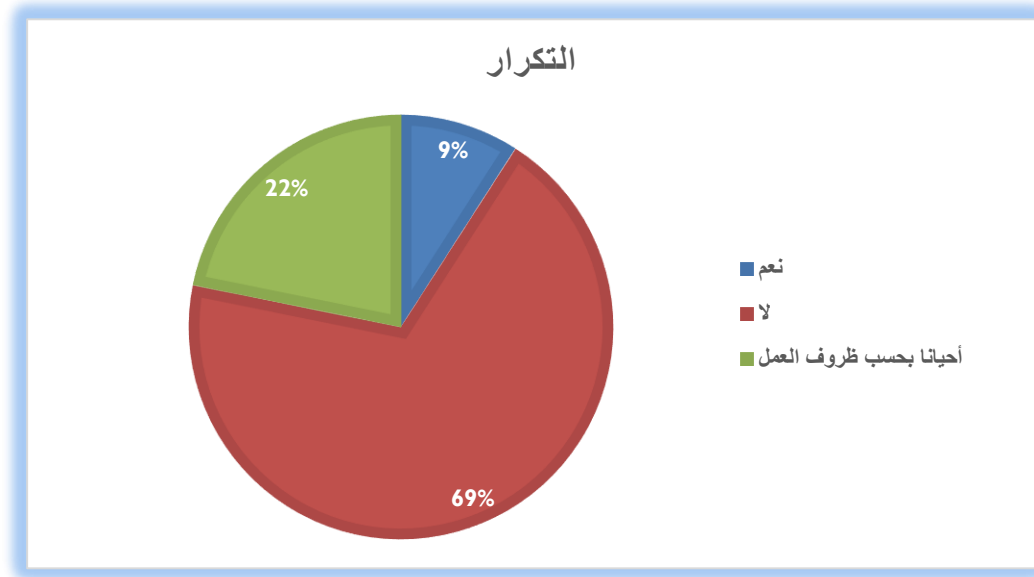
الشروق

- **التحليل الكمي:** الغرض من هذا السؤال هو إظهار مدى اعتماد الصحفيين في التركيز على المبادئ المهنية والأخلاقية في الاستخدام المباشر لهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهل هناك تأثير لهذه المواقع أم لا.

جدول 22: الحرية المتاحة في مواقع التواصل وعلاقتها بمبدأ المسؤولية المهنية والأخلاقية للصحفي الشروق

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	5	9.1%
لا	38	69.1%
أحيانا بحسب ظروف العمل	12	21.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 23 الحرية المتاحة في مواقع التواصل وعلاقتها بمبدأ المسؤولية المهنية والأخلاقية

■ التحليل الكيفي:

الجدول رقم 22 يوضح أن المبحوثين (الصحفيين) في قناة الشروق يلتزمون بالضوابط المهنية والأخلاقية بنسبة 69.1%، وهو ما يؤكد ما عرض في الدول السالف (جدول 20) وهي نسبة كبيرة مقارنة بالمتغيرات الأخرى وهي أيضا دلالة واضحة أن أفراد العينة المدروسة مهتمون كثيرا لمسألة المهنية التي عبرنا عنها سابقا وهو مؤكد أن الصحفيين بالقناة فعلا يتحلون بروح المسؤولية المهنية والأخلاقية في تعاملهم مع الأخبار والمحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي في "الفيس بوك" أو "التويتر" أو تطبيقات أخرى، في المرتبة الثانية بنسبة 21.8%، يتخلى الصحفيون للضوابط والمعايير بحسب ظروف العمل، وهي نسبة معتبرة ففي بعض الأحيان يقوم الصحفي بالكذب أو التستر عن موضوع ما بقصد التركيز على موضوع أهم يستدعي ذلك ومن هنا فإنه قد أخلى بمبدأ المسؤولية المهنية الصحفية له في عمله وقس على ذلك في العديد من المواقف التي يوضع فيها الصحفي المحرر أو المحقق للوصول إلى نتيجة مرجوة، ويأتي في الأخير من قد يتخلى عن مسؤوليته المهنية والأخلاقية في عمله بنسبة 9.1%، وهذا يعود إلى ضمير الصحفي ومدى احترامه وتقديره للضوابط القانونية

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

والمهنية وفق ما تمليه عليه سياسة القناة التي ينتمي إليها ، ووفق حالته الذي هو فيها وخصوصية المكان والموضوع المراد التطرق له ، فكل المستخدمين حتى وإن لم يكونوا صحفيين نجد لديهم بعض الخصوصيات في التعامل مع المحتويات المعروضة في مواقع التواصل الاجتماعية بمشاهدة ذلك والتعامل معها بنوع من الحساسية لكونه الوحيد الذي يرى ذلك المحتوى المعروض، أو المختار من طرفه حسب رغباته وميولاته في إرضائها ولشباعها من محتويات يراها مفضلة .

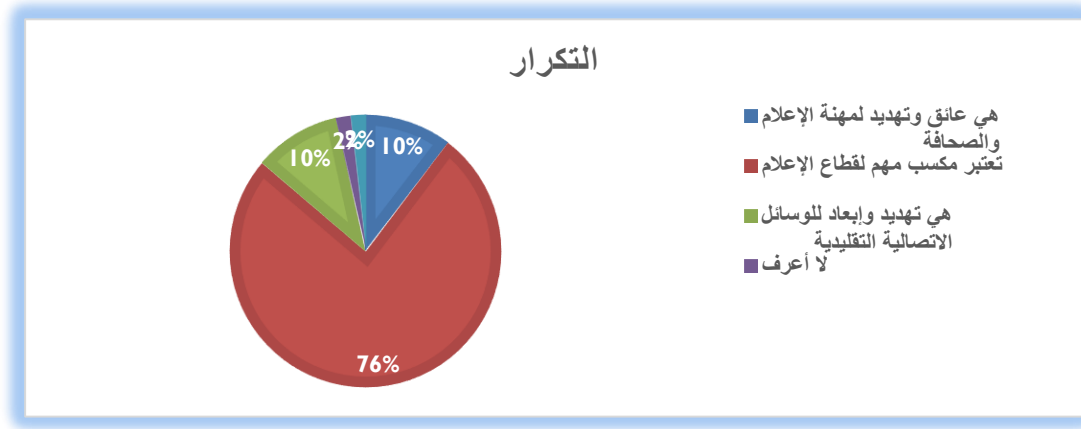
السؤال رقم 22: رؤية الصحفيين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكمي :

■ جدول 23 يوضح رؤية الصحفيين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة%
هي عائق وتهديد لمهنة الإعلام والصحافة	06	10.3%
تعتبر مكسب مهم لقطاع الإعلام	44	75.5%
هي تهديد ولبعد للوسائل الاتصالية التقليدية	06	10.3%
لا أعرف	1	1.7%
أخرى	1	1.7%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 24 رؤية الصحفيين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه نظرة الصحفي بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ يعتبرونها في نظرهم أنها مكسب مهم لقطاع الإعلام بنسبة تصل إلى 75.5%، وهذا مقارنة بالعدد اللا منتهى للمحتوى، وهذا المكسب طبعا يجب أن يعرف مستخدموه طرقه وكيفيات التعامل معه، مقارنة بالتكنولوجيات المستعملة خلال عمليات الاستعمال والاستخدام، لأنه قد يتغير هذا المكسب في أي لحظة إذا استعمل بطرق غير أخلاقية ومهنية، تتيح للمستخدم الفرصة للإطلاع على العالم الآخر من خلال هذه التكنولوجيات التواصلية الحديثة، في الاتجاه الآخر لهؤلاء المبحوثين حيث يعتبرون أن هذه المواقع التواصلية، قضت على الجوانب التقليدية لمهنة الصحافة، فذلك طبعا مؤكد جدا لأنه ومن خلال الاستخدامات المتتالية للمواقع أصبح غالب الصحفيين يودون استعمال الطرق البحثية في الاتصال بالعالم الآخر في التواصل المرئي والمكتوب الى غير ذلك، لما يتيح أيضا من سرعة في التعامل والاتصال، وكذا الفاعلية والاستجابة عنده في مدى الرضا الحاصل عند الصحفي الملم بالمهنة وحيثياتها قبل المواطن العادي الذي طبعا تجده يستعمل المواقع للإرضاء نفسه وتعمير وقته بها لمجانيتها وكذا سهولتها في الاستعمال والاستخدام. وهي نسب جد ضئيلة مقارنة بمتغير الرضا لذي

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

تقدمه هذه الوسائل التواصلية ، حيث بلغ نسبة 10.3% باعتباره تهديدا واضحا وصريح للوسائل الاتصالية التقليدية .

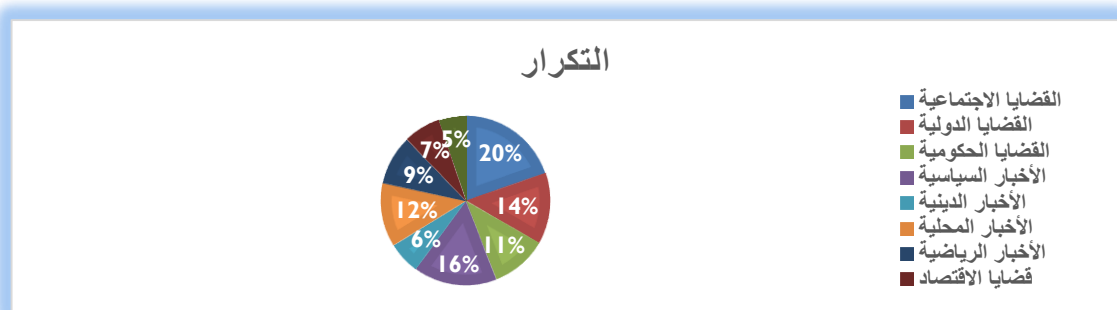
السؤال رقم 23 : المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكمي:

■ جدول 24 المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة
القضايا الاجتماعية	42	19.7%
القضايا الدولية	29	13.6%
القضايا الحكومية	23	10.8%
الأخبار السياسية	34	16%
الأخبار الدينية	13	6.1%
الأخبار المحلية	26	12.2%
الأخبار الرياضية	20	9.4%
قضايا الاقتصاد	15	7%
أخبار الموضة	11	5.2%
المجموع	213	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 25 المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه نوع ونسبة المواضيع التي يشاركها صحفيي قناة الشروق بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أجاب نسبة 19.7% من المبحوثين بمشاركتهم وإطلاعهم على القضايا التي تهتم بالأن الاجتماعي، وهي دلالة على الاهتمام المتواصل للصحفيين بالقضايا الاجتماعية التي تهتم المواطنين بالدرجة الأولى ، فتجد الصحفيين في القنوات وكذا هؤلاء المتخصصين في الشأن الاجتماعي يولون كل الأهمية للحوادث الاجتماعية داخل المجتمع، وهو ما يؤكد أيضا وجود صحفيين متخصصين فعلا في هذا المجال ، ونعطي على سبيل المثال ظواهر الحرقة لدى الشباب و ركوب قوارب الموت للانتقال بها للضفة الأخرى ، فكانت **الصحفية سميرة موقاي** أحد الصحفيات التي شاركن بعضا من الشباب في خوض هاته التجربة بكل تفاصيلها بالصوت والصورة ، ومن هنا نجد أن جل الصحفيين في جميع القنوات الخاصة الجزائرية الان ، أصبحوا يهتمون بالشأن الاجتماعي للزيادة في نسب المشاهدة ، تليها الأخبار السياسية بنسبة 16%، هاته الأخيرة هي الأخرى لديها جمهورها الخاص بها من فئة الشباب وكذا الكهول في التطرق للقضايا السياسية الساخنة ، خاصة تلك المتعلقة بالأحزاب وظهور البعض منها على حساب أحزاب أخرى ، وهو ما نراه فعلا في المواقع التواصلية **"كالفيس بوك"** و**"تويتر"** ومثال ذلك سلسلة اللقاءات التي جرت في الآونة الأخيرة بين الرئيس عبد المجيد تبون وقادة الأحزاب وكيف تداولها رواد مواقع التواصل الاجتماعي وكيف كانت قراءات بعض الأصدقاء في المواقع أثناء نشر صحفي من الصحفيين في القنوات الإخبارية لذلك ، فهذا التداول والنشر لهذا الشأن السياسي لديه دوره البالغ في درجات الاهتمام لدى البعض من لهم هواية وحب الاطلاع على القضايا السياسية الراهنة في البلاد ، ثم تليها القضايا الدولية بنسبة 13%، وهنا يفتح قوس كبير في هذا الشأن حيث أصبح الكثير من المتابعين للشأن الدولي يعتمدون على المواقع والمنصات الاجتماعية للتعرف على المستجدات الدولية خاصة ما تعلق في الآونة الأخيرة بالحرب الروسية الأوكرانية ، فهناك من الصحفيين الاستقصائيين الذي تابعوا هذا

الشأن عن قرب بواسطة هواتفهم الشخصية في تصويرهم لأهم المستجدات الحاصلة وبذلك يصبح هؤلاء الصحفيين بعملهم ذلك أحسن من تتبعه في القنوات بعد التقطيع والتركيب الى غير ذلك ، يأتي في المترتبة المالية القضايا المحلية بنسبة 12.2%، وهي نفسها من القضايا التي تهتم بالشأن المحلي للولايات والقرى الى غير ذلك ، من بعض الأمور التي تهتم بعض المواطنين من حفلات أو أحداث محلية متعلقة بالجمهور والمتتبع المحلي في تلكم البلاد . الشأن الرياضي كذلك جاء بنسبة 9.4%، له هو الآخر دوره خاصة والاحداث المتتابة للرياضة الجزائرية القارية والدولية، وخاصة أيضا ما تعلق بأخبار المنتخب الوطني بتتويجه من عدمه للمونديال، وكان لهذا الشأن دور بالغ الأهمية لدى الصحفيين المهتمين بذلك، ثم تليها الاقتصادية، والموضة بنسب ضعيفة، ويعود هذا التباين على حسب اهتمامات الجمهور واهتمام الصحفي في المجال الذي يعمل به في القناة.

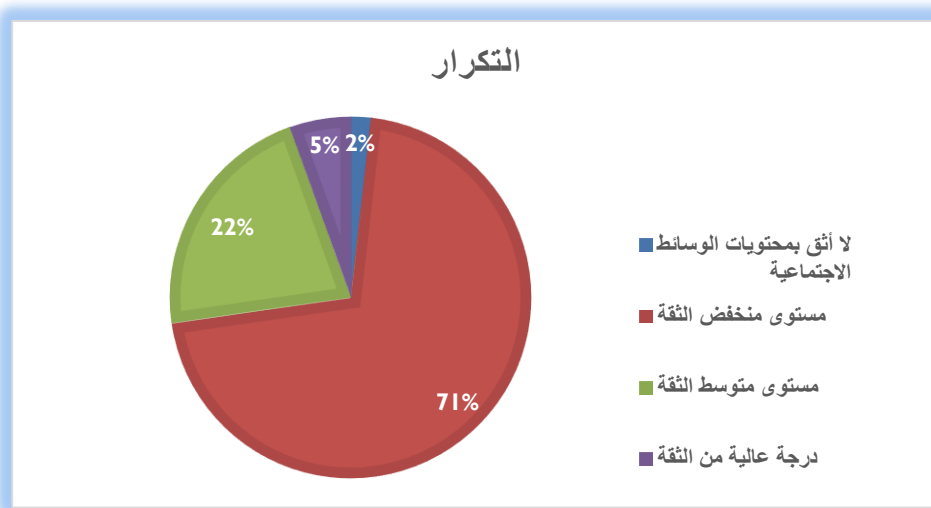
السؤال 24: الثقة المرجوة في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخباري

التحليل الكمي:

جدول 25 الثقة المرجوة في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخباري

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا أثق بمحتويات الوسائط الاجتماعية	01	1.8%
مستوى منخفض الثقة	39	70.9%
مستوى متوسط الثقة	12	21.8%
درجة عالية من الثقة	03	5.5%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 26 الثقة المرجوة في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخباري

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه مستويات الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث وصلت النسبة إلى 70.9% — "مستوى منخفض الثقة" وهي دلالة واضحة على وجود متخصصين في المحتويات المعروضة في مواقع التواصل ، كما وسبق الذكر في الجدول الفارط ، بوجود متخصصين في العديد المجالات لمحتويات هذه المواقع ، ومن خلال هذا المتغير الذي يوحي بوجود ثقة منخفضة لهذه المواقع والمنصات الاجتماعية يتبادر الى الازهان ، دواعي الاستخدام والاعتماد لها من طرف هؤلاء الصحفيين ، فمنهم من يستعملها للتسلية ، وآخر للحصول على المعلومات المتاحة ، الة الذي يستعملها في أشياء أخرى ، فمن خلال ما سبق نستنتج أن مستويات الثقة المرجوة كانت منخفضة حسب الصحفيين المعنيين بالدراسة ، وهي أيضا دلالة على الخوف المتزامن والمتواصل من هذه المواقع وهذا يعود إلى محتوى ما ينشر على هذه الشبكات التواصلية والأفراد الذين يقومون بنشرها ومدى ثقافتهم حولها، وجاءت في المرتبة الثانية المتغير المتعلق بـ "مستوى متوسط من الثقة" بنسبة 21.8% وهي نسبة غير بعيدة عن سابقتها ، فالمستوى المتوسط يكون قريبا نوعا ما من المنخفض، وهي ؟إشارات ودلالات على وجود ثقة ليست بالكبيرة في مواقع التواصل الاجتماعي، لكن استعمالها و الاعتماد عليها بشكل من الخوف والحذر من العواقب المترتبة منها، وهي أيضا تعنى بوجود من بعض الافراد لعينة الدراسة من لهم آراء مخالفة للدور السلبي من استخدام وسائل الاعلام الجديدة ، أو المواقع التواصلية الحديثة .

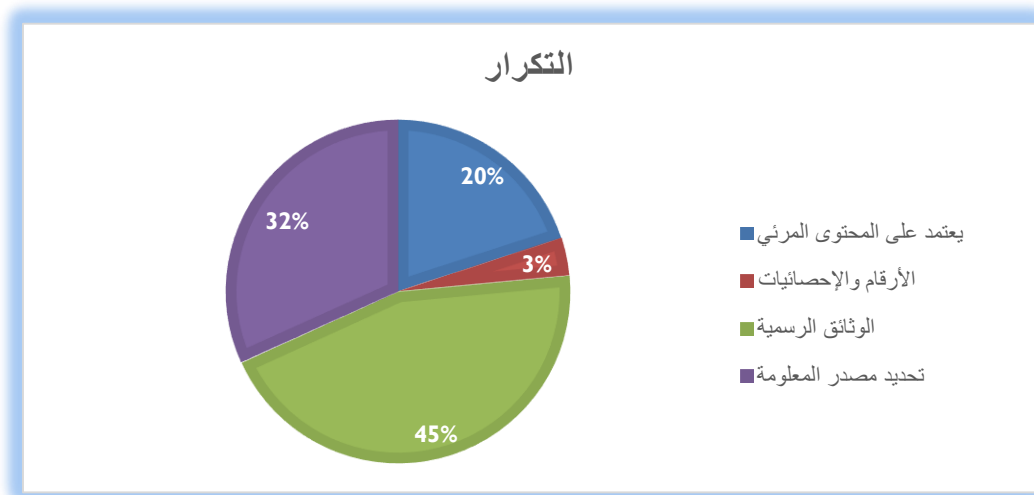
السؤال رقم 25: المعايير المعتمدة في تحديد مصداقية المعلومات بقناة الشروق TV

■ التحليل الكمي:

جدول 26 المعايير المعتمدة في تحديد مصداقية المعلومات بقناة الشروق TV

الإختيارات	التكرار	النسبة %
يعتمد على المحتوى المرئي	17	20%
الأرقام والإحصائيات	03	3.5%
الوثائق الرسمية	38	44.7%
تحديد مصدر المعلومة	27	31.8%
المجموع	85	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 27 المعايير المعتمدة في تحديد مصداقية المعلومات بقناة الشروق TV

■ التحليل الكيفي

يوضح الجدول رقم 27 المعايير التي يعتمد عليها الصحفيين محل الدراسة في تحديد مصداقية المعلومات المتحصل عليها من خلال المواقع التواصلية ، حيث جاء في المرتبة الأولى المتغير المتعلق بالاعتماد على الوثائق الرسمية الظاهرة في المحتويات المعروضة والمنقاة من وسائل الاعلام ، فالأكيد أن كل المعلومات والتي تفترض أنها رسمية في المحتويات الإعلامية، هي محل ثقة من طرف أي شخص يبحث عن المصادر الموثوقة في هكذا مواقع ، وهو الحال نفسه عند وجود وثائق سرية مهمة معروضة من طرف من لهم علاقة بقضية ما للاستفسار عنها وعن مدى عمقها ووجودها ، كما هو الحال أيضا في عرض بعض من أحفاد المجاهدين لبعض الرسائل والوثائق الرسمية المتعلقة بتلك الحقبة الاستعمارية حول بعض المجاهدين ، واعتبارهم فعلا مجاهدين أم غير ذلك ، ومن هنا جاء تركيز أفراد العينة من الصحفيين في قناة الشروق على وضع الحقائق بالوثائق الرسمية شيء مهم جدا مقارنة بالمتغيرات الأخرى ، بنسبة 44.7% باعتبارها مصدر للمعلومات والأخبار التي تنتشر عبر المواقع وتعد مرجعا أساسيا في الأخبار. يليه في المرتبة الثانية "تحديد مصدر المعلومة" بنسبة 31.8% وذلك لما تقتضيه الحاجة في جميع الحالات من هذا القبيل ، بالتركيز دوما على المصدر الذي نشر أو وزع هاته المعلومة أو تلك ، أي التأكد من مصدر المعلومة لنشر معلومات صادقة وذات مصدر موثوق، يليه في المرتبة الثالثة من " يعتمد على المحتوى المرئي " بنسبة 20% بواسطة الفيديوهات المتزاخمة، والتي أصبحت كذلك جد مهمة ، بحيث اعتمدت شركة فيسبوك من شراء جميع الفيديوهات المتعلقة بالأمور الرسمية للدول ، وكذا لأعلى و أعلى الأفلام مشاهدة بواسطة التلخيص فيها وجعلها متاحة مجانا في تطبيق و خانة خاصة في حائذ تطبيق فيسبوك باعتباره ينقل الأخبار والمعلومات بصفة مباشرة صوتا وصورة، ليأتي في المرتبة الرابعة المتغير المتعلق بـ " الأرقام والإحصائيات بنسبة 3.5% لتوضيح النتائج والإحصائيات بقيم دقيقة وثابتة تمنح ثقة للجماهير المتلقي.

