

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم: العلوم الانسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

الموضوع:

تمثيلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية

دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين

مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال

*إشراف الأستاذ:

__ بوعمامة العربي

*إعداد الطالبة:

__ بن عمار سعيدة خيرة

*لجنة المناقشة:

__ د. حمادي محمد:.....رئيسا، جامعة مستغانم.

__ د. بوعمامة العربي:.....مقرا، جامعة مستغانم.

__ د. نفوسي لمياء:.....مناقشة، جامعة مستغانم.

__ د. زواقة بدر الدين:.....مناقشا، جامعة باتنة.

__ د. بودمان امين:.....مناقشا، جامعة سطيف.

السنة الجامعية 2015/2016

كلمة شكر:

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف، الدكتور: "العربي بوعمامة" على

نصائحه وتوجيهاته التي قدمها لي طيلة مدة انجاز هذا البحث.

كما أشكر الأستاذة "تيزيانا تيرانوفا" على توجيهاتها القيّمة.

والشكر موصول إلى كل من أمدني يد المساعدة لإتمام هذا العمل من أساتذة

وأصدقاء وصحفيين.

شكراً لكم جميعاً

الإهداء:

إلى أمي وأبي

إلى إخوتي: شهرزاد، حمزة وعبد القادر

إلى أهلي

إلى أساتذتي

إلى زملائي وزميلاتي

إلى كل من علمني حرفاً

أهدي هذا العمل المتواضع راجية من المولى

عزّ وجل أن يجد القبول والنجاح

ملخص الدراسة:

تشكل هذه الدراسة: "تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الإجتماعية" دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين الذين يشتغلون في قطاع الصحافة المكتوبة. تبحث هذه الدراسة في التمثلات التي يبنها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أصبحت هذه الأخيرة أداة مساعدة في الممارسة الصحفية لما أتاحتها من فضاءات جديدة للصحفي مكنته من تسهيل مهامه على المستوى التواصلي والمعلوماتي عن طريق تسهيل التواصل بين الصحفيين إضافة إلى إمكانية الوصول إلى المعلومات ومصادر الأخبار وكذا التفاعل مع جمهور القراء والتعرف على آراءه وتعليقاته.

كما تهدف دراستنا إلى التعرف على مظاهر إدماج الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني من خلال الكشف عن استخداماتهم المهنية لهذه المواقع والتي شملت عدة مستويات (الإطلاع، المتابعة، المشاركة والنشر) ومن ثم البحث في المستجدات التي أضافتها هذه المواقع على الممارسة الصحفية على مستوى جمع الأخبار والمعلومات، تصحيحها، تحقيق السبق الصحفي وأخيرا إمكانية الوصول إلى مصادرها.

اعتمدنا في دراستنا هذه على منهج المسح الوصفي والتحليلي وعلى الاستبيان والمقابلة نصف الموجهة كأدوات لجمع البيانات من مجتمع البحث الذي قدرّت مفردات عينته 200 مفردة خاصة بالاستبيان الذي وزع يدويًا وإلكترونيًا. و20 مفردة خاصة بالمقابلة على مستوى الجزائر العاصمة باعتبارها المركز الأول لمعظم المؤسسات الصحفية والإعلامية الجزائرية حيث توجهنا إلى أغلب مؤسسات الصحافة المكتوبة الصادرة باللغة العربية والفرنسية.

من بين أهم النتائج التي توصلت إليها دراستنا هي أنه أغلب الصحفيون الجزائريون يمتلكون تمثلات قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية في كونها مصدر للأخبار وأداة مساعدة في الممارسة الصحفية، أما بخصوص استخداماتهم المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية فكانت تتراوح بين ممارسات رئيسية تمثلت في (متابعة/مشاركة: منشورات الزملاء، حسابات/صفحات صحف وطنية، مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية ...)، أما الممارسات الثانوية فتمثلت في (مشاركة/متابعة: منشورات صحفيين أجنب،...) أي أنه مجال استخدامات الصحفي الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية مازال محدودا في الفضاء التواصلي المحلي.

