وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم–

قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

# شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية

"دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم وجريدة Réflexion نموذجا"

إعداد الطالبة:

كنزة نابي

تحت إشراف الأستاذة:

د. مليكة بن علي

الموسم الجامعي 2019/2018

# شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية

*دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم وجريدة REFLEXION نموذجا*

# شكـــــــر وتقـــــــدير


- كلمة شكر وامتنان للأستاذة المشرفة على البحث السيدة "مليكة بن علي" التي اشرفت على هذه الرسالة منذ ان كانت فكرة حتى اثمرت بحثا متكاملا
- والشكر موصول الى زوجي رفيق دربي" محمد رضا عدايدي" الذي قدم لي كل الدعم والدفع لمواصلة هذا العمل وإخراجه الى النور
- وكلمة شكر وامتنان خاصة الى الأخ " محمد مرواني" على ما قدمه من دعم ومساندة
- كما لا أنسي ان اشكر كل زملائي العاملين بإذاعة مستغانم وعلى رأسهم مدير الإذاعة بلقاسم تومي وكذا كل عمال جريدة **Réflexion** وعلى رأسهم مدير الجريدة بلقاسم بلحميداش،
- كما اشكر أيضا الصديق محمد زناقي وزوجته على دعمهما للدراسة من الناحية التطبيقية، والى كل من ساهم أو ابدى استعداده للمساهمة في انجاز هذا العمل، خاصة الصحفيين العاملين في قطاع الاعلام في الجزائر
- و شكر خاص الى جميع أساتذة جامعة مستغانم خاصة أساتذة قسم علوم الاعلام و الاتصال و الذين قدموا لنا كل الدعم الذي كانت ثمرته هذه الدراسة كل من الدكاترة: بوعمامة/ شبرة/مناد/ غالم/ مرابطة /بعلي/عماري/دحو/ رقاد /عكروت / عيسى عبدي / بلفوضيل .
- و بتوفيق من الله و فضله اكتملت هذه الدراسة في جوانبها النظرية و التطبيقية .

# اهـــــــــداء

- إلى نبع الحنان العذب وعبير العطف المستوحى من سر الوجود، إلى أمي ا: فايزة
- الى والدي من تعب وربى، إلى من كان سندا قويا لي في حياتي كلها :امحمد.
- الى رفيق الدرب واستمرارية الود وأسطورة الترابط: محمد رضا عدايدي
- الى والدي زوجي العزيزين : الاب الرائع عبد القادر و الام الحنونة خضرة
- الى راحة بالي وبسمتي وحلم المستقبل أطفالي الاعزاء: ندير، آية ،و لؤي
- الى أساس البنيان اخواتي: ليندة، ليلى و زوجها و ابنائها، خدوج و زوجها و ابنائها، نانيس و زوجها، حياة.
- إلى شقيقي العزيز و الغالي لخضر وخطيبته اختي أسماء
- الى اخواتي: أمال، سميحة وزوجها اولادهما ، هناء و وزجها بنتها و امينة
- الى زميلاتي :حسيبة، حيزية، زهرة ،أسماء، أمينة ،دليلة ، صبرينة ، قمر ، يمينة ، زكية، رشيدة ، فرح ، تواتية ، اسيا ، و الى وفاء الصداقة : هجيرة و وردة و نونو و سوسو
- الى الأخ و الصديق ياسين دحاح و زوجته و أولاده
- إلى جميع أساتذة و طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم خاصة طلبة السنة الثانية ماستار تخصص صحافة مطبوعة و الكترونية خاصة: عبد الله ، احمد نور الدين ،الشارف ، امينة ،كريمة ،منال ،رجاء و فاطمة.
- الى كل هؤلاء اهدي هذا العمل العلمي وأرجو من الله العلي القدير ان يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح أمرنا واستقامة نهجنا إن شاء الله .

# خطة الدراسة :

- مقدمة

## الإطار المنهجي:

1_ الدراسة الاستطلاعية

2- الإشكالية

3_تساؤلات الدراسة

4_ فرضيات

5- أهمية الدراسة

6_ أهداف الدراسة

7_ أسباب اختيار الموضوع

8_ منهج الدراسة

9_ أدوات الدراسة

10_ مجتمع الدراسة

11_ عينة الدراسة

12_ الدراسات السابقة

13_التعقيب على الدراسات السابقة

14- المقاربة النظرية للدراسة

15_ تحديد المفاهيم والمصطلحات

16_ صعوبات الدراسة

# الإطار النظري

## الفصل الأول: الانترنيت مفهومها، أهميتها، وعلاقتها بالصحافة

### 01_ تطور الانترنت

1_ مفهوم الانترنت

2_ تطور الانترنت

3_ توسع استخدام الانترنت

### 02_ أهمية وخدمات الانترنت

1_ أهمية شبكة الانترنت

2_ خدمات شبكة الانترنت

3_ فوائد شبكة الانترنت

### 03_ تطور الانترنت في الجزائر

1_ ظهور الانترنت في الجزائر

2_ استخدامات الانترنت في الجزائر

3_ المشاكل التي تواجه الانترنت في الجزائر

**04- الصحافة و علاقتها بالإنترنت**

1_ السمات و الخصائص الصحفية للانترنت

2_ مستويات الاستفادة من شبكة الانترنت

3-السمات الاتصالية للأنترنت وصحافة الويب

4_ مشكلات استخدام الانترنت صحفيا

**الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، والتطور**

**01_ نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي**

1_ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

2_ نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

3_ شبكات التواصل الاجتماعي

**02 أنواع و خصائص و أشكال شبكات التواصل الاجتماعي**

1_ أشكال شبكات التواصل الاجتماعي

2_ أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

3_ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

**03_ ابرز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي**

1_ ماي سبايسmyspase

2_ الفيس بوكfacebook

3_ تويترtwiter

4_ سكا ي روكskyrok

5_ يوتيوبyoutub

**04_ الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات الإعلامية**

1_ شبكات التواصل الاجتماعي كمدر للمضامين الإعلامية

2_ معايير اعتماد الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

**الفصل الثالث: مصادر المعلومات: مفهومها ، تطورها و مميزاتها.**

**01_ تطور مصادر المعلومات**

1_ مفهوم مصادر المعلومات

2_ تطور مصادر المعلومات

3_ أنواع مصادر المعلومات

**02_ مصادر المعلومات الصحفية**

1_ المصادر الداخلية

2_ المصادر الخارجية

3_ علاقة الصحفي بمصادر معلوماته

**03_ مصادر المعلومات الالكترونية**

1_ مفهوم مصادر المعلومات الالكترونية

2_ مميزات مصادر المعلومات الالكترونية

3_ مستقبل المنافسة بين مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية

## الإطار التطبيقي: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

- تمهيد

1_ التعريف بالإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة réflexion

2_ تحليل الاستمارات و تفريغ الجداول

_ عرض النتائج

_ خاتمة

# مقدمة

**مقدمة:**

من المعروف أن تكنولوجيا الاتصال قد نمت وتطورت وتمكنت من المساهمة في تطوير الحضارة الإنسانية ورقي الجنس البشري فالمعلومات التي تقدمها شبكة الانترنت قد جعلت الصحفي في صراع من اجل مسايرة العصر ومفرداته وزادت من مهاراته حيث قدمت نفسها كمصدر معلومات وأخبار محلية وعالمية يمكن استحضارها في اللحظة نفسها مما طرح على الصحفيين ضرورة إيجاد فن اختيار المعلومات في ظل التدفق الضخم للمعلومات، وتفجيرها.

وتمثل ثورة المعلومات التي نعيشها اليوم إحدى أهم الثورات التي عرفها التاريخ البشري، وأصبحت المعلومات وطرق تداولها وحفظها واسترجاعها وآليات انتقالها غاية في التطور حتى انه تغير السؤال التقليدي " **هل حصلت على المعلومة ؟** " إلى "**هل أنت متأكد من صدق المعلومة ؟** " هذه الثورة المعلوماتية بكل أشكالها وأجهزتها ساهمت بشكل كبير جدا في اختصار طرق وأشكال الحصول على المعلومات وحتى مصادرها، وأصبحت اليوم المعلومات تنتشر بطرق جديدة تماما غيرت من عناصر العملية الاتصالية كليا، وذلك من خلال وسائل الإعلام الجديدة من مدونات وشبكات التواصل الاجتماعي ...الخ ، وأصبحت هذه الوسائل تفرض نفسها كمصدر للأخبار والمعلومات بعد أن كانت مجرد قنوات اتصال .

ولقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الصحفيين وتحديد أفكارهم بشكل متسارع من خلال الاعتماد عليها في نقل المعلومات، الأمر الذي أدى إلى حدوث تغير صارخ في مهنة الصحافة من خلال تقلص غرف الأخبار التقليدية لصالح ما يعرف بالصحفي المواطن الذي أصبح منافسا قويا للصحفي التقليدي في عملية الحصول على السبق الصحفي.

لم يعد المراسلون والمحررون بحاجة إلى أن يكونوا في غرفة الأخبار يتطلعون إلى ما تبثه وكالات الأنباء أو في موقع الحدث، فمواقع التواصل الاجتماعي أضافت بعدا جديدا لجهد جمع الأخبار، فبإمكان الصحفيين الآن استخدام

مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف موضوعات جديدة أو الوصول إلى مساهمين فيها، أو الترويج لتلك الموضوعات، فمن الميسور الآن الوصول مباشرة إلى مادة غنية ومجموعة متنوعة من الأصوات حول العالم .

ولقد تأثر الصحفيون الجزائريون بهذا الواقع الجديد الذي فرض نفسه على الساحة الإعلامية، حيث تسلط هذه الدراسة الضوء على مجال خصب وجديد للبحث والدراسة، فهي تهتم بمدى اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم الصحفية بكل من بإذاعة الجزائر من مستغانم و جريدة réflexion.

الدراسة تقع في ثلاث محاور أهمها:

– **الإطار المنهجي**: وتطرقنا فيه إلى كل ما يخص المنهجية المعتمدة في إنشاء الدراسة.

– **الإطار النظري**: وقسمناه إلى 03 فصول، تطرقنا في الفصل الأول إلى الانترنت من حيث المفهوم النشأة والتطور والخصائص العامة له، مع ابراز العلاقة بينه وبين الصحافة.

والفصل الثاني تطرقنا فيه إلى شبكات التواصل الاجتماعي من حيث التطور ، الخصائص العامة للشبكات الاجتماعية وأهم مواقع التواصل الاجتماعي وإلى معايير اعتماد الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي.

والفصل الثالث تطرقنا فيه إلى مصادر المعلومات من حيث النشأة والتطور ومصادر المعلومات الالكترونية والصحفية.

**الإطار التطبيقي**: قمنا بتفريغ البيانات والمحاور الخاصة بأسئلة الاستبيان وتحليل هذه المعلومات واستنتاج النتائج العامة للدراسة، وأخيرا خاتمة عامة ملمة بموضوع الدراسة.

# الاطار المنهجي

1_ الدراسة الاستطلاعية

2- الإشكالية

3_تساؤلات الدراسة

4_ فرضيات

5- أهمية الدراسة

6_ أهداف الدراسة

7_ أسباب اختيار الموضوع

8_ منهج الدراسة

9_ أدوات الدراسة

10_ مجتمع الدراسة

11_ عينة الدراسة

12_ الدراسات السابقة

13_التعقيب على الدراسات السابقة

14- المقاربة النظرية للدراسة

15_ تحديد المفاهيم والمصطلحات

16_ صعوبات الدراسة

## 1- الدراسة الاستطلاعية:

أجرينا دراسة استطلاعية مع مجتمع البحث الأصلي (الصحفيين العاملين بإذاعة الجزائر من مستغانم وكذا الصحفيين العاملين بجريدة Réflexion، وحاولنا من خلالها التعرف على مجالات دراستنا.

أجريت الدراسة منذ جوان 2018 ، اين قمت ببحث علمي في مقياس مناهج البحث لدى الأستاذة عيسى عبدي – أستاذة بجامعة مستغانم – كان عنوانه الصحفيين و شبكات التواصل الاجتماعي ، ومن تم بدأت فكرة اقتراح ذات الموضوع لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص صحافة إلكترونية و مطبوعة خاصة و أن الموضوع يهم الكثير من الإعلاميين والصحفيين في الوقت الراهن.

و من اجل إنجاح الموضوع أكثر ، حاولنا التقرب من من لهم خبرة أكثر في الميدان الإعلامي ، من أساتذة و باحثين بجامعة مستغانم و جامعات أخرى من داخل و خارج الجزائر ، و كذا التقرب أيضا من صحفيين و اعلاميين و مكونين، حيث قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة نذكر منها:

- ما مدى استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي المعلومات الأكثر تداولا بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى مصداقية المعلومات المنتقاة من مواقع التواصل الاجتماعي؟

وتوصلنا الى ان مجموعة من الصحفيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الحصول على المعلومات والاخبار الصحفية، لكن وفق ضوابط إعلامية كالتحقق من المعلومة سواء بالاتصالات الشخصية أو الانتقال الى مكان وقوع الحدث مثلا.

بالإضافة الى المقابلة التي أجريناها مع مجموعة من المدربين المكونين الدوليين في علوم الاعلام والاتصال وكذا مجموعة من الصحفيين العاملين بقطاع الاعلام بالجزائر.

كما ان بحكم عملي بالإذاعة الجزائرية منذ 2008 ، لاحظت في الآونة الأخيرة التغيير الواضح في طريقة الحصول على المعلومة بأسرع طريقة ممكنة و بأقل جهد ،و هذا باستخدام مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

## 2- الإشكالية:

تمكنت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من الرفع من قدرات أداء القائمين بالاتصال على مستوى المؤسسات الإعلامية لدرجة غيرت مفهوم الصحفي التقليدي كما أوجدت مصادر أخرى للمعلومات تتسم بالسرعة والآنية، ولعل ابرز هذه الوسائل هي شبكات التواصل الاجتماعي، فلقد تم الكشف عن هذه الوسيلة كأداة جديدة تتيح للصحفيين تصميم وإعداد قصص صحفية متعددة الوسائط، فمحاولة معرفة اتجاهات الصحفيين نحو العالم الرقمي تكتسب أهمية استثنائية سواء كمؤشر على ظروف المهنة المستجدة أو سعيا لتحديد العلاقة بين عالم التكنولوجيا والممارسة الصحفية وذلك في وقت تشهد فيه الشبكة المزيد من البرامج ذات العلاقة بتقنيات الصحافة , وبناءا على هذه المتغيرات فان الصحفي الجزائري أصبح ملزما أو مطالبا بولوج عالم تكنولوجيا الاتصال والتفاعل معه.

ومن هذا المنطلق ستعالج هذه الدراسة التطورات التي مست مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيراتها على العمل الإعلامي.

ومما سبق فان إشكالية الدراسة تتلخص في السؤال التالي:

**هل يعتمد الصحفيين العاملين بكل من الإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة Réflexion ،على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار الصحفية ؟**

## 3- تساؤلات الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة التي نستهدف من خلالها الكشف عن دوافع استخدام الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي، فلقد عمدنا إلى استعمال التساؤلات والإجابة عليها عن طريق هذه الدراسة المسحية لعينة من

الصحفيين العاملين في قطاع الصحافة السمعية– الإذاعة الجزائرية من مستغانم – و كذا الصحافة المكتوبة– جريدة réflexion-.

- ما هي طبيعة المعلومات المستقاة من شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفي لاستقاء معلوماته؟

- هل يتحقق الصحفي من المعلومات التي يتحصل عليها؟

- ما مدى مصداقية المعلومات المستقاة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما نوع الرضا المحقق لدى الصحفي من خلال استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟

**4-فرضيات الدراسة:**

- يعتمد الصحفيين العاملين بقطاع السمعي البصري – الإذاعة الجزائرية من مستغانم – وكذا الصحفيين العاملين بالصحافة المكتوبة – جريدة Réflexion– على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات و الاخبار الصحفية.
- الاخبار المحلية المتعلقة بولاية مستغانم و المنتشرة بمواقع التواصل الاجتماعي هي الاخبار الأكثر اهتماما من طرف الصحفيين العاملين بكل من الإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة Réflexion على حد السواء.
- يتحقق الصحفي العامل بالإذاعة الجزائرية من مستغانم و كذا الصحفي العامل بجريدة Réflexion من المعلومات و الاخبار التي يتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.

## 5- أهمية الدراسة:

تتلخص أهمية الدراسة في أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وتوفيرها لعدة مزايا أهمها تقليص الحيز الزمني وتجاوز العامل المكاني في حصول الصحفي على المعلومات.

- الاهتمام المتزايد بشبكات التواصل الاجتماعي خاصة في المجال الإعلامي، حيث أصبح استخدام هذه التكنولوجيا معيارا يقاس من خلاله تطور وسائل الإعلام أو تخلفها.

- التطور الذي تعرفه وسائل الإعلام والاتصال صاحبه تحول في مجال استخدام مصادر المعلومات.

## 6- أهداف الدراسة:

- الكشف عن درجة اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم ومعرفة طبيعة هذه المعلومات.

- الكشف عن درجة المصداقية التي تحظى بها شبكات التواصل الاجتماعي.

- كيف يتعامل الصحفي مع شبكات التواصل الاجتماعي.

- فهم الإشباعات المحققة لدى الصحفي من خلال استعماله لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

- معرفة المستوى الذي بلغه انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في الحقل الإعلامي.

- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدر بديل وجديد للحصول على المعلومات لدى الصحفي.

## 7-أسباب اختيار الموضوع:

- تم اختيار هذا الموضوع لنقص الأبحاث في هذا الموضوع فضلا عن الاهتمام الشخصي بتكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي ألقت بضلالها على العمل الإعلامي.

- من خلال تجربتي في الحقل الإعلامي لمدة اكثر من 11 سنة ، لاحظت أن زملائي الصحفيين يلجأن في كثير من الأحيان إلى مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار الانية و الجديدة.

- الموقع الذي أصبحت تحتله شبكات التواصل الاجتماعي في العالم وسرعة الانتشار الذي تميزت به.

- محاولة تشخيص أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الميدان الإعلامي في الجزائر في القطاع السمعي( الإذاعة الجزائرية من مستغانم ) وكذا الصحافة المكتوبة (جريدة réflexion).

- الاهتمام العلمي بالتطورات الحاصلة في الميدان التكنولوجي وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص والتحول الذي يشهده ميدان الإعلام والاتصال.

## 8- منهج الدراسة:

المنهج كما يعرفه عبد الرحمان بدوي "هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة "[1]

وموضوع الدراسة هو الذي يحدد لنا نوع المنهج المتبع لذا اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التالي:

المنهج المسح وهو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الواقع"[2]، من خلال تقصي البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

**1_ احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعي،ط 1، 2003، ص 282، 283**

والمنهج المسحي هو المنهج المناسب لدراستنا هذه حيث يمكننا من الوصول إلى كشف البيانات والمعلومات الخاصة بالصحفيين الجزائريين، ومعرفة دوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، والاشباعات والرضا المحقق لديهم من جراء هذا الاستخدام.

## 9-أدوات الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة ارتأينا استخدام أداتين رئيسيتين للإلمام بجميع جوانب الظاهرة محل الدراسة وهي:

### 1- المقابلة:

وهي تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة ، حيث يحاول الباحث القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى الاخر و هو المبحوث ، و التي تدور أرائه و معتقداته فهناك بيانات و معلومات لا يمكن الحصول عليها الا بمقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه.[3]

### 2- الاستمارة:

وهي وسيلة علمية أساسية تساعد الباحث على جمع المعلومات والحقائق من المبحوث، فبدون الاستمارة لا يستطيع الباحث جمع الحقائق العلمية من الحقل الاجتماعي [4]،وتدعى كذلك بالاستبيان وهو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها [5]، وسيتم إجرائيا توزيع الاستمارة على مجموعة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم وكذا الصحفيين العاملين بجريدة réflexion.

---

[2] _ المرجع نفسه، ص 286.

[3] _ احمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 203.

[4] _ حسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 1982، ص 65.

[5] _ فوزي عبد الرحمان العكش، البحث العلمي: المناهج والإجراءات، الإمارات العربية المتحدة، مطبعة العين الحديث، 1986، ص201.

## 10- مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية " هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات",وهو أيضا مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.[6]

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الصحفيين العاملين في قطاع السمعي البصري – الاذاعة الجزائرية من مستغانم –والتي تعتبر من وسائل الإعلام الثقيلة في الجزائر وكذا الصحفيين العاملين بجريدة - Réflexion -يومية وطنية إخبارية- ناطقة باللغة الفرنسية.

فالإذاعة الجزائرية من مستغانم بها حاليا 48 عاملا يتوزعون عبر مختلف المصالح ، و يقع مقرها بحي المطمر ببلدية مستغانم، اين تبعد عن مقر الولاية بـ 04 كيلومتر، دشنت في 10 فبراير 2004 من طرف رئيس الجمهورية السابق السيد عبد العزيز بوتفليقة، مدير الإذاعة الحالي بقاسم تومي.

و جريدة Réflexion بها حاليا حوالي 40 عاملا يتوزعون عبر مختلف المصالح ، و يقع مقرها بحي جبلي محمد ببلدية مستغانم ، دشنت جريدة Réflexion يوم 19 جويلية 2008، مدير الجريدة الحالي السيد بلقاسم بلحميداش و هي جريدة ناطقة باللغة الفرنسية.

## 11- عينة الدراسة:

تتمثل العينة المختارة في هذه الدراسة في الصحفيين الجزائريين العاملين في إحدى المؤسسات الإعلامية الجزائرية وهي الإذاعة الجزائرية من مستغانم و كذا جريدة réflexion وبالتالي فالاختيار كان قصديا لعينة البحث .

[6]_ موريس أنجرس، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2005، ص 204.

وتعرف العينة القصدية " بأنها اختيار مفردات العينة بطريقة عمديه طبقا لما يراه الباحث مناسبا من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث " [7]

## 12- الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** كانت حول" اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الأخبار [8]وقد عالجت الدراسة:

- مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي ) كمصدر لصناعة الأخبار.

- الكشف عن المصداقية في وسائل الإعلام الاجتماعية.

التعرف على عادات وأنماط استخدام الصحفيين لوسائل الإعلام الاجتماعية.

وجاءت نتائج الدراسة كالتالي:

- تبين أن أهم الاشباعات المحققة من خلال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي تتمثل في البحث عن المعلومة بالدرجة الأولى ثم معرفة وجهات النظر المختلفة حول العديد من القضايا وللتواصل مع الآخرين.

- طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الصحفي الجزائري في وسائل الإعلام الاجتماعي هي العثور على أفكار جديدة للاستعانة بها في عملية التحرير بالإضافة إلى رصد الظواهر والسلوكيات الاجتماعية.

---

**7_ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، مصر، عالم الكتب، ط 1، 1993 ص133.**

**8_ كيحول طالب، اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الأخبار، دراسة ميدانية، ورقة مقدمة إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية " جامعة الملك سعود، الرياض، 16،16 افريل، 2012 م.**

– تعددت طرق التحقق من المضامين الإعلامية التي يتحصل عليها الصحفي الجزائري من خلال وسائل الإعلام الاجتماعي كالاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحة المعلومات، بالإضافة إلى التحقق من نشر المعلومة على أكثر من صفحة.

تمتنع إدارة المؤسسات الإعلامية الجزائرية عن نشر المعلومات الواردة من وسائل الإعلام الاجتماعية بسبب انعدام مصداقيتها وغموض مصدرها.

– تباين مصداقية وسائل الإعلام الاجتماعي لدى الصحفيين الجزائريين من خلال ارتفاع بعد التفاعلية والآنية وبعد الإخبارية.

– تصدر بعض وسائل الإعلام الاجتماعي المستخدمة من طرف الصحفيين الجزائريين كالفيس بوك ويوتيوب وتويتر.

استخدم الباحث في دراسته الميدانية الاستمارة كأداة للبحث واعتمد على أسلوب العينة الطبقية لوسائل الإعلام المختارة في دراسته، قسمها إلى وسائل إعلام مكتوبة وسمعية بصرية ووسائل إعلام الكترونية، واستخدم منهج المسح الوصفي باعتباره يصف اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر لصناعة الأخبار ويحدد ابرز التحديات التي تواجههم.

**الدراسة الثانية:** بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين،ولقد كانت الإشكالية الرئيسية في هذه الدراسة حول الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في نظر الصحفيين وكذلك دورها في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي والأهم هو الدور الذي لعبته في التأثير على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر من مصادر المعلومات، ولقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة وتكونت عينة الدراسة من(342) مفردة (صحفي ) وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي.

- التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي.