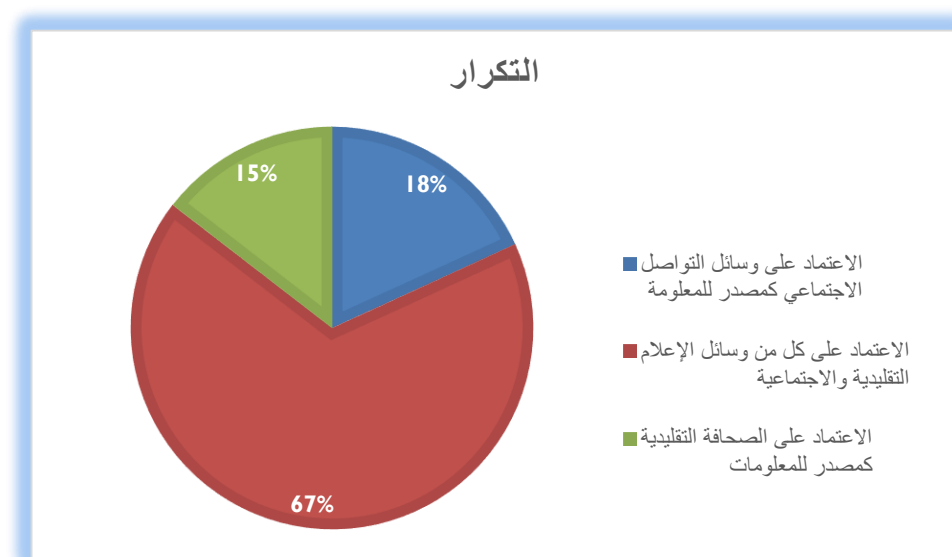
السؤال 26: الطريقة المثلى للحصول على المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكمي:

جدول 27 الطريقة المثلى للحصول على المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة	10	18.2%
الاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية	37	67.3%
الاعتماد على الصحافة التقليدية كمصدر للمعلومات	08	14.5%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 28 الطريقة المثلى للحصول على المعلومات في مواقع تواصل الاجتماعي

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه طرق الاختيار الأفضل للحصول على المعلومات بين الوسائل التقليدية القديمة وكذا الحديثة منها ، كما وهو الحال فالتلفزيون والإذاعة الى غير ذلك ، وبين أيضا بعض الوسائل التواصلية الحديثة مثل الفيس بوك والتوتر وغيره، فجاء في الترتيب الأول على "الاعتماد على كل الوسائل التقليدية والاجتماعية" إذ بلغت النسبة 67.3%، من مجموع النسب الأخرى للمتغيرات الواردة في الدراسة ، وهي إشارة من العينة البحثية بالاعتماد على الوسائل التقليدية وكذا الاجتماعية منها، وذلك من المصادر الرسمية الموثوقة في التعامل مع المحتويات المعروضة فيها ، يليها في المرتبة الثانية "نسبة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة" بنسبة 18.2 %، كالمحتويات والمعلومات المعروضة على المواقع والمنصات التواصلية ، باعتبارها معلومات ذات مصداقية ويمكن الاعتماد عليها تليها أخيرا "الاعتماد على الصحافة التقليدية كمصدر للمعلومة" بنسبة 14.5% كما وهو الحال في المجالات والجرائد وغيرها من الوسائل التقليدية القديمة ، فالاعتماد عليها يرى من الواجبات الداعمة للاعتماد عليها .

ما مدى موافقتك على العبارات التالية بقناة الشروق TV

▪ السؤال رقم 27: مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين للحصول على

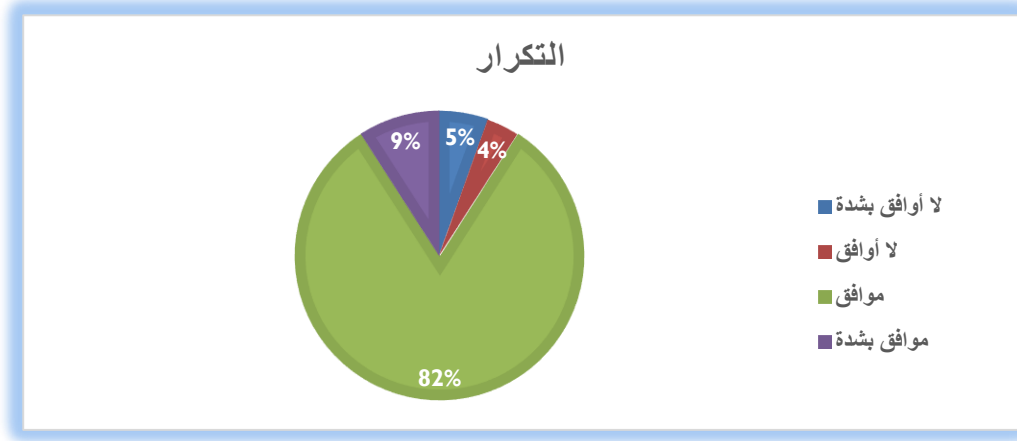
الأخبار والمعلومات.

▪ التحليل الكمي:

جدول 28 مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين للحصول على الأخبار والمعلومات

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا أوافق بشدة	03	5.5%
لا أوافق	02	3.6%
موافق	45	81.8%
موافق بشدة	05	9.1%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 29 مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين للحصول على الأخبار والمعلومات

■ التحليل الكيفي:

الجدول أعلاه يوضح مدى العلاقة الوطيدة بين الصحفي في قناة الشروق الجزائرية و مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يظهر جليا أن غالبية المبحوثين في العينة البحثية والمتكونة من أكثر من 55 صحفي ، ما نسبته 81%، منهم يؤكدون أن هاته الأخيرة تزودهم بالأخبار والمعلومات بشتى أنواعها ، حيث أصبح الصحفي يركز في بعض الأحيان على ما ينشره بعض الأشخاص الذين لا يمتلكون المهارات الاتصالية والإعلامية وهم المعروفون بصحافة المواطن ، فتجد صحفي الشروق يركز على هاته الأخبار ويذهب إلى أما كن أخرى لتأكيد ما تحصل عليه ، ومن هذا المنطلق فإن 45 صحفي أجابوا بالموافقة على أن هاته المواقع تزود الصحفيين بالمعلومات والأخبار والتعامل معها بعد ذلك بنشرها أو تعديلها أو توزيعها على الحسابات الرسمية لهؤلاء الصحفيين ، يأتي في المرتبة الثانية الصحفيين أو المبحوثين الذين أجابوا بالموافقة بشدة بنسبة وصلت إلى 09% ، ما يعادل خمسة مبحوثين ، فيما تركز المتغيرين الأخير لا ؟أوافق بشدة والمتغير لا أوافق في المراتب الثالثة والرابعة بنسب متفاوتة ونستطيع القول أنها نسبة محتشمة.

مواقع التواصل الاجتماعي وتهديها لمكانة الإعلام الكلاسيكي

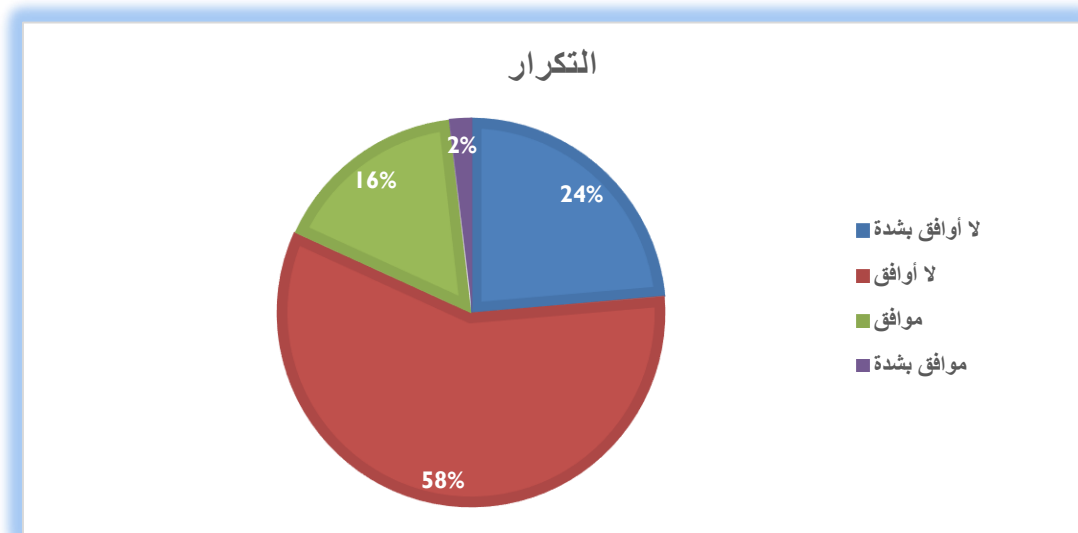
السؤال 28: هل تشكل مواقع التواصل الاجتماعي تهديدا للإعلام التقليدي أم لا

■ التحليل الكمي

جدول 29 مواقع التواصل الاجتماعي وتهديها لمكانة الإعلام الكلاسيكي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا أوافق بشدة	13	22.5%
لا أوافق	32	56.6%
موافق	9	17.8%
موافق بشدة	1	3.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 30 مواقع التواصل الاجتماعي وتهديها لمكانة الإعلام الكلاسيكي

■ التحليل الكيفي:

من خلال الجدول السابق نجد أن المبحوثين أجابوا بنسبة 56.6% بـ "لا أوافق" وهي نسبة معتبرة مقارنة بالعينة المدروسة ، فتحليل ذلك يتفق مع المواقع التواصلية بحيث أن هاته الأخيرة مكنت الإعلام ، من فرض سيطرته فكل شيء أصبح خاضع للتكنولوجيا الرقمية الحديثة و يسهل التحكم فيه بواسطة هذه المواقع والتكنولوجيات الحديثة ، وهو ما أدى بتثبث الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية به لأهميته وللتسهيلات التي يقدمها للصحفيين في الغرف التقنية ولمقدمي الأخبار إلى غير ذلك ، جاء في المرتبة الثانية المتغير المتعلق بـ " لا أوافق بشدة" لعكس ما قلنا سابقا، لكن النسبة طبعا ضئيلة مقارنة بالذين ينفون تهديد هاته المواقع للإعلام التقليدي والكلاسيكي والحديث أيضا ، ومن هذا المنطلق نقول أ الفيس بوك مثلا يتيح الفرصة لمستخدمه بالتصفح المجاني ومتابعة كل الأحداث المعروضة في منصته إلى غير ذلك ، جاء في المرتبة الثالثة الذين يجيبون بـ "الموافقة" على وجود علاقة تبادلية بين المواقع والأخبار المتاحة فيها وكذا الصحفيين بتشكيكها تهديا على الإعلام التقليدي وجاءت النسبة في 17 % ما يعادل 09 صحفيين من العينة المبحوثة، لتبقى في الأخير نسبة 8.1 % وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بالمتغيرات الأخرى وعلاقتها بمسألة التهديد والخطورة التي تحدثها تلك المواقع والتطبيقات .

السؤال 29: نسبة التكوين لدى الصحفيين المعنيين بالدراسة بقناة الشروق

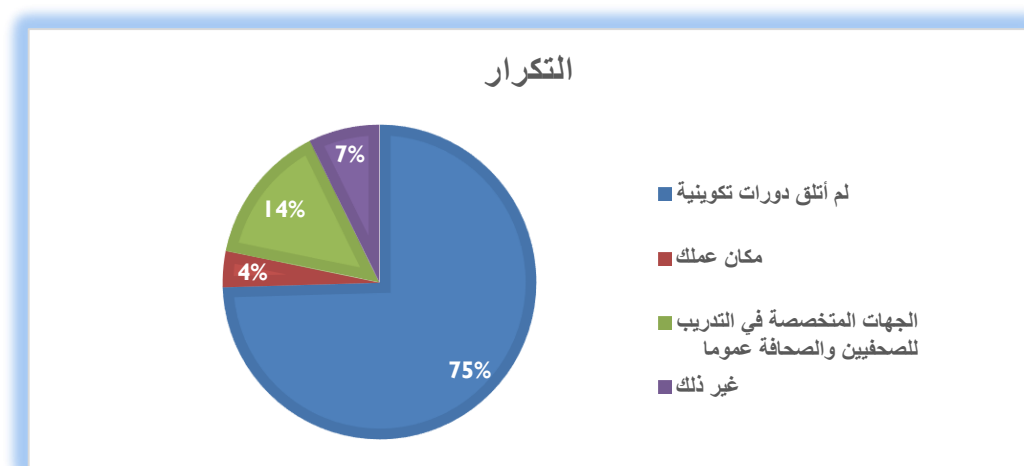
■ التحليل الكمي

الغرض من هذا السؤال والمتعلق بدرجة التكوينات والدورات التي يتحصل عليها صحفيي قنوات الشروق ومدى اعتمادهم واستخدامهم للتقنيات الحديثة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ودرجة التعامل بواسطتها

جدول 30 نسبة التكوين لدى الصحفيين المعنيين بالدراسة بقناة الشروق

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لم ألتق دورات تكوينية	41	74.5
مكان عملك	02	3.6
الجهات المتخصصة في التدريب للصحفيين والصحافة عموما	08	14.5
غير ذلك	04	7.3
المجموع	55	%100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 31 نسبة التكوين لدى الصحفيين المعنيين بالدراسة بقناة الشروق

■ التحليل الكيفي:

يبين الجدول مدى التحكم في الأجهزة التقنية والتكنولوجية المستخدمة في العمل الإعلامي ومدى مسايرة الصحفيين لها ، حيث بلغت نسبة تكرار عدم تلقي دورات تكوينية في المجال الى 74.5%، وهي نسبة كبيرة جدا تعكس درجة الوعي الموجود لدى الصحفيين محل البحث ورغبتهم في الحصول على تلك الدورات واعتبارها أمر ضروري مقارنة بالتطورات الهائلة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومدى مسايرتهم لها لكي يتسنى لهم التعامل الجيد مع كل أنواع التقنيات الحديثة واستخدامها في يسمح به العمل الصحفي وهو ما يظهر في النسبة المئوية المئوية المئوية والتي بلغت 14.5%، للجهات المتخصصة في الدورات التكوينية حيث يتلقونها بشكل ضئيل جدا وهو ما يعكس أيضا تضرر الصحفيين المبحوثين تجاه هذه المسألة واعتبارها ضرورة قصوى لابد منها، لتأتي في المرتبة الثالثة متغير الجهات الأخرى بنسبة 7.3%، تليها الدورات مكان العمل بنسبة 3.6%، تفسر هذه النتائج أن القناة لا تقدم دورات تكوينية للصحفيين العاملين بالقناة.

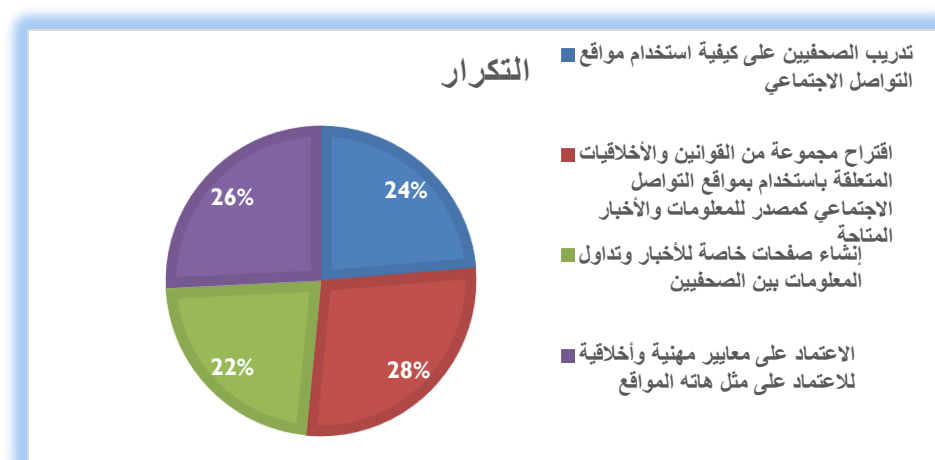
السؤال رقم 30: الاقتراحات المعروضة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكمي:

جدول 31 الاقتراحات المقترحة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
تدريب الصحفيين على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	23	23.7
اقتراح مجموعة من القوانين والأخلاقيات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار المتاحة	27	27.7
إنشاء صفحات خاصة للأخبار وتداول المعلومات بين الصحفيين	22	22.7
الاعتماد على معايير مهنية وأخلاقية للاعتماد على مثل هاته المواقع	25	25.8
المجموع	97	%100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 32 الاقتراحات المقترحة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول رقم 31 الاقتراحات المقدمة للاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث اقترح أغلبهم تحديد قوانين وأخلاقيات متعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار المتاحة، اذ بلغت نسبتهم 27.7%، تليه في المركز الثاني متغير " الاعتماد على معايير مهنية وأخلاقية" للأخذ بهاته المواقع بنسبة 25.8%، تليها إنشاء صفحات خاصة بالأخبار وتداول المعلومات بين الصحفيين بنسبة بلغت 22.7%. إلى غير ذلك من المتغيرات الموضوعية للإجابة عليها ، وهي نسب نستطيع القول عنها أنها متقاربة نوعا ما من بعضها البعض في كل المتغيرات المقترحة ،وهذا ما يدل على وجود تقارب نسبي في الأفكار لدى الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية ، وهو ما يعكس أيضا اهتمامهم المتزايد بمواقع التواصل الاجتماعي لطبيعة العلاقة التي تربطهم معها من خلال حجم المعلومات المتاحة ومدى الحرية أيضا الموجودة فيها ، مما حتم عليهم اقتراح بعض المقترحات التي لها دور في التحسين من الخدمات الممنوحة بالمجان لهم ضمن كنف الاتصال الحديث في مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد .

المبحث الثاني : تحليل الجداول المركبة

تقاطع الأسئلة مع متغيرات البحث.