الكلمات المفتاحية: الويب 2.0، مواقع الشبكات الاجتماعية، الصحفي، التمثلات، الاستخدامات، الممارسات، صحافة مكتوبة.

Résumé :

Cette étude: "**Représentations sociales et usages des réseaux sociaux numériques chez les journalistes algériens** » est une étude descriptive analytique sur un échantillon de journalistes qui travaillent dans la presse écrite algérienne cherche à examiner les représentations sociales construites par les journalistes sur les réseaux sociaux numériques qui ont devenu un moyen de pratique journalistique quotidienne et qui ont créé de nouveaux espaces électroniques pour eux qui ont permis de faciliter ses fonctions sur le niveau de communication, d'information, interaction, l'accès facile à l'information et aux sources des nouvelles ainsi que l'interaction avec l'audience et de connaître ses points de vue et ses commentaires sur la matière journalistique.

Notre étude vise également à identifier les aspects de l'intégration des réseaux sociaux numériques dans le domaine professionnel des journalistes grâce à l'utilisation professionnelle de ces sites qui comprenaient plusieurs niveaux (consulter, suivre, participer et partager) et puis identifier les changements ajoutés au niveau de la collecte de nouvelles et d'information, correction des informations, la réalisation de scoop enfin la possibilité d'accès aux sources d'information.

Nous avons adopté dans cette étude une méthode quantitative qualitative descriptive et analytique basé sur le questionnaire et l'interview semi directif comme des outils de collecte de données de la communauté de la recherche qui a estimé 200 questionnaires qui a été distribué manuellement et électronique et 20 interviews au niveau d'Alger qui est le site principale de la plupart des institutions de presse et des médias.

Parmi les résultats les plus importants de notre étude est que la plupart des journalistes algériens ont de fortes représentations sur les réseaux sociaux numériques en étant une source d'information et comme un assistant dans les pratiques journalistiques. Pour leurs usages professionnelles des réseaux sociaux numériques ont été compris entre pratiques clés représenté par : (Consulter/Suivre: des publications de collègues, Comptes / pages nationales de journaux, des sujets article de presse liés ...). Les pratiques secondaires étaient:(Partager/Publier: des publications de journalistes étrangers,...) En d'autres termes, le domaine de l'utilisation des journalistes algériens pour les réseaux sociaux numériques est encore limitée dans l'espace communicationnel locale.

Mots clés: Web 2.0, Réseaux sociaux, Journaliste, Usage, Représentation, Pratiques, Presse écrite, Journalisme .

Abstract:

The present study titled by:”**Representations and uses of social network sites among journalists**” is a descriptive and analytical field study on a sample of Algerian journalists, seeks to examine the social representations constructed by journalists about social network sites which have become a daily journalistic practice means and which have created a new spaces for them that helped to facilitate their functions on the level of communication, information, interaction, access to information and new's sources, interaction with the audience and to know their views and comments.

Our study aims also to identify the aspects of the integration of social network sites in the professional field by the professional use of such sites that included several levels (Follow, participate and share), and then identify the changes added at collecting news and information, correction of information, realizing scoops and the possibility of access to information sources.

We have adopted in this study a descriptive and analytical survey method based on the questionnaire and the semi-directive interviews as data collection tools who felt 200 questionnaires that were distributed manually and electronic plus 20 interviews in Algiers which is the main site of the most media institution.

Among the most important findings of our study is that most Algerian journalists have strong representations on social network sites as a source of information and as an assistant in journalistic practices. For professional uses of social network sites were between key practices represented by: (share/follow: colleague’s publication, accounts/pages of national newspapers, news article topics ...). Secondary practices were (share/follow: publications of foreign journalists, amateur bloggers, actors from politics ...) In other words, the use of social network sites among Algerian journalists is still limited in local communication spaces.

Keywords: Web 2.0, Social networks, Journalist, Uses Usage, Practices Journalism.