- التأثير على وسائل الإعلام التقليدية.

- أدت شبكات التواصل الاجتماعي دور الوسيلة الناقلة للمعلومات.

- أدت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في صناعة الحدث السياسي.

- تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية في احتجاجات البلدين مقارنة بشبكات التواصل.

- اعتمدت وسائل الإعلام الأخرى على المعلومات التي نقلتها شبكات التواصل الاجتماعي

- أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في ظهور المواطن الصحفي.

## 13- التعقيب على الدراسات السابقة:

تلتقي دراستنا والدراسات السابقة في معالجة موضوع اعتماد الصحفيين في الجزائر على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والاخبار الصحفية، وكذا من خلال تسليط الضوء في الدراسات السابقة على طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الصحفي الجزائري في وسائل الإعلام الاجتماعي بالإضافة إلى رصد الظواهر والسلوكيات الاجتماعية المنشرة في المجتمع.

استفدنا من الدراسات السابقة من نسب استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر و بعض الدول العربية و الأجنبية و كذا استعمالاتهم لشبكات التواصل الاجتماعي، و بالتالي كانت لنا فكرة حول هاته الاستخدامات بعديد الدول، كما تمكنا من معرفة الدور الكبير الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الحدث.

## 14- المقاربة النظرية للدراسة:

### - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من أكثر النظريات التي تناسب الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها تركز عل الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي منها معلوماته، والنقطة الهامة في هذه النظرية هي أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل.

وكما يوحي اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها أو أحد أجزائها. [9]

ومن الأهداف الرئيسية لهذه النظرية تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.

ومن المفاهيم المهمة المفسرة لكثير من جوانب الدراسة مفهوم الاعتماد حيث يوضح هذا المفهوم أنماط استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

ويرى بول روكيشوديفلور أن وسائل الإعلام تحقق أهدافا كثيرة للأفراد، إذا ما زادت درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ولكن تتوقف درجة الاعتماد على مدى النفاذ المتحقق لهذه الوسيلة، ومدى القبول الاجتماعي والثقافي لتلك الوسيلة كمصدر من مصادر المعلومات.

---

**9- عبد الحميد محمد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط 2 ، 1997 ص34**

## 15- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- **شبكات التواصل الاجتماعي**: يُطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية (Social Media) على مجموعة متنوعة من تطبيقات الإنترنت، وهي تطبيقات تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع بعضهم البعض على المواقع، بحيث يمكن للمستخدمين من خلال هذه المواقع العمل على مشاركة الروابط التي تحتوي على محتوى معين، ومشاركة الصور، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها[10].

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات .

ويقصد بها إجرائيا جميع المواقع الاجتماعية كالفيس بوك والتويتر.. التي يلجا إليها الصحفي اليوم كمصدر لاستقاء معلوماته.

**الصحفيين**: الصحافة لُغويّاً هي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة، أو مجلّة، والنّسبة إليها: صِحافيّ)[11]، و عرفت الصحافة أيضا على أنها: (العَمَلُ فِي الْجَرَائِدِ وَالْمَجَلاَّتِ وَوَسَائِلِ الإِعْلاَمِ؛ أَيْ تَتَبُّعُ الأَخْبَارِ، وَكِتَابَةُ التَّعَالِيقِ، وَالتَّحْقِيقَاتِ، وَالْمَقَالاَتِ)[12]، وجاء هم كل العاملين بالجهاز التحريري بمؤسسات إعلامية سواء الصحافة المكتوبة أو قطاع السمعي البصري.

ونقصد بهم إجرائيا العاملين بالجهاز التحريري اذاعة الجزائر من مستغانم من صحفيين ومراسلين ورؤساء أقسام....الخ، وكذا الصحفيين العاملين بجريدة - Réflexion -يومية وطنية إخبارية-.

---

**10- https://www.techopedia.com/definition/4837/social-media يوم2019.06.08 على الساعة 09:06**

**11-المنجد في اللغة العربية المعاصرة، بيروت ، دار المشرق، ط 3 ، 2008، ص 818 .**

**مصادر المعلومات:** هي جميع الأوعية أو المواد التي تشمل على معلومات ويمكن الاستفادة منها، فمصدر المعلومات هو المصدر الذي يحصل منه الفرد على معلومات تحقق احتياجاته وترضي اهتماماته، والمصادر التي يرجع إليها رجل الإعلام للحصول على المعلومات التي يقوم بنشرها ، فحق الجماهير في المعرفة لا يمكن أن يتحقق دون تعددية مصادر المعلومات [12].

فهي عبارة عن وسائل تقوم بنقل المعلومات الى المستقبل ، و تشمل كافة المعلومات المطبوعة مثل الكتب و النشرات و التقارير ، و المعلومات الغير المطبوعة مثل المواد البصرية و المواد السمعية.

ويقصد بها إجرائيا مصادر المعلومات الجديدة التي يعتمد عليها الصحفي لاقتناء معلوماته والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدر جديد للمعلومات.

**المعلومات**:لغةً: مُشتقة من الفعل علم، وتدل على الإحاطة ببواطن الأمور والوعي، والإدراك.[13]

المعلومات اصطلاحاً: هي البيانات التي عولجت لتصبح ذات معنى ومغزى مُعيّن لاستعمال مُحدّد، لأغراض

اتخاذ القرارات، وبذلك يمكن تداولها، وتسجيلها ، ونشرها ، وتوزيعها ، فى صورة رسميّة أو غير رسميّة وفي أي شكلٍ، لأنها تكون حقائق ينتهي إليها البحث العلميّ بعد عدة مراحل من التنقيب، والاستقصاء، والاستقراءو هي سلعة غير مادية ذات قيمة رفيعة تقدر على أساس معايير تنموية واجتماعية وثقافية وليس على معايير الربح والخسارة.[14]

اجرائيا يقصد بها مجموعة الاخبار التي يتحصل عليها الصحفي أو ينشرون عبر وسيلة من وسائل الاعلام سواء المكتوبة أو السمعية البصرية .

---

**12– نفس المرجع السابق ، ص 819.**

**13_ إياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2003، ص 140.**

**14– نفس المرجع السابق ص 142.**

## 16-صعوبات الدراسة:

واجهنا خلال إعداد هذه الدراسة عدة صعوبات نذكر منها:

- عامل الوقت الذي يعد أكبر مشكل يعيق الطالب من اجل انجاز عمل في المستوى المطلوب خاصة في ظل الظروف السياسية التي شهدتها البلاد منذ 22 فبراير 2019 و انطلاق الحراك الشعبي و احتجاجات الطلبة و الاساتذة.
- إلزام الطلبة بعطلة الربيع لأكثر من شهر والتخوف من شبح السنة البيضاء
- نقص في المراجع والكتب التي تتحدث عن الشبكات الاجتماعية الا القليل.
- نقص الدراسات التي تتناول العلاقة بين الصحفيين وشبكات التواصل الاجتماعي.
- صعوبة تسليم الاستمارات للصحفيين خاصة في جريدة ال réflexion نظرا لالتزاماتهم المهنية و لبعدهم اعن مقر الجريدة بمستغانم باعتبار تواجدهم بولايات مختلفة.
- الشح في المعلومات الكافية والوافية منى طرف الصحفيين – مجتمع البحث-.
- ضغوطات الحياة اليومية التي عشتها خلال الموسم الجامعي 2019/2018 بين العمل و المنزل و الدراسة قلصت لي التوقيت المخصص للبحث.

# الإطار النظري

- الفصل الأول: الانترنيت: مفهومها، أهميتها، وعلاقتها بالصحافة
- الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة، والتطور
- الفصل الثالث: مصادر المعلومات: مفهومها، تطورها ومميزاتها

# الفصل الأول:

## الانترنيت: مفهومها، أهميتها، وعلاقتها بالصحافة

**تمهيد:**

تعد الانترنيت أهم مورد للمعلومات في هذا العصر وثاني شبكة إتصالات في العالم بعد الهاتف،فلقد استطاعت الإنترنت في السنوات الأخيرة أن تغير نمط الحياة العصرية بشكل ملحوظ ، كما تعتبر موردا عالميا وهاما في حياة الناس وأنشطتهم اليومية،فشبكة الإنترنت تعد من المعطيات الهامة ،اذ يمكن اعتبار توظيفها في مجالات الحياة المختلفة والاستفادة منها تقع على عاتق جميع المسئولين، وأنها تعد حلقة متقدمة في مجالات المعلومات والاتصالات، كما تقدم بدورها خدمات كبيرة عن طريق تبادل المعلومات بين مختلف المستفيدين منها في العالم .

## 1- تطور الانترنت:

### 1-1- 1- مفهوم الانترنت:

هي شبكة تربط بين العديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله ،من شبكات حكومية وشبكات الجامعات ومراكز البحوث وشبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص لديه جهاز الكمبيوتر، ومودع وخط تلفوني[15] وهي عبارة عن شبكة كمبيوترات ضخمة متصلة مع بعضها البعض والتي يتم من خلالها تغطية مساحات جغرافية واسعة[16]

**تعريف آخر:** هي عبارة عن شبكة حاسوبية عملاقة تتكون من شبكات أصغر يمكن لأي شخص يتصل بالإنترنيت أن يتجول في هذه الشبكة ويحصل على جميع المعلومات المتوفرة ضمن هذه الشبكة[17].

وتعرف كذلك على أنها الطريق السريع الرقمي وشبكة المعلومات الرقمية، فهي مجموعة من حزمة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة معا وهي تماثل شبكة الإذاعة والتلفزيون وتقوم بإرسال نفس المعلومات بجميع المحطات في نفس الوقت أما شبكة الكمبيوتر فإن كل رسالة أو معلومة يتم توجيهها إلى جهاز كمبيوتر واحد.[18]

### 1-1-2- تطور الإنترنيت:

يعتبر التطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لظهور شبكة الإنترنيت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عضليا التي خرجت إلى الوجود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين، الكمبيوتر

---

**15_ محمد عبد الحميد: الاتصال والاعلام على شبكة الأنترنيت، القاهرة، عالم الكتب،ط1، 2007، ص**

**16_ بيل جيتس: المعلوماتية بعد الأنترنيت، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ص 106**

**17_ مراد شلبانة: مقدمة إلى الأنترنيت، ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،ط1، ص 13.**

**18_ السعفي حسن محمد: شبكة الإنترنيت العالمية واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997 ص 416.**

الرقمي ثمرة التقاء علوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندسة الإلكترونية، وقد أدى ذلك بدوره إلى ثورة تكنولوجية وليدة تلاقي الثالوث، عتاد الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الاتصال وعلى مدى نصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبوقة خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ والأهم من ذلك صوب الأرخص والأسهل استخداما[19]

ويمكن إعداد دليل تاريخي لظهور شبكة الإنترنيت حين بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة وذلك على النحو التالي:

بدأت فكرت الإنترنيت في بداية الأمر سنة 1945 عندما طرح فانينار بوش vanninarbush آلة أسماها ميميكس ماشين mimix machine لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها وتمكين الباحثين من الإستفادة والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها.

وبدأت بعدها عدة محاولات ففي سنة 1969 تم إقامة أول شبكة تجريبية تربط أربع مواقع تم إنشاؤها في الولايات المتحدة الأمريكية (أربانات) Arpanet من قبل وكالة الأبحاث والمشاريع المتقدمة الأمريكية وقد استخدمها بعض الباحثين في تلك المواقع لأهداف علمية وعسكرية محددة في جامعة كاليفورنياOCLA.

كما تم توسيع الشبكة السابقة حيث شملت إثني عشر (12) موقعا من ضمنها معهد MiT سنة 1971 وفي سنة 1973 تم فيه أول ربط دولي عبر الإنترنيت وفي سنة 1981 تم دخول شبكات عديدة للربط بين الحواسب، أما سنة 1982 أنشأت بروتوكولات لتسهيل الربط عبر الإنترنيت مثل TCP-IP.

أما بالنسبة لعام 1983 فصل الجزء العسكري للإنترنيت وإنشاء شبكة جديدة للربط العسكري تدعى

---

**19- نبيل علي: تحديات عصر المعلومات، ، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ب ط، 2003،ص 11.**

MILNET وفي عام 1985 زيادة المواقع الرئيسية المرتبطة بالإنترنيت إلى أكثر من 2000 موقع والفرعية أكثر من ذلك بكثير وصولا إلى عام 1986 تم إنشاء شبكة خاصة بالجامعات والطلبة الخريجين من قبل المؤسسة الوطنية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية.

ومع بداية 1989 تحقق مشروع ربط بين شبكة الإنترنيت وشركات خاصة بحمل الرسائل الإلكترونية لأهداف تجارية وكذلك إنشاء النسيج العالمي للمعلومات وفي نهاية 1990 تم إسدال الستار على مشروع ARPANET وعرض تصميمه وهيكلته في السوق وفي 1991 تم ظهور نظام Gopher للإبحار عبر الشبكة وصل عدد النقاط الرئيسية المتصلة بالشبكة إلى 50.000 موقع، أما عام 1992 تم إنشاء منظومة النسيج العالمي الواسع لربط الشبكات وكان لسرعة الانتشار الأثر المباشر والكبير على سرعة وشيوع انتشار الإنترنيت، ومع بداية 1993 تم ربط مقر الرئاسة الأمريكية "البيت الأبيض" بشبكة الإنترنيت وكان عام 1994 بمثابة قفزة نوعية إذ ظهر نظام الإبحار عبر الإنترنيت NET scape وانتشار الواسع على الأجهزة الشخصية وقد وصل عدد المواقع الرئيسية المتصلة بالشبكة إلى أكثر من ثلاثة ملايين موقع[20].

### 1-1-3- توسع استخدام الإنترنيت:

#### 1- في العالم:

تعتبر الإنترنيت الوسيلة الاتصالية الأسرع نموا، ومن البيانات الدالة على ذلك ما توصلت إليه دراسة أمريكية حديثة أجريت حول الفترة التي استغرقتها وسائل وأجهزة الاتصال المختلفة لكي تنتشر بين 50 مليون نسمة حيث تبين منها أن الراديو أمضى 38 سنة قبل أن يصل إلى ذلك الكم من البشر والكمبيوتر احتاج إلى

---

**20_ النواسة غالب عوض، خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات، عمان، دار صفاء، 2000، ص 286.**

16 سنة والتلفزيون إلى 13 سنة، أما شبكة ألإنترنيت فقد أصبحت في متناول 50 مليون من البشر في ظرف حوالي 5سنوات، بعدما فتحت أبوابها للمؤسسات التجارية والجمهور على المدى الواسع[21].

وكانت الإنترنيت في عام 1990 تضم ما يفوق 3000 شبكة يرتبط بها أكثر من مئتي ألف حاسب وفي عام 1992 قفز الرقم إلى نحو مليوني حاسب، وقد عدد المستخدمين من الشبكة في أواخر 1994 حوالي 40 مليونا مستفيدا ينتمون إلى 11000 شبكة معلومات عضو في النظام منتشرة في (70) سبعين دولة حول العالم، وقدر عدد المستخدمين للإنترنيت في عام 1997 حوالي 57 مليون مستخدم[22]، وفي عام 1998 وصل عدد المتعاملين مع الإنترنيت في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا إلى 70 مليون فرد وفي أوربا 31.7 مليون، أما في آسيا فلا يزيد عدد المستخدمين عن 19.3 مليون فرد و7.25 مليون فرد في أمريكا الجنوبية و0.8 مليون فقط في إفريقيا.

ليقارب عدد المستخدمين حول العالم 200 مليون مستخدم عام 2000 بمعدل مليوني مستخدم كل شهر، وهناك ما يقارب المائة ألف شركة تدير أعمالها من خلال هذه الشبكة.

- **قائمة نسب استخدام الإنترنت في العالم:**

وفقا للاتحاد الدولي للاتصالات(الاتحاد الدولي للاتصالات)، عدد مستخدمي الإنترنت في عام 2014 حوالي 2.9 مليار (حوالي 40٪ من سكان العالم ).

---

**21_ جدي.رضوان: الصحافة والصحافة الإلكترونية، مجلة روضة الجندي، ع 298، الجزائر، أكتوبر،2003، ص 7**

**22_ محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،ط1، 2002، ص 120.**

- **الجدول التالي يوضح نسبة استخدام الانترنيت في بعض دول العالم سنة 2014: [23]**

| الترتيب | البـلد | النسبة المؤوية | الترتيب | البـلد | النسبة المؤوية |
|---|---|---|---|---|---|
| 01 | النرويج | % 96,30 | 14 | أسبانيا | % 76,19 |
| 02 | هولندا | % 92,52 | 15 | تشيلي | % 72,35 |
| 03 | السويد | %92,52 | 16 | روسيا | % 70,52 |
| 04 | اليابان | %90,58 | 17 | بولندا | % 66,60 |
| 05 | الولايات المتحدة | %87,63 | 18 | الارجنتين | % 64,70 |
| 06 | كندا | %87,12 | 19 | ايطاليا | % 61,96 |
| 07 | سويسرا | %87,00 | 20 | البرازيل | % 57,60 |
| 08 | المانيا | %86,19 | 21 | تركيا | % 51,04 |
| 09 | نيوزيلندا | %85,50 | 22 | المتوسط العالمي | % 43,40 |
| 10 | أستراليا | %84,56 | 23 | الجزائر | % 18,09 |
| 11 | كوريا | %84,33 | 24 | الهند | % 18,00 |
| 12 | بلجيكا | % 84,00 | 25 | باكيستان | % 13,80 |
| 13 | فرنسا | % 84,00 | 26 | إريتيريا | % 00,99 |

[23] _ قائمة_نسب_استخدام_الإنترنت_في_العالم https://ar.wikipedia.org/wiki : يوم 30 .05. 2019، الساعة 15:44.

## إحصاءات مستخدمي الإنترنت في البلدان العربية– 2017

ووفقا للتقرير، تواصل مصر تصدرها العالم العربي بأعداد مستخدمي الانترنت، فيما تقدمت المملكة العربية السعودية إلى المرتبة الثانية على حساب المملكة المغربية التي تراجعت إلى المركز الثالث عربيا .

كذلك تقدمت الجمهورية الجزائرية للمركز الرابع، مقابل تراجع العراق مرتبة واحدة عن تصنيف العام الماضي، محتلا المركز الخامس.

وتراجعت سوريا على هذه القائمة، لتكون في المركز العاشر، يليها مباشرة على التوالي كل من لبنان وسلطنة عمان .

ويلحَظ في هذا السياق أن نسب نمو قطاعات مستخدمي الانترنت وانتشاره كوسيلة لتلقي الأخبار والتواصل، في المنطقة العربية والإقليم، هي بين الأعلى على مستوى العالم وبنسبة أكثر من 3000% في فترات معينة.

من جهة أخرى، وبحساب نسبة أعداد مستخدمي الانترنت إلى عدد السكان لكل دولة، تتبوأ دولة قطر المرتبة الأولى بنسبة تصل إلى أكثر من 94% من عدد السكان، تليها كلا من الإمارات العربية المتحدة بـ90.6% والمملكة البحرينية بـ90.1%.

بالمقابل، تشهد الدول العربية الواقعة في القارة الأفريقية، أدنى نسبة لأعداد مستخدمي الإنترنت إلى إجمالي عدد السكان لكل دولة. هنا، تسجل الصومال الأدنى بـ 5.8%، بينما تسجل جزر القمر النسبة 7.3%، جيبوتي 16.5% وموريتانيا 16.7

- **الجدول التالي يوضح الترتيب الدولي لعدد مستخدمي الانترنيت سنة 2018: [24]**

| الترتيب الدولي | الدولة | عدد مستخدمي الانترنيت | الترتيب الدولي | الدولة | عدد مستخدمي الانترنيت |
|---|---|---|---|---|---|
| 01 | مصر | 34.800 | 10 | الاردن | 5.700.000 |
| 02 | السعودية | 20.813 | 11 | سوريا | 5.502.250 |
| 03 | المغرب | 20.207 | 12 | ليبيا | 2.800.000 |
| 04 | الجزائر | 15.105 | 13 | قطر | 2.200.000 |
| 05 | العراق | 14.000 | 14 | البحرين | 1.278.752 |
| 06 | السودان | 10.886 | 15 | اليمن | 677.228 |
| 07 | الامارات | 8.515 | 16 | موريتانيا | 714.132 |
| 08 | عمان | 3.310 | 17 | الصومال | 660.000 |
| 09 | الكويت | 3.202 | 18 | جيبوتي | 150.000 |

**استخدام الإنترنيت في العالم عام 2005.**

## 2- في العالم العربي:

رغم الانتشار السريع للإنترنيت في العالم إلا أنه كان متواضعا في البداية على العموم في العالم العربي باستثناء بعض الدول الخليجية، هذا الطء النسبي (مقارنة بسرعة الانتشار في العالم الغربي) كان بسبب عدة عوائق أهمها

---

**24- https://www.linkedin.com/pulse/احدث-احصائيات-الدجيتال- 2019-تقرير- يوم 08 .06. 2019 على الساعة 09:30**

ارتفاع كلفة خدمة الاشتراك بشبكة الإنترنيت، سوء البنية التحتية للإتصالات في أغلب الدولة العربية، وعدم مواكبتها للتطورات الجديدة في هذا المجال وبطء أدائها مقارنة بالدول الأخرى، بالإضافة إلى خوف السلطات الحكومية من أن دمقرطة الوصول للإنترنيت سوف يؤدي إلى إنهاء سيطرة الدولة على المعلومات [25]، وتعتبر تونس أول بلد عربي أدخل الإنترنيت عام 1991 ولكنها لم ينتشر إلا في عام 1996 وبحلول ماي 1999 كانت كل الدول العربية باستثناء العراق وليبيا أصبح لديها شكل من أشكال الاتصال الدولي بالإنترنيت [26].

وتشير الإحصاءات المتوفرة لشهر ديسمبر عام 1997 فيما يخص مستخدمي الإنترنيت العرب إلى الأرقام الآتية:

الإمارات العربية المتحدة (32201 مشترك)، البحرين(12923)، ولبنان (15400 مشترك)، مصر (15255 مشترك)، سلطنة عمان (7595 مشترك)، قطر (6389 مشترك)، تونس (1750 مشترك)، واليمن (882 مشترك)[27].

وتجاوز عدد مستخدمي الإنترنيت في العالم نهاية شهر جوان 1999 واحد مليون مستخدم بزيادة قدرها 80 ألف مستخدم عن عدد المستخدمين في شهر أفريل من نفس السنة وهي نسبة معتبرة، ويأتي ذلك عقب طلب لم يسبق له مثيل على الإشتراك في شبكة الإنترنيت، ما جعل وتيرة انتشارها تتسارع عمّا كانت عليه من قبل.

---

**25 _ إنشراح الشال: مرجع سابق، ص 77.**
**26– نفس المرجع، ص 82.**
**27– نفس المرجع، ص 151.**

وقد بلغ عدد الذين يستخدمون الإنترنيت حوالي 6 مليون مستخدم عام 2003 من أصل 650 مليون مستخدم في العالم وهذا رقم كبير في ظرف زمني قصير ، ليقفز العدد عام 2007 إلى حوالي 28.5 مليون أي حوالي 2.5% من تعداد المستخدمين في العالم [28]، مع تحقيق أكبر وتيرة نمو في العالم كله في الفترة ما بين 2000 و 2007 حيث بلغت نسبتها 931.8% وكشفت أحدث الإحصائيات أنّ مستخدمي الإنترنيت الذين يجيدون اللغة العربية تقدموا إلى المرتبة الثامنة عالميا بداية جانفي 2008، والجدير بالذكر أن ما نسبته حوالي 60% من الإنترنت يين العرب موجود في منطقة الخليج والتي تمثل حوالي 11% من التعداد العربي.[29]

## 1-2- اهمية و خدمات شبكة الانترنت:

### 1-2-1- أهمية شبكة الإنترنيت:

تعتبر شبكة الإنترنيت شبكة عظيمة الحجم فهي تحتوي على أغلب قواعد البيانات في العالم، وتكمن أهمية شبكة الإنترنيت في كونها واسعة الإنتشار بين أقطاب مختلفة وواسعة من الثقافات والمصادر المعرفية، تتمثل أهميتها في النقاط التالية:[30]

1- الوصول إلى بيانات بيبليوغرافية لملايين الكتب وإلى مقتنيات مكتبة البحث والمكتبات الجامعية في جميع أنحاء العالم.

---

**28_ فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال ألجماهيري مخبر علم إجتماع الاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 125.**

**29- عبد الوهاب بوخنوفة: تأثيرات البث الفضائي والوسائط الإلكترونية المتعددة في الإذاعة، مجلة الإذاعة العربية، ع04، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2004، ص 144.**

**30- الشامي أحمد محمد: المعجم الموسوعي للمصطلحات والمعلومات، دار المريخ، ب ط، 1998، ص 40.**

2- جمع الأخبار والحقائق وتخزينها في الحاسوب لاستعمالها في وقت لاحق لأغراض مرجعية.