تقاطع المحور الثالث مع نفسه في بعض الجداول

الجدول التالي هو تقاطع السؤال 19 والسؤال رقم 18

- السؤال رقم 18 ماهي المؤشرات والمعايير المؤسسة لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي؟
- السؤال رقم 19 ماهي المعايير والمواثيق التي على أساسها يحترم صحفي قناة الشروق للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي؟

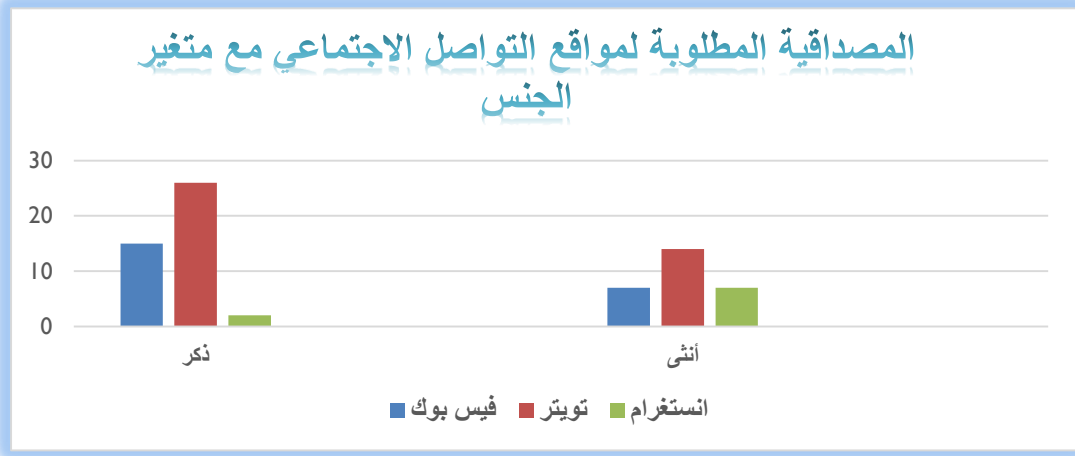
السؤال رقم 31: المصادقية المطلوبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس

- التحليل الكمي :

جدول 32: المصادقية المطلوبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس

النوع	فيس بوك	تويتر	انستغرام	واتساب	سناب شات	يوتيوب	المجموع
ذكر	15	26	2	10	2	0	55
	%27,27	%47,27	%3,64	%18,18	%3,64	%0,00	
أنثى	7	14	7	6	0	3	37
	%18,92	%37,84	%18,92	%16,22	%0,00	%8,11	
المجموع	22	40	9	16	2	3	92

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 33 : المصداقية المطلوبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس

■ التحليل الكيفي:

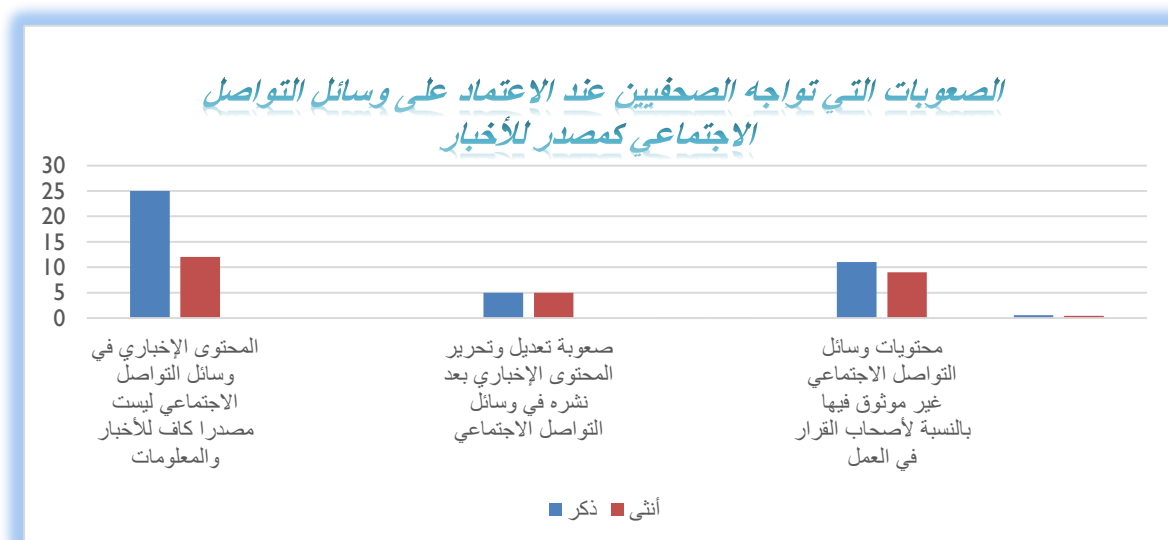
يوضح الجدول رقم 32 أكثر المواقع مصداقية وفقاً لتصوير الصحفي بين الجنسين ، حيث اختار الأغلبية بنسب وصلت إلى 47.27 % لدى الذكور تليها نسبة 37.84 % عند الإناث لموقع تويتر باعتباره الأكثر مصداقية من حيث نشر المحتوى و الأخبار التي تنشر عبره إذ يخضع لخصوصية وأمانة أكثر من المواقع الأخرى ومقارنة بنوعية المواضيع المنشورة فيه وكذا درجات الوعي لدى مستخدميها، يليه الفيس بوك بنسبة 27.27 % لدى فئة الذكور ، و 18.92 % عند الإناث وتعود هذه النسبة إلى كثرة المناشير المعروضة في هذه المواقع وتنوع شرائح المجتمع التي تتابعه، يليه انستغرام بنسبة 18.18 %، ثم يليه سنا بشات والواتساب بنسبة تكاد تنعدم، ويعود هذا إلى كثرة استخدامهم لموقع الفيس بوك والتويتر .

السؤال 32: الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

التحليل الكمي: جدول 33 : الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

الاختيارات	النسبة %		النوع	المجموع
	ذكر	أنثى		
المحتوى الإخباري في وسائل التواصل الاجتماعي ليست مصدرا كاف للأخبار والمعلومات	25 %67.6	12 %32.4		37 %100
صعوبة تعديل وتحرير المحتوى الإخباري بعد نشره في وسائل التواصل الاجتماعي	5 %5	5 %5		10 %10
محتويات وسائل التواصل الاجتماعي غير موثوق فيها بالنسبة لأصحاب القرار في العمل	11 %55	9 %45		20 %100
المجموع	41	26		67

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 34: الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

■ التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أعلاه الصعوبات التي نوجهاها عند الاعتماد على الوسائل الاجتماعية حيث بلغت نسبة 67.6% بالنسبة لفئة الذكور، بمقدار 25 صحفي مبحوث في قناة الشروق الجزائرية، وكلهم أجمعوا أن تلك الصعوبات جاءت على حسب المتغير الأول (المحتوى الإخباري في وسائل التواصل الاجتماعي ليست مصدرا كاف للأخبار والمعلومات)، حيث إعتبروا أن الاخبار والمعلومات المعروضة في مواقع التواصل الاجتماعي غير متحقق منها وليست مصدرا كاف للمعلومات المرجوة والمطلوبة، جاء في إجابات المبحوثين أيضا ونخص بالذكر فئة الاناث أيضا ما نسبته 32.4%، وهي كذلك نسبة معتبرة مقارنة بالعدد الإجمالي للعيينة المدروسة، حيث أجابوا على المتغير الأول في الجدول والمتعلق بعدم وجود مصادر كافية نفي بغرض البحث والاطلاع على المعلومات والاخبار المراد البحث عنها، لمجموع 12 مبحوث في العينة المدروسة.

جاء في التحليل للجدول أعلاه أيضا في ما تعلق بالصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، مسألة أخرى متعلقة ب محتويات وسائل التواصل الاجتماعي بكونها غير موثوق فيها بالنسبة لأصحاب القرار في العمل، والقرار في المؤسسة التلفزيونية الشروق، وهو ما يؤكد وجود خط تتماشى معه هذه القناة، حيث وصلت النسبة لدى فئة الذكور من الصحفيين العاملين بها، الى 55% بمقدار 12 مبحوث في العينة المدروسة، جاءت أيضا نتائج فئة الاناث كذلك معتبرة وغير بعيدة عن نسبة الذكور، حيث وصلت الى 45% من مجموع بعض الصحفيين المبحوثين، ومن خلال ما سبق نستنتج أن الصعوبات التي وجدت من خلال الاجابات لدى المبحوثين تمركزت حسب النسب في الجدول أعلاه على متغيري المحتويات المعروضة في وسائل التواصل الاجتماعي بكونها غير موثوق فيها بالنسبة لأصحاب القرار في العمل، وكذلك كون المحتوى الإخباري في وسائل التواصل الاجتماعي ليست مصدرا كاف للأخبار والمعلومات، وهو ما يعكس التركيز الذي

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

يتحلى به الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية، في أخذ المعلومات وتبنيها من هاته المواقع التواصلية بالأخذ بعين الاعتبار المبادئ المهنية والاخلاقية لديهم في كل الخطوات المتبعة في عملية الاطلاع والبحث عن المعلومات والمحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها .

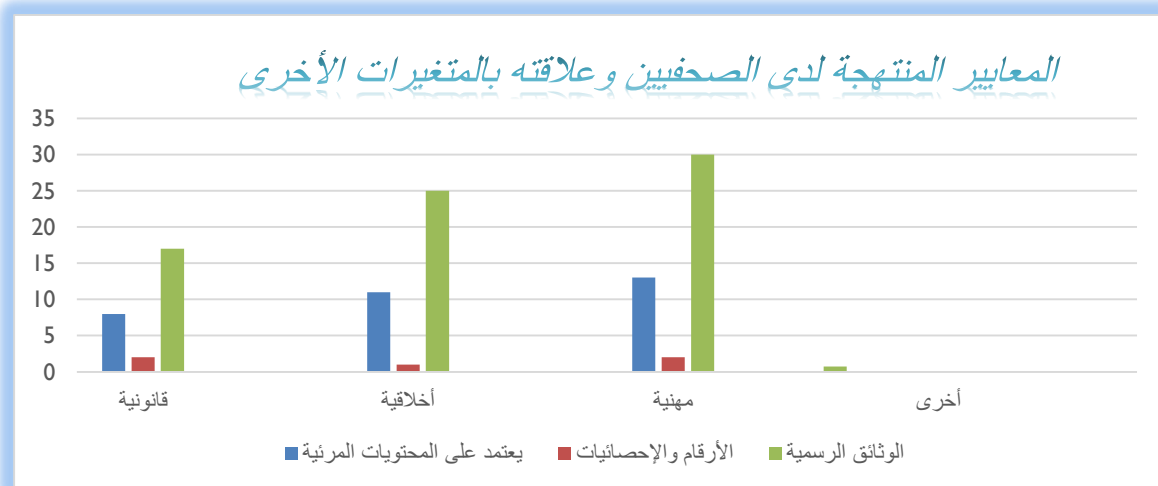
السؤال 33: المعايير المنتهجة لدى الصحفيين وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

■ التحليل الكمي

جدول 34 الاقتراحات الواردة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

الاختيارات	يعتمد على المحتويات المرئية	الأرقام والإحصائيات	الوثائق الرسمية	تحديد مصدر المعلومات	المجموع
قانونية	8 %22,86	2 %5,71	17 %48,57	8 %22,86	35
أخلاقية	11 %21,15	1 %1,92	25 %48,08	15 %28,85	52
مهنية	13 %20,97	2 %3,23	30 %48,39	17 %27,42	62
أخرى	0 %0,00	0 %0,00	0 %0,00	1 %100,00	1
المجموع	32	5	72	41	150

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss



شكل 35 المعايير المنتهجة لدى الصحفيين وعلاقته بالمتغيرات الأخرى.

■ التحليل الكيفي:

في هذا الجدول تتدخل المؤشرات والمعايير مع المبادئ الأساسية التي يجب التحلي بها لدى الصحفيين في قناة الشروق، ومن خلال الإجابة على هاته الأسئلة وعلاقتها والمتغيرات الأخرى، ظهرت عدة ملاحظات متفاوتة حسب النسب الواضحة في الجدول أعلاه، حيث وصل متغير القانونية إلى 48.57%، ولزاد وتمركز في 48%، في متغير المهنية لدى الصحفيين أو الحكمة المهنية التي يعتمدها الصحفي في اقتناؤه وبحثه عن المعلومات والأخبار في المواقع التواصلية.

حصل نفس الشيء مع الدواعي الأخلاقية حيث وصلت النسب إلى 48.08%، مقارنة بالمتغيرات الأخرى والمتعلقة بالمحتويات المرئية والأرقام الإحصائية، وتحديد مصدر المعلومات، حيث يعتمد الصحفي على تحيدة للمعلومات والأخبار أينما كانت للوصول إليها والإطلاع عليها وتحليلها والاستناد عليها إذا تحرى الصدق فيها بمصدرها ودرجة الوثوق فيه، وهو ما يتنافى مع العنصر السابق حيث وصلت النسبة في كل من المتغير المتعلق بالنسق القانوني والأخلاقي والآخر المهني إلى 22.86%، و 28.85%، 27.42%، وهي نسب متتالية ومعتبرة مقارنة بالتركيز على مدى حصول الصحفيين على المعلومات بشتى الطرق ولن استدعى ذلك خروجهم من المبادئ والمراسيم القانونية والمهنية المنظمة لمهنة الصحافة والأخبار .

يأتي في المركز الثالث كل ما تعلق بالمحتويات المرئية كالفيدوهات القصيرة والطويلة، الريبورتاجات والتقارير التي لديها دور كبير في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر والانستغرام، فنجد النسب هي الأخرى متفاوتة مقارنة بعدد المبحوثين الذين أجابوا على كل متغير وصلت نسبهم إلى 22.86%، من مجموع 22 صحفي، 08 منهم أجابوا بوجود علاقة قانونية بين ما يقتنونه من المواقع التواصلية والمراسيم والحدود القانونية المنظمة لها لاستيقاها وتبنيها والاطلاع عليها، ليعبر آخرون بـ 21.15%، من مجموع 33 صحفي مبحوث في العينة المدروسة بمراعاتهم للجانب الأخلاقي في

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

التعامل والتعاطي مع الأخبار الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي واحترام آراء المشاهدين والمتابعين لهذا الشأن وذلك مهما كانت كميته ودرجة إهتمام الصحفي به ، وكذا للآخرين ، جاء أيضا في المرتبة المالية بنسبة 20.97%، للصحفيين المهتمين بشأن المهني لعملهم الإعلامي ومدى مراعاة الجانب المهني والعملي في كيفية إقتناء والحصول على المعلومات المتاحة فلي مواقع التواصل الاجتماعي .

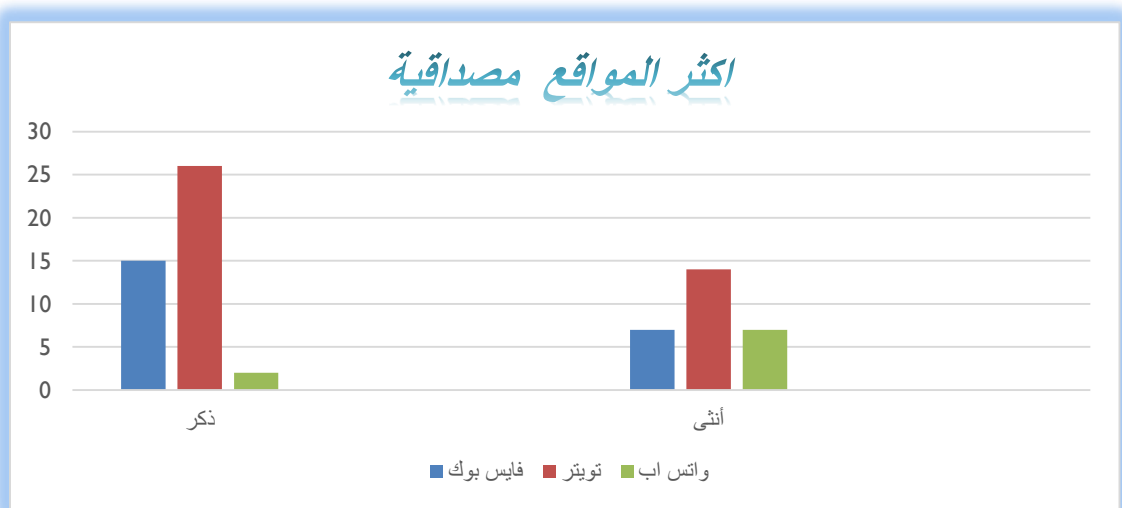
السؤال 34: أكثر المواقع مصداقية

■ التحليل الكمي

جدول 35 أكثر المواقع مصداقية

الاختيارات	فايس بوك	تويتر	واتس اب	انستغرام	سناب شات	يوتيوب	المجموع
ذكر	15	26	2	10	2	0	55
	%27,27	%47,27	%3,64	%18,18	%3,64	%0,00	
أنثى	7	14	7	6	0	3	37
	%18,92	%37,84	%18,92	%16,22	%0,00	%8,11	
المجموع	22	40	9	16	2	3	92

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 36 أكثر المواقع مصداقية.

■ التحليل الكيفي:

من خلال الجدول أعلاه نرى عرض لمختلف التطبيقات التكنولوجية الحديثة وارتباط الصحفيين المبحوثين بها من خلال الاعتماد عليها وما ينشر في فحواها من معلومات وتقارير وأخبار، ومن هذا المنطلق رأى الباحث التطرق إلى طبيعة هذه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وكذا المبحوثين في العينة المدروسة ، فظهرت النتائج ونسبة كبيرة لموقع التوتّر عند الذكور حيث وصل إلى 78.8% ، من مجموع 14 صحفي مبحوث من 55 العدد الإجمالي لهم وهي نسبة كبيرة مقارنة بالتطبيقات الأخرى "كالفيس بوك" مثلا حيث جاء ترتيبه في المرتبة الثانية بنسبة وصلت إلى 45.5% ، بمجموع 15 مبحوث من العينة كاملة ، وهو ما يؤكد أن الذكور أصبحوا أكثر انفتاحا على تطبيق التوتّر والترندات المستخدمة فيه ، ليأتي في المركز الثالث تطبيق الانستغرام هو الآخر ليس بالبعيد عن التطبيق السابق بنسبة وصلت إلى 30.3% من مجموع 10 مبحوثين، وهو ما يؤكد كذلك الارتباط الوثيق للصحفيين في قناة الشروق الجزائرية بهذا التطبيق والميزات التي يتيحها في الفيديوهات والصورة العالية الدقة ، جاء في المركز الأخير التطبيقين "الواتس أب" والسنا بشات نسبة ضئيلة جدا قدرت بـ 6.1% لمبحوثين إثنين من العدد الإجمالي لعينة الدراسة.

من جهة أخرى بالنسبة للمتغير المتعلق بالإناث فالنتائج كانت تقريبا كالذكور مع وجود اختلاف في النسب ، فتمركز موقع التوتّر هو الآخر في المرتبة الأولى بنسبة وصلت إلى 63.6% من مجموع 14 مبحوث من العينة ، ويأتي في المركز الإناث تطبيق "الفيس بوك" بنسبة هي الأخرى 31.8% وكذا تطبيق الوات ساب وهما التطبيقان الأكثر استعمالا واعتمادا لدى الإناث بمجموع 07 من العينة ، تمركز موقع "انستغرام" في المرتبة الثالثة بـ 27.3% وهي أيضا نسبة معتبرة مقارنة بالتطبيقات الأخرى "واليوتوب" في المركز الأخير بـ 13.6% لثلاثة مبحوثين من 37 مبحوث إجمالي لهم .

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

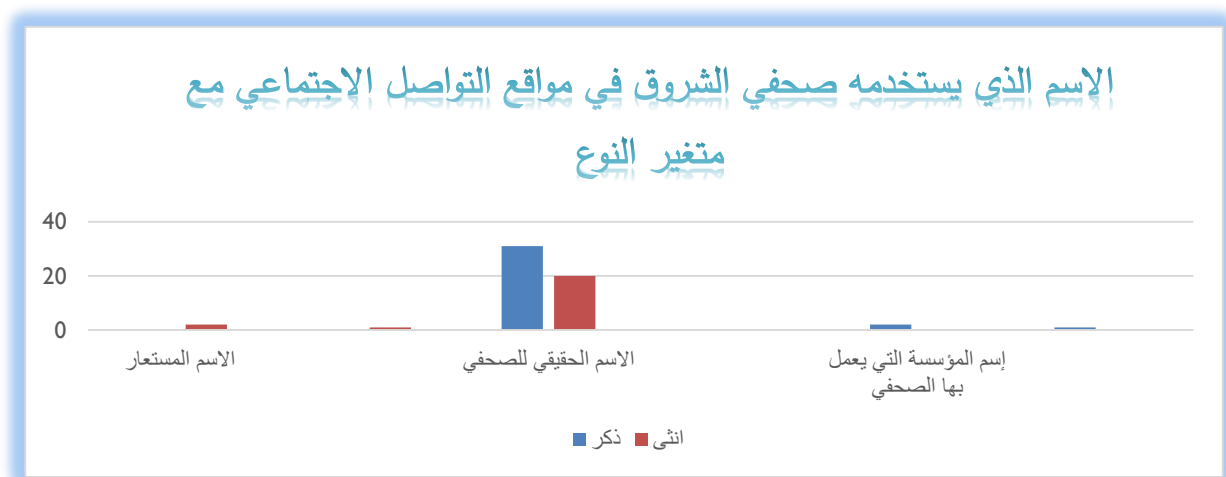
السؤال 35: الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير النوع

■ التحليل الكمي:

جدول 36 الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير النوع.

الاختيارات	ذكر	انثى	المجموع
الاسم المستعار	0 0.0 %	2 %100	2 %100
الاسم الحقيقي للصحفي	31 %60.8	20 %39.2	51 %100
إسم المؤسسة التي يعمل بها الصحفي	2 %100	0 0.0%	2 100%
المجموع	33 60%	22 40%	%92 100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.



شكل 37 الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير النوع

■ التحليل الكيفي:

يبين الجدول أعلاه علاقة المبحوثين في قناة الشروق، وكذا كيفية اعتمادهم على توظيف الأسماء المستخدمة في المنصات التكنولوجية والتطبيقات المعروفة، حيث نجد نسب متفاوتة في بين الذكور والإناث في هذا الشأن وهو ما يظهر في النسبة الأولى لدى فئة الذكور حيث نجد ما نسبته 60.8% أجابوا باستخدامهم للأسماء الحقيقية في المواقع الاجتماعية، وذلك من مجموع 31 مبحوث في عينة الدراسة وهو نفس الشيء بالنسبة للإناث أو الصحفيات العاملات بمجمع الشروق للأخبار والإعلام وذلك بنسبة قدرت ب 39.2% من مجموع 20 مبحوث في العينة الإجمالية، وهذا يعكس مدى روح المسؤولية المهنية والأخلاقية للصحفيين والصحفيات في هذه القناة، وقد نعبر أيضا عن ذلك من خلال أن مهنة الإعلامية والصحافة في حد ذاته تحتم على غالبية الصحفيين العاملين بهذا الحقل إظهار الصور الحقيقية لهم في عرضا مباشرا داخل القناة أو في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتهم كأشخاص عادييين يمارسون مهامهم الإعلامية بكل شفافية ومصداقية.

يظهر أيضا في المتغيرات الأخرى كالأسماء المستعارة أو الأسماء المتعلقة بالمكان الذي يشتغلون به، فهنا لحضنا أن المبحوث أجابوا إجابة محتشمة جدا مقارنة بالسابق وهو ما ينبأ على وجود احترام كبير لهاته المهنة من خلال التقيد بمبادئها المهنية والأخلاقية في طبيعة عملهم الإعلامي والصحفي. تقاطع السؤالين 14 و 22 وهما كالآتي:

سؤال 14: مدى تكرار استخدام مواقع التواصل (فيسبوك وتويتر) لنشر الاخبار والمعلومات سؤال 22: نوع المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي.