3- اشتمال الإنترنيت على آلاف المجلات والنشرات الإلكترونية في مواضيع مختلفة.

4- الحصول على الأعداد السابقة من المجلات الإلكترونية وتتوفر هذه المجلات على بروتوكول نقل الملفات وغيرها من البرمجيات على المعلومات في جميع الشبكة.

5- من خلال الشبكة يمكن للمشتركين تبادل الأفكار وملخصات الأبحاث العلمية بمختلف مجالاتها.

6- تبرز أهمية الإنترنيت من الناحية التسويقية وذلك عن طريق المؤسسات والشركات لمنتجاتها بطريقة جذابة وتفصيلية للمشتركين كذلك يمكن عقد الصفقات التجارية من خلالها أو تعرف على مواصفات وأسعار الشركات الأخرى.[31]

7- تقدم الإنترنيت الإحاطة الجارية للباحثين والعاملين في المؤسسات

8- يسمح الإنترنيت بإجراء مناقشات حية عبر الشبكة وذلك بتبادل الآراء والمقترحات بين الباحثين والمؤسسات العلمية.

### 1-2-2- فوائد شبكة الإنترنيت:

تستخدم الإنترنيت بهدف الإرتقاء بحياة الأفراد حيث يتيح استخدامها لهم ما يلي:

---

**31_ عبد الوهاب بوخنوفة: تأثيرات البث الفضائي والوسائط الإلكترونية المتعددة في الإذاعة، مجلة الإذاعة العربية، ع04، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2004، ص 144.**

- نشر المعلومات المتنوعة على مستوى العالم بسرعة عالية
- متابعة الأحداث العالمية في جميع المجالات وقت حدوثها ووجهات النظر العالمية فيها.
- الحصول على المعلومات في جميع التخصصات من مصادر متنوعة.
- إتمام الاتصالات الفورية بأشكالها المتنوعة المكتوبة والمسموعة والمرئية.
- عقد المؤتمرات عن بعد بين المتخصصين في المجالات العلمية والمهنية المختلفة.
- إجراء البحوث العلمية المشتركة بين المتخصصين على مستوى العالم ممّا يساعدهم على المشاركة الفكرية المتنوعة
- تبادل الوثائق والرسائل بين الأفراد والمؤسسات
- نقل الملفات والبرامج بين أجهزة الكمبيوتر في جميع دول العالم.
- توفير برامج خاصة ومتنوعة للتعليم والتدريب الفردي والجماعي.[32]
- تساعد الفئات الخاصة على تلبية الاحتياجات من الاتصالات والحصول على المعلومات.
- توفر الجهد والوقت والمال المبذول في الحصول على المعلومات من مصادرها الأصلية.
- متابعة التقنيات الحديثة والمشاركة في إنتاجها بفاعلية دون الوقوف عند استهلاكها وتلقي ما يقدمه الآخرون.

---

**32_ الشامي أحمد محمد: المعجم الموسوعي للمصطلحات والمعلومات، دار المريخ، ب ط، 1998، ص 40.**

### 1-2-3- خدمات شبكة الإنترنيت:

من أهم المصطلحات الشائعة الاستخدام في مجال الإنترنيت مصطلح الخدمات services وهي مجموعة من القواعد والتسهيلات التي يطلق عليها أيضا بروتوكولات. وهناك أربع خدمات رئيسية تعتمد عليها الإنترنيت:

**1- خدمة البريد الإلكتروني: أو بروتوكول البريد الإلكتروني E-MAIL**

وهي الخدمة التي تشرف على إرسال واستقبال الرسائل من حاسب إلى آخر داخل الشبكة وتقوم بالتأكد من وصول البريد إلى العنوان السليم.

**2- خدمة تلنتTELNET**

وهي تسمح بالاتصال مع أي حاسب آلي آخر في أي مكان على الكرة الأرضية ومن ثم الدخول إلى هذا الحاسب والتعامل مع الملفات والملومات المخزنة، وفي بعض الحالات يتطلب الأمر إدخال رقم حساب معين وكلمة مرور للدخول إلى الحاسب الآخر وفي حالات أخرى تسمح الحاسبات على الإنترنيت بالتعامل مع بعض المعلومات دون الحاجة لإدخال أي أرقام.[33]

**3- خدمة نقل الملفات: (FTP) FILETRANSFER PROTOCOL**

وهي تسمح بنقل الملفات من حاسب لآخر سواء من حاسب بعيد إلى حاسب الشخص نفسه ويطلق عليها في هذه الحالة DOWN LOADING أو من حاسب الشخصي إلى حاسب آخر ويطلق عليها UP LOADING كما يمكن نقل الملفات من حاسب بعيد إلى حاسب آخر بعيد.

---

**33_ طلبة محمد فهمي: الإنترنيت طريق المعلومات السريع، القاهرة، مجموعة كتب دلتا، بـ ط، ب سنة نشر، ص26.**

### 4- خدمة العميل والخادم:SERVERCLIENT /42

حيث يقوم برنامج العميل الذي يقوم بطلب الخدمة بالاتصال ببرنامج الخادم الذي ينفذ الطلب[34].

## 1-3- تطور الانترنت في الجزائر:

### 1-3-1-ظهور الانترنت في الجزائر:

بادرت الجزائر الاشتراك في شبكة الانترنت وارتبطت بها في شهر مارس عام 1994عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني الذي كانت مهمته العمل على إقامة شبكة وطنيو وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

ومنذ عام 1994عرفت الجزائر تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام و الاشتراك و التعامل مع الانترنت،إذ ارتبطت بالانترنت عن طريق إيطاليا وتقدر سرعة الارتباط ب9600 حرف ثنائي في الثانية وهي سرعة ضعيفة جدا وقد تم ذلك في إطار إفريقيا تسمى ريناف وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا وبعد سنتين من تاريخ الاشتراك في الانترنت أي في عام 1996زادت سرعة هذا الخط إلى 64ألف حرف في الثانية ويمر عن طريق باريس وفي شهر أكتوبر 1998 وبموجب اتفاقية أبرمت بين مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني وهيئة ناتشات الأمريكية تم ربط المركز بشبكة الانترنت بصفة مباشرة بتشغيل محطة اتصال عن طريق الأقمار الصناعية، بطاقة واحدة ميجابيت في الثانية وذلك عن طريق الساتل: " أم-أي- "MAA" الأمريكي

(1ميجابيت=1000بيت)وفي شهر مارس 1999أصبحت قوة الانترنت في الجزائر تقدر ب2ميجابيت وتم إحداث 30خطا هاتفيا جديدا[35]

---

**34- نفس المرجع السابق، ص 27.**

**35_عرعاربية،واقع استخدام الانترنت كمصدر معلومات عند الطلبة الجامعين،مذكرة لنيل شهادة ليسانس، علم المكتبات و التوثيق، الجزائر، 2007، ص23.**

### 1-3-2- استخدامات الانترنت في الجزائر

رغم تحرير قطاع الاتصالات بشكل كبير إلا أن الوضع الحالي خاصة بالنسبة لشبكة الانترنت في الجزائر بلغ1.9 مليون مستخدم حتى نهاية 2005، بينما أكدت دراسة متخصصة نشرت في 2007 أن الجزائر تحتل المرتبة العاشرة في القارة الإفريقية من حيث وسائل الاتصال الحديثةو أن نسبة السكان المتصلين بشبكة الانترنت لاتتجاوز 2.4%،كما أفادت دراسة للأمم المتحدة أنه عام 2004 كان عدد المشتركين في خدمات الانترنت لا يتجاوز 5000مشترك حيث أرجعت أسباب هذا التأخر إلى غياب ثقافة نشر التكنولوجيا إلا في حالة الضرورة الحتمية.

وفي المقابل أعلنت وكالة الأنباء الجزائرية تقررها لها نشرته في سنة 2006 أن سوق الاتصالات الجزائرية شهدت طفرة غير مسبوقة خلال سنةواحدةو أن عدد مستخدمي شبكة الانترنتقد بلغ 03ملايين مستخدم في شهر جويلية 2006، في حين نبلغ عدد مستخدمي الانترنت عالي السرعة 70ألف شخص و بعد تعميم الانترنت منخفض السد فق ظهور العديد من موردي الخدمات ISPالذين بلغ عددهم 80موردا سنة 2007 و الانتشار السريع لمقاهي الأنترنت البالغ عددها 7000 مقهى على مستوى الوطني.[36]

عرف الانترنت عالي التدفق هو الآخر نموا ملحوظا سواء في مجال طاقة الدخول أو عدد المشتركين في نهاية سبتمبر 2007، حيث بلغ عدد المشتركين في الانترنت ذو التدفق العالي ADSL 120.000 مشترك، فيما انتقل عدد متصفحي الانترنت من 10 آلاف سنة 2000 إلى 4 ملايين متصفحا نهاية شهر سبتمبر 2007 وهو ما يعادل 12% من مجمل عدد السكان.

---

**36-نور الدين هادف ،التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال: الاستخدامات و الإشاعات(دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008، ص 144.**

وتشير الإحصائيات المسجلة في نهاية 2007 إلى وجود 71 مزودا بخدمات الانترنت ISP

-5900 مقهى انترنت (Cyber Caffe)

-مليونين و 500 ألف انترنتي.

-5000مواقع ويب (Sites Web)

- 3 ملايين جهاز إعلام آلي (في سنة 2006).

-26 ألف كيلومتر من الألياف السمعية البصرية.

-42500 كيلومتر من الذبذبات الهرتزية.[37]

**1-3-3-المشاكل التي تواجه انتشار الانترنت في الجزائر:**

رغم التحولات التي عرفها ميدان تكنولوجيا الاتصال والإعلام في الجزائر إلا أن هناك العديد من المشاكل والصعوبات التي تقف في وجه هذا التطور حيث تتنوع هذه المشاكل بين مشاكل اقتصادية واجتماعية وثقافية سنجمل أهمها فيما يلي:

-من أكبر المشاكل التي تعترض الانتشار الواسع لخدمات الانترنت في الجزائر هي هيمنة شركة "اتصالات الجزائر" على الخدمة كما أن كل مزودي الانترنت يعملون تحت الإشراف المباشر للشركة، فضلا عن أسعار خدمات الهاتف الثابت التي شهدت ارتفاعا ضخما خلال فترات وجيزة مما أثر سلبا على انتشار الخدمة.

-تأخر ربط الجزائر بمجتمع المعلومات.

---

**37_ نفس المصدر السابق، ص 146._ نفس المصدر السابق، ص 146**

-عدم انتشار مقاهي الانترنت بالقدر الكافي في الأحياء والمدن والتي بلغ عددها 5900 مقهى نهاية 2007.

-المشاكل التقنية التي تعاني منها الشبكة في الجزائر والمتمثلة أساسا في قضايا القرصنة.

-الظروف الاجتماعية الصعبة التي يعيشها المواطن الجزائري لا سيما انخفاض القدرة الشرائية وتدني الأجر القاعدي المضمون.

-تدني نسبة امتلاك الحواسيب الإلكترونية في الجزائر (3 مليون جهاز نهاية 2006) أي أن 90% من الجزائريين يمتلكون جهاز كمبيوتر وهذا رغم إطلاق مشروع (أسرتك) الذي أطلقته الوزارة الوصية للبريد

وتكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 2004 تحت شعار كمبيوتر لكل أسرة ويشهد المشروع صعوبات كبيرة في تطبيقه ميدانيا.[38]

## 1-4- علاقة الصحافة بالانترنت:

**1-4-1- السمات والخصائص الصحفية للأنترنت:** تتسم الانترنت بعدة سمات متميزة من الناحية الحفية من بينها:

1- **التغطية الصحفية الفورية:** حيث تتوافر العديد من المصادر المواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الانترنت مما ينتج للصحفي الحصول على المعلومات في حينها.

2- **التغطية الصحفية الحية:** حيث يمكن أن توفر الانترنت تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها في لحظة وقوعها.

---

**38_نفس المصدر السابق، ص 150-153.**

3- **التغطية الصحفية المتعمقة:** حيث تتوافر العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات بطرق متنوعة مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما يوجد العديد من الروابط التي الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه.

4- **التغطية الصحفية التفاعلية:** حيث تتيح الانترنت إمكانية التفاعل الإيجابي بين القراء و الصحفيين وتزيد من مشاركة القراء أداء الأعمال الصحفية.

5- **التغطية الصحفية الرقمية:** توفر الانترنت العديد من المواد الصحفية والصور البيانات

6- والرسوم بشكل رقمي قابل المعالجة و الاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه كما يمكن تخزينها

7- واسترجاعها في أي وقت، وهو أمر مهم في العمل الصحفي حيث يوفر الجهد والوقت كما يفتح آفاق رحبة الأداء العمل الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم. [39]

8- **التغطية الصحفية متعددة الوسائط:** حيث توفر العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها متميزا مثل الصوت و الصورة و الألوان وهي أمور تفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحفية وقرائها وتنقل القارئ إلى موقع الحدث وتقر به من شخوصه ومصادره وأجوائه

**9- التغطية الصحفية المتكاملة:** حيث تجمع الانترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدرا صحفيا يزود بالمعلومات وأداء اتصال بالمصدر مثل البريد الإلكتروني وتساعد كل هذه العناصر على إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث مادون مغادرة موقعه.

---

**39_السيد بخيت: الصحافة والانترنت، القاهرة،العربي للنشر والتوزيع،ط1، 2000،ص27،28.**

10- **التغطية الصحفية الذاتية:** حيث بمقدور الصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده من اختيار الموضوع وجمع بياناته و الاتصال بمصادره وكتابته بل ونشره.

11- **التغطية الصحفية المؤلفة:** حيث يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التي توفرها الانترنت وفقا لاحتياجات القراء من الأخبار والمعلومات وتفصيلاتهم الصحفية واهتماماتهم وأوقاتهم وتنقلاتهم كما يمكن أن تولف الصحيفة مصادر الانترنت وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية.

12- **التغطية الصحفية الموضوعية:** حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات الانترنت ويمكن مقارنته وتوجهاتها ورؤيتها ومعالجتها له وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات.

13- **التغطية الصحفية المستمرة واللا محدودة:** فالعمل الصحفي على الانترنت لا يتوقف مدار 24 ساعة بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر فضلا عن السرعة، وكذلك توافر الانترنت على مساحة كبيرة ولا محدودة تسمح بتغطية كبيرة للحدث وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

### 1-4-2- مستويات الاستفادة من شبكة الانترنت:

تحدث بعض خبراء الصحافة عن إمكانية استفادة الصحافة من شبكة الانترنت على أكثر من مستوى تتمثل في:

- **المستوى الأول:** كمصدر للمعلومات وذلك من خلال الاستفادة منها كأداة مساعدة لتغطية الأخبار أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية، وذلك من خلال المواقع الإخبارية سواء للجرائد أو المجلات العربية والعالمية والمحلية إلى جانب مواقع وكالات أنباء وقواعد البيانات ومحطات الراديو والتلفزيون التي تقدم خدمات معلوماتية على الشبكة معظمها تفاعلي. الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة وذلك بعد ربطها لا بقسم المعلومات فقط بل بصالة

التحرير، الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفية متخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد والتسلية وغير ذلك.

التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب الإلكترونية والمطبوعة.

❖ **المستوى الثاني**: الاستفادة منها كوسيلة اتصال وذلك من خلال الاستفادة منها كوسيلة اتصال خاصة بالمندوبين والمراسلين يتم العمل بها من خلال البريد الإلكتروني ووسائط الصحيفة التحريرية newdnet والمصورة Picturne.

الاستفادة من تقنية الانترنت كنظام للاتصالات الداخلية للمؤسسة مع ربطه بشبكة الانترنت في أقسام المعلومات الصحفية وقسم الأخبار.[40]

❖ **المستوى الثالث**: الاستفادة منها كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور كتوسيع فرص المشاركة لقراء الصحيفة من خلال توفير قنوات لاتصال الجمهور عبر البريد الإلكتروني وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة.

❖ **المستوى الرابع**: الاستفادة منها كوسيط للنشر الصحفي، من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها، قد تكون نصا ثابتا أو متحركا وقد تكون الجريدة نفسها أو ملخصا لها.

❖ **المستوى الخامس**: الاستفادة من الشبكة كوسيط إعلاني، حيث يضيف دخلا جديدا إلى المؤسسة من خلال نشر إعلانات على موقع المؤسسة أو إصداراتها الصحفية المباشرة.

---

**40- نفس المرجع السابق، ص 29**

❖ **المستوى السادس**: الاستفادة منها كأداة لتسويق خدمات، من خلال إنشاء موقع أو أكثر لها يقدم معلومات أساسية عنها وعن تاريخها وتطويرها وإنجازاتها ويحدثها بشكل مستمر.

❖ **المستوى السابع**: الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية، من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بخدماتها إلى أي مشترك وتقديم خدمات تصميم المواقع وإصدار الصحف والنشرات عليها لحساب الغير.

### 1-4-3- السمات الاتصالية للأنترنت وصحافة الويب :

وفرت شبكة الانترنت كعامل تقني العديد من الخصائص التي جعلت الصحيفة الالكترونية تختلف عن باقي أشكال الاعلام التقليدي، و دفعت الجمهور الى التوافد عليها .

فمن الخصائص الاتصالية التي استفادت منها الصحافة الالكترونية هي:

-تحديث الخدمات الإخبارية.

- العمق المعرفي او النصوص المتشعبة.

- التفاعلية.

- شخصنة الصحيفة او جريدة حسب الطلب.

- الوسائط المتعددة أو الملتيميديا.

- أدوات الإنذار أو النشر المتزامن بطريقة بسيطة.

- المحتوى الاستدراكي.[41]

---

**41 – د صلاح فلاق شبرة ، صحافة الويب، استخدامات الأدوات الرقمية و المنصات التفاعلية، عمان، دار الاكاديميون للنشر و التوزيع ،ط 2019، ص 37.**

### 1-4-4 مشكلات استخدام الانترنت صحفيا:

بالرغم من المزايا العديدة للانترنت فإن هناك العديد من المحاذير عند تقييم مصداقية المعلومات التي يتم الحصول عليها من الانترنت لضمان القيام بتغطية موضوعية، فكما يقول Ketter فإن المعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات أو تستخدم للإدعاءات الملفقة أو يكتفي بها بديلا عن المصادر الأساسية كما تختلط الحقائق بالإعلانات والدعاية.

كما أن الملاحة Navigation عبر الانترنت يمكن أن تستهلك وقتا كبيرا بال جدوى، بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث، فالبحث عن المعلومات يقتضي تطوير المهارات البحثية لدى الصحفيين فضلا على أنها لا تقوم بدور المقيم لأهمية المعلومة، ولا تقرر ما إذا كانت ذات مصداقية أم لا، فتلك مهام تتم من قبل صحفيين مدربين عن أن المعلومات على الانترنت غير منظمة بشكل يسير والتعامل يقتضي إجراء فحص مزدوج للمعلومات، ولرسائل البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت ممن أرسلها وكذلك للتأكد من نوعية المصادر المشاركة في الجماعات الإخبارية ومدى أهليتهم وجدارتهم الصحفية، كما يصعب التمييز بين الصحفيين المحترفين وغيرهم من الدخلاء على المهنة، فكما تساعد الانترنت في تنشيط ذاكرة الصحفي وتعمق تخصصه فإنها تضيف إلى كاهله مسؤوليات جديدة تتمثل في الفحص والتدقيق وحسن الاختيار للتغلب على إشكاليات التلاعب والتحايل والتحريف.[42]

ومن ناحية أخرى فرض الاستخدام المتزايد لتقنيات متعددة لجمع الأخبار، مواجهة مشكلات جديدة من مشكلات أخلاقية العمل الصحفي مثل حق الملكية الفكرية، والرسائل الصحفية المفخخة، فضلا عن القضايا التقليدية المتعلقة بتوافر الدقة والعدالة والخصوصية والصحة الموضوعية....إلخ.

---

**42_ السيد بخيت، الصحافة والانترنت، مرجع سابق، ص 36.**

ومن ناحية الثالثة فإن جل المواد الصحفية والمعلومات المتوافرة على الانترنت مكتوبة باللغة الإنجليزية ومعدة وفقا لمنهاج الفكر الغربي وفلسفتها الصحفية والإعلامية وهو أمر يضع قيودا على انتشار استخدام الانترنت من قبل الصحفيين الذين يجدونها.

**خلاصة:**

تزايدت أهمية الانترنت صحفيا في الآونة الأخيرة وتصاعدت مكانة الصحف والصحفيين الذين يعتمدونه عليها، وبرزت مسميات جديدة من بينها الصحافة الإلكترونية والبريد الإلكتروني، والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية والصحف الرقمي حيث أحدثت الانترنت تغييرا كبيرا في مفهوم العمل الصحفي بحيث لم تعد الصحف تهتم فقط بإصدار صحف مطبوعة بل أصبحت تسعى إلى ارتياد أسلوب جديد يسمح تنقل الأخبار والمعلومات بطريقة أكثر جذبا وعمقا وشمولا وهو ما جعل الانترنت بمثابة تحديا جديدا للصحافة في ممارستها ومفاهيمها.

# الفصل الثاني

## شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم،

## النشأة، والتطور

**تمهيد:**

هناك الآلاف من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تعمل على الصعيد العالمي، حيث تتعدد هذه الشبكات كما سنتعرض إليه في هذا الفصل ومن اشهر شبكات التواصل الاجتماعي موقع "الفايس بوك" و"ماي سبايس" و"تويتر" و"يوتيوب"، ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا أخرا لممارسة مهنة الصحافة بعد الجريدة ووسائل العمل الصحفي من كاميرات ومسجلات... غير أن أداء هذه المهنة عبر مواقع الانترنت يجب أن يحتكم إلى شروط من شانها أن ترقي بالعمل الصحفي والصحفي في حد ذاته ومن أهم هذه الشروط التصرف باحترافية والأهم هو خلق هوية رقمية تليق بالصحفي، بالإضافة إلى إعطاء أهمية كبيرة للعمل الصحفي عوض قضاء وقت اكبر في الدردشة.

## 2-1 – مفهوم وتطور شبكات التواصل الاجتماعي :

### 2-1-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

يعرف بعض الأكاديميين مواقع الشبكات الاجتماعية بالإشارة إلى أنها تلك المواقع الموجودة على شبكة الانترنت مع تقديمها لمجموعة من الخدمات الافتراضية للمستخدمين .

كما يعرفها البعض بأنها عملية بناء شخصية المستخدم على الموقع وفقا لنظام تحدده إدارة الموقع، إن ميزة التواصل مع أفراد غرباء ليست هي تجعل الشبكات الاجتماعية فريدة من نوعها بل أن الظهور المرئي

الذي تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات المتعددة كالفيديو أو المحادثة المباشرة المدعومة بالصوت والصورة، هو الأمر الذي يؤدي حدوث عملية تواصل بين الأفراد [43].

وعرفها " الضراب" بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني " للويب 2.0

تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء ( بلد، جامعة، مدرسة ، شركة...)

ويرىّ "الشهري أنها منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات[44].

هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات أو للبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

---

**43–كيحول طالب، رضوان جدي، استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي : دراسة تحليلية ميدانية الجزائر نموذجا، بحث مقدم الى ملتقى الحوار التركي العربي، ص32.**

**44– عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 31.**

معظم الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات المستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.

وهي تجمع الملايين من المستخدمين، ومن اشهر الشبكات الموجودة حاليا" فايس بوك وماي سبايس وتويتر ويوتيب..."[45]

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية webworldwide تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام والانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات.

وجاء تعريف الشبكات الاجتماعية في قاموس odlis هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.[46]

### 2-1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقعclassmates.com عام 1995. ثم تلاه موقع sixdegrees.com اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح لمالكيها.

---

**45- خدمة الشبكة الاجتماعية / http:// ar.Wikipidia. org / wik: 06 جوان 2019 على الساعة 15:10**

**46- وائل مبارك خضر فضل الله، اثر الفايس بوك على المجتمع، السودان، مدونة شمس النهضة، ط1 2010، ص7**

خلال سنوات التسعينات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت وعدد كبير من الملايين من متصفحات الانترنت حول العالم تستقبل هذا البث، وبعد ذلك وبالتدريج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت، بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات بداية بتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة ومنتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة وثورية مثل موسوعة الوكيبيديا وقد كانت القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب2.0 [47].

ولقد تعددت المسميات التي أطلقها المختصون على المواقع التي أفرزتها ثورة الإنترنت فمنهم من نعتها بشبكات التواصل الاجتماعي خاصة وأنها كانت تجمع النسيج الاجتماعي الحقيقي للمجتمعات في مجتمع افتراضي علي شبكة الانترنت ومنهم من أطلق عليها اسم وسائل الإعلام الاجتماعي بسبب الثورات العربية التي كانت بمثابة الوقود الذي يساهم في إشعالها بسبب منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في بث المعلومة وإيصالها إلى المستخدم في الوقت نفسه الذي حدثت انثناؤه وقد ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من حاجة المستخدمين للتواصل فيما بينهم بعد ان أصبحت الانترنت ملاذا آمنا ومهما لإشباع حاجات نفسية واجتماعية وعلمية في إطار جغرافي يتميز باللامحدودية في المكان والزمان، وقد ساعد البعد التقني في دمج الكثير من التطبيقات المتعددة مما أوجد عدة أبعاد وخاصة البعد المرئي الذي ساعد أكثر من غيره على تقوية عملية التفاعل بين المستخدمين.[48]

---

**47-كيحول طالب، رضوان جدي، مرجع سبق ذكره، ص 16، 17.**

**48-نفس المرجع السابق ، ص 17.**

ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع آن تحقق النجاح الكبير بين الاعوام1999-2001 وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 حيث مع بداية هذا العام ظهرت شبكة فريندستر التي حققت نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شرائها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة سكا ي روك كمنصة للتدوين ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة أن تحقق انتشارا واسعا لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين ومع بداية عام 2004 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من "جوجل "وهو موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير والذي يعتبر من أوائل وأكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الفايسبوك والذي بدء في الانتشار المتوازي مع موقع ماي سبايس حتى قام موقع الفايسبوك في 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي موقع الفايسبوك بشكل كبير.

وهناك اليوم الآلاف من الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع وهناك بعض الشبكات التي تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الأخر أكثر جرأة 10في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية [49].

**49–نوفت بنت مبارك عبد الله : الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمة، مركز التميز لأمن المعلومات ص 5.**

### 2-1-3- شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر:

مع زيادة عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر ازداد أيضا الاهتمام بإنشاء المدونات الشخصية والذي وصل ذروته مع بداية العام 2006 عندما انطلقت حملة مدونة للجميع وقد لجا الجزائريون كغيرهم من مواطني الدول العربية إلى شبكات التواصل الاجتماعي للترفيه عن أنفسهم وللتواصل مع اصدقا جدد بالإضافة إلى التعبير عن أرائهم وأفكارهم السياسية والثقافية خاصة في ظل محدودية وسائل الإعلام الثقيلة والمتمثلة في الإذاعة والتلفزيون اللتين تمتلكها الحكومة من دون غيرها.

وتشير الإحصائيات إلى أن مستعملي الفايسبوك يقدرون ب 2,1 مليون مشترك من بين 678 مليون مستعمل عبر العالم وبذلك تحتل الجزائر المرتبة 52 عالميا والمرتبة الخامسة عربيا من حيث الاستخدام، ويؤكد الدكتور محمد لعقاب بان عدد مستخدمي الفايسبوك في الجزائر يمثل أزيد من 40% من عدد مستخدمي

الانترنت في الجزائر والمقدر عددهم بحوالي 7 ملايين مستخدم مشيرا إلى أن الشبكات الاجتماعية تزدهر أكثر فأكثر في البلدان التي تتميز بالدكتاتورية، والتي تمارس كل أنواع التضييق على الصحافة وسيولة المعلومة، فكلما تم التضييق على المجتمع كلما لجا إلى الشبكات الاجتماعية والعكس صحيح. وتتميز الجزائر عن باقي

الدول العربية بتوفيرها لهامش كبير من الحرية على مستوى الشبكات الاجتماعية واستغنائها عن ممارسة التضييق وحجب المواقع الالكترونية.

وقد تجلت مظاهر التدوين على الشبكات الاجتماعية في الجزائر من خلال التضامن الواسع مع الثورات العربية وخاصة الثورة التونسية والمصرية. وتؤكد الكتابات الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي أن اهتمامات المشتركين الجزائريين لا تحمل الكثير من النزعات السياسية بل تتجه نحو محاولات أدبية كالشعر والقصص والتجارب الشخصية نتيجة لظروف العشرية الدموية التي عاشتها الجزائر في فترة التسعينات.

ويؤكد الدكتور نصر الدين العياضي أن مرور الجزائر بسنين شداد خلال مرحلة التسعينات من القرن الماضي أفقدته توازنه وهو بمشاركته في هذه الشبكات إنما يجرب ذاته إلى جانب اعتبارها ملاذا أو مفرا له من الالتزامات الاجتماعية التي أثقلت كاهله بل واتخذها وسيلة في سبيل استكمال مساره الاجتماعي بعيدا عن الإطار المكاني الضيق (الوطن). [50]

## 2-2- أشكال وأنواع وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

### 2-2-1- أشكال شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن حصر الأشكال الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي في:

1- شبكات اجتماعية كبيرة مثل الفيسبوك وماي سبايس..... وتسمح للأشخاص ببناء صفحة انترنت خاصة بهم، ومن ثم التواصل مع الأصدقاء لتشارك المحتويات والتعليقات.

2- -مدونات:blogsمن أفضل الأشكال المعروفة في شبكات التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن مجلات عبر الإنترنت مع مداخلات تظهر حسب حداثتها.

3 -موسوعات:wikls مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى او تحرير معلومة عليها وأفضلها ويكيبيديا الموسوعة الالكترونية الحرة التي تحتوي على اكثر من 2 مليون مقالة باللغة الإنجليزية.

4- البودكاست (المدونة الصوتية: ملفات الصوت والفيديو المتاحة من خلال الاشتراك بالخدمة عن طريقapple itunes

5- المنتديات:forums هي عبارة عن مساحات للحوار الالكتروني غالبا ما تدور حول موضوع أو اهتمام محدد.

---

**50- كيحول طالب، رضوان جدي، مرجع سبق ذكره ص37-42.**

6- المدونات الصغيرة: وتلتقي مع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث كميات المحتوى والتحديثات الصغيرة، وتوزع على الانترنت من خلال الهاتف المحمول أيضا وتويتر هو القائد لمثل هذا النوع. [51]

## 2-2-2- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

هناك عدد من أصناف الشبكات الاجتماعية نذكر منها:

**النوع الأكثر شهرة هو الشخصية**:يعتمد هذا النوع على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط مثل الفيسبوك.

**النوع الثاني هو المهنية**: هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم البعض، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية لمستخدمين تتضمن سيرهم الذاتية وخبرتهم إضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال الحياة المهنية.

**النوع الثالث هو الثقافية**: إذ تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل: library thing

كما يوجد تقسيم أخر للأنواع وهي:

**النوع الأول: الشبكات الداخلية الخاصة:**

تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الاشحاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول

---

**51- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره ن ص 35، 36.**

للموقع والمشاركة في أنشطة من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة linkedin

**النوع الثاني: الشبكات الخارجية العامة:**وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها العديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل: الفيسبوك facebook[52]

## 2-2-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات عديدة جعلت منها مقصدا لمتصفحي الانترنت في جميع أنحاء العالم:

1 - سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من اجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت وكل ما يتطلب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وهي بسيطة في التصميم والألوان: وتعرض المميزات فقط عند الطلب بحيث تكون المحادثة سلسة وتستخدم أزرارا واضحة ورسوما وأشكالا توضيحية وتوفر صورا متزامنة مع الوقت للتحديثات وإشعارا معينا يثير انتباه المستخدم.

3- التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات. [53]

---

**52- سلطان مسفر الصاعدي الحربي : الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة ؟ - www.alukah. net 03 جوان 2019على الساعة 10:00.**

**53- ali ;h.a.the power of social media hndevloping nations :news tool for chosing the global igital**

4- تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت مند بداية التطبيقات الالكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبل جديدة للاتصال وقد ينظم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون. [54]

5- خريج البيانات: تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم،

6- إعادة تنظيم جغرافيا الانترنت: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي نقاط دخول جديدة على الانترنت وحتى وقت قريب كان الناس يتحدثون مع بعضهم من خلال الانترنت باستعارة المكان (المدن، العناوين، الصفحات الرئيسية ) وحولت هده المواقع الاستعارات القائمة على المكان إلى شخصية منها المدونات، الملف الشخصي، صور...

7- العاطفة من خلال المحتوى: المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الأساسية لاستخدام التدوين المصغر وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبادل العاطفي.

7- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.

8- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة لوسائل الإعلام القديم (التلفاز والصحف الورقية ) وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

09- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه والكاتب للتواصل مع القراء... الخ. [55]

---

**54- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص37.**

**55- سلطان مسفر مبارك ألصاعدي الحربي، مرجع سبق ذكره.**

## 2-3- ابرز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

### 2-3-1- ماي سبايس: my space

قدم موقع ماي سبايس خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، حيث قدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في "سانتا مونيكا " في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ويعد موقع ماي سبايس هو سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، كما انه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتبر موقع "ماي سبايس " هو اكبر شبكة على الانترنت للتثبيت الاجتماعي للأصدقاء وهو يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات حياتهم الخاصة ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في المواقع ، اذ يحتوي الموقع على محرك بحث خاص به ويعرض نظام برد الكتروني داخلي.

وقد تأسست خدمة ماي سبايس في يوليو 2003بواسطة" توم أندرسون " و"كريس دي" وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998 وهي حاليا جزء من امبراطورية الشركة الإعلامية العملاقة "نبوز كوربوريشن" التي يملكها" روبرت مردوخ ".على موقع ماي سبايس يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حيتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي حيث يتحاور الملايين من الشباب مع العالم من خلاله ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماي سبايس الاجتماعية.[56]

---

**56- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية: العربية نموذجا رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الاكادمية العربية في الدانمارك، 2012 ص 83-84**

### 2-3-2- موقع فيس بوك: facebook

لقد بدا الفيس بوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفرد "مارك زوكربيرج " الذي أصبح فيما بعد اصغر ملياردير في العالم، كانت فكرته تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواص بين الطلبة والإبقاء على التواصل ينهم عد التخرج. وبالفعل جسد فكرته التي رأت النور في 4 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا.وفي سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة الثانويات وفي أكتوبر من نفس العام أتاح فيس بوك لمستخدميه تبادل الصور مما اكسبه شعبية كبيرة وتوالت الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تنفتح أخيرا على الاستخدام في سبتمبر 2006 حث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا الكترونيا أن ينظم للفيس بوك، [57] وهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية تحتل خاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث عد موقعي (غوغل ومايكروسوفت ) وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 80 مليون شخص واصح مؤسس الفايسبوك اصغر ملياردير في العالم والفايسبوك هو موقع اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية [58].

و يعتبر موقع الفايس بوك من مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط ، و انما أصبح قاعدة تكنولوجيا سهلة بإمكان أي شخص ان يفعل بواسطتها ما يشاء.[59]

---

**57- وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره ص 79.**

**58 – محمد المنصور ، مرجع سبق ذكره ص 129.**

**59 _ مليكة بن علي ، التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام و الاتصال و مظاهر التغير في المجتمع ، أطروحة دكتوراه ، جامعة وهران ، 2018_2019، ص 72.**

### 2-3-3- موقع سكا ي روك: skyrock

تعد شبكة سكا يروك شبكة تواصل اجتماعية تتيح لمستخدميها مساحات مجانية يمكنهم من خلالها إنشاء المدونات وتبادل الرسائل مع الأعضاء المسجلين في الموقع كما يقدم الموقع مساحة محددة للأعضاء لعرض مؤلفاتهم الموسيقية وغيرها من المواد المسموعة والمرئية، وقد بدأت فكرة تأسيسه كموقع للتدوين تحت اسم سكاي بلوغ التي أسسها "بيير سكاي روك " وفي عام 2007 تم التخلي عن العلامة التجارية الأولى وإطلاق الثانية "سكا يروك "كشبكة واسعة النطاق الاجتماعي ويشير موقع( الكسا )إلى انه يحتل المرتبة السابعة عالميا، بوجود 21 مليون مشترك فيه حسب إحصائيات 2008 ويستخدم الموقع عدة لغات أبرزها الفرنسية والانجليزية والألمانية والهولندية والايطالية والاسبانية [60]

### 3-4- موقع تويتر: twiter

هو احد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وأخذ اسمه من مصطلح (تويت ) الذي عني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها أيضا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.[61]

ولقد ظهر موقع تويتر في مارس 2006 على يد "جاك دورزي "، "بيرستون" و"ايفان ويليا مز "وأتيح للجمهور في جويلية 2006، ويتيح تويتر لمستخدميه إمكانية الحصول twitter.com/user nameعلى

---

**60- محمد المنصور ، مرجع سبق ذكره ، ص 140.**

**61- انظر موسوعة ويكيبيديا http://en.Wikipedia.org /wiki يوم 2019.05.16 على الساعة 14:10**

صفحة خاصة ، وهو الأمر الذي سهل كثيرا إيجاد الصفحة والوصول إليها. ويمكن للمستخدم تكوين شبكة أصدقاء بواسطة أداة البحث كما يمكن له أن يتتبع أخبارهم ويمكن لهم أن يتتبعوا أخباره وتحديثاته أيضا، ويستخدم عموما للحديث عن الحياة الخاصة والتواصل مع الآخرين وإرسال رسائل قصيرة والمتابعة المباشرة للملتقيات والأحداث المختلفة أو كملحق للمدونات لنشر الروابط واستجواب ومناقشة شبكة الأصدقاء.[62]

### 2-3-5- موقع يوتيوب:YOUTUBE

انطلق موقع مشاركة الفيديو الأول على الصعيد العالمي " يوتيوب " في 5 فيفري 2005 على يد ثلاثة من موظفيpay pal السابقين وهم تشاد هيرلي(chad hurley) وستيف تشين( steve chen ) وجواد كريم[63]، لكن الموقع لم ينطلق فعليا إلا بعد أن تلقى تمويلا من "سكويا كابيتال"sequoia capital" في نوفمبر 2005.

يتيح يوتيوب محتوياته للجميع كما أن بإمكان أي كان إضافة مقاطع فيديو للموقع بعد التسجيل على الموقع، كما يمكن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضلة ضمن صفحته الشخصية أو إرسالها للأصدقاء كما أن بالإمكان إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أوالمنتديات كما يتيح عرضها على اشهر الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك، تويتر وغيرها .

### 2-4- الشبكات الاجتماعية كمصدر للمضامين الإعلامية:

### 2-4-1-شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية:

أفادت دراسة حديثة أعدها موقع " ميديا بيسترو" أن أكثر من55% الصحفيين يستخدمون قنوات

---

**62- محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 140.**

**63_ موسوعة ويكيبيديا الحرة : http:// ar : whkipidia. org/ twiter يوم 21 .03. 2019 على الساعة 10:30**

الإعلام الاجتماعي من اجل العثور على قصص إخبارية من مصادر معروفة كما بينت أن 43% منهم [64] يستخدمون هده الأدوات من اجل التحقق من الأخبار التي يكتبونها، وشملت الدراسة 600 صحفي من حول العالم يستخدمون الإعلام الاجتماعي من اجل البحث عن قصص صحفية من مصادر لا يعرفونها وأن نحو واحد من كل خمسة من هؤلاء الصحفيين 19% منهم يدققون في عملهم من خلال متابعة مصادر يجهلونها. كما تبين أن 75% من الصحفيين البريطانيين يستخدمون الإعلام الاجتماعي للبحث عن أخبار من مصادر معروفة بالإضافة إلى 52% لديهم صفحات على فيسبوك بينما كان لدى 47% منهم صفحات مهنية على تويتر.وتم الكشف مؤخرا عن أداة جديدة تتيح للصحفيين تميم وإعداد قصص صحفية متعددة الوسائط ودلك باستخدام خرائط غوغل.[65]

أدى تزايد استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الاجتماعي إلى إجبار مؤسسات الإعلام الكبرى للتكيف مع الوضع الجديد من خلال رسم إستراتيجية رقمية حيث قامت هده المؤسسات بتشجيع القائمين بالاتصال لديها على استخدام التكنولوجيا فيما بينهم، إلا أنها قيدت استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية عن طريق مجموعة من المعايير والضوابط حيث نشرت هيئة الاذاعة البريطانية "بي بي سي " معايير صارمة حول استخدام تكنولوجيا التواصل الاجتماعي على أيدي موظفيها العاملين في الأخبار لاسيما المتعلقة بالنشاطات الشخصية بالموظفين والخاصة بالحصول على الأخبار ونشاطات المراسلين والمذيعين كجزء من عملهم أضف إلى دلك استعانة شركات الإعلام بمتخصصين في مجال التواصل الاجتماعي كرئيس وسائل الإعلام الاجتماعية ومدونون وهي خبرات لم تكن مؤسسات الإعلام تهتم بها من قبل.

---

**64- http : // www. Crunchbase.com /company/ youtube –يوتيب: يوم 2019.03.25 على الساعة 12:05-**

**65– صحيفة الشرق العدد 4153، مقال صحفي ، ص30 بتاريخ 2013/01/20 .**

تعتبر جريدة نيويورك تايمز أول وسيلة إعلامية قامت بتوظيف رئيس تحرير لوسائل الإعلام الاجتماعية للاستفادة من جمع الأخبار والتفاعل مع المستخدم، بالإضافة إلى المشاركة في صناعة المنتج الإعلامي، أما وسائل الإعلام العربية فقد عمدت قناة الجزيرة الناطقة باللغة الانجليزية إلى إطلاق برنامج يعتمد على نشر الأخبار المستقاة من الإعلام الاجتماعي تحت عنوان the stream.

ولعل بروز إشكالية المصداقية وأخلاقيات الإعلام الجديد وهي مسالة لا يستبعد أن تثير ضربا من البلبلة لدى المهنيين لما يمكن أن يكون لها انعكاسات على حرية التعبير بالخصوص وعلى الشبكة الافتراضية بشكل خاص خاصة في ظل الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر لصناعة المنتج الإعلامي هو الأمر الذي أدى ببعض المؤسسات الإعلامية الرائدة والتي تحظى بمصداقية عالية لدى قرائها إلى إتباع سياسة التحفظ على ما ينشر من أخبار على صفحات وسائل الإعلام الاجتماعي. [66]

### 2-4-2- معايير اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية:

لقد أصدرت الجمعية الأمريكية لمحرري الأخبار دليل لمساعدة الصحفيين للتعاطي مع سياسات وسائل الإعلام الاجتماعية ويمكن إيجاز هذه القواعد التي يجب على الصحفي التقليدي الالتزام بها عندما يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر:

- تطبيق أخلاقيات العلام التقليدي على العلام الجديد خاصة ما تعلق بالتحقق من صدقيه الأخبار أو المعلومات.

- افتراض أن كل ما يكتب على الانترنت هو مادة متاحة للجميع.

---

**66- كيحول طالب: اعتماد الصحفين الجزائريين على وسائل الاعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الاخبار، مرجع سبق ذكره ص16**

– لابد من نشر الأخبار العاجلة على موقع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي بدلا من نشرها على وسائل الإعلام الاجتماعية وهو الأمر الذي يؤدي إلى إضعافها عكس المؤسسات الإعلامية التي تزيد من عملية السبق الصحفي.

ضرورة بقاء الصحفي محايدا، والابتعاد قدر الإمكان عن تضييق نفسه في إيديولوجية معينة من خلال تنويع انتمائه إلى أكثر المجموعات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي لضمان إطلاعه على الآراء المتعددة.

– التحقق من أي معلومة أو صورة أو فيديو متاح على شبكة التواصل الاجتماعي عن طريق مقارنتها بالخرائط والمناطق والاتصال بالمراسلين الموجودين في مناطق الحدث قبل نشرها.

– ضرورة المحافظة على المداولات السرية للمؤسسة الإعلامية خاصة أن وسائل الإعلام الاجتماعي تهدد سلامة الخط الافتتاحي انطلاقا من رفع الصحفيين لشعار الشفافية على حساب المهنية.

– التزام الجدية في التعامل مع وسائل الإعلام الاجتماعية على اعتبار أنها أدوات وليست وسائل للترفيه والتسلية.

– التزام الصحفي بإظهار بياناته الشخصية خاصة وظيفته وصورته فهما بمثابة البطاقة المهنية للولوج إلى القراء والمؤسسات.

– التزام الصحفي بالشفافية التامة والاعتراف بالخطأ عندما يحدث ذلك.

– الابتعاد عن تقديم التصورات والتأويلات الشخصية حول قضية معينة من خلال إبداء الصحفي لرأيه في قضية غير مكتملة المعالم. [67]

---

**67– نفس المرجع السابق، ص 17.**

**خلاصة:**

لم يعد المراسلون والمحررون بحاجة إلى أن يكونوا في غرفة الأخبار يتطلعون إلى ما تبثه وكالات الأنباء أو في موقع الحدث فمواقع التواصل الاجتماعي أضافت بعدا جديدا لجهد جمع المعلومات والأخبار، وأصبح بإمكان الصحفيين الآن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف موضوعات جديدة أو الوصول إلى مساهمين فيها أو الترويج لتلك الموضوعات، فمن الميسور الآن الوصول مباشرة إلى مادة غنية ومجموعة متنوعة من الأصوات حول العالم.

# الفصل الثالث

## مصادر المعلومات:

## مفهومها، تطورها ومميزاتها

**تمهيد :**

يمثل مصدر المعلومة عنصرا أساسيا في عمل وسائل الإعلام إذ لا يمكن تصور العمل الصحفي بدون مصادر يستقي منها الصحفيون الأخبار والمعلومات كما تشكل هذه المصادر حلقة هامة لدى الباحثين والمختصين في الجامعات والمخابر والمراكز العلمية ويبدو أن التطور الذّي حصل في ميدان الاتصالات اثر على مصادر المعلومات هي الأخرى خاصة بعد اختراع الحاسوب وما تبعه من تطورات واختراعات في ميدان التكنولوجيا، وسنقوم في هذا الفصل بالتعرض إلى تطور مصادر المعلومات وتأثرها بالتكنولوجيا الجديدة.

## 3-1- تطور مصادر المعلومات :

### 3-1-1- مفهوم مصادر المعلومات :

تختلف المفاهيم التي تناولت مصادر المعلومات، نظرا لتعدد أنواع هذه المصادر سواء من حيث الشكل " مصادر وثائقية وغير وثائقية "أو من حيث المضمون " مصادر علمية وصحفية ".

وتعرف مصادر المعلومات بأنها جميع الأوعية أو الوسائل أو القنوات التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات إلى المستفيدين منها وكل ما يمكن جمعه وحفظه وتنظيمه واسترجاعه بغرض تقديمه إلى المستفيدين منها، من خدمات مراكز المعلومات.

وفي هذا الميدان أطلق الباحثون العديد من التسميات على مصادر المعلومات مثل أوعية المعلومات، الأوعية المعرفية، ورغم هذه الاختلافات فقد بقي مصطلح مصادر المعلومات الأكثر شيوعا.

وتوجد تعار يف أخرى تتناول مصادر المعلومات، غير الموثقة حيث تصفها بالمصادر غير الرسمية، وهي تلك المصادر التي تصدر عن هيئة معينة أو فرد وفي هذا الصدد تصنف الأعمال التي يقوم بها الصحفيون في قاعات التحرير من اجل الحصول على المعلومات من الخبراء والمختصون أو ممثلي الهيئات الرسمية كمصادر شخصية غير موثوقة.[68]

كما يعرف الوسيط الذّي تتنقل بواسطته المعلومات من المصدر إلى المتلقي بمصدر المعلومات والذّي

---

**68_ عامر ابراهيم قنديلجي، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات الى عصر الانترنت، مصر،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، 2000،ص 13.**

يتحول إلى كيان مادي حامل للمعلومات مثل الصحف، التلفزيون، الإذاعة ويأخذ هذا الوسيط شكل وثيقة يستفيد من خلالها المتلقي من مختلف المعلومات المطلوبة أو التي يكون بحاجة إليها.