دواعي تقاطع السؤالين: كان المراد من تقاطع السؤالين السابقين هو التعرف على مدى الاستخدام لمواقع التواصل فيسبوك وتويتر وعلاقة هذا الاستخدام بالمواضيع المنتقاة في المحتويات المعروضة بثتي أنواعها اقتصادية، اجتماعية، دولية، سياسية.....الخ

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

السؤال 36: استخدام موقع التويتر لنشر الاخبار والمعلومات مع متغير المواضيع المفضلة

■ التحليل الكمي:

جدول 37 استخدام موقع التويتر لنشر الاخبار والمعلومات مع متغير المواضيع المفضلة

المجموع	المواضيع										استخدام تويتر
	أخبار الموضة	قضايا الاقتصاد	الاخبار الرياضية	الاخبار المحلية	الاخبار الدينية	الاخبار السياسية	الاخبار الحكومية	الاحداث الدولية	القضايا الاجتماعية		
90	6	5	6	13	5	14	11	12	18	التكرار	لا استخدمه
	%6,67	%5,56	%6,67	%14,44	%5,56	%15,56	%12,22	%13,33	%20,00	النسبة (%)	
77	3	7	7	10	4	12	8	11	15	التكرار	في بعض الاحيان
	%3,90	%9,09	%9,09	%12,99	%5,19	%15,58	%10,39	%14,29	%19,48	النسبة	
20	2	2	3	2	2	2	2	2	3	التكرار	في كثير من الاحيان
	%10,00	%10,00	%15,00	%10,00	%10,00	%10,00	%10,00	%10,00	%15,00	النسبة	
24	0	1	4	1	2	5	2	4	5	التكرار	دائما
	%0,00	%4,17	%16,67	%4,17	%8,33	%20,83	%8,33	%16,67	%20,83	النسبة	
211	11	15	20	26	13	33	23	29	41		المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.

■ التحليل الكيفي:

من خلال الجدول رقم 37، تظهر القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى بمجموع تكرار وصل الى 18 تكرار لدى الصحفيين الذين "لا يستخدمون" التويتر، والى 15 تكرار الى الذين عبروا عن استخدامهم "في بعض الأحيان"، حيث وصلت النسب بشكل متتالي الى 19.48%، و 15.58% من مجموع 22 صحفي من العينة المتكونة من 55 صحفي بذات القناة. وهي نسب جد معتبرة، تبين حجم الاعتماد على محتويات موقع "تويتر" وهذا راجع للخصوصيات التي يتمتع بها تويتر كخاصية التويت التي لها دلالاتها في التعبير عن الآراء بدون الخوض في كتابة مقالات كبيرة الحجم كما هو الحال في فيسبوك ، وهذا التطبيق من التطبيقات التي لقي رواجاً كبيراً في كل بقاع العالم ، خاصة وأنا جميع الرؤساء في

العالم يمتلكون حسابات على تويتر، كما وهو الحال للرئيس الأسبق دونالد ترامب، حيث كان يقوم بالتويتر في اليوم أكثر من عشرة مرات ، بالتتويه للقضايا التي يعبر عنها في أمريكا .

جاءت في المرتبة الثانية كل القضايا أيضا والمتعلقة بالشأن السياسي بنسبة تراوحت بين 15.58% الى 15.56% من الصحفيين المبحوثين الذين عبروا بـ لا أستخدمة و استخدمه في بعض الأحيان ، بمجموع عدد تكرارات وصل الى 26 تكرار لدى العينة البحثية الكلية ، هذه النسب هي الأخرى تبين درجات الاستخدام والاعتماد على موقع تويتر وبنسب محترمة بلغت النصف من العينة وهي مقارنة بالمواقع الأخرى تكون محتشمة لان التويتر وما لديه من مميزات تضع الصحفي في هذه القنوات يلجأ له فقط للاطلاع على بعض آراء أحاب القرار في بعض الدول العربية والعالمية ، وكذلك الاطلاع على بعض أشكال الموضة الجديدة لدى بعض الفنانين اللذين هم محل اهتمام بعض الصحفيين ، جاءت الاخبار الدولية في المرتبة الثالثة لدى العينة البحثية بنسب تراوحت بين 14.29% و 13.33% لكل المتغيرين السابقين و الاخبار المحلية هي الأخرى من 14.44% الى 12.99% وهي كذلك نسب لها مدلولها مقارنة بعدد التكرارات المتحصل عليها من هذا المتغير.

بالنسبة للمتغير في كثير من الاحبان وصلت نسبته الى 15.00% وكذا الاخبار الرياضية بعدد تكرارات بلغ 3 من مجموع 7 من العينة البحثية ، وهي ذلالة على وجود بعض الصحفيين وليس بالكثير من الذين يهتمون لموقع تويتر ولل قضايا الاجتماعية وكذا الرياضيه من المجموع الكلي السابق ، وجاءت في المرتبة الثانية جميع القضايا الأخرى السياسية، الدولية ، المحلية، الموضة ... الخ بنسب بلغت 10% بمجموع تكرارين فقط من العينة السالفة ، وهي كما قلنا سابقا نسب محتشمة جدا مقارنة بنوع المعتمد للحصول على المعلومات واستعمالها وإعادة نشرها على تلك الموقع أو المواقع ،وهنا نقول أن موقع تويتر استعماله كان ضئيل جدا بالنسبة لمجموع الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية .

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

السؤال: 37 استخدام موقع فيسبوك لنشر الاخبار والمعلومات مع متغير المواضيع المفضلة

■ التحليل الكمي:

جدول 38 : استخدام موقع فيسبوك لنشر الاخبار والمعلومات مع متغير المواضيع المفضلة

المجموع	المواضيع										استخدام فيسبوك
	أخبار الموضة	قضايا الاقتصاد	الاخبار الرياضية	الاخبار المحلية	الاخبار الدينية	الاخبار السياسية	الاخبار الحكومية	الاحداث الدولية	القضايا الاجتماعية		
9	0	1	0	1	0	2	1	2	2	التكرار	لا
	%0,00	%11,11	%0,00	%11,11	%0,00	%22,22	%11,11	%22,22	%22,22	النسبة	استخدمه
46	2	5	5	5	4	6	5	4	10	التكرار	في بعض الاحيان
	%4,35	%10,87	%10,87	%10,87	%8,70	%13,04	%10,87	%8,70	%21,74	النسبة	
37	2	2	4	6	3	5	3	7	5	التكرار	في كثير من الاحيان
	%5,41	%5,41	%10,81	%16,22	%8,11	%13,51	%8,11	%18,92	%13,51	النسبة	
119	7	7	11	14	6	19	14	16	25	التكرار	دائما
	%5,88	%5,88	%9,24	%11,76	%5,04	%15,97	%11,76	%13,45	%21,01	النسبة	
211	11	15	20	26	13	32	23	29	42		المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أداة الدراسة بمساعدة برنامج التحليل spss.

■ التحليل الكيفي:

من خلال الجدول أعلاه رقم 38 تتصدر الاخبار والقضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى بمجموع تكرار وصل الى 25 لدى المبحوثين مقارنة بالمتغير المتعلق بالسؤال رقم 14 "دائماً" والموازي في مدة وطول الاستخدام والاعتماد للمحتويات الاجتماعية في موقع فيس بوك حيث وصلت نسبته الى 21.01% ، يليه في من الصحفيين الذين عبروا بـ"في بعض الأحيان" بمجموع تكرار وصل الى 10 مبحوثين من العدد الإجمالي لهم ، لبلغوا نسبة معتبرة وصلت الى 21.74% ، هاته النسب تعبر على مدى إهتمام الصحفيين بالشأن الاجتماعي في المواقع التواصلية وذلك بشكل دائم كما عبروا عنه ، وهي أيضاً دلالات تؤكد علة

الفصل الثالث تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث

وجود صحفيين متخصصين في الشأن السالف ، مقارنة بمجمل الاحداث الاجتماعية المتواصلة في كل البؤر الاجتماعية في البلاد .

يأتي في المرتبة الثانية الصحفيين الذين عبروا بدائما أيضا والذين له اهتمام خاص لكن بالقضايا السياسية بمجموع تكرار وصل الى 19 من عدد المبحوثين في العينة المدروسة ، وكذلك بنسبة بلغت 15.97% ، وهو دليل كذلك على وجود علاقة كبيرة جدا بين الصحفيين المبحوثين وكذا القضايا السياسية المعروضة كمحتويات في موقع فيس بوك ، في المرتبة الرابعة جل القضايا الدولية بنسبة بلغت 13.45% من مجموع تكرارات وصل الى 16 تكرار من العينة البحثية ، والدليل على ذلك طبعاً أن مؤسسة الشروق لها تهتم كثيراً بالشأن الدولي والعلاقات الدولية مع العالم العربي والدولي، في المرتبة الأخيرة كان الاهتمام واضح من خلال الشأن الحكومي الوطني ، والمحلي على التوالي بمجموع تكرارات وصل الى 14 ، بنسبة 11.76% للموضة والاقتصاد .

في المرتبة الثانية من المبحوثين الذي عبروا بمتغير "في بعض الأحيان" بنسبة 13.04% من مجموع تكرارات وصل الى 6 مبحوثين من العينة المدروسة، والمتعلق بالقضايا السياسية، في المرتبة الثالثة كل من القضايا الحكومية، المحلية، الرياضية وكذا قضايا الاقتصاد بنسبة 10.87% لمجموع 5 تكرارات في العينة ، والمرتبتين الثالثة والرابعة كانت للقضايا الدولية والدنية بنسبة 8.70% لمجموع 4 تكرارات ، وهذا الدليل واضح يبين مدى اهتمام الصحفيين المبحوثين بالقضايا السالفة بأشكال تستطيع وصفها بالمقاربة شكلاً مقارنة بالنسب المبينة في الجدول أعلاه .

نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات:

أولاً: نتائج الدراسة:

- 1 إن نسبة الصحفيين بلغت 33% بينما بلغت نسبة الصحفيات 22%
- 2 الفئة الثالثة هي الفئة (من 36 إلى 40 سنة) والتي بلغت 21.8% تشمل المسيرين وذوي الخبرة في توجيه الشباب وسقل مواهبهم.
- 3 مؤسسة الشروق تعطي الأولوية لأهل الاختصاص وخرجي الإعلام ويعود التركيز على هذه التخصصات لضمان البث المحكم والصورة الإعلامية الجيدة وإضفاء التوازن داخل المؤسسة.
- 4 يبلغ محررين الأخبار الحصة الأكبر بنسبة 29.1%، والنسبة الثانية صحفي مقدم أخبار بنسبة 23.6%، وثالثا كاتب مقالات بنسبة 9.1%، يليها بالترتيب صحفي مصور بنسبة 5.5%، مراسل ومصور بنسبة 1.8% لكل منهما.
- 5 بلغت الفئة (من 5 إلى 10 سنوات) النسبة الأكثر وهي 43.6%، تليها ثمانية الفئة (من 1 إلى 3 سنوات) بنسبة 29.1%، وتأتي ثالثا الفئة (الأكثر من 10 سنوات)، ثم الفئة (من 3 إلى 5 سنوات) بنسبة 9.1%، وفي المرتبة الأخيرة الفئة (الأقل من سنة) بنسبة 3.6%.
- 6 أغلب الصحفيين أجابوا أنهم "نادرا" ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 49.1%، و يليه "في بعض الأحيان" بنسبة 36.4%، وثالثا أجابوا "في كثير من الأحيان" بنسبة 12.7%، وأخيرا أجابوا "نادرا" بنسبة 1.8%، وهذه الاختيارات تعود على أن الصحفيين بقناة الشروق قد يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ولكن لا يعتمدون عليه دائما.
- 7 الزمن الذي يتحصل فيه الصحفي على الأخبار حيث اختار الأغلب صباحا لأنها بداية اليوم ومطلع للأخبار الجديدة ووقت مناسب لمعالجة الأخبار وبثها ونشرها، يليها مساء بنسبة 25.2%، باعتبارها

نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات

الفترة المسائية ووقت مهم لتجديد الأخبار ولإداعها، وكأقل نسبة وقت الزوال بنسبة 18%، ووقت الليل بنسبة 19.8% باعتباره وقت الركود والسكون.

8 بلغت الصحفيين من يستخدم اسمه الحقيقي نسبة 92.7%، ومن يستعمل اسما مستعارا واسم المؤسسة التي يعمل بها أقل نسبة إذ بلغت 3.6%.

9 استخدام منصة فيس بوك من قبل الصحفيين مدى اهتمام بهذه المنصة ومدى انتشارها لدى جميع شرائح المجتمع، يليه " في بعض الأحيان بنسبة 21.8%، ثم يليه " في كثير من الأحيان" بنسبة 14.5%، وأخيرا " لا أستخدمها" بنسبة ضئيلة قدرت ب 3.6%.

10 استخدام الصحفيين بقناة الشروق TV لمنصة تويتر، نلاحظ نسبة 41.8% لا يستخدمونها وهذا يعود إلى عدم اهتمامهم بها، وأجاب بنسبة 22% أنهم يستخدمونها وقد أجابوا على حد قولهم أنها ذات مصداقية في نشر المعلومات ويعدونها كمرجع للأخبار، وأخيرا من أجابوا "في كثير من الأحيان" بنسبة قليلة بلغت 5.5%

11 استخدام الصحفيين لمنصة انستغرام instagram، باعتبارها واسعة الانتشار بين الشباب والمراهقين، وقد أجاب أغلبهم بأنهم لا يستخدمونها بنسبة بلغت 30.9%، يليه من يستخدمونها " دائما" بنسبة 27.3% وهذا يعود الى أن نسبة 3/1 يستخدمونها بشكل مستمر في نشر المعلومات وتتبعها، يليه من أجابوا "في بعض الأحيان بنسبة 23.6%، وأجاب "في كثير من الأحيان" بنسبة 18.2%.

12 استخدام السناپ شات بين أوساط الصحفيين بقناة الشروق أجاب أغلبهم بأنهم "لا يستخدمونها" حيث بلغت نسبتهم إلى 85%، وهي نسبة معتبرة جدا تبين عزوف الصحفيين في قناة الشروق على تطبيق السناپ شات .

- 13 استخدام العاملين بقناة الشروق لموقع "واتساب"، أجاب معظم المبحوثين بـ "دائماً" ما يستخدمون موقع واتساب خاصة في مجال عملهم اذ يعد وسيلة تواصل هامة خاصة عند إعداد البرامج والتواصل مع الضيوف سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه لذلك بلغت نسبته 49.1%، يليه " في بعض الأحيان بنسبة 20%، وكأقل نسبة هناك من لا يستخدمه بنسبة 14.5%.
- 14 الدوافع الحقيقية التي تدفع صحفيي قناة الشروق لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب معظمهم بأنها مشاهدة الأخبار والفيديوهات المنتشرة إذ بلغت نسبتهم 31.8%، يليها إقامة الحوارات والدردشات ومعرفة الأداء للزملاء بالقنوات الأخرى بنسبة 14.5%، وأخيراً الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين بنسبة قليلة جداً، قدرت بـ 7%.
- 15 رأي صحفيي قناة الشروق TV في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختيارات المتاحة، حيث أجاب الأغلبية بنسبة قدرت بـ 54.5% على أنها ترافق الصحفي وتدعمه للتقرب للعديد من المعلومات سواء كانت أخباراً أو فيديوهات أو منشورات، تليها على أنها مصدراً للمعلومات والأخبار بنسبة 24% إذ يعتمدون عليها كمرجع لمنحهم المعلومات والأخبار، وتعتبر بديل للوسائل التقليدية لجلب الأخبار بنسبة 18.2%، فالوسائل التقليدية كانت تعاني الندرة وقلة السرعة في إيجاد المعلومة ونشرها عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تضمن وصول المعلومات ونشرها بأقل تكلفة وفي وقت قياسي.
- 16 إن المؤشرات والمضامين التي تمنح الأولوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تدفع الصحفيين لمتابعتها، حيث اختار معظمهم أنهم يتابعونها "على حسب ما تقدمه من مضمون" بنسبة تصل إلى 33.7%، تليه ثانياً "السرعة الفائقة في عرض الأخبار" بنسبة 24.1%، يليها "معرفة مصادر الخبر المنشور" بنسبة 15.7% وهذا ما يدفع الصحفي إلى البحث والتحري عن الأخبار ومعالجتها

نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات

قبل نشرها، يليها تتبع الإحصائيات والأرقام بنسبة 14.5، وأخيرا ما تقدمه من صور وفيديوهات مباشرة ومؤكدة بنسبة 12%.

17 إن المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم صحفيي قناة الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يراعي الصحفيين الضوابط المهنية وهذا يثبت مدى التزامهم بأخلاقيات المهنة واحترامهم لها بنسبة 41.7%، تليها الضوابط الأخلاقية بنسبة 34.4%، تليها ثالثا الضوابط والمعايير القانونية بنسبة 22.9%.

18 إن المبحوثين ملتزمين بالضوابط المهنية والأخلاقية ولا يمكنهم التخلي عنها خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث بنسبة 69.1%، وثانيا أنهم قد يتخلّى عنها بحسب ظروف العمل بنسبة 21.8%، ويأتي في الأخير من قد يتخلّى عن مسؤولية العمل بنسبة 9.1%، وهذا يعود إلى ضمير الصحفي ومدى احترامه وتقديره للضوابط القانونية والمهنية وفق ما تملّيه عليه سياسة القناة التي ينتمي إليها.

ثانيا: التحقق من الفرضيات

1. الفرضية الأولى: اعتماد الصحفيين المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تطوير الأداء المهني لدى الصحفيين بقناة الشروق الجزائرية.

1.1. التحقق من الفرضية الأولى:

تم تأكيد الفرضية من خلال الدراسة الميدانية وجاء رأي صحفيي قناة الشروق TV في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختيارات المتاحة، حيث أجاب الأغلبية وبنسبة قدرت بـ 54.5% على أنها توافّق الصحفي وتدعمه للتقرب للعديد من المعلومات سواء كانت أخبارا أو فيديوهات أو منشورات، تليها على أنها مصدرا للمعلومات والأخبار بنسبة 24% إذ يعتمدون عليها كمرجع لمنحهم المعلومات والأخبار، وتعتبر بديل للوسائل التقليدية لجلب الأخبار بنسبة 18.2%، فالوسائل التقليدية كانت تعاني الندرة وقلة

نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات

السرعة في إيجاد المعلومة ونشرها عكس مواقع التواصل الاجتماعي، التي تضمن وصول المعلومات ونشرها بأقل تكلفة وفي وقت قياسي.

2.الفرضية الثانية: توجد علاقة قوية وإيجابية بين ما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي

المهني والاحترافي للصحفيين بقناة الشروق الجزائرية

1.2. التحقق من الفرضية:

تم تأكيد فرضية بوجود علاقة قوية وإيجابية بين ما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي المهني والاحترافي للصحفيين بقناة الشروق الجزائرية وذلك من خلال مؤشر إن المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم صحفيي قناة الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يراعي الصحفيين الضوابط المهنية وهذا يثبت مدى التزامهم بأخلاقيات المهنة واحترامهم لها بنسبة 41.7%، تليها الضوابط الأخلاقية بنسبة 34.4%، تليها ثالثا الضوابط والمعايير القانونية بنسبة 22.9%.

3.الفرضية الثالثة: ليست هناك أي علاقة بين ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات المهنية

الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية.

1.3. التحقق من الفرضية:

تم تنفيذ الفرضية وذلك بوجود علاقة بين ما تقدمه والاتجاهات المهنية الصحفيين في قناة الشروق الجزائرية وجاء ذلك في المؤشر الخاص بالالتزام الصحفيين بالضوابط المهنية والأخلاقية ولا يمكنهم التخلي عنها خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث بنسبة 69.1%، وثانيا أنهم قد يتخلى عنها بحسب ظروف العمل بنسبة 21.8%، ويأتي في الأخير من قد يتخلى عن مسؤولية العمل بنسبة 9.1%، وهذا يعود إلى ضمير الصحفي ومدى احترامه وتقديره للضوابط القانونية والمهنية وفق ما تمليه عليه سياسة القناة التي ينتمي إليها.

الخاتمة

خاتمة

من خلال الدراسة التي قمنا بها هي دراسة وصفية تحليلية، حاولنا من خلالها الوقوف عند العمل الميداني للعمل الإعلامي بالتلفزيون في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال، حيث تقوم مثل هذه الدراسات بوصف الحالة الراهنة دون التدخل في الجانب التاريخي، الذي يهتم به الأسلوب التاريخي، أو التدخل في تطوراتها المستقبلية التي يدرسها الأسلوب التجريبي.

ومن أهم ما توصلنا إليه من نتائج الدراسة تبين لنا أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين يساهم في تحسين الأداء الصحفي.

ذلك إن المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم صحفي قناة الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يراعي الصحفيين الضوابط المهنية وهذا يثبت مدى التزامهم بأخلاقيات المهنة واحترامهم لها، كما إن المؤشرات والمضامين التي تمنح الأولوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تدفع الصحفيين لمتابعتها، وكذلك استخدام العاملين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب معظم المبحوثين بـ "دائماً" ما يستخدمون موقع الواتس اب خاصة في مجال عملهم اذ يعد وسيلة تواصل هامة خاصة عند إعداد البرامج والتواصل مع الضيوف سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه.