### 3-1-2- تطور مصادر المعلومات :

تعددت مصادر المعلومات والاتصال التي عرفها البشر عبر التاريخ، تجلت في الشائعات والحفر على الأشجار وكان التجار الذّين ينتقلون من مكان إلى مكان يحملون معهم الأخبار، كما كان المنادون يتجولون في عرض البلاد وطولها لنشر الأخبار وإعلان أوامر الحاكم، ومنذ أن خلق الإنسان وهو لا يستغني عن المعلومات لاستخدامها في شتى مجالات حياته ونشاطاته وقد اكتسب الإنسان المعلومات عن طريق المشاهدة والاستماع والتخيل والتفكير والوسائل الأخرى المساعدة على ذلك وكانت هذه المعلومات عنصرا فاعلا تطوير الحضارة الإنسانية والفنون ومختلف فروع المعرفة، فقد حرص الإنسان على أن يدون انجازاته ليرجع إليها عند الحاجة ولغرض تزويد الأجيال القادمة بالمعلومات الوافية عن هذه الانجازات، فقد حاول الإنسان منذ البدايات الأولى البحث والتوصل إلى الوسيط الأكثر ملائمة لهذا الغرض حيث استخدم العديد من المواد المختلفة الشكل والطبيعة والتركيب كالرقم الطينية في بلاد الرافدين ولفائف البردي في مصر، والرق والجلود في أواسط أسيا واليونان وبعض الأشجار في الهند، والحجر والمعدن والخشب والنسيج في أماكن أخرى من العالم.إلى أن توصل الصينيون إلى صناعة الورق في مطلع القرن الأول ميلادي وشاع استعماله واخذ موضع الصدارة في الاستخدام، وازدهرت الكتابة عند العرب.

وبعد اختراع غوتمبرغ للطباعة بحروف متحركة في القرن الخامس عشر الميلادي تعزز دور الورق وازدهرت صناعة الطباعة وتطورها وظهور دور النشر في العالم.[69]

---

**69- جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، مصر مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، ب ط، 1998، ص 8.**

وفي عصرنا الحاضر وفي ظل التقدم التكنولوجي والعلمي وتطبيقاتها على مجالات الاتصال والمعلومات ظهرت وسائط جديدة في حفظ المعرفة واسترجاعها مثل المصغرات الفيلمية والاسطوانات والأفلام والالكترونيات.

ويلخص الدكتور سعد الهجرسي في كتابه " الإطار العام للمكتبات والمعلومات " المراحل التي مرت بها عملية تطور أوعية المعلومات:

1- المرحلة قبل التقليدية: التي تمثلت في الحجارة والطين والعظام والجلود وما إليها من المواد الطبيعية والحيوانية التي استخدمت كما هي دون تغيير كبير في تكوينها.

2- المرحلة التقليدية وشبه التقليدية: والتي تمثلت في الورق الصيني وتطوراته الصناعية قبل الطباعة وبعدها، والتي تمثلت في المخطوطات والكتب والدوريات المطبوعة وبراءات الاختراع وما إلى ذلك.

3- المرحلة غير التقليدية: وتمثلت في المصغرات الضوئية والمسجلات الصوتية والأقراص....الخ، واختراع وسائل الاتصال الجماهيري وبعدها اختراع الحاسب الالكتروني الذّي تميز بالسرعة والدقة والتنوع والسعة الكبيرة للمعلومات المختزنة لخزن أشكال عديدة من المعلومات المصاغة على عدة أشكال (مكتوبة، منطوقة او على شكل رموز وصور بصرية).

### 3-1-3- أنواع مصادر المعلومات :

لقد استخدم الإنسان منذ بدء الخليقة أنماطا مختلفة من أوعية المعلومات لتوثيق أنشطته تمثلت في الحجارة والطين والعظام والجلود والبردي والورق وصولا إلى استخدام المصغرات الفيلمية والاسطوانات والشرائح والأشرطة والأقراص الممغنطة، واعتمد الإنسان عبر هذه الحقبات التاريخية أساليب وأشكال متعددة من مصادر المعلومات التي تشكل في حصيلتها الرصيد الفكري للحضارة الإنسانية، ويمكن تقسيم هذه المصادر حسب معايير ومحاور عديدة كان تقسم على أساس ما تشمل عليه من معلومات إلى ثلاث أنواع : مصادر أولية، ثانوية ومصادر من الدرجة الثالثة.

كما يمكن تقسيمها أيضا إلى مصادر مطبوعة وسمعية – بصرية ومصادر مقروءة أليا، كذلك تقسم إلى مصادر بيانات رقمية –وغير رقمية وإشارات بيبلوغرافية وهناك من يقسمها إلى مصادر رسمية ومصادر غير رسمية وهناك من يقسمها إلى مصادر وثائقية وغير وثائقية [70].

**1-مصادر المعلومات الوثائقية** : تشمل على ثلاثة أنواع :

* **مصادر المعلومات الأولية** : هي مصادر هامة للمستفيد توفر له بشكل مباشر المعلومات التي يحتاجها والمعلومات المتضمنة في المصدر تكون جديدة بمعنى إنها حديثة لم تظهر سابقا في أي مطبوع وتشمل على عدة أنماط أبرزها : الكتب، تقارير البحوث، المسلسلات، براءة الاختراع، الرسائل الجامعية والمطبوعات الحكومية.

***مصادر المعلومات الثانوية:**

تمكن المستفيد من الحصول على المصادر الأولية أي أنها تقدم عرض المعلومات منشورة ولا تقدم معلومات جديدة في العادة ومن أهم أشكالها: الكشافات، المستخلصات، عروض ومراجعات الكتب، الأدلة الدراسية.

***مصادر المعلومات من الدرجة الثالثة :**

تتركز وظيفة هذا النوع من المعلومات في مساعدة المستفيد للوصول إلى المصادر الأولية والثانوية والإفادة منها واستخدامها وإنها لا تحتوي على معارف أو معلومات .

**2- مصادر المعلومات غير الوثائقية :**

تبرز أهمية هذا النمط من المصادر في مجال العلوم والتكنولوجيا بشكل خاص وذلك من خلال الاتصال المباشر بين المتخصصين في القطاع العلمي الواحد وتبادل الآراء والأفكار من خلال المناقشات التي تدور بينهم

---

**70_ محمد فتحي عبد الهادي، مقدمة في علم المعلومات، القاهرة، مكتبة غريب، ب ط، ص 81 .**

حيث توفر معلومات لا توفرها مصادر المعلومات الأخرى وينقسم إلى نوعين :

***المصادر الرسمية:**

ومن أمثلتها الأجهزة الحكومية، هيئات البحوث، الجمعيات العلمية والاتحادات المهنية، المؤسسات الصناعية العامة والخاصة، الجامعات والكليات والمكاتب الاستشارية.

***المصادر غير رسمية:**

مثل المناقشات بين الزملاء والزوار، اللقاءات الجانبية في المؤتمرات والندوات....الخ[71]

## 3-2 – مصادر المعلومات الصحفية:

### 3-2-1-المصادر الداخلية:

وتسمى بالمصادر الذاتية لأنها تعكس مجهود طاقم المؤسسة الإعلامية، وتبرز علاقاتها الواسعة وانتشارها وسعة إدراك صحفييها لأهمية الخبر وعرق جبين مخبريها.

وبقدر ما يزداد عدد الأخبار التي تنفرد بها المؤسسة بقدر ما تزداد الثقة فيها فمحطة "الجزيرة " الفضائية صارت تغطيتها للعدوان مصدرا للقنوات الأمريكية مما جعل الحكومة الأمريكية تضطر إلى مطالبة وسائلها الإعلامية بممارسة الرقابة على الصور التي تبثها "الجزيرة " وذلك بفضل وجود مراسليها في الميدان، فبفضل احتكارها للميدان صارت مصدرا للأخبار[72].

---

**7– جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال، ص 6–7**

**72_ عبد العالي رزاقي، الخبر في الصحافة الاذاعة التلفزيون الإنترنت،دارهومة،الجزائر، ب ط، ص 133**

والمصادر تشكل وجهات نظر أصحابها والاعتماد عليها والتعامل معها كما هي يفقد المؤسسة الإعلامية مصداقيتها واستقلاليتها، وتكمن أهمية المصادر الداخلية في إعطاء مصداقية للمؤسسة الإعلامية وجعلها أكثر ارتباطا بالواقع والحقائق وهو ما يسمى"بالإعلام الواقعي"، وإذا كانت للمصادر الداخلية محاسن كثيرة بالنسبة للمؤسسة لأنها تحولها إلى مصدر أساسي للأخبار فانه إذا أسيء توظيفها قد تؤدي إلى مزالق وأخطار، ويمثل المراسلون، المندوبون، القراء، الجمهور، الهواة، المتطوعون، وطاقم المؤسسة مصادر ذاتية لها، فالمراسل الصحفي الذّي يكون دائما متنقلا والمندوب الصحفي المعين من قبل المؤسسة في هيئة مثل البرلمان أو الحكومة أو منظمة دولية، يستطيع الوصول إلى الأخبار بحكم علاقته بها والمخبرون الأحرار الذّين يبيعون بعض المعلومات دون أن تذكر أسماؤهم، أما الهواة فهم مجموعة من محبي أو عشاق المؤسسة أو من لهم حب الفضول والتطفل ويجب على المؤسسة التأكد من صحة المعلومات التي يقدمها هؤلاء، وهناك ا الذّين يمارسون الكتابة الصحفية مجانا وهؤلاء بحكم مواقعهم المرموقة في الساحة الفكرية أو السياسية يكونون بمثابة مصادر موثوقة للمؤسسة الإعلامية.

### 3-2-2 المصادر الخارجية:

هي تلك المصادر التي نلجأ إليها للتزود بالمعلومات أو الوقائع أو الآراء (الأخبار) وهي مصادر تجعل المؤسسة تساير الأحداث غير أنها تتطلب ميزانية خاصة للاشتراكات وهي ضرورية ولابد من اللجوء إليها وتتمثل في الوكالات الدولية (الوكالات الخمسة)والإقليمية، وهذه الوكالات تتنافس على بيع الأخبار

والاشتراك فيها يكون وفق سياسة المؤسسة، إلى جانب رصد أخبار وسائل الإعلام الجماهيرية (صحافة، إذاعة، تلفزة) بحيث أن كل مؤسسة إعلامية عليها الاعتماد على قسم مطالعة الصحف عبر الانترنت مثلا وقسم استماع الراديو، وقسم المشاهدة لأهم نشرات أخبار المحطات الدولية.

وهناك مفكرات يمكن الرجوع إليها وهي تتعلق بالمواعيد الرسمية لاجتماعات الحكومة، أو المواسم الدينية أو الأعياد الوطنية.والإكثار من المصادر الخارجية يقلل من مصداقية المؤسسة والاعتماد عليها كما هي قد يتعارض

مع سياستها ولهذا ينصح بإعادة صياغة أخبار الوكالات وفق سياسة المؤسسة وتطعيمها بالمصادر الداخلية[73].

### 3-2-3-علاقة الصحفي بمصادر معلوماته:

يحرص الصحفيون على إنشاء علاقة مودة مع مصادر معلوماتهم المهمة خاصة أن كفاءة الصحفي تتوقف أحيانا على اختياره لمصدر معلومات متميز، فالصحفي قد يستفيد عند تصريحات المصدر الذّي يستمد منه معلوماته موضع اهتمام الآخرين وفي المقابل ولان وسائل الاتصال الجماهيري هي الشريان الرئيسي للاتصال بالجماهير فقد كان الهدف الأساس لمصادر المعلومات هو استغلال الصحافة أو استخدامها لتحقيق عدد من الأهداف وكان الأسلوب الذّي استخدمته المصادر للوصول إلى الأهداف هو الإقناع أو استغلال العلاقات الاجتماعية والشخصية بالمخبرين الصحفيين [74].

إن تلك الحاجة المتبادلة بين مصادر المعلومات والصحفيين، دفعت الباحثين إلى وصف العلاقة القائمة بين الطرفين بعملية " جر الحبر " فكل جانب منهما يبحث عن سبل لسحب الأخر إلى دائرة اهتمامه وتكون وفق ذلك:

-مصادر المعلومات تسعى إلى توجيه الأخبار بالطريقة التي تبرز ما تريده وتخفي مالا تريده أن يظهر.

-الصحفي يسعى بالمقابل إلى توجيه المصادر بغية الحصول على المعلومات التي تحقق لوسيلته الاتصالية السبق الصحفي، ويخدم من خلالها متلقيها ، ومن هنا تقييم الصحفي لمصادر المعلومات أمر مهم إذ أن المجال الإخباري من الممكن أن يستخدم ببراعة شديدة في خدمة المصدر، خاصة تلك المصادر التي يلتقي بها بشكل

---

**73- نفس المرجع السابق، ص 135 .**

**74_- صفد حسام حمودي، علاقة الصحفي بمصادلر معلوماته على الموقع :**
**www.arab.volumteering.world.org يوم 20 .04. 2019 على الساعة 22:30**

مستمر فينشئ معها علاقة مودة تنتج عنها بمرور الزمن تغطية إخبارية غير موضوعية تكاد تغفل كل يستحق النقد، فمفتاح التحكم في وسيلة الإعلام هو ببساطة معرفة مصادر المعلومات لما يبحث عنه الصحفي.

## 3-3- مصادر المعلومات الالكترونية :

### 3-3-1- مفهوم مصادر المعلومات الالكترونية :

ظهور الحاسب الآلي كان بمثابة اللبنة الأولى لربط بقاع العالم بعضها ببعض عبر شبكات الاتصالات التي تطورت فيما بعد وأصبح من الممكن تحويل النصوص المكتوبة إلى رموز مرقمة بفضل اختراع الألياف السمعية البصرية، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية وهو الأمر الذّي اثر بشكل مباشر على قطاع المعلومات التي أصبحت متاحة بشكل اكبر، وطرق أسهل وأفضل، وأحسن مما كانت عليه في الماضي [75].

واتجهت الأنظار إلى شركات جديدة تخصصت في إنتاج المعلومات وتسويقها وتحولت المعلومة إلى سلعة ورأس مال جديد يؤثر بشكل مباشر في صيرورة المجتمعات سياسيا واجتماعيا وإعلاميا واقتصاديا وفي المقابل كان لابد لمصادر المعلومات أن تساير هذه التوجهات الجديدة وتتأقلم مع إفرازات التكنولوجيات الجديدة، التي شملت المخترعات بكافة أنواعها خاصة تلك المتعلقة بمصادر المعلومات التي بتعددها وتنوعها تعددت حاجات المستفيدين من علماء وباحثين وصحفيين واتجهت هي الأخرى نحو مجتمع معلوماتي بدا يتخلى عن الورق كمصدر للمعلومات [76].

وتعرف مصادر المعلومات الالكترونية بأنها " مجموعة المصادر الورقية المخزنة الكترونيا على وسائط تكون ممغنطة أو ليزرية بأنواعها، أو تلك المصادر اللا ورقية والمخزنة الكترونيا حال إنتاجها من قبل مصدريها أو ناشريها

---

**75- فتحي عبد الهادي، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على عتاب قرن جديد، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، ص21**

**76- محمد نصر مهنا، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، مصر، المكتبة الجامعية، ب ط – ص435**

في ملفات قواعد بيانات وبنوك معلومات متاحة للمستفيدين عن طريق الاتصال المباشر أو داخليا في المكتبة أو مركز المعلومات عن طريق الأقراص المكتنزة أو الوسائل المتطورة الأخرى ".[77]

وعرفها حشمت قاسم على أنها " مجموعة المصادر التي تقوم على الصورة المعاصرة لتقنيات المعلومات، فهي تتكون من ثلاث عناصر أساسية وهي الحاسبات الالكترونية بقدراتها الهائلة على الاختزان وسرعتها الفائقة في التجهيز والاسترجاع، وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى بقدرتها الهائلة على تخطي الحواجز الجغرافية والمصغرات الفيلمية بكل أشكالها من فيلمية وضوئية وقدرتها على توفير الحيز اللازم لاختزان الوثائق، فضلا عن سهولة التداول والاستنساخ والاسترجاع.[78]

## 3-3-2- مميزات مصادر المعلومات الالكترونية:

لعلّ أهم المميزات التي تتسم بها مصادر المعلومات الالكترونية هو اختلافها عن مصادر المعلومات التقليدية ومصادر المعلومات الورقية وهذا بفضل الخصائص التي تتميز بها والمزايا التي تتيحها لمستعملها مثل : ربح الوقت والدقة والسرعة والآنية وكذا سرعة الاسترجاع، إذ وبفضل هذه الخصائص أصبح الصحفيون لا يكلفون أنفسهم البقاء في قاعات الأرشيف لساعات طويلة من اجل استرجاع المعلومات المتعلقة بخلفية المواضيع التي يكتبونها حيث مكنت مصادر المعلومات الالكترونية من تجاوز كل هذه الأتعاب بفضل الميزات التي تتيحها هذه المصادر ونذكر منها:

**السرعة** : لقد مكن استخدام الحواسب الالكترونية من تجاوز مشكلة التوثيق والاعتماد على الأرشيف الموثق وسهلت الأقراص المضغوطة من عملية البحث عن المعلومات لمدة طويلة.

---

**77- عامر ابراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، ص .37**

**78_ —— شريف كامل شاهين، مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، مصر، الدار المصرية اللبنانية،ط1،2000، ص 15**

**الدقة** : لقد تقلصت إمكانية الوقوع في الخطأ، أو الحصول على المعلومات خاطئة بفضل النظم الدقيقة التي يحتوي عليها الحاسب الالكتروني، حيث يمكن المستخدم تلافي الوقوع في الخطأ من جراء استخدام المصادر التقليدية بسبب الإجهاد والتعب نتيجة توظيف الجانب البدني في تقليب وتوظيف السجلات والوثائق[79].

**توفير الجهد** : يوفر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية المزيد من الراحة للمستخدمين وذلك بالجلوس أمام شاشة الكمبيوتر والاكتفاء بتوظيف اقل عدد من الحواس للحصول على المعلومات ومعالجتها وتخزينها عكس مصادر المعلومات التقليدية التي تتطلب بذل مجهودات كبيرة.

**حجم المعلومات** : تتسم مصادر المعلومات التقليدية بمحدودية المعلومات التي تحتوي عليها عكس الإمكانيات الكبيرة التي تتوفر عليها الحواسيب والوسائط التخزينية.

**الإمكانيات المتاحة في الاسترجاع** : تمتاز المعلومات في المصادر الالكترونية بالسرعة والآنية بفضل المرونة العالية التي تحتوي عليها مما يساعد على استرجاع المعلومات بسرعة فائقة.[80]

### 3-3-3- مستقبل المنافسة بين المصادر الالكترونية والتقليدية:

لقد كان تأثير الثورة المعلوماتية واضحا على مسيرة المصادر الورقية أو المصادر التقليدية خاصة خلال العقد الحالي حيث بدأت تتسع الهوة بين هذين النوعين.وما زاد في اتساع هذه الهوة هو عنصر التكامل الذّي تتسم به مصادر المعلومات الالكترونية، فضلا عن قوة الجذب والإبهار التي تساعد الصحفي على استخدامها، عكس المصادر الورقية التي تتطلب جهدا فكريا وعضليا، بالإضافة إلى التوسع في كشف الأخبار دون الارتباط بعامل الوقت المحدد نسبيا في نشرات الأخبار أو البرامج الإخبارية بالنسبة للإذاعة والتلفزيون واستمرار حضور

---

**79- شريف كامل شاهين، مرجع سابق، ص18.**

**80- نور الدين هادف، مرجع سابق، ص 45**

الصحيفة في متناول القارئ مما يسمح له بالتصفح والمراجعة والاستغراق في التأمل من دون الارتباط بالوقت.

من جانب آخر تباينت آراء الباحثين والمختصين حول إمكانية إلغاء المصادر الحديثة التقليدية حيث يرتكز البعض على عدم إلغاء أي وسيلة اتصالية متطورة لوسيلة اتصالية قديمة، منذ نشأة هذه الوسائل وهو محصل مع الصحافة المطبوعة والإذاعة والسينما والمسرح حيث استفادت كل وسيلة من خصائص الأخرى[81].

من جانب آخر نلاحظ أن ازدهار أي وسيلة اتصالية يرتبط ارتباطا وثيقا بجمهور المستخدمين والبيئة التي تستعمل فيها إذ يرتبط هذا العامل بالجوانب المتعلقة بالتكوين والمستوى الثقافي والعلمي ودرجة استيعاب هذه المستحدثات في البيئة الاجتماعية ، لكن يجب على الصحفي التحقق من مصدر المعلومة عن طريق وسائل التحقق من المعلومات fact cheking: و هي مختلف الأدوات الرقمية التي تمكن الصحفي من اختبار مدى صحة المعلومات التي يحصل عليها من المصادر المفتوحة على شبكة الانترنيت و إعادة نشرها وفق لجملة الضوابط المتفق عليها. [82]

**81–عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق، ط1، 2006،ص137.**

**82– د صلاح فلاق شبرة ، مرجع سبق ذكره، ص 151.**

**خلاصة :**

يتبين من خلال ما استعرضناه في هذا الفصل أن مصادر المعلومات بعدة مراحل في مسيرة تطورها كما يظهر أن مصادر المعلومات الالكترونية عرفت تطورات سريعة في ظرف زمني لم يتعد نصف قرن من الزمن عكس مصادر المعلومات التقليدية وأثرت هذه المصادر الالكترونية على العمل الإعلامي، حيث ألقت بظلالها علي عمل الصحفي وأضحت وسيلة عملية سهلة ومريحة في نفس الوقت.

# الإطار التطبيقي

## دراسة ميدانية لعينة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة Réflexion نموذجا

**تمهيد :**

لقد رافق الانتشار السريع للانترنت القدرة على استقاء الأخبار والمعلومات من خلال هذه الوسيلة بفضل مصادر المعلومات التي أتاحتها وهو ما عرف فيما بعد بمصادر المعلومات الالكترونية.

وتوجهت وسائل الإعلام الجزائرية إلى الانترنت لأنها أصبحت بحاجة ملحة إلى مسايرة هذه التطورات والاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والمعلومات لترقية مستواها، وشبكات التواصل الاجتماعي إحدى هذه التطورات التي نجد أن الصحفي الجزائري أصبح بحاجة لامتلاك هذه التكنولوجيا والتعامل معها واستخدامها كمصدر معلومات حتى يتمكن من الوقوف في وجه الضغوطات التي يفرضها مجتمع المعلومات.

## 1 _ تعريف مجتمع البحث:

### 1_1 تعريف إذاعة الجزائر من مستغانم:

**بطاقة تقنيـة**

التسمية: إذاعة الجزائر من مستغانم

الموقع: تقع اذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم،تبعد عن مقر الولاية بـ 04 كيلومتر.

المقر: عبارة عن بناية قديمة كانت في السابق مدرسة ابتدائية تم اعادة تهيئتها.

المساحة: 086.40 1م$^2$

تفاصيل المقر: 09 مكاتب + استديوهان(02) + قاعة اجتماعات + قاعة استقبال + حظيرة السيارات+ مولد كهربائي.

يقع المقر في حي المطمر الشعبي يحده شمالا مباني الجيران،جنوبا سكنات الجيران + حي ضريح الولي الصالح سيدي عبد الله،شرقا مسلك يؤدي الى وسط المدينة و غربا طريق مسدود.

الهاتف/الفاكس : 045215109/045216789

تاريخ الإنشاء: دشنت إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فبراير 2004 من طرف فخامة رئيس الجمهورية السابق السيد عبد العزيز بوتفليقة.

البريد الإلكتروني: radiodemostaganem@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني:www.radiomostaganem.net

المدير الحالي : السيد بلقاسم تومي.

عدد العمال :48

04 إداريين + 07 صحفيين + 10 تقنيين + قسم الإخراج و التنشيط 17 + 03 سائقين + 05 أعوان امن ووقاية + 02 اعوان نظافة.

تطور حجم البث ( حجم البث الساعي منذ تاريخ إنشاء الإذاعة ):

انطلق بث اذاعة مستغانم الجهوية يوم 10 فبراير 2004 بأربع ساعات من التاسعة صباحا الى الثالثة زوالا ثم الى ثماني ساعات سنة 2005 من التاسعة صباحا الى الثامنة مساء ثم الى 12 ساعة عام 2006 من السادسة و 55 دقيقة صباحا الى السابعة و نصف مساءا.

مكتسبات:

حصلت إذاعة مستغانم على أربعة ميكروفونات ذهبية ضمن الجائزة الوطنية الميكرفون الذهبي.

1- أحسن حصة ثقافية ( المداحات ). العام 2006.

2- أحسن تحقيق صحفي لمرتين - 2008 حول موضوع (المنشطات في عالم الرياضة).

3- 2009 حول أحسن تحقيق صحفي حول سوء التكفل ( أخطر من المرض ).

4- أحسن حصة حوارية العام 2009، الموضوع ( الإعجاز الرياضي في القرآن الكريم ).

وضعية التجهيزات التقنية :

تجهيزات رقمية حديثة (أستدويوهات + نظام سمعي رقمي) .

النسب المئوية للشبكة البرامجية :

- البرامج الاخبارية: 30%
- البرامج الاجتماعية الثقافية: 45%
- البرامج الترفيهية الفنية: 25 %

**مجال التغطية:**

| المنطقـة ZONE | جهــاز EMETTEUR |
|---|---|
| مستغانم الولاية | - جهاز البث FM: عدة اتجاهات<br>- القوة: 2،5 كيلواط<br>- الدبدبة : 104.0 |
| مستغانم مقر الإذاعة | - جهاز البثFM : إتجاه واحد<br>- القوة : 50 واط<br>- الدبدبة : 104.7 |
| بلدية سيدي علي (الشواشي) | - جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>- القوة: 93.3 واط<br>- الدبدبة : 101.1 |
| بلدية بوقيرات(القرابس) | - جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>- القوة:100 واط<br>- الدبدبة: 101.01 |

| | |
|---|---|
| بلدية سيدي لخضر | - جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>- القوة: 50 واط<br>- الدبدبة: 101.1 |
| طريق وهران (جبل الأسد) | - جهاز البث FM: ذو اتجاهين<br>- القوة: 100 واط<br>- الدبدبة: 96.8 |

**ملاحظة :**

تبث إذاعة مستغانم الجهوية برامجها عبر الساتل **nil sat** على التردد ¾ 11059 H 23700

**الربط مع الإذاعات بعد الساعة الثامنة :**

20.00 سا – 21.00 سا الإذاعة الثقافية.

21.00 سا – 00.00 سا القناة الدولية.

00.00 سا – 02.00 سا قناة القرآن الكريم.

02.00 سا – 05.00 سا القناة الأولى.

05.00 سا – 06.40 سا قناة القرآن الكريم.

## 1_ 2 : تعريف جريدة réflexion

**بطاقة تقنيـة**

**التسمية:** جريدة Réflexion– يومية اخبارية وطنية ناطقة باللغة الفرنسية.

**الموقع:** تقع جريدة Réflexion بحي جبلي محمد بمستغانم المدينة.

**المقر:** عبارة عن وقف تابع لوزارة الشؤون الدينية بمسجد قباء بحي جبلي محمد ، وبعد وضعه في الايجار بالمزاد العلني ، تحصلت عليه الجريدة و تم اعادة تهيئته.

**المساحة:**حوالي 70 $م^2$

**تفاصيل المقر:**عبارة عن طابقين سفلي و علوي.

الطابق السفلي به :الادارة + مكتب الاشهار + قاعة الاجتماعات + قاعة استقبال

الطابق العلوي : قاعة التحرير + قاعتين مخصصتين للجانب التقني + قاعة استقبال.

موقع المقر :يقع المقر في حي جبلي محمد -mon plaisir- يحده شمالا مباني الجيران، جنوبا سكنات الجيران + عبد الله،شرقا مسجد قباء.

**الهاتف/الفاكس** : 045.39.95.78 /05.55.85.08.58

**تاريخ الإنشاء:** دشنت جريدة Réflexion يوم 19 جويلية 2008 .

**البريد الإلكتروني:** redacreflexion@yahoo.fr

**المدير الحالي للجريدة** : السيد بلقاسم بلحميداش مؤسس الجريدة

**تاريخ إنشاء الجريدة:**

تأسست جريدة REFLEXIONفي 19 جويلية 2008 من طرف الصحفي بلقاسم بلحميداش رفقة مجموعة من قدماء الصحافة بولاية مستغانم ، حيث كان مقرها آنذاك أي سنة 2008 بحي شمومة وبقي بذات المكان لمدة 3 سنوات ، بعدها تحول المقر سنة 2010الى حي جبلي محمد وهو بذات المكان الى يومنا هذا أي جوان 2019.

و للإشارة المقر الحالي للجريدة مستأجر بمبلغ 80الف دينار جزائري.

**اول عدد:** للجريدة كان يوم 26 جويلية 2008 .

**عدد العمال** :حوالي 40 عاملا يتوزعون عبر مختلف المصالح

**اقسام الجريدة:**بها 03 أقسام

المصلحة الإدارية: تتكلف بالإشهار /المالية/ الطباعة/ وسائل التقنية .

المصلحة التقنية : صياغة الجريدة و تركيبها/ التصوير

مصلحة التحرير : و تنقسم الى:

القسم المحلي :يتكلف بالأخبار المحلية الخاصة بولاية مستغانم

القسم الوطني: يتكلف بالأخبار الوطنية

القسم الرياضي: يتكلف بالأخبار الرياضية

القسم الفني: يتكلف بالأخبار الفنية و الثقافية

قسم الحدث: الاخبار العاجلة

التوزيع: توزع الجريدة في 14 ولاية جزائرية

## 2_ تحليل مجتمع البحث :

سنتناول في هذا المحور تحليل خصائص مجتمع البحث والمتمثلة في:

1_ الجنس

2_ السن

3_ المستوى العلمي

4_ الوظيفة

5_ الخبرة المهنية في المجال الصحفي

6_ قطاع العمل

قمنا بتقسيم أفراد العينة المبحوثة حسب نوع المؤسسة والتي قسمناها الى مؤسستين وهي مؤسسة ذات اختصاص السمعي البصري و هي الاذاعة الجزائرية من مستغانم و كذا الصحافة المكتوبة والمتمثلة في جريدة .REFLEXION.

**المحور الأول: بيانات شخصية**

**الجدول رقم 1: توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس**

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 27 | %54 |
| أنثى | 23 | %46 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

يتبين من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم **1** أن هناك تقارب بين عدد أفراد العينة من حيث الجنس مع تفوق طفيف للذكور بـ 54% فيما بلغت نسبة الإناث بـ 46%

**الجدول رقم (2): توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير السن**

| السن | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| من21_30 سنة | 23 | **%46** |
| من31_ 40 سنة | 22 | **%44** |
| من 41_ 50 سنة | 3 | **%06** |
| أكثر من 50 سنة | 2 | **%04** |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تظهر النتائج الواردة في الجدول رقم **2** أن معظم أفراد العينة هم من الفئات العمرية الشابة والتي تتراوح ما بين (21 _30 سنة و31 _40 سنة ) ، كما يتبين أن فئة من (21_30 ) هي اكبر الفئات التي تشتغل في وسائل الإعلام لإذاعة مستغانم وجريدة REFLEXIONبنسبة 46% تليها الفئة من (31_40 سنة ) بـ 44% ثم الفئة من (31_50 ) والفئة أكثر من (50 سنة ). وهذا راجع إلى اقتحام الشباب للميدان الإعلامي خلال السنوات الأخيرة.

**الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي**

| المستوى العلمي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ليسانس | 39 | %78 |
| ماستر | 07 | %14 |
| ماجستير | 03 | %06 |
| دكتوراه | 01 | %02 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

يمثل المستوى العلمي أو الشهادة المتحصل عليها عاملا أساسيا وشرطا ضروريا للعمل في الميدان الإعلامي نظرا لما تكتسبه الشهادة الجامعية من أهمية سواء في اكتساب مهارات جديدة أو سرعة التحكم في التقنيات الحديثة بفضل المعارف التي تقدمها المدارس والمعاهد الجامعية، وتظهر نتائج الجدول رقم **3** ارتفاعا في حملة شهادة

الليسانس بـ **78%** و14%حاصلين على شهادة الماستر أما باقي أفراد العينة من حملة شهادة الماجستير والدكتوراه فلا تمثل سوى 06%و**02%** على التوالي.

**الجدول رقم 04: توزيع افراد العينة تبعا لمتغير الوظيفة**

| الوظيفة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| مراسل | 08 | %16 |
| صحفي | 36 | %72 |
| رئيس قسم | 05 | **%10** |
| رئيس تحرير | 01 | %02 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

إن الوظيفة التي يتبناها الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية تعتبر ذات أهمية كبيرة وقد بينت نتائج الجدول رقم **4** ان نسبة الصحفيين بـ **72%** وعدد المراسلين بـ **16%** لتليها نسبة **10%** لوظيفة رئيس قسم و**2%** لرئيس تحرير وهذا راجع للعينة المختارة في هذه الدراسة.

**الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي**

| الخبرة المهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| اقل من 10 سنوات | 29 | **%58** |
| من11إلى 15 سنة | 12 | **%24** |
| أكثر من 15 سنة | 09 | **%18** |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تبين النتائج الواردة في الجدول رقم **5** الخاص بتوزيع أفراد العنة حسب الخبرة المهنية في العمل الصحفي أن معظم الصحفيين العاملين في المؤسستين اقل من 10 سنوات بـ 58%ومن 11 إلى 15سنة بـ24% وأكثر من 15 سنة بـ 18**%**، وهذا راجع كما ذكرنا سابقا في متغير السن أن اغلب الصحفيين هم من الشباب خريجي الجامعات والمعاهد وكذلك إلى أن كلا الوسيلتين يعود تأسيس جريدة ال REFLEXION إلى سنة 2008 وافتتاح إذاعة مستغانم كان عام 2004م.

**الجدول رقم 06: توزيع أفراد العينة تبعا لقطاع العمل**

| قطاع العمل | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| السمعي البصري | 25 | %50 |
| الصحافة المكتوبة | 25 | %50 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

لأننا اعتمدنا على العينة القصدية في توزيع الاستبيان بالنسبة لوسائل الإعلام المختارة فلقد جاءت النتائج في الجدول رقم 6 بالتساوي بـ **50%** لكلا الوسيلتين (الصحافة المكتوبة والإذاعة) بالتساوي.

**استنتاجات المحور الأول: بيانات شخصية:**

- اغلب الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم و كذا الصحفيين العاملين بجريدة réflexionهم من الشباب خريجي الجامعات والمعاهد .
- تتفاوت خبرة الصحفيين في المجال الإعلامي من صحفي الى اخر حسب المؤسسة التي ينتمي اليها سواء كانت جريدة réflexionالتي دشنت سنة 2008 او الإذاعة الجزائرية من مستغانم التي دشنت 2004.

**المحور الثاني : محور شبكة الانترنت كمصدر للمعلومات:**

سيتم فيه عرض نتائج الدراسة الخاصة باستخدام الصحفيين على شبكة الانترنت كمصدر لمعلوماتهم الصحفية.

**الجدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| دائما | 39 | %78 |
| أحيانا | 09 | %18 |
| نادرا | 02 | %04 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تبين النتائج الواردة في الجدول رقم "**07**" أن 78**%** من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل دائم و18**%** يستخدمونها أحيانا، في حين هناك نسبة 04%فقط من أفراد العينة يستخدم الإنترنت بصفة نادرة، حيث تشير هذه النتائج إلى تزايد أهمية الإنترنت في الأوساط الإعلامية بالجزائر إضافة إلى تزايد عدد مستخدميها من الصحفيين، أين تحولت إلى احد أهم المصادر التي يحصل عليها الصحفي على الأخبار والمعلومات هذا ما اشرنا إليه في الفصل الأول من الجانب النظري.

**الجدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الانترنت**

| الجنس / المتغيرات | ذكر | | أنثى | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| اقل من ساعة | 02 | %04 | 01 | %02 |
| من ساعة إلى 4 ساعات | 12 | %24 | 10 | **%20** |
| أكثر من 4 ساعات | 13 | %26 | 12 | **%24** |
| **المجموع** | **27** | **%54** | **23** | **%46** |

تكشف النتائج التالية في الجدول **08**عن مدة استخدام الصحفيين للانترنت باختلاف الجنس، وهناك تفاوت طفيف بين الذكور والإناث في مدة استخدام الانترنت فجاءت أعلى نسبة للذكور في استخدام الانترنت بأكثر من 4 ساعات بـ 26%والإناث بـ24%، تليها مدة من ساعة إلى 4 ساعات بـ24%للذكور و20%للإناث، لتكون مدة اقل من ساعة للذكور والإناث بـ 04%و02%على التوالي.

ونلاحظ أن اغلب الصحفيين يستعملون الانترنت لمدة كبيرة وهذا راجع لان استخدام الإنترنت يعد احد المعايير الأساسية المعتمدة في تقييم مؤهلات الصحفي ومعارفه والحكم على مهاراته الصحفية وهو ما اشرنا إليه في الفصل الأول من الجانب النظري.

**الجدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستعملة عند استخدام الصحفي لشبكة الانترنت**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| العربية | 22 | **%44** |
| الفرنسية | 18 | **%36** |
| الإنجليزية | 10 | **%20** |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

نلاحظ من خلال الجدول9 رقم أن أفراد العينة يعتمدون على اللغة العربية بنسبة كبيرة أثناء تصفح شبكة الانترنت بـ **44%** وتليها الفرنسية بـ **36%** والانجليزية بـ 20%ويتبين أن استخدام اللغة الانجليزية لدى أفراد العينة يبقى ضعيفا مقارنة باللغتين الفرنسية والعربية ويمكن تفسير ذلك لطبيعة تكوين الصحفيين الجزائريين خاصة على مستوى المدرسة الجزائرية حيث تشكل اللغتين العربية والفرنسية الأولوية في التكوين، وقد يعود ضعف استخدام اللغة الانجليزية إلى نقص التكوين الذي يعاني منه الصحفيون في هذا المجال .

ولكن هذا لا يمنع من استخدام الصحفيين للغات أخرى أثناء استخدام الشبكة كالاسبانية والايطالية والألمانية والبلغارية والروسية، حسب ما أدلى به أفراد العينة.

**الجدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة على شبكة الانترنت**

| قطاع العمل / المتغيرات | السمعي البصري | | الصحافة المكتوبة | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| الإخبارية | 10 | %20 | 09 | %18 |
| الترفيهية | 0 | 0 | 0 | 0 |
| التثقيفية | 04 | %08 | 02 | %04 |
| السياسية | 02 | %04 | 05 | %10 |
| الاجتماعية | 04 | %08 | 08 | %16 |
| الاقتصادية | 04 | %08 | 01 | %02 |
| الرياضية | 01 | %02 | 0 | 0 |
| **المجموع** | **25** | **%50** | **25** | **%50** |

كشفت نتائج الدراسة في الجدول رقم 10 أن أكثر المواقع أو المضامين تفضيلا لدى الصحفيين الجزائريين هي المواقع الإخبارية بنسبة **20%** في السمعي البصري و**18%** في الصحافة المكتوبة وجاءت المواقع التثقيفية والاجتماعية والاقتصادية بالتساوي بنسبة **08%** وتليها السياسية بـ نسبة 04%في القطاع السمعي البصري، أما في الصحافة المكتوبة فقد كانت المواقع الاجتماعية الأكثر تفضيلا بعد الإخبارية بنسبة **16%** ثم المواقع

السياسية بـ 10% فالتثقيفية ثم الاقتصادية، أما الرياضية فكانت بنسبة 02%بالنسبة للقطاع السمعي البصري ولا شيء بالنسبة للصحافة المكتوبة، أما المواقع الترفيهية فلا يفضلها الصحفيون ربما لعدم وجود وقت لذلك أو لانشغالاتهم الصحفية واهتمام الصحفيون باستقاء الأخبار والمعلومات بدل الترفيه، ونلاحظ أن أفراد العينة لا يهتمون كثيرا بالمعلومات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية كمثل اهتمامهم بالمواقع الإخبارية، وهذا راجع لتعدد المواقع الخاصة بالمجموعات الإخبارية والتي تنشر الأخبار الفورية.

**الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات التي يحصل عليها الصحفيين من الانترنت كمصدر للمعلومات الصحفية**

| قطاع العمل / المتغيرات | السمعي البصري | | الصحافة المكتوبة | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| ضعيف | 03 | %06 | 01 | %02 |
| متوسط | 16 | %32 | 16 | %32 |
| كبير | 06 | %12 | 08 | %16 |
| **المجموع** | **25** | **%50** | **25** | **%50** |

يتضح من خلال الجدول رقم **11** أن حجم المعلومات المتحصل عليها من الانترنت جاء بنسبة متوسطة بـ 32%في كلا القطاعين ( السمعي البصري _ الصحافة المكتوبة ) وبشكل كبير بـ 16%في الصحافة المكتوبة، أما حجم ضعيف فقد جاء في المرتبة الأخيرة بـ 06% و02% على التوالي.

ويرجع ذلك إلى أن الانترنت تسمح للصحفيين بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة كبيرة ومن مصادر متعددة تعمق أبعاد الموضوعات التي يكلف الصحفيون بتغطيتها.

**الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي ينشرونها من خلال شبكة الانترنت**

| الوظيفة / المتغيرات | مراسل | | صحفي | | رئيس قسم | | رئيس تحرير | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| غالبا | 05 | %10 | 09 | %18 | 01 | %02 | 0 | %0 |
| أحيانا | 0 | %0 | 25 | %50 | 0 | %0 | 0 | %0 |
| نادرا | 03 | %06 | 01 | %02 | 04 | %08 | 01 | %02 |
| **المجموع** | **08** | **%18** | **36** | **%71** | **05** | **%10** | **01** | **%02** |

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 أن الصحفيين غالبا ما ينشرون المعلومات التي يحصلون عليها من شبكة الانترنت بـ **18%** والمراسلين كذلك بـ 10%وفيما يفضل **50%** من الصحفيين نشر المعلومات المتحصل عليها من الشبكة في بعض الأحيان في حين نادرا ما يقوم رؤساء الأقسام ورؤساء التحرير بنشر هذه المعلومات، ويرجع ذلك إلى اعتمادهم على مصادر أخرى أو على العمل الميداني أكثر.

**الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المستقاة من شبكة الانترنت**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| وطنية | 13 | %26 |
| أجنبية | 21 | %42 |
| محلية | 07 | %14 |
| صور | 09 | %18 |
| المجموع | 50 | %100 |

تبين النتائج الواردة في الجدول رقم 13 أن معظم أفراد العينة يستعملون الانترنت للحصول على معلومات أجنبية بـ 42%ثم يليه الاستعمال للحصول على معلومات وطنية بـ 26% ثم المعلومات المحلية بـ 14%والصور بـ 18% ، و هذا راجع لبعد او قرب المسافة أي كلما كانت المسافة بعيدة بين الحدث و مقر المؤسسة الإعلامية فإن الصحفي يلجا لاستخدام الانترنيت للحصول على المعلومة بأقل جهد و لربح الوقت ، بينما الاخبار المحلية لا تحتاج البحث في الانترنيت يكفي فقط التنقل لمكان الحدث و الحصول على المعلومة.

**الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب الإشباع المحقق من خلال استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات الصحفية**

| الخبرة المهنية / المتغيرات | اقل من 10 سنوات | | من 10إلى 15 سنة | | أكثر من 15 سنة | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| نعم | 11 | %22 | 03 | %06 | 0 | 0 |
| لا | 18 | %36 | 09 | %18 | 09 | %18 |
| **المجموع** | **29** | **%58** | **12** | **%24** | **09** | **%18** |

بينت نتائج الجدول رقم **14** أن الصحفيين ذوي اقل من 10سنوات في العمل الصحفي يتحقق لديهم نوع من الإشباع من خلال استخدام الانترنت كمصدر لنشاطهم الصحفي بـ22**%** فيما لا يتحقق ذلك لمعظمهم بـ 36**%** أما من هم بخبرة من 10 إلى 15 سنة فبنسبة ضعيفة يتحقق لديهم إشباع بـ 06%و18**%** لا يتحقق لديهم إشباع.

أما من هم بخبرة أكثر من 15سنة فلا يتحقق لديهم إشباع بـ 18%ولمعرفة أسباب عدم تحقيق الإشباع لدى أفراد العينة قمنا بإحالة الأفراد الذين أجابوا بـ " لا " إلى السؤال التالي وسنقوم بتحليل النتائج في الجدول التالي.

**الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة الذين لم يتحقق لديهم اشباعات من جراء استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات الصحفية**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| اعتمد على مصادر أخرى | 10 | %20 |
| لا أثق في مضامين هذه المصادر | 10 | %20 |
| اعتمد على العمل الميداني أكثر | 16 | %32 |
| **المجموع** | **36** | **%72** |

كشفت النتائج الواردة في الجدول رقم 15 عن أن **32%** من أفراد العينة الذين لا يتحقق لديهم اشباعات من جراء استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات يعتمدون على العمل الميداني أكثر، وارجع **20%** من أفراد العينة السبب إلى اعتمادهم على مصادر أخرى بالتساوي مع عدم الثقة في مضامين هذه المصادر بـ 20%وهذا يتوافق مع ما أوردناه في الجانب النظري إلى عدم الثقة في هذه المصادر بحيث يمكن للمعلومات الموجودة على الانترنت أن تضلل ولا يمكن التأكد من دقتها أو معرفة مصدرها.

**استنتاجات المحور الثاني: شبكة الانترنت كمصدر للمعلومات**

- الصحفيين الجزائريين يعتمدون على اللغة العربية بدرجة أولى ثم الفرنسية أكثر من باقي اللغات على شبكة الانترنت.

- تتصدر بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الصحفيين العاملين بالاذاعة الجزائرية و جريدة reflexion كالفايس بوك ويوتيوب وتويتر الاستخدام كمصدر للمعلومات الصحفية بالمؤسستين المذكورتين .
- تعددت طرق تحقق الصحفيين من المضامين والمعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية كالاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها والاعتماد على شهود عيان، كذلك التحقق من نشر المعلومة على أكثر من صفحة.

**المحور الثالث: أنماط ودوافع استعمالات شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية**

وسندرس في هذا المحور عملية استعمال أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم الصحفية ودوافع هذا الاستعمال.

**الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة من خلال امتلاك حساب على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي**

| الجنس / المتغيرات | ذكر | | أنثى | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| نعم | 25 | %50 | 23 | %46 |
| لا | 02 | %04 | 0 | %0 |
| **المجموع** | **27** | **%54** | **23** | **%46** |

يتضح من خلال الجدول رقم **16** أن معظم أفراد العينة أن لم نقل جميعها تمتلك حساب على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، فنسبة الصحفيين الذين يمتلكون حسابا على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي بـ 25%ونسبة الصحفيات بـ 46**%**ي جميع أفراد العينة ماعدا **04%** من الذكور فقط لا يمتلكون حساب على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي.

ويعود امتلاك جميع أفراد العينة على موقع على إحدى الشبكات الاجتماعية إلى تغير مفهوم الصحفي إلى الصحفي المواطن كما ذكرنا في الجانب النظري وضرورة مواكبة الصحفيين لعالم التكنولوجيا التي فرضت نفسها على الحقل الإعلامي.

**الجدول رقم 17: الحجم الزمني المخصص للمبحوثين لاستعمال شبكات التواصل الاجتماعي**

| **المتغيرات** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
|---|---|---|
| ساعة | 18 | **%36** |
| ساعتان | 19 | **%38** |
| أكثر من 3 ساعات | 13 | **%26** |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تشير بيانات الجدول رقم **17** والمتعلقة بالمدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى تقارب بين الفئتين الأولى والثانية (ساعة) بـ **36%** و( ساعتان) بـ **38%** وتليها فئة أكثر من 3 ساعات بنسبة 26%.

اكبر نسبة مئوية لاستعمال شبكات التواصل الاجتماعي و التي وصلت 38 بالمئة هي الاستعمال لمدة ساعتان أي اقل من 03 ساعات و هذا راجع لأهمية الوقت بالنسبة للصحفي اثناء أداء مهنته ، و التي لا تتوقف على تصفح شبكات التواصل الاجتماعي وانما لابد من القيام بهام أخرى داخل غرف الاخبار كالتحرير ، التسجيل ، التصوير ، التركيب ، و التنقل الى مكان الحدث للخصول على اخر الاخيار ذات المصداقية.

**الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحفية**

| قطاع العمل / المتغيرات | السمعي البصري | | الصحافة المكتوبة | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| كثيرا | 02 | **%04** | 02 | **%04** |
| نوعا ما | 12 | **%24** | 14 | **%28** |
| قليلا | 11 | **%22** | 09 | **%18** |
| المجموع | 25 | **%50** | 25 | **%50** |

تشير بيانات الجدول رقم 18 أن **24%** من المبحوثين في قطاع السمعي البصري جاءت إجاباتهم بـ نوعا ما و**22%**بقليلا بينما **04%** جاءت إجاباتهم بكثيرا وكذلك في قطاع الصحافة المكتوبة و**28%** في نفس القطاع يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات صحفية، وجاءت فئة قليلا بـ18%، وتشير هذه النتائج إلى أن الصحفيين الجزائريين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات صحفية وهذا لأنها تحولت إلى احد أهم المصادر التي تحصل منها الصحفي على الأخبار والمعلومات كما ذكرنا في الفصل الثالث من الجانب النظري للدراسة.