إن التداول الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين خصوصاً وكذا المستخدمين للعالم الافتراضي أصبح عالماً متحدثاً في حد ذاته، وذلك من خلال التطورات الرقمية الكبيرة التي مست كل عناصر العملية الاتصالية : من المرسل مروراً بالقناة التي تأخذها الى الرسالة في حد ذاتها ومدى أهميتها وكيفية الحفاظ عليها لتكونها في قالبها الصحيح والمنتظر، الى القائم بالاتصال ومدى الأهمية المهنية التي يجب أن يتحلى بيها وكذا الظروف الاجتماعية والمهنية له داخل الهيئة التي يعمل بها ، والتأثيرات المرتبطة بهاته الأخيرة ومنهجها عليه في وظيفته التي من أساساتها المهنية والاحترافية للوصول للسبق والمحتوى المتميز ، وكذا تحليه بالروح الأخلاقية للمواد والمحتويات التي يكتسبها من هاته المواقع التواصلية

الجديدة، وهو ما سعيينا من أجله في هذه الدراسة التي تمحورت حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والاداء الصحفي، وعلاقة تأثير هذا الاستخدام والاعتماد المتكرر للمواقع التواصلية على الممارسة المهنية والأخلاقية للصحفيين بذات القناة ، وكذا الدور البارز الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي خاصة تويتر وفيسبوك، وكذا اللينكد أن وغيره من المواقع في الحياة اليومية والمهنية للصحفي ومدى الأداء المنتظر منه من خلالها .

لقد استنتجنا أيضا من خلال هاته الدراسة أن الصحفيين أدركوا جيدا الإيجابيات والسلبيات المتعلقة بالاحتكاك ومواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تركيزهم على الجوانب التكنولوجية المتاحة منها في الحصول على الاخبار والمعلومات الجديدة، وكيفية التعامل مع هاته المعلومات بالحفاظ على طابعا الأصلي والتعديل في بعض جوانبه الغير واضحة ونشؤه وتوزيعه، مع الاحترام الدائم للضوابط المهنية والأخلاقية لديه.

في النهاية تبقى دراستنا هي إحدى خطوات البحث المتواصلة لاستخراج طبيعة العلاقة الموجودة بين الصحفي المتمرس والمواقع التواصلية المستحدثة، تاركين المجال لباحثين آخرين لإبراز جوانب ومقاربات بحثية أخرى لم نتطرق لها في هاته الدراسة.

توصيات الدراسة

توصيات الدراسة:

من خلال ما ذهبت اليه هاته الدراسة من نتائج عامة تدخل بالدرجة الأولى حول مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمردود والأداء المهني لهم، فإن الباحث استخلص الى بعض التوصيات، والتي يرى بأنها جد ضرورية للوقوف بقطاع السمعي البصري خصوصا والاعلام عموما بمواكبته لجل التطورات التكنولوجية الحديثة وكيفية الاستفادة منها وذلك بواسطة ما يلي:

- ضرورة وضع قاعدة بيانات إعلامية متخصصة بالشأن الاعلام وطنيا، بواسطة برامج وتطبيقات حديثة تعنى بها المؤسسات الإعلامية الناشطة دوليا ووطنيا وعالميا.
- التركيز على وضع قوانين وضوابط أخلاقية لمهنة الاعلام والصحافة في الجزائر، من خلال إعطاء آراء وأفكار مستحدثة لحماية الصحفيين من خلال الاستخدامات المتكررة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى التعامل مع المعلومات والايخبار المتاحة فيها.
- على المؤسسات الإعلامية الوطنية خاصة مؤسسة التلفزيون الجزائري وكذا المؤسسات الإعلامية الخاصة كقناة الشروق التي قمنا بالدراسة على بعض الصحفيين بها، من وضع برامج تكوينية عالية المستوى خاصة ما تعلق بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بعقد اتفاقيات دولية مع بعض المؤسسات الرائدة في هذا المجال بمواكبة جميع التقنيات والتطورات لهذا القطاع.
- التركيز على دراسة الطلبة في الجامعات الوطنية مواد لها علاقة بالتكنولوجيات الجديدة، باستحداث تطبيقات تواصلية لها علاقة بمهنة الصحافة والايخبار، وكذا التركيز على تطبيق ذلك في مخابر وبتجهيزات متطورة للتعرف على القطاع بشكل صحيح.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

1.المصادر

1. الآية 24 سورة الإسراء، القرآن الكريم
2. لسان العرب لابن منظور الإفريقي المصري.
3. وثائق مؤسسة الشروق TV

2.المراجع

1. جلال الدين الحمامصي: من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، القاهرة ، 1956.
2. ابراهيم أنيس وعبد الحليم منتصر وآخرون ، معجم الوسيط، الجزء الثاني، دار الفكر للنشر.
3. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973.
4. أحمد بن مرسل: محاضرات ماجستير في الدراسة النظرية ، وحدة منهجية العلوم الاجتماعية ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2005/2004 .
5. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
6. أسامة بن مساعد، نظريات التأثير الاعلامية،(ب-ط)،(ب-د-ط)، 5 جوان 1433.
7. ايناس السعيد ابراهيم، السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
8. بسام عبد الرحمان مشاقبة : نظريات الاعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2011

قائمة المصادر والمراجع

9. جبريل حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية

تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1436هـ، 2015.

10. حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية .

11. حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية

12. حسن محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة ط2، بيروت، 1996.

13. حمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003

14. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013.

15. خديجة باديس، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي 'محطة قسنطينة

الجهوية للتلفزيون انموذجا ' مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية

، تخصص سمعي بصري . أم البواقي، جامعة العربي بن مهيدي. 2014،

16. راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم

المفتوح، القاهرة، 1995

17. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2007

18. ريف درويش اللبان، الضرورة الحتمية: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، المركز العربي

للبحوث والدراسات، دراسات، 2015

19. سحر محمد صوفي تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية

المصرية الخاصة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2014

20. سولاف بوصبع، تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على العمل الصحفي في الجزائر "، كلية

الاعلام بالجزائر 3 2005

قائمة المصادر والمراجع

21. السيد بخيت أخلاقيات العمل الصحفي ، ط/1 دار الكتاب الجامعي العين، الامارات الاعربية

المتحدة ، 2011

22. شرف فهمي خوجة: المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،

2008

23. شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى إستراتيجية،

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 7، 2014،

24. طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية – منظور من هجي

متكامل - دار وائل للنشر، عمان -الأردن-2007

25. ع الباسط محمد ع الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزي، دراسة

تطبيقية ميدانية،المكتب الجامعي الحديث،اليمن

26. نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب تكنولوجية،دار هومة،الجزائر،1998

27. عبد الحسن الحسيني، المعجم الكامل في المعلوماتية،دار المعلم، بيروت،1994

28. عبد الكريم بن عشية، تحليل المحتوى الإعلامي، (خطوات، نماذج تطبيقات)، دار أسامة للنشر

والتوزيع، عمان، الأردن،2019.

29. عبد الله عامر، الفيسبوك و عالم التكنولوجيا ، مجلة العلوم التكنولوجية ، العدد 14 ، جامعة البتراء

، عمان 2007.

30. عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الإجتماعي،دار المعرفة

الجامعية، بيروت،.

31. عبد المجيد افرام / هادية خزنة كاتبتي: اتجاهات الاردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة دمشق،

المجلد 26 ،العدد 4+3 2010

قائمة المصادر والمراجع

32. عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية - مفهوم وتقييم - مجلة العلوم الإنسانية،

العدد 1، جامعة بسكرة، 2001 ..

33. عقيل حسين عقيل : فلسفة مناهج البحث العلمي ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، 1999

34. علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دار المعتز للنشر والتوزيع، د ب، 2017.

35. غريب محمد سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، (ط3 ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية . 2003.

36. فايز الشهيري ، استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي ، العدد 1، مجلة البحوث الأمنية ، كلية الملك فهد ، 2004.

37. فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الإجتماعية، منشورات جامعية، جامعة منتوري قسنطينة، 1999 .

38. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون - العدد الثامن عشر - يوليو 2019

39. محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة - مصر ، 2005.

40. محمد الحسن إحسان، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت.

41. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع

الاجتماعية والمواقع الالكترونية، العربية انموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية/الأكاديمية العربية في الدنمارك.

قائمة المصادر والمراجع

42. محمد خيرت يوسف ، مؤشرات التقييم الاعلامي، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر،

2015.

43. محمد خيرت يوسف ، مؤشرات التقييم الاعلامي، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر،

2015

44. محمد زيدان عمر، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، ط4، الجزائر: د، م، ج، 1983

45. محمد شطاح، الاعلام التلفزيوني نشرات الاخبار، المحتوى والجمهور، دار الكتاب للنشر، جامعة

باجي مختار، الجزائر

46. محمد شلبي : المنهجية في التحليل السياسي، المفاهيم، المناهج، الاقتربات

47. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر،

2000 .

48. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987

49. محمد عبد المجيد بحوث الصحافة، دار الفكر، لبنان، 1987

50. محمد على شمو : التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية

للأبحاث، جدة، 1999 .

51. محمد فلاحى : صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ودار

الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2002 م

52. محمد محمود بني يونس : سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1 دار المسيرة، عمان، الأردن

، 2007 م

53. محمد محمود يوسف : البعد الاستراتيجي للتقييم المتوازن للأداء، المنظمة العربية للتنمية الإدارية،

القاهرة، مصر، 2015

قائمة المصادر والمراجع

54. محمد نصر مهنا : في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية - مصر

، 2003 م

55. محمد ياسر خواجه ، البحث العلمي أسس منهجية وتطبيقات عملية (مصر ، دار المصطفى

للطباعة والكومبيوتر ، 2002

56. محمود علم الدين: تكنولوجيا الإتصال في الوطن العربي، عالم الفكر ، الكويت، 1994

57. مرزوق عبدالحمن العادلي : الإعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات والاشباكات ، ط 1 ،

دار الفجر ، القاهرة - مصر ، 2004 م

58. مركز الحرب الناعمة، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة

مؤمن قريش، بيروت، لبنان، 2012

59. مريم ناريمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة لعينة

من مستخدمي الفيس بوك، لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.

60. مصطفى حميد كاظم الطائي ، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها في التعليم والتعلم، دار الوفاء،

الإسكندرية، مصر ، 2007.

61. مصطفى حميد كاظم الطائي ، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها في التعليم والتعلم، دار الوفاء،

الإسكندرية، مصر ، 2007،

62. مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، .

63. منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة

64. منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.

65. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي : جرائم الانترنت والحاسب الالي ووسائل مكافحتها ،

دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية - مصر ، 2004

قائمة المصادر والمراجع

- 66.مي عبد الله : نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، بيروت - لبنان ، 2006 م
- 67.ميرال مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري و يسعد عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية ، 1999 .
- 68.نادية بن ورقية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة،الجزائر .
- 69.نوي إيمان استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 70.هادي نهر ، أحمد محمود الخطيب ، إدارة الاتصال و التواصل ، النظريات ، العمليات ، الوسائط ، الكافيات ، علم الكتب الحديث ، د ط عمان ، 2009 ، .
- 71.هشام عبد المقصود، التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في الصحافة المصرية - دراسة لبنية وأطر الخطاب المقدم في سياق مدخل التحليل الثقافي، العدد الثالث المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (القاهرة جامعة القاهرة يوليو سبتمبر 2007.
- 72.وجدي حلمي عيد عبد الظاهر جامعة ام القرى : 2013
- 73.وسام فاضل راضي، م .م مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي ،دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية..
- 74.وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد(تحولات اتصالية ورؤى معاصرة)، الطبعة الثانية ،دار الكتاب الجامعي،الإمارات،الجمهورية اللبنانية،2018.
- 75.ياسر محمود ، حقوق الانسان في الخطاب الصحفي العربي - دراسة تحليلية وميدانية مقارنة على عينة من الصحف العربية، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام 2011).

قائمة المصادر والمراجع

3.الدوريات:

1. هشام عبد المقصود، التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في الصحافة المصرية – دراسة لبنية

وأطر الخطاب المقدم في سياق مدخل التحليل الثقافي، العدد الثالث المجلة المصرية لبحوث الرأي

العام (القاهرة جامعة القاهرة يوليو سبتمبر 2007.

2. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون -العدد الثامن عشر-يوليو 2019

3. رانيا أحمد محمود مصطفى، ” دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الأطفال بالقضايا والمشكلات

البيئية”، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003)، ص

4.الأطاريح والمذكرات:

1. محمد الندير عبد الله ثاني، القيادة الإعلامية وتنمية الخطاب المعرفي الصحفي-مقاربة تحليلية

تأويلية للمقال التحليلي الصحفي-دراسة مقارنة بين صحفيي الشروق والخبر، أطروحة دكتوراه غير

منشورة، كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران2، 2015.

2. بن دريس أحمد، حرية التعبير والصحافة وأخلاقيات العمل الإعلامي، مذكرة ماجستير غير منشورة،

كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة وهران، 2005.

3. سحر محمد صوفي .تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية

المصرية الخاصة.، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة

والتلفزيون ، 2014 .

4. سولاف بوصبع، تحت عنوان : تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة عل العمل الصحفي في الجزائر

" وهي رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام بالجزائر 3 2005

قائمة المصادر والمراجع

5. مريم ناريان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة لعينة

من مستخدمي الفيس بوك، لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.

6. خديجة باديس ، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي 'محطة قسنطينة

الجهوية للتلفزيون انموذجا ' مذكرة ماستر ،كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ،قسم العلوم الإنسانية

،تخصص سمعي بصري .أم البواقي ،جامعة العربي بن مهيدي.2014،

7. نادية بن ورقية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى

الشباب العربي،جامعة الجلفة، الجزائر.

8. أحمد بن إبراهيم المسيند، استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباع

المتحققة-الاجتماعية نموذجا- دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض

1433-2012 دراسة تكميلية لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة

الملك سعود، قسم الإعلام، كلية الآداب .

9. نوي إيمان استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية

جامعة محمد خيضر بسكرة.

10. لمياء سمير سيد ” تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى

المعرفي للجمهور المصري: دراسة مسيحية ” رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام،

قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة 2007)،

11. ياسر محمود ، حقوق الانسان في الخطاب الصحفي العربي – دراسة تحليلية وميدانية مقارنة

على عينة من الصحف العربية، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام 2011).

قائمة المصادر والمراجع

12. هبة ربيع رجب، "استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت:

دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الآداب، جامعة عين شمس،

2009)،.

5. القواميس والمعاجم والموسوعات:

1. المنجد الأبجدي ، ط 3 ، بيروت ، 1982

2. منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص30.

3. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص602.

مراجع باللغة الفرنسية:

1. Francis Balle ,dictionnaire des médias ,1 édition , l'arousse , paris ,1998.

2. MARCEL PANESI 2009 : dictionary of media and communications ,me,sharp ,new yourk

3. Donald,J.Lucy R.Asghar,Introduction to research in education ,3rd .ed(N.Y.Holt rinechart & Winston ,1985,p2121

4. Earl.Babbie ; The Practice of social research, (3rd Ed.) (Belmont, CA : Wads woeth),

5.مراجع باللغة الإنجليزية

1. Shariff Zhang X Sanderson M 2014 User perception of information credibility of News on Twitter . lecteur NOTES IN CO;PUTER SCIENCE VOLUME 8416.PP 513-518.

قائمة المصادر والمراجع

2. Mitchell Amy, Rosentile Tome Christian Leah 2012. what facebook and twitter mean of news. State of the media American journalism .pee research center.
<https://www.pewresearch.org/journalism/2012/03/18/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/>
3. Yonghwan Kim Joog Suk Lee 2015 Tweeting the public :journalists Twitter use attitudes toward the public s Tweets and the relationship with the public m information m communication society 18.4.p446.
4. Baran Stanley J. & Daves Dennis. K.” Mass Communication Theory: foundations ferment & future ” (Canada: Thomson width worth 2003) p 227.
5. Halpern p. “Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political system “ Journal of communication (Vol. 4 , No. 41994 ,) , PP 40 – 41.

6. الببيوغرافيا:

1. <https://l.instagram.com/?u=http%3A%2F%2Ffacebook.com%2FchoroukTV.Officiel&e=ATN9U2i41oMWqr2QBI7wIMWhfkoCILxA9ArJdhVhud5h0uex558DXQfBL2igfinec3qaixvJQVrzC9dV>

قائمة المصادر والمراجع

13:55 - 2021/6/8 <https://hrdiscussion.com/hr814.html> .2

3. [إشكاليات الصحافة الإلكترونية بين واقع الممارسة وتحديات أخلاقيات المهنة | ميثاق](#)

[شرف للإعلاميين السوريين\(almethaq-sy.org\)](http://almethaq-sy.org)

<https://www.asjp.cerist.dz/> .4

<https://www.echourok.dz> .5

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

1. الملحق الأول: شهادة نشر مقال الاعتماد

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE D'ALGER 1
BENYOUCEF BENKHEDDA

Vice Rectorat de la formation supérieure de postgraduation,
de l'habilitation universitaire et de la recherche scientifique

جامعة الجزائر 1
بن يوسف بن خدة

نيابة رئاسة الجامعة للتكوين العالي لما بعد
التدرج والتأهيل الجامعي والبحث العلمي

نائب الرئيس

Le Vice Recteur

الجزائر في : 22/244 رقم القيد : 14 JUIN 2022

إشهاد بالنشر

تشهد د. مدافر فايزة مديرة " مجلة حوليات جامعة الجزائر 1 ومسؤولة النشر أن
السيد مسعود الهلي والسيد محمد النذير عبد الله ثاني قد نشر مقالا بعنوان : " الاعتماد
المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد-دراسة وصفية استطلاعية لعينة من
صحفيي قناة الشروق نموذجا- " في المجلد 36 العدد الثاني لشهر جوان سنة 2022 من
مجلة حوليات جامعة الجزائر الحاملة لرقم ISSN 1111-0910 رابطها على المنصة
الالكترونية للمجلات العلمية الوطنية www.asjp.cersit.dz وكذلك متوفر على موقع
جامعة الجزائر 1 - بن يوسف بن خدة- على الرابط التالي:

<https://www.univ-alger.dz>

مديرة المجلة ومسؤولة النشر

ناتية مدير مكلفة بالتكوين العالي في الطور الثالث
والتأهيل الجامعي والبحث العلمي وكذا التكوين
العالي فيما بعد التدرج بجامعة الجزائر 1

د. مدافر فايزة

جامعة الجزائر 1

سلمت هذه الوثيقة للمعني (ة) لاستعمالها فيما يسمح به القانون.

شعار ديدوش مراد - الجزائر

الهاتف، فاكس: +213 21 63 77 27 Tél. Fax: 2, Rue Didouche Mourad Alger Algérie

2. الملحق الثاني: مقال الاطروحة

حوليات جامعة الجزائر 1

المجلد: 36 / العدد: 02- 2022، ص: 535_556

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد
-دراسة وصفية استطلاعية لعينة من صحفيي قناة الشروق نموذجاً-

Professional and ethical accreditation of journalists for new media content

A descriptive, exploratory study of a sample of Algerian journalists

مسعود الهلي¹، محمد النذير عبد الله ثاني²¹ كلية العلوم الاجتماعية، مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب، جامعة مستغانم

(الجزائر)، Messaoudelhelli30@gmail.com

² كلية العلوم الاجتماعية جامعة مستغانم، (الجزائر)، nadir.tani@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: جوان/2022

تاريخ القبول: 2022/03/31

تاريخ الإرسال: 2022/01/14

الملخص:

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التحولات الكبرى التي طرأت على صناعة المحتوى الإعلامي على مستوى أخلاقه المحتوي، فالرهان هو مدى اعتماد الصحفيين على المحتوى المهني والأخلاقي للوسائط المتعددة وتطبيقات الإعلام والاتصال في تحسين الأداء الصحفي؛ وبالتالي أصبحت الممارسة المهنية والأخلاقية ترتكز على استخدام ما يتناوله الإعلام الجديد وباعتباره مصدر من مصادر الأخبار والمعلومات، وباعتبار الإعلام الجديد نمط من أنماط الاستهلاك الإعلامي، وإنتاجه ونشره، والتشارك في مضامينه، أدى هذا التطور الكبير إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين: الإعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الجديد الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الانترنت والهاتف الجوال الذكي.

الكلمات المفتاحية: الاعتماد المهني والأخلاقي؛ الصحفيين؛ محتوى الإعلام الجديد؛ الإعلام الجديد؛ قناة الشروق TV

Abstract:

The information revolution that the world is experiencing at the present time represents one of the most important stages of major historical development in the history of humanity, and one of the most important results of this information revolution is the major transformations that have occurred in the media content industry at the level of content creation. Media and communication in improving journalistic performance, and thus professional and ethical practice has become based on the use of what is covered by the new media and as a source of news and information, and considering the new media as a pattern of

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

media consumption, production, dissemination, and sharing of its contents, this great development led to a division The media sector is divided into two fields: the traditional media, which includes newspapers, magazines, radio and television, and the new media, which is based on the flow of information via the Internet and smartphone mobile .

key words:

Professional and ethical accreditation, journalists, new media content, new media, Al-Shorouk channel

مقدمة:

عرف الإنسان الاتصال منذ المراحل الأولى من نشأته، حيث احتك قديما بمحيطه الضيق الذي كان ينحصر في أسرته أو قبيلته والنطاق الذي يفرض عليه التحرك فيه لكسب معيشته، وما فتئ الإنسان عبر الزمن يطور ويحسن من أساليبه الاتصالية والتفاعلية، فمنذ ظهور الكتابة وتطورها وتوسعها إلى الطباعة والصحافة، قطعت البشرية أشواطاً اتصالية هائلة، ما أدى إلى تحسين في الأداء وكذا التوسع في النطاق وفي الحيز الذي تؤثر فيه وتتأثر به، وأدواتها في ذلك التقنيات والأساليب الحديثة للاتصال التي أبدعتها عبقرية الإنسان ويحثه العلمي المتواتر والمتواصل.