**الجدول رقم 19: ابرز الشبكات الاجتماعية التي يستعملها الصحفي**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| فيسبوك | 20 | %40 |
| تويتر | 13 | %26 |
| يوتيوب | 13 | %26 |
| ماي سبايس | 04 | %08 |
| المجموع | 50 | %100 |

تشير بيانات الجدول رقم19 إلى تصدر موقع فيس بوك بنسبة مئوية تقدر بـ 40%، يليه موقع يوتيوب و تويتر بنفس النسبة بـ 26%، أما موقع ماي سبايس فقد قدر استعماله بـ **08%**، ويمكن تفسير النتائج التالية كون ارتفاع نسبة مستخدمي الفيس بوك راجع إلى الشعبية القوية التي يتمتع بها نظرا لطبيعة الخدمات التي يقدمها للمستخدمين، أما موقع يوتيوب فيتعلق الأمر بما يتيحه من فيديوهات للصحفيين تمكنهم من متابعة الأحداث، أما تويتر فلما يبثه من أخبار عاجلة لما يمثل السبق الصحفي للصحفيين.

**الجدول رقم 20: دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| البحث عن معلومات جديدة | 12 | %24 |
| التعرف على وجهات النظر المختلفة | 16 | %32 |
| تدعيم وتنويع المواد الصحفية | 12 | %24 |
| الحصول على الأخبار الفورية | 10 | %20 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تشير بيانات الجدول رقم **20** عن دوافع عينة البحث من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث نلاحظ أن ( التعرف على وجهات النظر المختلفة ) تأتي في الصدارة بنسبة تقدر بـ 32%، وكما نلاحظ هناك تساوي بين فئتي (البحث عن معلومات جديدة ) ( تدعيم وتنويع المواد الصحفية ) بـ **24%** كما تركنا المجال للمبحوثين لذكر أسباب ودوافع أخرى وكانت الإجابات بـ: متابعة أحداث الساعة والاقتصاد العالمي والأخبار السياسية، بالإضافة إلى متابعة الأخبار الرياضية خاصة أخبار الفريق الوطني ضمن كأس أمم افريقيا المقامة في مصر حاليا .

فالصحفي من خلال استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي قصد الحصول على المعلومات يسقط اهتماماته الأولى حول معرفة وجهات النظر المختلفة حول موضوع معين ، و ذلك قصد اخذ فكرة عامة حول الراي العام في المجتمع حول موضوع معين ، بين موافق و معارض مثلا حول إقامة كاس أمم افريقيا لكرة القدم 2019 بمصر.

**الجدول رقم 21: طبيعة المعلومات التي يستقيها الصحفي من خلال الشبكات الاجتماعية:**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| سياسية | 14 | %28 |
| اجتماعية | 17 | %34 |
| اقتصادية | 03 | %06 |
| ثقافية | 07 | %14 |
| ترفيهية | 01 | %02 |
| رياضية | 08 | %16 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

يمثل الجدول رقم **21** طبيعة المعلومات التي يسعى الصحفي للحصول عليها من خلال الشبكات الاجتماعية، حيث نلاحظ أن المعلومات الاجتماعية تصدرت القائمة بنسبة تقدر بـ 34%ثم السياسية بـ **28%** ثم تليها الأخبار الرياضية بـ 16%ثم المعلومات الثقافية والاقتصادية في ذيل الترتيب وهذا يرجع إلى طبيعة الشبكات الاجتماعية كونها تختص ربما بالمواضيع الاجتماعية أكثر من غيرها.

**الجدول رقم 22: ثقة الصحفيين في المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي**

| الخبرة المهنية / المتغيرات | اقل من 10 سنوات | | من10 إلى 15 سنة | | أكثر من 15 سنة | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| أثق جدا | 04 | %08 | 0 | 0 | 01 | %02 |
| نوعا ما | 12 | %24 | 07 | %14 | 06 | %12 |
| لا أثق | 12 | %24 | 05 | %10 | 03 | %06 |
| المجموع | 28 | %56 | 12 | %24 | 10 | %20 |

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم 22 أن الصحفيين ذوي اقل من 10 سنوات خبرة في الميدان الإعلامي يثقون نوعا ما في المعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية بنسبة 12% و04%فقط يثقون جدا في هذه المعلومات، أما من هم أكثر خبرة (من 10الى15 سنة ) فقد أجابوا بـ فئة نوعا ما بـ 14% ولا أثق بنسبة 10%، أما من هم بخبرة أكثر من 15 سنة فكانت إجاباتهم بـ نوعا ما بـ 12%، وهذا دليل على أن الصحفيين العاملين بإذاعة الجزائر من مستغانم و كذا جريدة réflexion لا يضعون ثقتهم كاملة في المعلومات التي تحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية.

و يعود سبب عدم الثقة كاملة في المعلومات و الاخبار الصحفية الموجودة بمواقع التواصل الاجتماعي الى تخوف الصحفي من ان يفقد مكانته بمؤسسته الإعلامية التي يعمل بها نتيجة عدم صدق الخبر من جهة و التخوف من فقدان ثقة الجمهور المتلقي فيه كصحفي من جهة أخرى.

**الجدول رقم 23:تحقق الصحفيين من صحة ومصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي**

| الوظيفة / المتغيرات | مراسل | | صحفي | | رئيس قسم | | رئيس تحرير | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| بشكل دائم | 08 | %16 | 30 | %60 | 04 | %08 | 0 | %0 |
| في بعض الأحيان | 01 | 02 | 05 | %10 | 01 | %02 | 01 | %02 |
| نادرا | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 |
| لا | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 | 0 | %0 |
| **المجموع** | **09** | **%18** | **35** | **%70** | **05** | **%10** | **01** | **%02** |

نلاحظ من خلال الجدول رقم **23** أن معظم الصحفيين بنسبة **60%** وكذلك المراسلون بـ 16% ورؤساء الأقسام بـ **08%** يتحققون بشكل دائم من صحة المعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية و10% من الصحفيين و02% من المراسلين يتحققون في بعض الأحيان من مصداقية هذه المعلومات ، وانعدمت النسبة في فئة نادرا، هذا راجع لعدم الثقة الكاملة في صحة ومصداقية المعلومات والأخبار التي تبث من خلال الشبكات الاجتماعية، وسنتعرف من خلال الجدول التالي على كيفية التحقق من صحة هذه المعلومات.

**الجدول رقم 24: كيفية تأكد الصحفيين من صحة ومصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعي**

| المتغيرات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها | 24 | %48 |
| الاعتماد على شهود عيان | 09 | %18 |
| التحقق من إنشاء الصفحة | 05 | %10 |
| التحقق من نشر المعلومة على أكثر من صفحة | 12 | %24 |
| **المجموع** | **50** | **%100** |

تشير بيانات الجدول رقم 24 أن المبحوثين يلجؤون إلى التأكد من المعلومات التي يحصلون عليها من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية، من خلال الاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها بنسبة تقدر بـ **48%** ويتحققون كذلك من صحة المعلومات بالتحقق من نشر هذه المعلومات على أكثر من صفحة بنسبة **24 %** ثم تليها فئة الاعتماد على شهود عيان بنسبة تقدر بـ 18% ثم التحقق من إنشاء الصفحة بـ **10%**.

فالتحقق من المعلومة من طرف الصحفي تكون بطرق مختلفة حسب نوع المعلومة المتحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي ، فإما بالاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها على سبيل المثال التأكد من خبر وجود جثة شاب بشاطىء خروبة بمستغانم ، يكون التحقق بالاتصال بمديرية الحماية المدنية بمستغانم ، او الانتقال الى شاطيء خروبة و التقرب من الصيادين بالمنطقة كشهود عيان .

**الجدول رقم 25: تحقيق الرضا من خلال استخدام الصحفيين لشبكات التواصل كمصدر للمعلومات الصحية**

| الخبرة المهنية / المتغيرات | اقل من 10 سنوات | | من 10إلى 15 سنة | | أكثر من 15 سنة | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| نعم | 13 | %26 | 07 | %14 | 01 | %02 |
| لا | 16 | %32 | 05 | %10 | 08 | %16 |
| **المجموع** | **29** | **%58** | **12** | **%24** | **09** | **%18** |

تشير بيانات الجدول التالي أن من هم اقل خبرة من 10 سنوات لا يتحقق لديهم رضا من شبكات التواصل الاجتماعي بـ 32%، بينما يتحقق الرضا عند من هم بخبرة من 10 إلى 15 سنة بـ **14%**، أما الذين هم أكثر منَ15 سنة خبرة فيتحقق لديهم رضا بنسبة **16%** وهذا راجع إلى نقص المصداقية والموضوعية في الشبكات الاجتماعية كما ذكرنا سابقا.

**الجدول رقم 26: تصويب المعلومات الخاطئة التي تم نشرها بعد الحصول عليها من خلال الشبكات الاجتماعية**

| قطاع العمل / المتغيرات | السمعي البصري | | الصحافة المكتوبة | |
|---|---|---|---|---|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| كثيرا | 06 | %12 | 02 | %04 |
| قليلا | 02 | %04 | 06 | %12 |
| لا | 17 | %34 | 17 | %34 |
| **المجموع** | **25** | **%50** | **25** | **%50** |

من خلال الجدول رقم **26** يتضح أن نسبة 34%لكلا القطاعين لم يقوموا بتصويب أي معلومات خاطئة ونسبة **12%** في القطاع السمعي البصري قاموا بتصويب معلومات خاطئة بعد الحصول عليها من وسائل الإعلام الاجتماعي والصحافة المكتوبة بـ 04%.

**استنتاجات المحور الثالث : أنماط ودوافع استعمالات شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية.**

- أهم الدوافع التي تؤدي بالصحفيين الجزائريين إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي التعرف على وجهات النظر الجديدة حول القضايا والبحث عن معلومات جديدة والأخبار الفورية قصد تدعيم وتنويع المواد الصحفية.

- معظم الصحفيين العاملين بكل من الإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة réflexion لا يتحقق لديهم إشباع من خلال استخدام الانترنت كمصدر لنشاطهم الصحفي وهذا راجع لاعتمادهم على مصادر أخرى ولأنهم لا يثقون في مضامين هذه المصادر بالإضافة إلى أنهم يعتمدون على العمل الميداني أكثر خاصة ما تعلق بالأخبار المحلية الخاصة بولاية مستغانم بجميع بلدياتها الثانية و الثلاثين.

**الاستنتاجات العامة:**

من خلال العرض الذي قدمناه في هذه الدراسة توصلنا إلى استنتاجات خاصة باستخدام الصحفيين العاملين بالإذاعة الجزائرية من مستغانم و كذا جريدة réflexion لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم الصحفية:

- ❖ اغلب الصحفيين العاملين بالمؤسستين الاعلاميتين المذكورتين سابقا لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايس بوك.
- ❖ يعتمد صحفي كلا القطاعين ( السمعي البصري و المتمثل في الإذاعة الجزائرية من مستغانم والصحافة المكتوبة المتمثلة في جريدة réflexion ) على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات صحفية.
- ❖ تبين أن الصحفيين الجزائريين يعتمدون على اللغة العربية بدرجة أولى ثم الفرنسية أكثر من باقي اللغات على شبكة الانترنت.
- ❖ تتصدر بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الصحفيين كالفايس بوك ويوتيوب وتويتر الاستخدام كمصدر للمعلومات الصحفية.
- ❖ تعددت طرق تحقق الصحفيين من المضامين والمعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعية كالاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها أوالاعتماد على شهود عيان، كذلك التحقق من نشر المعلومة على أكثر من صفحة.
- ❖ تعتبر المعلومات الاجتماعية والسياسية في صدارة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الصحفيون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك إلى طبيعة هذه الشبكات.
- ❖ أهم الدوافع التي تؤدي بالصحفيين الجزائريين إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي التعرف على وجهات النظر الجديدة حول القضايا والبحث عن معلومات جديدة والحصول على الأخبار الفورية و الانية ، بالإضافة إلى تدعيم وتنويع المواد الصحفية.

❖ معظم الصحفيين العاملين بكل من الإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة réflexion لا يتحقق لديهم إشباع من خلال استخدام الانترنت كمصدر لنشاطهم الصحفي وهذا راجع لاعتمادهم على مصادر أخرى ولأنهم لا يثقون في مضامين هذه المصادر، بالإضافة إلى أنهم يعتمدون على العمل الميداني أكثر.

**مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج:**

– يعتمد الصحفيين العاملين بقطاع السمعي البصري – الإذاعة الجزائرية من مستغانم – وكذا الصحفيين العاملين بالصحافة المكتوبة – جريدة Réflexion– على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والاخبار الصحفية قصد ربح الوقت من جهة و بجهد اقل من جهة أخرى، محاولة من الصحفيين التقرب من الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية عن طريق تقديم مادة إعلامية ذات أهمية من حيث المضمون .

– كما ان اعتمادهم على هاته المواقع يأتي مواكبة للتطور لحاصل و التكنولوجيا الجديدة التي فرضت نفسها على شتى وسائل الاعلام ، إضافة الى ان شريحة كبيرة من المجتمع اختارت تصفح المواقع الاجتماعية لمعرفة الجديد.

– الاخبار المحلية المتعلقة بولاية مستغانم و المنتشرة بمواقع التواصل الاجتماعي هي الاخبار الأكثر اهتماما من طرف الصحفيين العاملين بكل من الإذاعة الجزائرية من مستغانم و جريدة Réflexion على حد السواء ، ذلك اعتبارا كونهما المؤسستين الاعلاميتين الوحيدتين المتواجد مقرهما بمستغانم ، فهما بذلك يعتمدان على الاخبار المحلية المتعلقة بالولاية كالتنمية المحلية – توزيع السكنات مثلا– او انشغالات المواطنين بالولاية –كمشكل نقص التزود بالمياه الصالحة للشرب بإحدى دواوير الولاية ، فالأخبار المحلية تأتي غالبا في مقدمة ترتيب الاخبار اليومية.

– يتحقق الصحفي العامل بالإذاعة الجزائرية من مستغانم وكذا الصحفي العامل بجريدة Réflexionمن المعلومات و الاخبار التي يتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يكون التحقق بطرق مختلفة، نذكر منها الاتصال بالمديرية أو القطاع المعني بالخبر الصحفي المنشور عبرر مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال حريق بغابة بن عبد المالك رمضان يكون التحقق بالاتصال بمحافظة الغابات و كذا مديرية الحماية المدنية.

– كما يمكن ان يكون التحقق أيضا من المعلومة عن طريق التنقل الى مكان الحدث ، لاستجواب سكان المنطقة كشهود عيان عن الحادثة مثلا ، أو الاتصال بالمراسلين الصحفيين المتواجدين بمنطقة وقوع الحادث.

# خاتمة

## خاتمة

تزايدت أهمية الانترنت صحفيا في الآونة الأخيرة وتصاعدت مكانة الصحف والصحفيين الذين يعتمدون عليها، حيث أحدثت الانترنت تغييرا كبيرا في مفهوم العمل الصحفي.

والإعلام اليوم أصبح أحد مؤشرات التطور والرقي الحضري للأمم ، وبغض النظر عن الجوانب الأخلاقية التي تحكم العملية الإعلامية فان التقنية ومقدار استخدامها وإدماجها في الإعلام التقليدي هي المعيار الأول لتصنيف وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وتوجهاتها.

ولقد بدأت شبكات التواصل الاجتماعي مشوارها في الفضاء المفتوح كوسائل فعالة لتحقيق التواصل الاجتماعي بين الناس من خلال خدمات كثيرة تقدمها من سهولة التواصل وسرعة نقل المعلومات والأخبار ، وتعددت الوسائط والنصية الفائقة والنقل التجميعي والتزامنية والتفاعلية، ولعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في صحوة حرية التعبير التي كسرت الفيضة الخانقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة، إضافة إلى تعبئة وصياغة الراي العام وأصبح من الصعب السيطرة على الأخبار عبر الانترنت بسبب الاستعانة بتوفير المعلومات من مصادر خارجية.

ومع بداية الألفية الثالثة حدث تحول كبير في مسار هذه الشبكات حيث أصبحت من الوسائل التي يستعين بها الصحفي للحصول على آخر الأخبار والمعلومات.

ومن هنا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي او وسائل الإعلام الاجتماعية، منبرا آخر لممارسة مهنة الصحافة، وكذا التعريف بالعمل الصحفي بعد الجريدة ووسائل العمل الصحفي من كاميرات ومسجلات...الخ.

غير أن أداء هذه المهنة عبر مواقع الانترنت يجب أن يحكم إلى ضوابط وشروط من شانها أن ترقى بالعمل الصحفي، والصحفي في حد ذاته ومن أهم هذه الشروط التصرف باحترافية والأهم هو خلق هوية رقمية تليق بالصحفي بالإضافة إلى إعطاء أهمية كبيرة للعمل الصحفي عوض قضاء وقت أكبر في الدردشة.

# المراجع والمصادر

## قائمة المراجع والمصادر:

### الكتب:


1 – أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعي، الطبعة الاولى، 2003.

2– اسماعيل محمود حسين، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، 2003.

3 – انشراح الشال: الدش والإنترنيت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي، بدون طبعة ، المدينة برس، مصر، 2003.

4–إياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، 2003.

5 حسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 1982.

6– حسين شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، بدون طبعة ، القاهرة، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال، 2008.

8– خليل أبو إصبع صالح، الاتصال الجماهيري، عمان، دار آرام للدراسات، الطبعة الأولى ، 1998.

8–رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، مصر، دار الفكر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2007.

9–صلاح فلاق شبرة ، صحافة الويب، استخدامات الأدوات الرقمية و المنصات التفاعلية، عمان، دار الاكاديميون للنشر و التوزيع ،ط 2019.

10–لسعفي حسن محمد: شبكة الإنترنيت العالمية واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997.

11–السيد بخيت: الصحافة والأنترنت، الطبعة الأولى ،القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000.

شبكة الإنترنيت ما لها وما عليها، الدورة السابعة (المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج) 1-2 أفريل، الطبعة الأولى ، المجلس الوطني للثقافة والفنون، 2000.

12-شريف درويش اللبان: شبكة الإنترنيت بين حرية التعبير وآليات الرقابة، بدون طبعة، المدينة برس، مصر، 2004.

13-شريف كامل شاهين، مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، مصر، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الاولى ، 2000.

14-لبة محمد فهمي: الإنترنيت طريق المعلومات السريع، بدون طبعة ، القاهرة، مجموعة كتب دلتا، ب سنة نشر.

15-عامر ابراهيم قنديلجي، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات الى عصر الانترنت، مصر،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2000.

16-عبد الامير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق، الطبعة الأولى ، 2006.

17-عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، الطبعة الثانية، 1997.

18-عبد العالي رزاقي، الخبر في الصحافة الاذاعة التلفزيون الإنترنت، دار هومة،الجزائر، بدون طبعة.

19- عبد الغني خالد محمود: رحلة في عالم الإنترنيت، بـ ط، القاهرة، مطابع الأخبار، 1997.

20-عرعار بهية،واقع استخدام الانترنت كمصدر معلومات عند الطلبة الجامعين،علم المكتبات والتوثيق، الجزائر، 2007.

21-فتحي عبد الهادي، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على عتاب قرن جديد، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب.

22-فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال أجماهيري مخبر علم إجتماع الاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2003.

23-فوزي عبد الرحمان العكش، البحث العلمي: المناهج والإجراءات، الإمارات العربية المتحدة، مطبعة العين الحديث، 1986.

24-محمد عبد الحميد: الاتصال والاعلام على شبكة الأنترنيت، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، 2007.

25-محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، مصر، عالم الكتب، الطبعة الاولى، 1993.

26-محمد فتحي عبد الهادي، مقدمة في علم المعلومات، القاهرة، مكتبة غريب، بدون طبعة.

27–محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.

28–محمد نصر مهنا، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، مصر، المكتبة الجامعية، بدون طبعة.

29–مراد شلبانة: مقدمة إلى الأنترنيت، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

30–مكاوي حسن عماد، السيد ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصر الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الخامسة.

31–مكاوي حسن عماد، الشريف سامي، نظريات الإعلام، مصر، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، الطبعة الأولى.

32–موريس أنجرس، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، 2005.

33–نبيل علي: تحديات عصر المعلومات، بدون طبعة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003.

34– النواسة غالب عوض، خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات، عمان، دار صفاء، 2000.

35–مبارك خضر فضل الله، اثر الفايس بوك على المجتمع، السودان، مدونة شمس النهضة، الطبعة الأولى ،2010.

36–وائل مبارك فضل الله، اثر الفايسبوك على المجتمع، السودان، مدونة شمس النهضة، الطبعة الأولى ، 2010.

المعاجم:

1–شامي أحمد محمد: المعجم الموسوعي للمصطلحات والمعلومات، بدون طبعة، دار المريخ، 1998.

2–محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2004.

3–صبحي حمودي،المنجد في اللغة العربية المعاصرة ،بيروت ، دار المشرق ، الطبعة الثالثة ، 2008.

المذكرات:

1- مليكة بن علي ، التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام و الاتصال و مظاهر التغير في المجتمع، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة وهران، 2018 /2019.

2- عبد الله ممدوح مبارك الرعود،دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011 /2012.

3- بيزان مزيان: استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الإنترنيت، دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجيستير غير منشورة، قسم علم المكتبات، قسنطينة، الجزائر، 2007.

4_محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية: العربية نموذجا رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.

5-نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والإشاعات(دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008.

- المجلات:

1- بيل جيتس: المعلوماتية بعد الأنترنيت، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، سلسلة عالم المعرفة.

2- جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم: مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال.

3- جدي رضوان: الصحافة والصحافة الإلكترونية، مجلة روضة الجندي، العدد 298، الجزائر، أكتوبر،2003.

4-صادق بن: عدد مستخدمي الإنترنيت في العالم العربي يفوق المليون، الخبر الأسبوعي، العدد 19، الجزائر من 14 إلى 20 جويلية 1999.

**5-عبد الوهاب بوخنوفة: تأثيرات البث الفضائي والوسائط الإلكترونية المتعددة في الإذاعة، مجلة الإذاعة العربية، العدد04، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2004.**

**الملتقيات:**

**1-كيحول طالب، اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الأخبار، دراسة ميدانية، ورقة مقدمة إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية " جامعة الملك سعود، الرياض، 16،16 ابريل، 2012 م.**

**2-كيحول طالب، رضوان جدي، استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي : دراسة تحليلية ميدانية الجزائر نموذجا، بحث مقدم الى ملتقى الحوار التركي العربي.**

**3-نوفت بنت مبارك عبد الله : الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمة، مركز التميز لأمن المعلومات.**

**الأرشيف:**

**1-أرشيف الإذاعة الجزائرية من مستغانم – من 2004/الى 2019**

**2-أرشيف جريدة réflexion – من 2008/ الى 2019**

**مواقع الإنترنت:**

**http://fr:wikipidia.org**

**www.arab.volumteering.world.org**

**http://www.abc-joanm.reity-clio.com/odlis/search**

**http://www.Crunchbase.com/company**

# الملاحق

**جامعـة عبد الحميد بن باديس – مستغانم–**

**قسم علوم الإعلام والاتصال**

**تخصص : صحافة مطبوعة والكترونية**

# استمارة الاستبيان

**سيدي الصحفي المحترم:**

تحية طيبة و بعد.....

تعتبر هذه الوثيقة استمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير مذكرة تخرج موسومة **بـ شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات :دراسة مسحية للصحفيين العاملين بإذاعة مستغانم و جريدة Réflexion**، و هي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، فالرجاء منكم ملئ هذه الاستمارة بكل موضوعية و دقة ،أعدكم بان المعلومات التي تتفضلون بتقديمها تبقى سرية و لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلم .

و في الأخير نشكر تعاونكم معنا.

_ الرجاء وضع علامة ( X) في الخانة الموافقة لإجابتك

**من اعداد الطالبة:**

كنزة نابي

**تحت إشراف الأستاذة:**

د. مليكة بن علي

السنـة الجـامعية :2018 /2019

**المحور الاول : البيانات الشخصية**

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

السن: .....

المستوى العلمي: ليسانس ☐ ماستر ☐

ماجستير ☐ دكتوراه ☐

الوظيفة: مراسل ☐ صحفي ☐

رئيس قسم ☐ رئيس تحرير ☐

الخبرة المهنية في المجال الصحفي :

اقل من 10 سنوات ☐

من10 إلى 15 سنوات ☐

أكثر من 15 سنوات ☐

قطاع العمل : السمعي البصري ☐ الصحافة المكتوبة ☐

**المحور الثاني :استعمالات و اشباعات الانترنت**

1 _ هل تستخدم الانترنت ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2 _ ما هو معدل استخدامك للأنترنت؟

اقل من ساعة ☐

من ساعة الى 4 ساعات ☐

أكثر من4 ساعات ☐

3 _ ما هي اللغات التي تستعملها عند استخدامك لشبكة الانترنت؟

العربية ☐ الفرنسية ☐ الإنجليزية ☐

أخرى اذكرها.....