ومن جهة أخرى يلعب القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية دوراً مهماً في العملية الاتصالية، حيث يجعلنا نشن حقيقة... مفادها أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية بالغة في ظل المتغيرات الجديدة، حيث أصبحت فضاء متاحاً بالمعلومات في كل المجالات بواسطة التقنيات والقدرات التي تمتلكها، دون نسيان الضوابط المهنية والأخلاقية التي تركز عليها، بالمقارنة بما يقوم به القائم بالاتصال (حارس البوابة الإعلامية).

وفي ضوء تلك الأفكار المتزاحمة التي تُطرح وبشدة في مجال الإعلام الجديد وكذا التطبيقات الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة)، واستخداماتها في المجال السمعي البصري حيث ظهرت العديد من التساؤلات حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين القائمين على الأخبار في المؤسسات الإعلامية وكيفية تعاملهم مع الأخبار الموجودة على المواقع أو التطبيقات، وهل من الضروري بإمكان أن يعتمد عليها الصحفيون سابقاً من جانب جمعهم للإخبار والتأكد من صحتها في مكانها المناسب ثم نشره بكل مصداقية ومهنية.

1- الإشكالية

يشهد واقع الصحافة الجزائرية كغيره من البلدان العربية والغربية، تطوراً على مستوى الاعتماد على الإعلام الجديد الذي يتجلى في مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين الأداء الصحفي؛ حيث يؤدي الصحفي أدوار متنوعة في عمله كإعلامي في مؤسسة إعلامية مهما كان نوعها، وبالتركيز على طبيعة عمل الصحفي الجزائري في مدى تعامله مع التقنيات والتكنولوجيات الرقمية الحديثة؛ ونقصد بذلك ما تقدمه

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

مواقع التواصل الاجتماعي من محتويات يعتمد عليها القائم بالاتصال المتمثل في الصحفي كما أحدثت هذه الأخيرة بدورها واقع متفرد بها من ناحية الأنوية والتفاعلية في نقل الأخبار، الشمولية وكذا العالمية في كل شيء كالتوزيع والتحرير الفوري والتغطيات المباشرة في المكان والزمان بواسطة الهواتف الذكية والوسائط المتعددة و التطبيقات الحديثة.

لقد أصبحت هذه المواقع تشكل عائقا كبيرا للوسائل الإعلامية التقليدية كالتلفزيون والراديو وكذا وكالات الأنباء، مقارنة بما يتيح للصحفي الحصول الآني والسريع في نقل وحفظ ونشر الأخبار داخل مؤسسات الإعلامية العاملين بها، ومن هنا جاءت دراستنا حول مدى استخدام الصحفيين الجزائريين وخاصة صحفيي قناة الشروق الإخبارية لهاته المواقع ومدى التعامل الدائم معها ومع ما تقدمه من معلومات وأخبار لهؤلاء الصحفيين بواسطة التركيز على مدى المهنية والصبغة الأخلاقية التي يتحلى بها الصحفي خلال استقائه المعلومات من هاته المواقع كمصدر للمعلومات، وجاءت إشكالية الدراسة كالآتي:

ما مدى اعتماد صحفيي قناة الشروق على الإعلام الجديد لتحسين المحتوى المهني والأخلاقي والأداء الصحفي؟

وتتفرع عن الإشكالية جملة من التساؤلات:

- 1- ما هي دوافع وأهداف صحفيين قناة الشروق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى توظيف واعتماد هذه التطبيقات التكنولوجية الحديثة بين الصحفيين داخل القناة ؟
- 3 -ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لصحفي قناة الشروق؟
- 4- ما مدى التزام صحفيو قناة الشروق بأخلاقيات المهنة الصحفية مقارنة بالاعتماد على هذه المواقع ؟

2- أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى تحقيق الآتي:

- تقييم الواقع الحالي لمدى استخدام الصحفيين بقناة الشروق للخدمات المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد المشاكل والمعوقات في جلب المعلومات من شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي واعتمادها كمصادر للمحتوى المهني والأخلاقي للصحفي.
- الوقوف عند أهم الجوانب التي أثرت فيها التكنولوجيا الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

في تحسين الأداء الصحفي لدى الصحفيين بقناة الشروق Tv.

اقترح بعض الحلول التي من شأنها المساهمة في تطوير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بخدماتها التكنولوجية.

3- منهج الدراسة:

تم اعتمادنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي يعتبر منهج الوصف نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية. وهو ما استقر في المجالات العلمية والمعرفية منذ القرن الثامن عشر، كما عرفه Ch.M.Backstroom & G.Cesar بأنه: «أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حياة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم. فإنه يعتبر أيضاً الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها. مما يوفر جانباً كبيراً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية، وهو بهذا المفهوم يعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي»¹.

بشكل عام يمكن تعريف هذا المنهج بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة ذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة»².

4- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

بشأن مجتمع البحث يتكون من جميع الصحفيين العاملين في قناة الشروق Tv، انطلاقاً من كون عملية المعاينة Echantonnage التي تمكن الباحث من اختزال مجهودات كبيرة، من المفروض أن يصرفها في دراسة مجتمع بحثه، فإنها تعد خطوة مهمة في عملية البحث والعينة من منظور محمد عبد الحميد عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتم التعامل معها منهجياً³ وقبل الانتقال إلى تحديد مفردات العينة مجال الدراسة، يحدد الباحث مفردات مجتمع بحثه، والقصد به هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث على أساسها يتم تعميم نتائج الدراسة عليه، ومنها تم إسقاط العينة على الصحفيين العاملين بقناة الشروق Tv. وفي خطوة تالية تم اختيار العينة عشوائية بسيطة والتي تدخل ضمن العينات الاحتمالية وهو ذلك الصنف من العينات الذي يخضع في حسابه إلى قانون الإحصاء والاحتمالات، وبالتالي يكون اختيار وحداته عن طريق الصدفة، أي المبدأ الذي يتيح الفرصة لجميع مفردات مجتمع البحث، أن تكون جزءاً من العينة، كل ذلك من أجل التقليل من تحيز الباحث إلى ذاتيته⁴.

وفي دراساتنا بلغ تعداد مفردات العينة 70 مفردة موزعة بين (33) صحفي و(22) صحفية العاملين في قناة الشروق Tv من المجتمع الكلي.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

5- أدوات الدراسة:

اعتمدنا على استمارة الاستبيان والاستقصاء وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق و آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون التدخل من الباحث في تقرير ذاتي لمبحوثين في هذه البيانات وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة⁵.

لقد تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة بعد عدة توجيهات وإرشادات من طرف المحكمين إلى تصميم الاستمارة الاستطلاعية لتأتي في صيغتها مقسمة إلى المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة؛ المحور الثاني: استخدام صحفيي قناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي؛ المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

6- المقاربة النظرية للدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أو تسمى في بعض الأدبيات النظرية بالتبعية لوسائل الإعلام، حيث قدم ملفين دي فليمر Melvin Defluer وساندرا روكيتش Sandra Rokeach عام 1975، هذه النظرية وقاما بتطويرها، وفي حقيقة الأمر تستند على نظريتي الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification، ونظرية تحديد الأولويات Agenda Sitting⁶ Theory، وكما يوحى اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، السينما⁷؛ وجاء دراستنا لتسلط الضوء على اعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد.

7- ثبت المصطلحات والمفاهيم الإجرائية:

7-1- مفهوم الاعتماد:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام dependency Theory، التي تنظر للوسيلة الإعلامية كونها نظاما للمعلومات، وأن قوتها تكمن في اعتماد الآخرين عليها أفراداً، ومجموعات، مصادر المعلومات، تقوم الوسيلة بمعالجتها ونشرها للجمهور، وتنطلق النظرية من النظر لوسائل الإعلام بوصفها مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استيفاء المعلومات عن الأحداث الجارية، والتي تساعدهم على اتخاذ القرارات التي تخص حياتهم اليومية⁸، وأن قدرة الوسيلة على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسيلة بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف⁹.

7-2- إجرائيا:

المقصود بالاعتماد في دراستنا هو اعتماد الصحفيين على المحتوى الإعلام الجديد من الجانب

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

المهني والأخلاقي.

7-3- مفهوم الإعلام:

لغة: يشير لفظ الإعلام إلى الإخبار بمعنى أعلمه بالشيء أي أخبره وأنباه¹⁰.

وهو الاطلاع على الشيء، فيقال أعلمه بالخبر، أي أطلعه عليه فالإعلام هو الإخبار بكل ما يطرأ على المجتمع من أحداث ومستجدات¹¹.

فالإعلام يسعى إلى الرقي بالعقل وتقديم ثقافة متميزة له ومحاربة الشائعات والخرافات كما تهدف إلى الشرح والتوضيح والتبسيط¹².

إجرائياً:

المقصود من الإعلام في دراستنا هو الإعلام التلفزيوني الفضائي الخاص واتخذنا من قناة الشروق ميداناً للدراسة.

7-4- الأداء الصحفي:

الأداء الصحفي عبارة عن مجموعة من الوظائف التي تقوم بها المؤسسة الإعلامية، كما أشار إلى ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية، لضمان ثقة الجمهور، وحفظ خدمة مصالح المجتمع¹³.
إجرائياً: الأداء الصحفي هو عبارة عن مجموعة من النشاطات الإعلامية وذلك وفق حدود وقوانين مهنية، كما يفترض به أن يتحلى الصحفي بالمهارة والاحتراف في الكتابة والحوار والتقديم واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيما ينفع الصالح العام. وتعد المؤسسات الإعلامية الناجحة هي التي تمتلك أحسن الإعلاميين، حيث توفر لهم مراكز خاصة لصقل مواهبهم وتطويرها لإعطاء أداء متميز. وجاء هذا المفهوم في دراستنا اعتماد الصحفيين على الإعلام الجديد لتحسين المحتوى المهني والأخلاقي للمادة الصحفية.

7-5- مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: الموقع لغة هو مكان الوقوع، يقال وقع الشيء موقعه (ج) مواقع ومواقع القتال، مواضعه ومواقع القطر ساقطة¹⁴.

اصطلاحاً: إن موقع الويب يربط بين مجموعة من الصفحات المترابطة من خلال نصوصها المتنوعة ويعرف الموقع على أنه صفحة البداية أو الترحيب التي من خلالها نستطيع استخراج الوثائق من الانترنت والمرفقات الأخرى المرتبطة به، ويمكن لأي شخص فتح موقع أو شركة أو منظمة¹⁵.

وهي أيضاً عبارة عن خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات وعن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين¹⁶.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

المفهوم الإجرائي: ونقصد بها مجمل المواقع التي تتيح التواصل الاجتماعي عن طريق شبكة الإنترنت، فهي منبر لتبادل الآراء والأفكار والثقافات والمناقشات حول قضايا مختلفة، كما تم توظيف مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا مهنيا وأخلاقيا يعتمد عليه الصحفي في تحسين الأداء الصحفي.

7-6- الإعلام الجديد :

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، بحسب "لمستر" Lester الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو¹⁷.

اجرائيا:

جاء مفهوم الإعلام الجديد في دراستنا يسلط الضوء على محتوى التي يعتمد عليها الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة باعتبارها مصدرا بديلا للأخبار والمعلومات.

7-7- الشبكة:

لغة: تعرف في اللغة العربية : هي شبك الشيء شبكا أي تدخل بعضه في بعض . يقال : شبك أصابعه ، شبك الشيء : يقال تشابكت الأمور ، اختلطت ببعضها البعض . **اصطلاحا :** يعرفها فايز الشهيري هي نظام المعلومات العالمي الذي يتصل ببعضه بواسطة عناوين منفردة معتمدة على بروتوكول الانترنت (ip) أو لواحق و توابعه الفرعية¹⁸.

اجرائيا:

الشبكة المقصود بها شبكات التواصل الاجتماعي التي يرتبط بها الصحفي لتسهيل وتحسين أداء عمله.

7-8- الاتصال:

لغة : من مادة وصل ويقال وصلت الشيء وصل ، وصلة وصل إليه وصولا ، و وصل بمعنى اتصل : أي دعا دعوى الجاهلية، وهو بأن يقول بالفلان¹⁹.

اصطلاحا :

- هو استمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها .

- انفتاح الذات على الآخرين في العلاقة الحية التي لا تنقطع حتى تعود من جديد²⁰.

اجرائيا:

الاتصال هو جميع العمليات الشبكية والاقتراضية التي يعتمد عليها الصحفي عن طريق الإعلام الجديد في أداء مهمته الصحفية.

7-9- مفهوم التلفزيون:

لغويا: مكونة من مقطعين télè و معناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية عن بعد أي نقل الصورة و

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

المرئيات عن بعد .

اصطلاحا: هو جهاز إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرو مغناطيسية والأقمار الصناعية.

-هو وسيلة إعلام و اتصال تعتمد على الصوت و الصورة في ان واحد و تجمع بين خواص الإذاعة المسموعة و المرئية²¹.

إجرائيا: يقصد به في هذه الدراسة : هو الكيفية أو الطريقة التي يتم بواسطتها انجاز وتقديم الخدمة التلفزيونية و الإعلامية كما جاءت الدراسة مسلطة الضوء على تلفزيون قناة الشروق .Tv.

7-10- مفهوم التطوير :

لغة : التغيير أو التحويل من طور إلى طور ، وتعني كلمة تطور 'تحول من طوره' أي التغيير التدريجي الذي يحدث في بنية الكائنات الحية و سلوكها .

اصطلاحا : هو التحسين وصولا إلى تحقيق الأهداف المرجوة بصورة أكثر كفاءة²².

اجرائيا: جاء هذا المفهوم في الدراسة لاعتماد صحفيين قناة الشروق على الإعلام الجديد لتطوير الأداء الصحفي من خلال اعتمادهم على المحتوى المهني والأخلاقي للإعلام الجديد.

7-11- تعريف الأداء التلفزيوني :

هو كافة الجهود الهادفة من قبل المؤسسات لتخطيط وتنظيم و توجيه الأداء الفردي و الجماعي ووضع معايير ومقاييس واضحة ومقبولة للتوصل إلى هدف منشود²³.

إجرائيا: وهو جهود الصحفيين في تحسين أداء التلفزيوني لقناة الشروق .Tv.

7-الإطار الميداني: دراسة وصفية تحليلية استطلاعية لعينة من الصحفيين الجزائريين قناة الشروق نمونجا-

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة

جدول 1 يوضع عدد أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
الذكور	33	60%
الإناث	22	40%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) أن توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، أن نسبة الذكور بلغت 33% بينما بلغت نسبة الإناث 22%، وبذلك تجاوز عدد الذكور الإناث نظرا لطبيعة العمل الصحفي الشاق والمرهق في ميدان العمل، وما قد يتعرض له الصحفي من خطر، وما لاحظته أن الإناث يتركزن بنسبة كبيرة للعمل في المكاتب لهذا كانت نسبتهم أقل من الذكور. وهذا يدل على هيمنة الصحفيات على التغطية الصحفية داخل المؤسسة الصحفية مقارنة بالصحفيين.

جدول 2 يوضح الفئات العمرية للعاملين بقناة الشروق

السن (الفئات)	التكرار	النسبة
من 18 الى 22 سنة	2	3.6%
من 23 الى 28 سنة	17	30.9%
من 29 الى 35 سنة	24	43.6%
من 36 الى 40 سنة	12	21.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يعتبر متغير السن من أهم العوامل التي تساهم في سير المؤسسة، نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) توزيع المبحوثين حسب الفئتان العمرية الأكثر عددا هما الفئتين (من 23 الى 28) و (29 الى 35) إذ بلغ مجموع نسبتهما 74.5%، وتركيز المؤسسة على استهداف هاتين الفئتين يعود إلى استهداف الطاقة الشبابية وبعث روح النشاط وبذل المجهود، أما الفئة الثالثة هي الفئة (من 36 الى 40 سنة) والتي بلغت 21.8% تشمل المسيرين وذوي الخبرة في توجيه الشباب وسقل مواهبهم.

الجدول 3 يوضح المستوى الدراسي للعاملين بقناة الشروق

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة%
ليسانس	34	61.8%
ماجستير	3	5.5%
دكتوراه	3	5.5%
أخرى	15	27.3%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) توزيع المبحوثين على حسب المؤهل العلمي، حيث بلغت نسبة الحاصلين على شهادة ليسانس أعلى نسبة، بنسبة 61.8%، تليها في المرتبة الثانية التخصصات الأخرى

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

من تقني وتقني سامي... وغيرها، بنسبة 27.3%، وفي المرتبة الثالثة ذو الشهادات العليا ماجستير ودكتوراه بنسبة 5.5%، ويعود ذلك إلى شروط التوظيف التي تحدد شهادة ليسانس ورغبة الطلبة والشباب في الدخول إلى ميدان العمل دون إتمام شهاداتهم العليا، والاعتماد على اكتساب الخبرة الميدانية .

جدول 4 يوضح التخصص للعاملين بقناة الشروق

التخصص	التكرار	النسبة %
اتصال وعلاقات عامة	14	25.5%
سمعي بصري	23	41.8%
إعلام رياضي	1	1.8%
صحافة مكتوبة	2	3.6%
غير ذلك	15	27.3%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على أداة الدراسة

الجدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص، حيث نال تخصص السمي البصري حصة الأسد بنسبة بلغت 41.8% ، وهذا يعود إلى طبيعة عمل المؤسسة الإعلامية التي تركز على تمكن الموظفين من متطلباتها من مونتاج وتصوير وتقديم... وغيرها، تليها التخصصات الأخرى من تقنيين ومهندسين وغيرهم بنسبة 27.3%، ثم يأتي تخصص الاتصال والعلاقات العامة بنسبة 25.5%، ونستنتج أن هذه المؤسسة تعطي الأولوية لأهل الاختصاص وخريجي الإعلام ويعود التركيز على هذه التخصصات لضمان البث المحكم والصورة الإعلامية الجيدة وإضفاء التوازن داخل المؤسسة.

جدول 5 يوضح نوع العمل الاعلامي

العمل (الوظيفة)	التكرار	النسبة
مراسل	1	1.8%
محرر أخبار	16	29.1%
صحفي مقدم أخبار	13	23.6%
كاتب مقالات	5	9.1%
صحفي مصور	3	5.5%
مصمم	1	1.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على أداة الدراسة

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

الجدول رقم (5) يوضح توزيع المبحوثين متطلبات العمل الإعلامي داخل مؤسسة الشروق TV إذ يبلغ محررو الأخبار الحصة الأكبر بنسبة 29.1%، والنسبة الثانية صحفي مقدم أخبار بنسبة 23.6%، وثالثا كاتب مقالات بنسبة 9.1%، ويليهما بالترتيب صحفي مصور بنسبة 5.5%، مراسل ومصور بنسبة 1.8% لكل منهما.

جدول 6 يوضح الخبرة المهنية بقناة الشروق

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	2	3.6%
(من 1 سنة إلى 3 سنوات)	16	29.1%
(من 3 إلى 5 سنوات)	5	9.1%
(من 5 إلى 10 سنوات)	24	43.6%
(أكثر من 10 سنوات)	8	14.5%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

تعتبر الخبرة المهنية من أهم العوامل التي تساهم وتحسن في تقييم أداء العاملين وتقديم الأفضل للمؤسسة، يبين الجدول رقم (6) توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة المهنية حيث تبلغ الفئة (من 5 إلى 10 سنوات) النسبة الأكثر وهي 43.6%، تليها ثانية الفئة (من 1 إلى 3 سنوات) بنسبة 29.1%، وتأتي ثالثا الفئة (الأكثر من 10 سنوات)، ثم الفئة (من 3 إلى 5 سنوات) بنسبة 9.1%، وفي المرتبة الأخيرة الفئة (الأقل من سنة) بنسبة 3.6%.

ويعود هذا الاختلاف في سنوات الخبرة المهنية إلى سياسة المؤسسات الإعلامية والتي بينها قناة الشروق التي تعمل على تجديد عاملها ومواردها البشرية، والاستفادة من الطاقات الفكرية الشبانية التي تخرجها الجامعات الجزائرية، ومنحهم فرصة العمل وسقل مواهبهم، لأن هذه الفئات الشبانية عادة تكون مساهمة للتطورات التكنولوجية الحديثة والتي تساهم في استمرارية المؤسسة وتقديمها عملا فنيا متكاملًا.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

المحور الثاني: استخدام صحفيي قناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي
الجدول رقم (7)

الاختيارات	التكرار	المجموع
نادرا	27	%49.1
في بعض الأحيان	20	%36.4
في كثير من الأحيان	07	%12.7
دائما	1	%1.8
المجموع	55	%100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

الجدول رقم (7) يوضح استخدام صحافة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي ،أن أغلب الصحفيين أجابوا أنهم " نادرا" ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة %49.1، و يليه "في بعض الأحيان" بنسبة %36.4، وثالثا أجابوا " في كثير من الأحيان" بنسبة %12.7، وأخيرا أجابوا " نادرا" بنسبة %1.8، وهذه الاختيارات تعود على أن الصحفيين بقناة الشروق قد يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ولكن لا يعتمدون عليه دائما .

الجدول رقم (8) يوضح: الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميا

المدة	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	3	%5.5
من 1 الى 2 ساعة	9	%16.4
من 3 الى 4 ساعات	18	%32.7
من 5 الى 6 ساعات	12	%21.8
أكثر من 6 ساعات	13	%23.6
المجموع	55	%100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

الجدول رقم (09) يوضح الحجم الساعي للساعات التي يستغرقها العاملون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يقضي الأغلب (من 3 إلى 4 ساعات) يوميا بنسبة %32.7، ويليه (أكثر من 6 ساعات) بنسبة %23.6، ثم يأتي (من 5 إلى 6 ساعات) بنسبة %21.8، ويليه (من 1 إلى 2

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

ساعات) بنسبة 16.4%، ويأتي في الأخير الأقل من ساعة بنسبة 5.5%، وتوضح هذه المدة الزمنية أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت تحتل حيزا مهما في الاستخدام من خلال مدة استخدامهم لها .

الجدول رقم(09) يوضح: الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة %
الاسم المستعار	2	3.6%
الاسم الحقيقي للصحفي	51	92.7%
اسم المؤسسة التي يعمل بها الصحفي	2	3.6%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول أعلاه الاسم الذي يستخدمه الصحفي في حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت من يستخدم اسمه الحقيقي نسبة 92.7%، ومن يستعمل اسما مستعارا واسم المؤسسة التي يعمل بها أقل نسبة إذ بلغت 3.6%.

الجدول رقم (10): استخدام الفيسبوك

الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	2	3.6%
في بعض الأحيان	12	21.8%
في كثير من الأحيان	8	14.5%
دائما	33	60%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول رقم 10 مدى استخدام الفيس بوك من طرف الصحفيين العاملين بقناة الشروق، أجاب أغلبهم بـ " دائما" وبلغت نسبة هذا الاستخدام 60% ونفسر هذا الارتفاع في استخدام منصة فيس بوك مدى اهتمام الصحفيين بهذه المنصة ومدى انتشارها لدى جميع شرائح المجتمع، ويليه " في بعض الأحيان بنسبة 21.8%، ثم يليه " في كثير من الأحيان" بنسبة 14.5%، وأخيرا " لا أستخدمها" بنسبة ضئيلة قدرت بـ 3.6%.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

الجدول رقم (11) يوضح استخدام التويتر

مدى استخدام التويتر		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	23	41.8%
في بعض الأحيان	22	22%
في كثير من الأحيان	3	5.5%
دائما	7	12.7%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول رقم 13 مدى استخدام الصحفيين بقناة الشروق TV لمنصة تويتر، نلاحظ نسبة 41.8 % لا يستخدمونها وهذا يعود إلى عدم اهتمامهم بها، وأجاب بنسبة 22% أنهم يستخدمونها وقد أجابوا على حد قولهم أنها ذات مصداقية في نشر المعلومات ويعدونها كمرجع للأخبار ، وأخيرا من أجابوا "في كثير من الأحيان" بنسبة قليلة بلغت 5.5%.

الجدول رقم (14) مدى استخدام الانستغرام

النسبة %	التكرار	الاختيارات
30.9%	17	لا استخدمها
23.6%	13	في بعض الأحيان
18.2%	10	في كثير من الأحيان
27.3%	15	دائما
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام الصحفيين لمنصة انستغرام باعتبارها واسعة الانتشار بين الشباب والمراهقين، وقد أجاب أغلبهم بأنهم لا يستخدمونها بنسبة بلغت 30.9%، يليه من يستخدمونها "دائما" بنسبة 27.3% وهذا يعود إلى أن نسبة 3/1 يستخدمونها بشكل مستمر في نشر المعلومات وتتبعها، ويليه من أجابوا "في بعض الأحيان بنسبة 23.6%"، وأجاب "في كثير من الأحيان" بنسبة 18.2%.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

الجدول رقم (15) يوضح استخدام السناپ شات

مدى استخدام السناپ شات		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	47	85.5%
في بعض الأحيان	5	9.1%
في كثير من الأحيان	2	3.6%
دائما	1	1.8%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام السناپ شات بين أوساط العاملين بقناة الشروق أجاب أغلبهم بأنهم "لا يستخدمونها" حيث بلغت نسبتهم إلى 85%، ويعود هذا إلى عدة عوامل بأنه موقع غير معروف كما أنه لا يُستخدم من طرف جميع شرائح المجتمع، كما يعتبرونه أنه موقع لالتقاط الصور فقط والترفيه أثناء التصوير بأشكال مضحكة ومسلية، ولا يعتبر موقع لأخذ الأخبار أو نشرها.

الجدول رقم (16) يوضح: استخدام الواتساب

مدى استخدام الواتساب		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
لا استخدمها	8	14.5%
في بعض الأحيان	11	20%
في كثير من الأحيان	9	16.4%
دائما	27	49.1%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام العاملين بقناة الشروق لموقع "واتساب"، أجاب معظم المبحوثين بـ "دائما" ما يستخدمون موقع واتساب خاصة في مجال عملهم إذ يُعد وسيلة تواصل هامة خاصة عند إعداد البرامج والتواصل مع الضيوف سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه لذلك بلغت نسبته 49.1%، ويليهِ "في بعض الأحيان بنسبة 20%، وكأقل نسبة هناك من لا يستخدمه بنسبة 14.5%.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

الجدول رقم (12) يوضح الدوافع الحقيقية لصحفي الشروق في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
مشاهدة الفيديوهاات المنتشرة	35	31.8%
الحوارات والرددشات	16	14.5%
معرفة مدى الأداء الإعلامي لصحفيين الشروق في القنوات الأخرى	16	14.5%
الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين من خلال ما يقدمونه في قناتهم الأصل	2	7%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول رقم 12 يوضح الدوافع الحقيقية التي تدفع صحفي قناة الشروق لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب معظمهم بأنها مشاهدة الأخبار والفيديوهاات المنتشرة إذ بلغت نسبتهم 31.8%، يليها إقامة الحوارات والرددشات ومعرفة الأداء للزملاء بالقنوات الأخرى بنسبة 14.5%، وأخيرا الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين بنسبة قليلة جدا، قدرت بـ 7%.

المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (13) يبين رأي صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي

رأي صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
مصدر للأخبار والمعلومات	19	24.7%
يرافق الصحفي في الحصول والتقرب من العديد من المعلومات	42	54.5%
هي بديل الوسائل التقليدية لجلب الأخبار	14	18.2%
أخرى	02	2.6%
المجموع	77	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على أداة الدراسة

يوضح الجدول رقم 13 رأي صحفي قناة الشروق TV في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختيارات المتاحة، حيث أجاب الأغلبية بنسبة قدرت بـ 54.5% على أنها ترافق الصحفي وتدعمه للتقرب للعديد من المعلومات سواء كانت أخبارا أو فيديوهاات أو منشورات، تليها على أنها مصدرا للمعلومات والأخبار بنسبة 24% إذ يعتمدون عليها كمرجع لمنحهم المعلومات والأخبار، وتعتبر بديل

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

للوائل التقليدية لجلب الأخبار بنسبة 18.2%، فالوسائل التقليدية كانت تعاني الندرة وقلة السرعة في إيجاد المعلومة ونشرها عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تضمن وصول المعلومات ونشرها بأقل تكلفة وفي وقت قياسي.

الجدول رقم (14) يوضح المؤشرات والمعايير المؤسسة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

المؤشرات والمعايير لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي		
الاختيارات	التكرار	النسبة %
حسب الوثائق المنشورة على هاته المواقع	28	33.7%
معرفة مصادر الخبر المنشور	13	15.7%
الأرقام والإحصائيات المعروضة	12	14.5%
السرعة الفائقة في عرض الأخبار على المواقع التواصلية	20	24.1%
على ما تقدمه من فيديوهات وصور مؤكدة للأخبار المؤكدة	10	12%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على أداة الدراسة

يبين الجدول رقم 14 المؤشرات والمضامين التي تمنح الأولوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تدفع الصحفيين لمتابعتها، حيث اختار معظمهم أنهم يتابعونها " على حسب ما تقدمه من مضمون " بنسبة تصل إلى 33.7%، تليه ثانياً " السرعة الفائقة في عرض الأخبار " بنسبة 24.1%، يليها " معرفة مصادر الخبر المنشور " بنسبة 15.7% وهذا ما يدفع الصحفي إلى البحث والتحري عن الأخبار ومعالجتها قبل نشرها، يليها تتبع الإحصائيات والأرقام بنسبة 14.5، وأخيراً ما تقدمه من صور وفيديوهات مباشرة ومؤكدة بنسبة 12%.

الجدول رقم (15) يوضح المعايير التي على أساسها يحترم صحفي قناة الشروق للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيارات	التكرار	النسبة
قانونية	22	22.9%
أخلاقية	33	34.4%
مهنية	40	41.7%
أخرى	1	1.0%
المجموع	96	100%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على أداة الدراسة

يوضح الجدول رقم 15 المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم صحفيي قناة الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يراعي الصحفيون الضوابط المهنية وهذا يثبت مدى التزامهم

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

بأخلاقيات المهنة واحترامهم لها بنسبة 41.7%، تليها الضوابط الأخلاقية بنسبة 34.4%، تليها ثالثا الضوابط والمعايير القانونية بنسبة 22.9%.

خاتمة:

قد أسفرت الدراسة الميدانية التي أجريناها والتي شملت قناة الشروق TV الجزائرية على جملة من النتائج منها أن القناة تعمل على استحداث واستجلاب أحدث التقنيات للاستخدام الأمثل والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية والإعلام الجديد والعمل على تعميمها واعتمادها في مختلف مراحل العمل التلفزيوني والتحكم الجيد للعاملين لهذه التقنيات ساهم بشكل كبير في تحسين ورفع مستوى إنتاج البرامج والرسالة الإعلامية للقناة؛ كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. إن نسبة الصحفيين بلغت 33% بينما بلغت نسبة الصحفيات 22%.
2. الفئة الثالثة هي الفئة (من 36 إلى 40 سنة) والتي بلغت 21.8% تشمل المسيرين وذوي الخبرة في توجيه الشباب ونقل مواهبهم.
3. مؤسسة الشروق تعطي الأولوية لأهل الاختصاص وخرجي الإعلام ويعود التركيز على هذه التخصصات لضمان البث المحكم والصورة الإعلامية الجيدة وإضفاء التوازن داخل المؤسسة.
4. يبلغ محررو الأخبار الحصة الأكبر بنسبة 29.1%، والنسبة الثانية صحفيو و مقدمي الأخبار بنسبة 23.6%، وثالثا كاتب مقالات بنسبة 9.1%، ويليهما بالترتيب صحفي مصور بنسبة 5.5%، مراسل ومصور بنسبة 1.8% لكل منهما.
5. بلغت الفئة (من 5 إلى 10 سنوات) النسبة الأكثر وهي 43.6%، تليها ثانية الفئة (من 1 إلى 3 سنوات) بنسبة 29.1%، وتأتي ثالثا الفئة (الأكثر من 10 سنوات)، ثم الفئة (من 3 إلى 5 سنوات) بنسبة 9.1%، وفي المرتبة الأخيرة الفئة (الأقل من سنة) بنسبة 3.6%.
6. أغلب الصحفيين أجابوا أنهم " نادرا" ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 49.1%، و يليه "في بعض الأحيان" بنسبة 36.4%، وثالثا أجابوا " في كثير من الأحيان" بنسبة 12.7%، وأخيرا أجابوا " نادرا" بنسبة 1.8%، وهذه الاختيارات تعود على أن الصحفيين بقناة الشروق قد يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ولكن لا يعتمدون عليه دائما.
7. الزمن الذي يتحصل فيه الصحفي على الأخبار حيث اختار الأغلب صباحا لأنها بداية اليوم ومطلع للأخبار الجديدة ووقت مناسب لمعالجة الأخبار وبثها ونشرها، يليها مساء بنسبة 25.2%، باعتبارها الفترة المسائية ووقت مهم لتجديد الأخبار وإيداعها، وكأقل نسبة وقت الزوال بنسبة 18%، ووقت الليل بنسبة 19.8% باعتباره وقت الركود والسكون.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

8. بلغت الصحفيين من يستخدم اسمه الحقيقي نسبة 92.7%، ومن يستعمل اسما مستعارا واسم المؤسسة التي يعمل بها أقل نسبة إذ بلغت 3.6%.
9. استخدام منصة فيس بوك من قبل الصحفيين مدى اهتمام بهذه المنصة ومدى انتشارها لدى جميع شرائح المجتمع، ويليها " في بعض الأحيان بنسبة 21.8%، ثم يليه " في كثير من الأحيان" بنسبة 14.5%، وأخيرا " لا أستخدامها" بنسبة ضئيلة قدرت بـ 3.6%.
10. استخدام الصحفيين بقناة الشروق TV لمنصة تويتر، نلاحظ نسبة 41.8 % لا يستخدمونها وهذا يعود إلى عدم اهتمامهم بها، وأجاب بنسبة 22% أنهم يستخدمونها وقد أجابوا على حد قولهم أنها ذات مصداقية في نشر المعلومات ويعودونها كمرجع للأخبار ، وأخيرا من اجابوا "في كثير من الأحيان" بنسبة قليلة بلغت 5.5%
11. استخدام الصحفيين لمنصة انستغرام باعتبارها واسعة الانتشار بين الشباب والمراهقين، وقد أجاب أغلبهم بأنهم لا يستخدمونها بنسبة بلغت 30.9%، يليه من يستخدمونها " دائما" بنسبة 27.3% وهذا يعود الى أن نسبة 3/1 يستخدمونها بشكل مستمر في نشر المعلومات وتتبعها، ويليها من أجابوا "في بعض الأحيان بنسبة 23.6%، وأجاب "في كثير من الأحيان" بنسبة 18.2%.
12. استخدام السناپ شات بين أوساط الصحفيين بقناة الشروق أجاب أغلبهم بأنهم "لا يستخدمونها" حيث بلغت نسبتهم إلى 85%
13. استخدام العاملين بقناة الشروق لموقع "واتساب"، أجاب معظم المبحوثين بـ " دائما" ما يستخدمون موقع واتساب خاصة في مجال عملهم إذ يُعد وسيلة تواصل هامة خاصة عند إعداد البرامج والتواصل مع الضيوف سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه لذلك بلغت نسبته 49.1%، ويليها " في بعض الأحيان بنسبة 20%، وكأقل نسبة هناك من لا يستخدمه بنسبة 14.5%.
14. الدوافع الحقيقية التي تدفع صحفيي قناة الشروق لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب معظمهم بأنها مشاهدة الأخبار والفيديوهات المنتشرة إذ بلغت نسبتهم 31.8%، يليها إقامة الحوارات والدرشات ومعرفة الأداء للزملاء بالقنوات الأخرى بنسبة 14.5%، وأخيرا الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين بنسبة قليلة جدا، قدرت بـ 7%.
15. رأي صحفيي قناة الشروق TV في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختيارات المتاحة، حيث أجاب الأغلبية وبنسبة قدرت بـ 54.5% على أنها ترافق الصحفي وتدعمه للتقرب للعديد من المعلومات سواء كانت أخبارا أو فيديوهات أو منشورات، تليها على أنها مصدرا للمعلومات والأخبار

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

بنسبة 24% إذ يعتمدون عليها كمرجع لمنحهم المعلومات والأخبار، وتعتبر بديل للوسائل التقليدية لجلب الأخبار بنسبة 18.2%، فالوسائل التقليدية كانت تعاني الندرة وقلة السرعة في إيجاد المعلومة ونشرها عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تضمن وصول المعلومات ونشرها بأقل تكلفة وفي وقت قياسي.

16. إن المؤشرات والمضامين التي تمنح الأولوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تدفع الصحفيين لمتابعتها، حيث اختار معظمهم أنهم يتابعونها " على حسب ما تقدمه من مضمون " بنسبة تصل إلى 33.7%، تليه ثانيا " السرعة الفائقة في عرض الأخبار " بنسبة 24.1%، يليها " معرفة مصادر الخبر المنشور " بنسبة 15.7% وهذا ما يدفع الصحفي إلى البحث والتحري عن الأخبار ومعالجتها قبل نشرها، يليها تتبع الإحصائيات والأرقام بنسبة 14.5، وأخيرا ما تقدمه من صور وفيديوهات مباشرة ومؤكدة بنسبة 12%.

17. إن المعايير والضوابط التي على أساسها يحترم صحفي قناة الشروق الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يراعي الصحفيون الضوابط المهنية وهذا يثبت مدى التزامهم بأخلاقيات المهنة واحترامهم لها بنسبة 41.7%، تليها الضوابط الأخلاقية بنسبة 34.4%، تليها ثالثا الضوابط والمعايير القانونية بنسبة 22.9%.

18. إن المبحوثين ملتزمين بالضوابط المهنية والأخلاقية ولا يمكنهم التخلي عنها خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث بنسبة 69.1%، وثانيا أنهم قد يتخلى عنها بحسب ظروف العمل بنسبة 21.8%، ويأتي في الأخير من قد يتخلى عن مسؤولية العمل بنسبة 9.1%، وهذا يعود إلى ضمير الصحفي ومدى احترامه وتقديره للضوابط القانونية والمهنية وفق ما تمليه عليه سياسة القناة التي ينتمي إليها.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

الهوامش:

1. سعد الدين السيد صالح، البحث العلمي: منهج نظرية الرؤية الإسلامية، ط2، دار مكتبة الصحابة، 1998، السعودية، جدة، ص10.
2. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص158.
3. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999، ص46.
4. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر، الجزائر، ص16-17.
5. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص133.
6. عصام أنيس عبد الحميد زكي، نظريات الاتصال والإعلام، ط1، دار خوارزم العلمية ناشرون، جدة، السعودية، 2016، ص173.
7. فلاح بن عامر الدهمشي وآخرون، نظريات الاتصال الجماهيري، ط1، مكتبة المنتبى للنشر والتوزيع، 2019، ص83.
8. سماح محمد مجدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأربعون، أبريل يونيو 2012، ص137.
9. أحمد بن إبراهيم المسيند، استخدامات الإعلاميين السعوديين لوسائل الإعلام الجديد والإشباع المتحققة- الاجتماعية نموذجاً- دراسة مسحية على عينة من الإعلاميين في مدينة الرياض 2012، دراسة تكميلية لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الملك سعود، ص161.
10. إبراهيم إمام، الاعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة انجلو المصرية للطباعة، ط2، 1985، ص11.
11. وسام فاضل راضي، مهند حميم التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، ط2، الامارات، 2018، ص69.
12. وسام فاضل راضي، مهند حميم التميمي، المرجع السابق، ص70.
13. وسام فاضل راضي، مهند حميم التميمي، المرجع نفسه، ص71.
14. إبراهيم أنيس وعبد الحليم منتصر وآخرون، معجم الوسيط، الجزء الثاني، دار الفكر للنشر، ص105.
15. إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص91.
16. Francis Balle, dictionnaire des médias, 1 édition, l'arousse, paris, 1998, p232.
17. ميزال مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري و يسعد عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص483.

الاعتماد المهني والأخلاقي للصحفيين على محتوى الإعلام الجديد

مسعود الهلي

محمد النذير عبد الله ثاني

18. فايز الشهيري، استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي ، العدد 1، مجلة البحوث الأمنية ، كلية الملك فهد ، 2004 ص 174.
19. هادي نهر، أحمد محمود الخطيب، إدارة الاتصال و التواصل، النظريات، العمليات ، الوسائط ، الكافيات ، علم الكتب الحديث ، د ط عمان ، 2009، ص 23.
20. ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي، أنواعه ،ضوابطه، آثاره، معوقاته، دراسة قرآنية موضوعية مكتملة للحصول على درجة الماجستير بتفسير علوم القرآنية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 8.
21. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 603 .
22. خديجة باديس، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي 'محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون انموذجا ' مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية ،تخصص سمعي بصري .أم البواقي ، جامعة العربي بن مهيدي، 2014، ص 30.
23. خديجة باديس، المرجع نفسه، ص 31.

3. ملحق ثالث: دليل استمارة الاستبيان

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



استبيان بعنوان:

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي:
-أنموذج- TV-دراسة مسحية تحليلية ل صحفي قناة الشروق

هذا الاستبيان مقدم لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الإعلام الجديد والسمعي البصري، لذلك نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستمارة بالشطب (+) على الخيار المناسب، ونعلمكم بأن بياناتها ستكون سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، لذلك نتمنى مساعدتكم وتعاونكم مع الباحث بالإجابة على كل التساؤلات بصدق ودقة. وشكرا جزيلا على تعاونكم.

تحت إشراف: د. محمد النذير عبد الله ثاني

من إعداد الطالب: الهلي مسعود

السنة الجامعية: 2020-2021

أختي الصحفية... أخي الصحفي، في جميع قنوات الشروق المحترمة أضع بين أيديكم، هذا الاستبيان العلمي لإنجاز بحث علمي لنيل شهادة درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الصحفي.