4 _ ما هي المواقع المفضلة لديك على شبكة الانترنت؟

الإخبارية ☐ الترفيهية ☐ التثقيفية ☐

السياسية ☐ الاجتماعية ☐ الاقتصادية ☐

5 _ ما هو حجم المعلومات التي تحصلون عليها من الانترنت كمصدر لمعلوماتكم الصحفية ؟

ضعيف ☐ متوسط ☐ كبير ☐

6 _ هل تنشرون المعلومات التي تحصلون عليها من الانترنت؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

7 _ ما نوع المعلومات المستقاة من شبكة الانترنت التي تنشرها ؟

وطنية ☐ أجنبية ☐ محلية ☐ صور ☐

أخرى اذكرها .....

8 _ هل يتحقق لديك نوع من الاشباع من خلال استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات لنشاطك الصحفي؟

نعم ☐ لا ☐

9- إذا كانت إجابتك ب " لا " لماذا ؟

_ اعتمد على مصادر أخرى ☐

_ لا أثق في مضامين هذه المصادر ☐

_ اعتمد على العمل الميداني أكثر ☐

أخرى اذكرها .....

**المحور الثالث: أنماط ودوافع استعمالات شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية.**

1 _هل لديك حساب على احدى شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

2_ ما هو الحجم الزمني المخصص لديك لاستعمال شبكات التواصل الاجتماعي؟

ساعة ☐ ساعتان ☐ أكثر من 3ساعات ☐

3_ هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلوماتك الصحفية؟

كثيرا ☐ نوعا ما ☐ قليلا ☐

4_ ما هي أبرز الشبكات التي يستعملها الصحفي؟

فيس بوك ☐ تويتر ☐ يوتيوب ☐ ماي سبايس ☐

اخرى اذكرها .....

5_ ما هي دوافع استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي التي تستعملها؟

البحث عن معلومات جديدة ☐

التعرف على وجهات النظر المختلفة ☐

تدعيم وتنويع المواد الصحفية ☐

الحصول على الأخبار الفورية ☐

أخرى اذكرها .....

6 _ ما هي طبيعة المعلومات التي تستقيها من خلال الشبكات الاجتماعية؟

سياسية ☐ اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ ثقافية ☐ ترفيهية ☐

7_هل تثق في المعلومات التي تحصل عليها من الشبكات الاجتماعية كمصدر لمعلوماتكم الصحفية؟

أثق جدا ☐ أثق نوعا ما ☐ لا أثق ☐

8_هل تتحقق من صحة و مصداقية المعلومات التي تتحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي؟

بشكل دائم ☐ في بعض الأحيان ☐ نادرا ☐ لا ☐

9_ كيف يكون ذلك؟

_ الاتصال بمصادر تقليدية للتأكد من صحتها ☐

_ الاعتماد على شهود عيان ☐

_ التحقق من انشاء الصفحة وتفاعل المستخدمين معها ☐

التحقق من نشر المعلومة على أكثر من صفحة ☐

أخرى اذكرها .....

10_هل يتحقق لديك نوع من الرضا من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات؟

نعم ☐ لا ☐

11_ هل قمتم بتصويب معلومات خاطئة تم نشرها بعد الحصول عليها من شبكات التواصل الاجتماعي ؟

كثيرا ☐ قليلا ☐ لا ☐

شكرا على تعاونكم

جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم –

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص: صحافة إلكترونية ومطبوعة

# بطاقـــــــــة فنـــــــــــية لربورتـــــــــــاج مصور

**موضوع الربورتاج:**

- **شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لدى الصحفيين.**

**مضمون الربورتاج:**

- **عبارة عن شهادات حية مع مجموعة من الصحفيين العاملين بقطاع الاعلام في الجزائر و كذا مجموعة من المدربين الدولبين في الاعلام و الاتصال بالجزائر ، حيث حاولنا تسليط الضوء على مدى استعمالهم لشبكات التواصل الاجتماعي من اجل نقل أو نشر المعلومة أو الخبر الصحفي.**

**نوعه: سمعي بصري**

**مدة الربورتاج: 10 دقائق**

**مكان التصوير:**

- **مركز التدريب الإذاعي والتلفزي بتيبازة**
- **مقر التلفزيون الجزائري بالعاصمة**
- **مقر الإذاعة الوطنية وإذاعة جيل FM بالعاصمة**
- **مقر الإذاعة الرقمية TOP RADIO بالعاصمة**
- **مقر الإذاعة الجزائرية من مستغانم**
- **مقر جريدة REFLEXION بمستغانم.**

**فترة التصوير والتسجيل:**

- **من ديسمبر 2018 الى جوان 2019**

**العينة المختارة:**

- **مدربين دوليين في الاعلام والاتصال + مجموعة من الصحفيين الجزائريين.**

**تعريف وجيز عن عينة الربورتاج:**

- **سيدريك كالونجي: صحفي بقناة "BBC"، مراسل التلفزيون الفرنسي France 5، ومكون دولي في الاعلام و الاتصال ، تخصص الصحافة الرقمية.**

- **سفيان عمار: صحفي بالتلفزيون التونسي، مدرب دولي في الاعلام والاتصال لدى منظمات دولية تخصص صحافة الديجيتال.**

- **ايمن صلاح: صحفي وأستاذ باحث بالجامعة الامريكية بالقاهرة تخصص وسائل التواصل الاجتماعي، ومكون دولي في الاعلام والاتصال.**

- **ابن ابي بكر سامية: صحفية بالتلفزيون الجزائري، ومنتجة برنامج اجتماعي *اريد حلا *بإذاعة غرداية.**

- **هشام بوكفوس : صحفي بإذاعة الجزائر من ميلة و منتج برنامج تراثي ثقافي *على خطى السلس*.**

- **ريم رزيق: صحفية بإذاعة "جيل FM " بالعاصمة ومنتجة برنامج اخباري JIL* MORNING ***

- **ندى محجوبي: صحفية بالإذاعة الرقمية" TOP RADIO " ومنتجة برنامج * SNAP* CONNEXION.**

- **الشارف سلاماني : مدير تحرير جريدة " REFLEXION "منذ 2012 الى يومنا هذا.**

- **حسيبة بن ادريس: صحفية بالإذاعة الجزائرية من مستغانم ومنتجة برنامج *قضايا تربوية *، تحصلت سنة 2006على المرتبة الأولى في أحسن برنامج ثقافي ضمن الجائزة الوطنية الميكرفون الذهبي.**

- **مدي هامل: صحفي محقق مختص بالإذاعة الجزائرية من مستغانم ، منتج برنامج * واجي الرد * في التنمية المحلية ، له خبرة في المجال الإعلامي لمدة 20 سنة ، تقلد عدة مناصب بمؤسسات إعلامية في الجزائر أهمها: مدير محطة تندوف 2005/2004 ، مدير محطة النعامة 2006 ، مراسل جريدتي الرأي و الجمهورية.**

- **الاعداد والتقديم: كنزة نابي**
- **التصوير والتركيب: كنزة نابي**
- **تحت اشراف : د.مليكة بن علي**
- **اخراج: محمد رضا عدايدي**

# البطاقة التقنية
# لإذاعة مستغانم الجهوية

إذاعة مستغانم الجهوية

بطاقة تقنيـة

التسمية: إذاعة مستغانم الجهوية

الموقع: تقع اذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم،تبعد عن مقر الولاية بـ 04 كيلومتر.

المقر: عبارة عن بناية قديمة كانت في السابق مدرسة ابتدائية تم اعادة تهيئتها.

المساحة: 1 086.40 م$^2$

تفاصيل المقر: 09 مكاتب + استديوهان(02) + قاعة اجتماعات + قاعة استقبال + حظيرة السيارات+ مولد كهربائي.

يقع المقر في حي المطمر الشعبي يحده شمالا مباني الجيران،جنوبا سكنات الجيران + حي ضريح الولي الصالح سيدي عبد الله،شرقا مسلك يؤدي الى وسط المدينة و غربا طريق مسدود.

الهاتف/الفاكس : 045215109/045216789

تاريخ الإنشاء: دشنت إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فبراير 2004 من طرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة.

البريد الإلكتروني: radiodemostaganem@yahoo.fr

**الموقع الإلكتروني:www.radiomostaganem.net**

**عدد العمال :48+01**

**04 إداريين + 07 صحفيين + 10 تقنيين + قسم الإخراج و التنشيط 17 + 03 سائقين + 05 أعوان امن ووقاية + 02 اعوان نظافة.**

**تطور حجم البث ( حجم البث الساعي منذ تاريخ إنشاء الإذاعة ):**

**انطلق بث اذاعة مستغانم الجهوية يوم 10 فبراير 2004 بأربع ساعات من التاسعة صباحا الى الثالثة زوالا ثم الى ثماني ساعات سنة 2005 من التاسعة صباحا الى الثامنة مساء ثم الى 12 ساعة عام 2006 من السادسة و 55 دقيقة صباحا الى السابعة و نصف مساءا.**

**مكتسبات:**

**حصلت إذاعة مستغانم على أربعة ميكروفونات ذهبية ضمن الجائزة الوطنية الميكرفون الذهبي.**

1- **أحسن حصة ثقافية ( المداحات ). العام 2006.**
2- **أحسن تحقيق صحفي لمرتين – 2008 حول موضوع (المنشطات في عالم الرياضة).**
3- **2009 حول أحسن تحقيق صحفي حول سوء التكفل ( أخطر من المرض ).**
4- **أحسن حصة حوارية العام 2009، الموضوع ( الإعجاز الرياضي في القرآن الكريم ).**

**وضعية التجهيزات التقنية :**

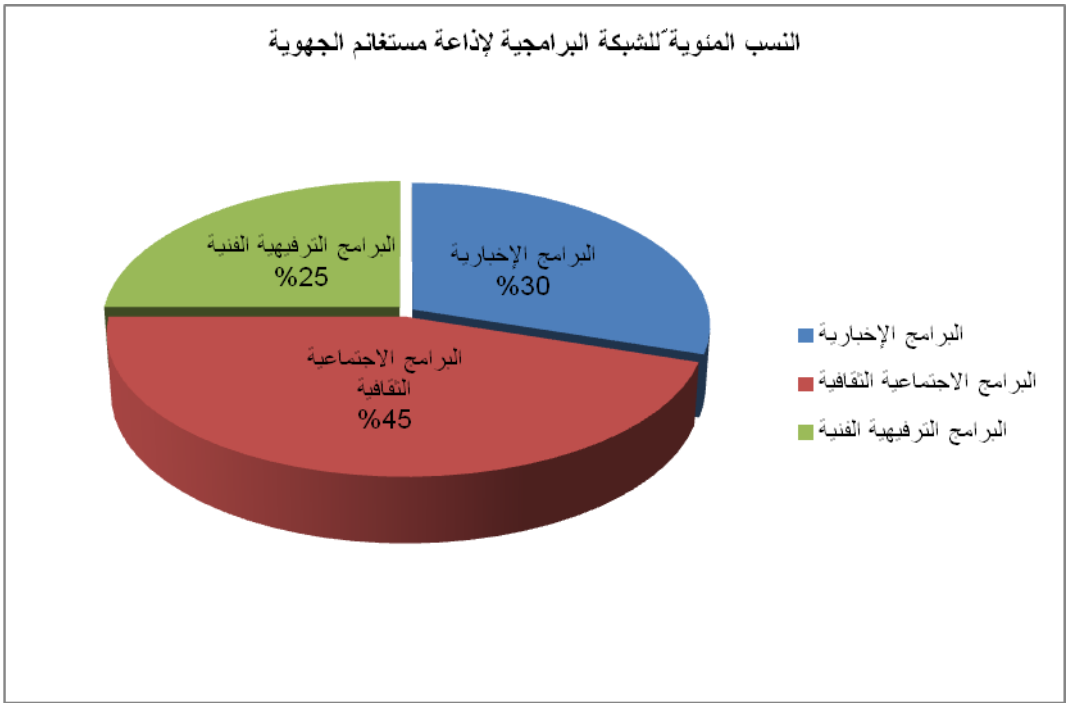
**تجهيزات رقمية حديثة (أستدويوهات + نظام سمعي رقمي) .**

**النسب المئوية للشبكة البرامجية :**

**– البرامج الاخبـارية: 30%**

**– البرامج الاجتماعية الثقافية: 45%**

**– البرامج الترفيهية الفنية: 25 %**



**مجال التغطية**

| المنطقـة ZONE | جهــاز EMETTEUR |
|---|---|
| مستغانم الولاية | – جهاز البث FM: عدة اتجاهات<br>– القوة: 2،5 كيلواط<br>– الدبدبة : 104.0 |
| مستغانم مقر الإذاعة | – جهاز البثFM : إتجاه واحد<br>– القوة : 50 واط<br>– الدبدبة : 104.7 |
| بلدية سيدي علي (الشواشي) | – جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>– القوة: 93.3 واط<br>– الدبدبة : 101.1 |
| بلدية بوقيرات(القرابس) | – جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>– القوة:100 واط<br>– الدبدبة: 101.01 |
| بلدية سيدي لخضر | – جهاز البث FM: إتجاه واحد<br>– القوة: 50 واط<br>– الدبدبة: 101.1 |

| | |
|---|---|
| طريق وهران (جبل الأسد) | – جهاز البث FM: ذو اتجاهين<br>– القوة: 100 واط<br>– الدبدبة: 96.8 |

ملاحظة :

تبث إذاعة مستغانم الجهوية برامجها عبر الساتل nil sat على التردد 11059 H

23700 ¾

الربط مع الإذاعات بعد الساعة الثامنة :

20.00 سا – 21.00 سا الإذاعة الثقافية.

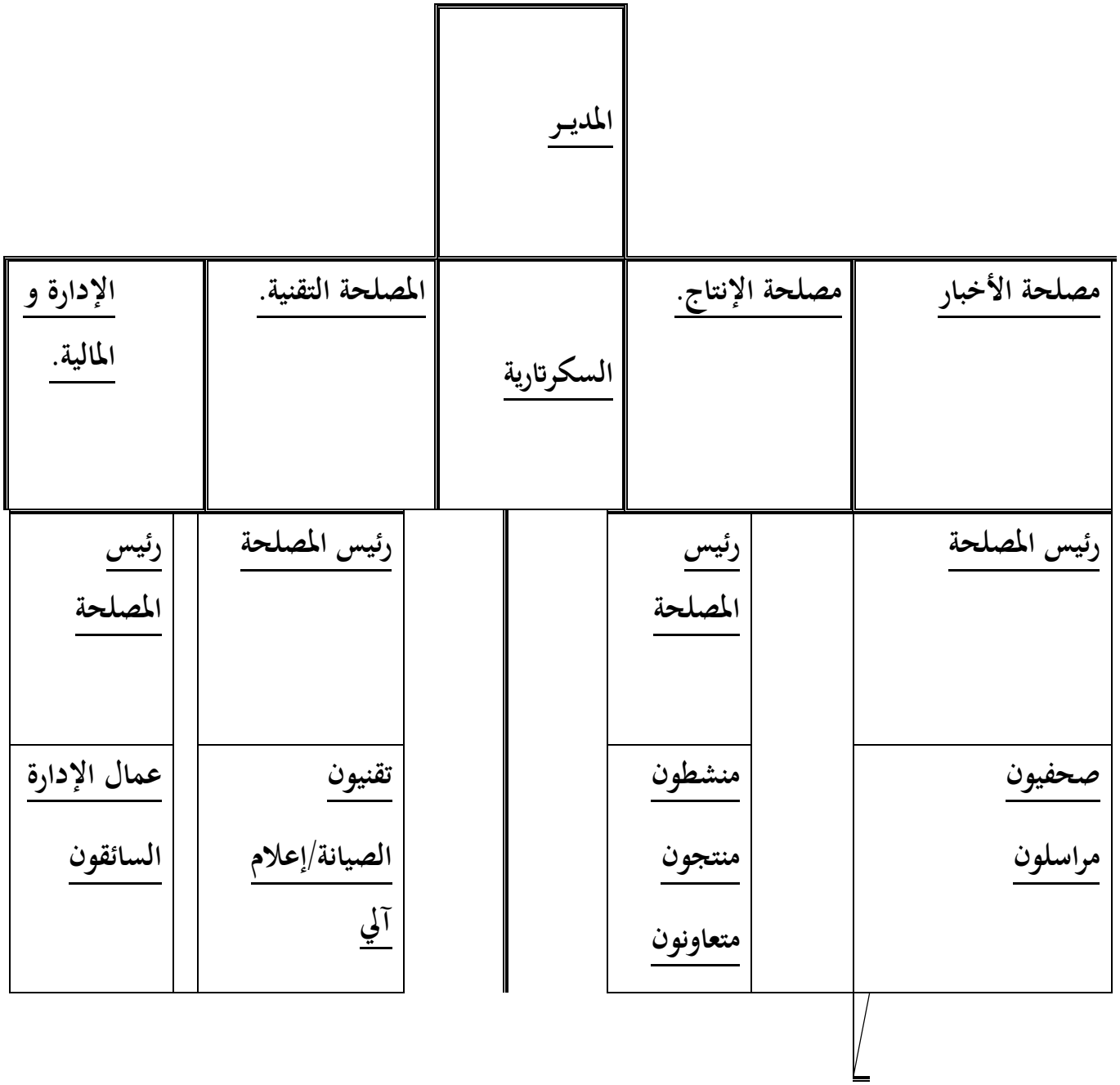
21.00 سا – 00.00 سا القناة الدولية.

00.00 سا – 02.00 سا قناة القرآن الكريم.

02.00 سا – 05.00 سا القناة الأولى.

05.00 سا – 06.40 سا قناة القرآن الكريم.

## الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم



# فهرس الجداول

**قائمة الجداول:**


| الرقم | العنوان | الصفحة |
|---|---|---|
| 1. | توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس | 95 |
| 2. | توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير السن | 95 |
| 3. | توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي | 96 |
| 4. | توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الوظيفة | 97 |
| 5. | توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي | 98 |
| 6. | توزيع أفراد العينة تبعا لقطاع العمل | 99 |
| 7. | توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت | 100 |
| 8. | توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام الانترنت | 101 |
| 9. | توزيع أفراد العينة حسب اللغة المستعملة عند استخدام الصحفي لشبكة الانترنت | 102 |
| 10. | توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة على شبكة الانترنت | 103 |
| 11. | توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات التي يحصل عليها الصحفي من الانترنت كمصدر للمعلومات الصحفية | 104 |
| 12. | توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي ينشرونها من خلال شبكة الانترنت. | 105 |
| 13. | توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المستقاة من شبكة الانترنت | 106 |
| 14. | توزيع أفراد العينة حسب الإشباع المحقق من خلال استخدام الانترنت | 107 |

| | | |
|---|---|---|
| 15. | كمصدر للمعلومات الصحفية<br>توزيع أفراد العينة الذين لم يتحقق لديهم اشباعات من جراء استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات الصحفية | 108 |
| 16. | توزيع أفراد العينة من خلال امتلاك حساب على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي | 109 |
| 17 . | الحجم الزمني المخصص للمبحوثين لاستعمال شبكات التواصل الاجتماعي | 110 |
| 18 . | توزيع أفراد العينة حسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحفية | 111 |
| 19 . | أبرز الشبكات الاجتماعية التي يستعملها الصحفي | 112 |
| 20 . | دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 113 |
| 21 . | طبيعة المعلومات التي يستقيها الصحفي من خلال الشبكات الاجتماعية | 114 |
| 22 . | ثقة الصحفيين في المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي | 115 |
| 23 . | تحقق الصحفيين من صحة ومصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي. | 116 |
| 24 . | كيفية تأكد الصحفيين من صحة ومصداقية المعلومات التي يحصلون عليها من الشبكات الاجتماعي | 117 |
| 25 . | تحقيق الرضا من خلال استخدام الصحفيين لشبكات التواصل كمصدر للمعلومات الصحفية | 118 |
| 26 . | تصويب المعلومات الخاطئة التي تم نشرها بعد الحصول عليها من خلال الشبكات الاجتماعية | 119 |

# ملخص الدراسة

## ملخص الدراسة:

يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية حيث أصبحت اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تداول المعلومات. وأصبحت كذلك مصدرا من مصادر الأخبار لكثير من روادها حتى أطلق عليها اسم وسائل الإعلام الاجتماعية والتي أصبح الصحفيون يعتمدون عليها كأحد مصادر معلوماتهم الخاصة، واوجد هناك مصطلح جديد لما عرف بالمواطن الصحفي، هذه الشبكة التي لعبت دورا في صحوة حرية التعبير التي كسرت سيطرة الدولة على وسائل الإعلام وحيث تتصدر بعض هذه المواقع الاجتماعية كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب في استعمالها كمرجع أو كمصدر للمعلومات والصور والفيديوهات بالرغم من عودتهم الدائمة إلى التأكد من صحة ومصداقية هذه المعلومات بطرق عدة.

ويرجع دافع الصحفيين الجزائريين الى استخدام هذه المواقع إلى التعرف على وجهات النظر المختلفة والبحث عن معلومات جديدة والحصول على الاخبار الفورية بالإضافة الى تدعيم وتنويع المواد الصحفية.

# فهرس المحتويات

**الفهرس**

**شكر و تقدير**

**الإهداء**

**خطة الدراسة**

**مقدمة ..... ..... 09**

**الإطار المنهجي**

**الدراسة الاستطلاعية.....13**

**الإشكالية.... ..... 14**

**تساؤلات الدراسة.....14**

**فرضيات الدراسة.....15**

**أهمية الدراسة .....16**

**أهداف الدراسة ..... .....16**

**أسباب اختيار الموضوع.....17**

**منهج الدراسة .....17**

**أدوات الدراسة .....18**

**مجتمع الدراسة..... 19**

**عينة الدراسة .....19**

**الدراسات السابقة..... 20**

**التعقيب على الدراسات السابقة .....22**

**المقاربة النظرية للدراسة .....23**

تحديد المفاهيم والمصطلحات.....24

صعوبات الدراسة..... 26

الإطار النظري

الفصل الأول: الانترنيت مفهومها، أهميتها، وعلاقتها بالصحافة

تطور الانترنت

مفهوم الانترنت..... 30

تطور الانترنت..... ..... 30

توسع استخدام الانترنت..... 32

أهمية وخدمات الانترنت

أهمية شبكة الانترنت..... ..... 38

فوائد شبكة الانترنت..... ..... .....39

خدمات شبكة الانترنت. ..... ..... 41

تطور الانترنت في الجزائر

ظهور الانترنت في الجزائر.....42

استخدامات الانترنت في الجزائر.....43

علاقة الصحافة بالانترنت

السمات والخصائص الصحفية للانترنت ..... 45

مستويات الاستفادة من شبكة الانترنت.....47

السمات الاتصالية للأنترنت وصحافة الويب.....49

مشكلات استخدام الانترنت صحفيا .....50

**الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي: المفهوم ، النشأة و التطور**

**نشأة و تطور شبكات التواصل الاجتماعي**

**مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.....55**

**نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.....56**

**شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر .....59**

**أنواع و خصائص و أشكال شبكات التواصل الاجتماعي**

**أشكال شبكات التواصل الاجتماعي.....60**

**أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.....61**

**خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....62**

**ابرز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي**

**ماي سبايس myspase.....64**

**الفيس بوك facebook.....65**

**سكا ي روك skyrok..... 66**

**تويتر twiter..... 66**

**يوتيوب YouTube..... 67**

**الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات الإعلامية**

**شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية.....67**

**معايير اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمضامين الإعلامية... 69**

**الفصل الثالث: مصادر المعلومات: مفهومها ، تطورها و مميزاتها**

**تطور مصادر المعلومات**

**مفهوم مصادر المعلومات.....74**

**تطور مصادر المعلومات.....75**

**أنواع مصادر المعلومات.....76**

**مصادر المعلومات الصحفية**

**المصادر الداخلية.....78**

**المصادر الخارجية.....79**

**علاقة الصحفي بمصادر معلوماته.....80**

**مصادر المعلومات الالكترونية.**

**مفهوم مصادر المعلومات الالكترونية..... 81**

**مميزات مصادر المعلومات الالكترونية.....82**

**مستقبل المنافسة بين مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية.....83**

**الإطار التطبيقي: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات**

**تعريف مجتمع البحث**

**تعريف الإذاعة الجزائرية من مستغانم ..... 88**

**تعريف جريدة réflexion..... 92**

**تحليل الاستمارات وتفريغ الجداول.....94**

**الاستنتاجات العامة.....121**

مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج.....123

خاتمة .....124

المراجع والمصادر .....127

الملاحق ..... 133

فهرس الجداول.....149

ملخص الدراسة.....152

فهرس المحتويات.....154