ونظرا لأهمية مؤسستكم التلفزيونية على المستوى الوطني وكذا العالمي المستدل عنها بمشوار تجربتكم الإعلامية، قمنا باختياركم كعينة لدراستنا الميدانية، آمليمن منكم الإجابة عن الأسئلة المطروحة عليكم، ونحن على ثقة من أن إجاباتكم ستتصف بالدقة والموضوعية والاهتمام، بالشكل الذي يؤدي إلى التوصل لنتائج تخدم الهدف الأساسي من هذه الدراسة.

ونعاهد حضرتكم بأن كافة المعلومات التي ستقدمونها تكون في موضع السرية التامة، ولن نستخدم إلا لأغراض الدراسة العلمية لا غير. ونحن نقدر تعاونكم الصادق معنا ومساهماتكم البناءة في خدمة العلم والمعرفة.

نرجو أن تتقبلوا منا خالص الشكر والتقدير.

الطالب مسعود الهلي

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة

1- النوع :

☐

ذكر

☐

أنثى

2- السن :

☐

من 18-22 سنة

☐

من 23-28 سنة

☐

من 29-35 سنة

☐

من 36-40 سنة

☐

من 41 سنة فما فوق

3- المستوى الدراسي

☐

ليسانس

☐

ماجستير

☐

دكتوراه

..... أخرى حدد

4- التخصص:

☐

اتصال وعلاقات عامة

☐

سمعي بصري

☐

صحافة مكتوبة

☐

سبر آراء

☐

علم اجتماع الاتصال

☐

إعلام رياضي

غير ذلك ، يرجى تحديد

5- نوع العمل الإعلامي

- ☐ مراسل
- ☐ محرر اخباري
- ☐ صحفي مقدم أخبار
- ☐ كاتب مقالات
- ☐ مصور صحفي
- ☐ مصمم

أخرى حدد.....

6- الخبرة المهنية:

- ☐ أقل من سنة
- ☐ سنة إلى ثلاث سنوات
- ☐ من ثلاث الى خمس سنوات
- ☐ من خمس إلى عشر سنوات
- ☐ أكثر من عشر سنوات

7-الموطن الاصلي الصحفي:

- ☐ الغرب الجزائري
- ☐ الشرق الجزائري
- ☐ الوسط الجزائري
- ☐ الجنوب الجزائري
- ☐ الشمال الجزائري
- ☐ خارج الجزائر

المحور الثاني: استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي

8- هل تستخدم منصات التواصل الاجتماعي؟

☐

نعم

☐

لا

9- صف مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام:

☐

دائماً

☐

في كثير من الأحيان

☐

بعض الأحيان

☐

نادراً

☐

لا أستخدمها

10- يرجى الإشارة في الخانة أدناه إلى الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً:

☐

أقل من ساعة يومياً

☐

من 1-2 ساعات يومياً

☐

من 3-4 ساعات يومياً

☐

من 5-6 ساعات يومياً

☐

أكثر من 6 ساعات يومياً

11- في أي وقت في اليوم تتحصل على الأخبار؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة واحدة):

☐

صباحاً

☐

زوالاً

☐

مساءً

☐

في الليل

أخرى حدد.....

12- الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي:

☐

الاسم المستعار.

☐

الاسم الحقيقي للصحفي.

☐

اسم المؤسسة التي يعمل بها الصحفي.

☐

اسم شهرة اخر.

13- الوسائل والتجهيزات المستخدمة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

☐

كمبيوتر العمل

☐

الحاسب الشخصي للصحفي

☐

الهاتف المحمول

وسائل أخرى أذكرها.....

14- مامدى تكرارك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار والمعلومات؟ اذكر لكل منصة عدد المرات التي تستخدمها لنشر الأخبار والمعلومات. إجابة واحدة لكل وسيلة تواصل:

دائماً في بعض الاحيان في كثير من الاحيان لا أستخدمها

☐
☐
☐
☐

فيسبوك

☐
☐
☐
☐

تويتر

☐
☐
☐
☐

انستغرام

☐
☐
☐
☐

سناب شات

☐
☐
☐
☐

واتساب

15- في الجدول أدناه، حدد المدة التي قضيتها في استخدام كل من هذه المواقع، إجابة واحدة لكل وسيلة تواصل:

ن 1-2 سنة	3-4 سنوات	5-6 سنوات	7-10 سنوات	أكثر من 10 سنوات
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
فيس بوك				
استغرام				
سناب شات				
واتساب				
تويتر				

16- الدوافع الحقيقية لصحفي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

- ☐ مشاهدة الفيديوهات المنشورة والمتاحة.
- ☐ الحوارات والدرشات.
- ☐ معرفة مدى الأداء الإعلامي لصحفيين بعد نشر وتوزيع الأخبار والمعلومات.
- ☐ تبادل المعارف والآراء والمعلومات مع الصحفيين في قنوات أخرى.
- ☐ الحصول على سيرة ذاتية خاصة للصحفيين من خلال ما يقدمونه في قنواتهم الأصل.
- ☐ نشر وتوزيع كل الأعمال الصحفية الخاصة للحصول على درجات الرضاء والإعجاب لدى الجمهور المتتبع لهؤلاء الصحفيين.

المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

17- رأي صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي :

- ☐ مصدرا للأخبار والمعلومات .
- ☐ يرافق الصحفي في الحصول والتقرب من العديد من المعلومات .
- ☐ هب بديل عن الوسائل التقليدية لجلب الأخبار.
- ☐ لا أعرف.
- ☐ أخرى حدد.....

18-المؤشرات والمعايير المؤسسة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي :

- ☐ • حسب الوثائق المنشورة على هاته المواقع .
- ☐ • معرفة مصادر الخبر المنشور.
- ☐ • الأرقام والإحصائيات المعروضة.
- ☐ • السرعة الفائقة في عرض الأخبار على المواقع التواصلية.
- ☐ • على ما تقدمه من فيديوهات وصور مؤكدة للأخبار المعروضة.

19-المعايير والمواثيق التي على أساسها يحترم صحفي قناة الشروق للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي :

- ☐ قانونية
- ☐ أخلاقية
- ☐ مهنية

أخرى حدد.....

20-الحرية المتاحة في مواقع التواصل تجعل من صحفي الشروق يتخلى عن مبدأ مسؤوليته المهنية والأخلاقية :

- ☐ نعم
- ☐ لا
- ☐ أحيانا بحسب ظروف العمل

21-كيف يرى صحفي الشروق مواقع التواصل الاجتماعي:

- ☐ هي عائق وتهديد لمهنة الإعلام والصحافة
- ☐ تعتبر مكسب مهم لقطاع الإعلام
- ☐ هي تهديد وإبعاد للوسائل الاتصالية التقليدية
- ☐ لا أعرف

أخرى حدد.....

22-يرجى التركيز على نوع المواضيع التي تفضل متابعتها والمشاركة في هذا على وسائل التواصل الاجتماعي ؟ بإمكانك اختيار أكثر من اجابة :

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

- القضايا الاجتماعية
- الأحداث الدولية
- الأخبار الحكومية
- الأخبار السياسية
- الأخبار الدينية
- الأخبار المحلية
- الاخبار الرياضة
- قضايا الاقتصاد
- اخبار الموضة

23-يرجى اختيار أكثر المواقع مصداقية من القائمة أدناه وفقاً لتصورك:

☐
☐
☐
☐
☐
☐

- فيسبوك
- تويتر
- انستغرام
- الواتس أب
- السناب شات
- اليوتيوب

24-ما هو مستوى ثقتك في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخبارية؟

☐
☐

- درجة عالية من الثقة

• مستوى متوسط من الثقة

☐

• مستوى منخفض الثقة

☐

• لا أثق بمحتويات الوسائط الاجتماعية

25- ما هي المعايير التي تعتمد عليها في تحديد مصداقية المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي؟ بإمكانك اختيار أكثر من إجابة:

☐

• يعتمد على المحتويات المرئية

☐

• الأرقام والإحصاءات

☐

• الوثائق الرسمية

☐

• تحديد مصدر المعلومات

26- حسب تصورك، ماهو الاختيار الأفضل لطريقة الحصول على المعلومات؟ اختر إجابة واحدة:

☐

• الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

☐

• الاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية

☐

• الاعتماد على الصحافة التقليدية كمصدر للمعلومات

27- ما هي الصعوبات التي تواجهها عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات في عملك؟ بإمكانك اختيار أكثر من إجابة:

☐

• المحتوى الاخباري في وسائل التواصل الاجتماعي ليست مصدرا كاف للأخبار والمعلومات.

☐

• صعوبة تعديل وتحريير المحتوى الإخباري بعد نشره في وسائل التواصل الاجتماعي

☐

• محتويات وسائل التواصل الاجتماعي غير موثوق فيها بالنسبة لأصحاب القرار في العمل..

28- ما مدى موافقتك مع العبارات التالية:

موافق بشدة

موافق

لا أوافق

لا اوافق بشدة

- وسائل التواصل الاجتماعي تشكل تهديد واضح للإعلام
- يستفيد مجال الصحفيين من وسائل التواصل الاجتماعي.
- مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين في الحصول على الأخبار والمعلومات.

29- هل دخلت في دورات تكوينية في كيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في مجال الإعلام والصحافة؟

- نعم ☐
- لا ☐

لماذا؟

30- ما هي الجهة التكوينية التي قدمت هذه الدورات؟

- *مكان عملك ☐
- *الجهات المتخصصة في التدريب للصحفيين والصحافة عموما ☐

*غير ذلك، يرجى تحديد

31- ما هي اقتراحاتك للاستفادة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات؟

- تدريب الصحفيين على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواقع العمل ☐
- إقتراح مجموعة من القوانين والأخلاقيات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل ☐
- الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار المتاحة. ☐
- إنشاء صفحات خاصة للأخبار وتداول المعلومات بين الصحفيين. ☐
- الاعتماد على معايير مهنية وأخلاقية للاعتماد على مثل هاته المواقع. ☐

4. الملحق الرابع: حصص وصور صحفيي قناة الشروق









الفهرس

1	 خطة الدراسة
4	 ملخص الدراسة
6	 ABSTRACT
9	 مقدمة
14	 الفصل التمهيدي: الجانب المنهجي للدراسة والمقاربة النظرية
14	 المبحث الأول: البناء المنهجي للدراسة
14	 المطلب الأول: الدراسات السابقة
14	 1. الدراسة الأجنبية
16	 2. الدراسات العربية
33	 3. الاستنتاجات العامة من الدراسات السابقة
34	 المطلب الثاني: حدود الاستفادة من الدراسات السابقة
35	 المطلب الثالث: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
37	 المطلب الرابع: فرضيات الدراسة
37	 المطلب الخامس: أهمية الدراسة
39	 المطلب السادس: أهداف الدراسة
39	 المطلب السابع: أسباب اختيار الموضوع
40	 الأسباب الذاتية
40	 الأسباب الموضوعية
41	 المطلب الثامن: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

41.....	1 الشبكة
41.....	2.التواصل
41.....	3.الموقع
42.....	4.مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
44.....	5. نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
44.....	6.تعريف الفايسبوك
46.....	7.التعريف بقناة الشروق ECHOROUK TV
47.....	7.2أهداف القناة:
48.....	7.3الإطار القانوني
48.....	7.4 الهيكل الإداري لقناة الشروق :
49.....	7.5 برامج قناة الشروق TV
50	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
50.....	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها
52.....	المسح الوصفي..
52.....	المسح التحليلي..
54.....	المطلب الثاني: أدوات الدراسة
54.....	أدوات البحث
55.....	تصميم استمارة الاستبيان
58.....	صعوبات الدراسة:
59.....	المطلب الثالث: اختبار ثبات الأداء وصدق محتوى الاستبيان
61.....	1. الصدق
63	المبحث الثالث: المدخل النظري للدراسة
63.....	المطلب الأول: المقاربات النظرية للدراسة
63	1.نظرية الاستخدامات والاشباعات USES AND GRATIFICATIONS THEORY
65.....	1.1 فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات

69.....	2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependence Theory
70.....	1.2 ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:
73.....	2.2 الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
74.....	3.2 تأثيرات وسائل الإعلام
74.....	أولا التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects
75.....	ثانيا التأثيرات الوجدانية: Affective Effects
76.....	ثالثا التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects
77.....	4.2 النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
80	الفصل الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال
80	المبحث الأول: تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال
80	1. مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
82	المبحث الثاني: خصائص وسمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة
83.....	التفاعلية Inderactivity
83.....	الجماهرية Demessification
83.....	اللاتزامن Asynchnanisation
83.....	القابلية الحركية Mobility
83.....	قابلية التحويل Convertibility
84.....	قابلية التوصيل والتركيب connectivity
84.....	التوجه نحو التصغير
84.....	الشيوع والانتشار

84.....	التدويل أو الكونية أو العالمية: Globalization
85.....	وظيفة التوثيق
87	المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم ومراحل التطور
87.....	1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
89.....	2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
91	المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والبعد الإعلامي
94.....	المبحث الخامس: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام المكتوب والسمعي البصري:
94.....	1. مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر الصحفي:
95.....	2. شبكة الفايبروك كمصدر للخبر الصحفي
97.....	3. شبكة التويتر كمصدر للخبر الصحفي:
101.....	الفصل الثاني: الأداء الصحفي في المؤسسات الإعلامية
101.....	المبحث الأول: الأداء الإعلامي الأطر والمفاهيم
101	مفهوم الأداء
102	تعريف الاعلام
103	الأداء الإعلامي
104.....	مفهوم التلفزيون
104.....	تعريف الأداء التلفزيوني
104.....	العوامل المؤثرة في الأداء
106.....	مفهوم التطوير

المبحث الثاني: مؤشرات ومعايير تقييم الأداء الإعلامي	107
1. المؤشرات الإعلامية	108
2. المؤشرات الاجتماعية	109
3. المؤشرات السياسية	109
4. المؤشرات الحوارية والتفاعلية	109
5. المؤشرات المتعلقة بأساليب التواصل الإعلامي	109
6. المؤشرات المتعلقة بأساليب التواصل السياسي	109
7. واجبات الإعلاميين في البيئة الالكترونية الجديدة	110
المبحث الثالث: اعتماد التكنولوجيا الحديثة بقناة الشروق وتأثيرها على الأداء الإعلامي للصحفيين	112
1. علاقة مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الإعلامي لدى الصحفيين	112
1-1 التطبيقات الحديثة والأداء الإعلامي	112
2-1 جوانب استفادة الصحفيين من تكنولوجيا الإعلام الحديثة:	114
3.1 تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل	114
المبحث الرابع: أبرز البرامج الاتصالية المتبعة لمعالجة وتحرير الأخبار بقناة الشروق وتفاعل الصحفيين العاملين بها	116
المبحث الخامس: التطبيقات الحديثة وتأثيراتها على تكوين الصحفيين وأدائهم بالقناة	119
الفصل الثالث: تحليل البيانات للدراسة الميدانية لمتغيرات مجتمع البحث	123
المبحث الأول: تحليل الجداول البسيطة	124

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة	124
المحور الثاني: استخدام صحفيي الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي.....	138
المحور الثالث: الأداء الصحفي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	154
المبحث الثاني : تحليل الجداول المركبة.....	181
نتائج الدراسة والتحقق من الفرضيات.	195
أولاً: نتائج الدراسة.....	195
ثانياً: التحقق من الفرضيات.....	198
خاتمة.....	201
توصيات الدراسة	204
قائمة المراجع.....	206
قائمة الملاحق.....	219
1.الملحق الأول: شهادة نشر مقال الاعتماد	219
2.الملحق الثاني: مقال الاطروحة.....	220
3.ملحق ثالث: دليل استمارة الاستبيان	242
4.الملحق الرابع: حصص وصور صحفيي قناة الشروق	254
قائمة الجداول.....	266
قائمة الاشكال.....	268

قائمة الجداول والاشكال

قائمة الجداول

جدول 1 نتائج اختبار اداة الثبات وصدق المحتوى.....	60
الجدول 2 : عدد أفراد العينة حسب متغير الجنس.....	124
جدول 3 الفئات العمرية للعاملين بقناة الشروق.....	126
جدول 4 المستوى الدراسي للعاملين بقناة الشروق.....	128
جدول 5 : تخصص العاملين بالقناة.....	130
جدول 6 نوع العمل الإعلامي داخل المؤسسة.....	132
جدول 7 الخبرة المهنية داخل المؤسسة.....	134
جدول 8 المواطن الأصلي لصحفي قناة الشروق.....	136
جدول 9 : مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....	138
جدول 10 : الوقت الذي يقضيه الصحفي في مواقع التواصل.....	139
جدول 11 الوقت الذي يتحصل الصحفي على الأخبار.....	141
جدول 12 الاسم الذي يستخدمه الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي.....	143
جدول 13 استخدام الفيس بوك من قبل الصحفيين.....	145
جدول 14 استخدام الصحفيين لمنصة تويتر.....	146
جدول 15 استخدام الصحفيين الأنستغرام.....	148
جدول 16 استخدام الصحفيين السناپ شات.....	149
جدول 17 استخدام الواتساب.....	151
جدول 18 الدوافع الحقيقية لصحفي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.....	152
جدول 19 رأي صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي.....	154
جدول 20 المؤشرات والمعايير المنتهجة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي.....	156
جدول 21 المعايير التي على اساسها يحترم الصحفيين للأخبار عبر المواقع.....	158

قائمة الجداول والاشكال

- جدول 22: الحرية المتاحة في مواقع التواصل وعلاقتها بمبدأ المسؤولية المهنية والأخلاقية للصحفي الشروق 160
- جدول 23 يوضح رؤية الصحفيين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي 162
- جدول 24 المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي 164
- جدول 25: المصداقية المطلوبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس 181
- جدول 26 الثقة المرجوة في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخباري 167
- جدول 27 المعايير المعتمدة في تحديد مصداقية المعلومات بقناة الشروق TV 169
- جدول 28 الطريقة المثلى للحصول على المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي... 171
- جدول 29 الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار..... 183
- جدول 30 مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين للحصول على الأخبار والمعلومات..... 173
- جدول 31 مواقع التواصل الاجتماعي وتهديها لمكانة الإعلام الكلاسيكي..... 175
- جدول 32 نسبة التكوين لدى الصحفيين المعنيين بالدراسة بقناة الشروق..... 177
- جدول 33 الاقتراحات المقترحة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي..... 179
- جدول 34 الاقتراحات المقترحة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي..... 185
- جدول 35 أكثر المواقع مصداقية..... 187
- جدول 36 الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير النوع. 189

قائمة الجداول والاشكال

قائمة الاشكال

- شكل 1 مصادر المعلومات في وسائل الاعلام 71
- شكل 2 نسبة أفراد العينة حسب متغير الجنس 124
- شكل 3 نسبة الفئات العمرية لعينة الدراسة 126
- شكل 4 نسبة المستوى الدراسي للعاملين بالقناة 128
- شكل 5: توزيع تخصص العاملين بالقناة 130
- شكل 6 نوع العمل الإعلامي داخل المؤسسة 132
- شكل 7 توزيع سنوات الخبرة المهنية داخل المؤسسة 134
- شكل 8 الموطن الاصلي للصحفي 136
- شكل 9 مدى استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي 138
- شكل 10: الوقت الذي تقضيه في استخدام وسائل يوميا 140
- شكل 11 الوقت الذي يتحصل الصحفي على الأخبار 142
- شكل 12 الاسم الذي يستخدمه الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي 143
- شكل 13 استخدام صحفيي الشروق للفيس بوك 145
- شكل 14 استخدام الصحفيين لمنصة التويتر 147
- شكل 15 استخدام الصحفيين للانستغرام 148
- شكل 16 استخدام الصحفيين للسناب شات 150
- شكل 17 استخدام الواتس اب 151
- شكل 18 الدوافع الحقيقية لصحفيي الشروق من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي 153
- شكل 19 راي صحفيي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي 154
- شكل 20 المؤشرات والمعايير المنتهجة لمصادقية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي 156
- شكل 21 المعايير التي على أساسها يحترم الصحفيين للأخبار عبر المواقع 158

قائمة الجداول والاشكال

- شكل 22 الحرية المتاحة في مواقع التواصل وعلاقتها بمبدأ المسؤولية المهنية والاخلاقية 161
- شكل 23 رؤية الصحفيين بقناة الشروق لمواقع التواصل الاجتماعي 163
- شكل 24 المواضيع المفضلة للمتابعة والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي 164
- شكل 25 المصداقية المطلوبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع متغير الجنس 182
- شكل 26 الثقة المرجوة في محتويات وسائل التواصل الاجتماعي الاخباري 167
- شكل 27 المعايير المعتمدة في تحديد مصداقية المعلومات بقناة الشروق TV 169
- شكل 28 الطريقة المثلى للحصول على المعلومات في مواقع تواصل الاجتماعي 171
- شكل 29 الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار 183
- شكل 30 مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للصحفيين للحصول على الأخبار والمعلومات 174
- شكل 31 مواقع التواصل الاجتماعي وتهديها لمكانة الإعلام الكلاسيكي 175
- شكل 32 نسبة التكوين لدى الصحفيين المعنيين بالدراسة بقناة الشروق 177
- شكل 33 الاقتراحات المقترحة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي 179
- شكل 34 المعايير المنتهجة لدى الصحفيين وعلاقته بالمتغيرات الأخرى 185
- شكل 35 اكثر المواقع مصداقية 187
- شكل 36 الاسم الذي يستخدمه صحفي الشروق في مواقع التواصل الاجتماعي مع متغير النوع 189