خطة البحث:

مقدمة عامة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1/ اشكالية الدراسة والتساؤلات

2/ أهمية الدراسة

3/ أسباب اختيار الموضوع

4/ أهداف الدراسة

5/ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

6/ مجتمع الدراسة والعينة

7/ التحديد الإجرائي لمفاهيم الدراسة

8/ عرض الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار النظري

1/ سوسيولوجيا الويب 2.0

1-1 الويب 2.0، مساءلة مفاهيمية

1-1-1 تعريف الويب 2.0

1-1-2 الويب 2.0 كأداة اتصالية

1-1-3 الويب 2.0 كأداة تسويقية

1_2 الويب 2.0 والمسألة التقنية

1-2-1 المستوى التقني للويب 2.0

2-2-1 الفرق التقني بين الويب 1.0 والويب 2.0

3-1 أدوات الويب الاجتماعي

1-3-1 المدونات الإلكترونية (Blogs)

2-3-1 مواقع التأليف الحر (Wikis)

3-3-1 مواقع مشاركة الملفات (File Sharing Websites)

4-3-1 مواقع التدوين المصغر (Microblogging Sites)

4-1 اجتماعية الويب الاجتماعي

1-4-1 المعرفة كحقيقة اجتماعية

2-4-1 الويب من المعرفة إلى الاتصال

2-4-1 الويب من الاتصال إلى المشاركة

5-1 جنياولوجيا الشبكات الاجتماعية

1-5-1 مفهوم الشبكات الاجتماعية

_في المفهوم التقليدي

_في المفهوم الحديث

2-5-1 تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية

_ المرحلة الأولى: من 1995 إلى 2000

_ المرحلة الثاني: من 2000 إلى 2006

3-5-1 أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية

4-5-1 خصائص الشبكات الاجتماعية

6-1 مواقع الشبكات الاجتماعية والرأسمال الاجتماعي

1-6-1 تعريف الرأسمال الاجتماعي

2-6-1 أشكال الرأسمال الاجتماعي

2/الممارسة الصحفية في ظل مواقع الشبكات الإجتماعية

1-2 الصحفي وتكنولوجيات المعلومات والاتصال

2-1-2_التعريف الاصطلاحي والقانوني للصحفي

2-1-2 تعريف تكنولوجيات المعلومات والاتصال

2-2 التحول التقني والموضوعاتي في الممارسة الصحفية

2-2-1 على المستوى التقني

2-2-2 على المستوى الموضوعاتي

3-2 أشكال الممارسات الصحفية الجديدة

2-3-1 صحافة تقليدية بممارسات جديدة.

2-3-2 صحافة المواطن.

2-3-3 الصحافة التشاركية أو التساهمية.

_موقع (OhMyNews) نموذجاً

_موقع (AgoraVox) نموذجاً.

3/ التمثلات وسوسيولوجيا الاستخدامات

3_1 التمثلات الإجتماعية -المفاهيم والمقاربات-

3_1_1 مفهوم التمثلات الإجتماعية:

_ التمثلات الاجتماعية في المعنى السوسولوجي

_ التمثلات الاجتماعية في المعنى السيكولوجي

_ التمثلات الاجتماعية في المعنى الفلسفي

3_1_2 تاريخ تطور مفهوم التمثلات الاجتماعية:

_ من المنظور السوسولوجي

_ من المنظور الأنثربولوجي

_ من منظور علم النفس الإجتماعي

3_1_3 خصائص التمثلات الإجتماعية:

_ على مستوى البناء

_ على مستوى المضمون

3_1_4 وظائف التمثلات الاجتماعية:

_ وظيفة المعرفة Fonction de savoir

_ وظيفة الهوية Fonction identitaire

_ وظيفة التوجيه Fonction d'orientation

_ وظيفة التبرير Fonction de justification

3_1_5 سيرورة التمثلات الاجتماعية:

_ التوضيح L'objectivation

_ الترسخ L'ancrage

3_1_6 المقاربة البنائية للتمثلات الإجتماعية:

_ نظرية النواة المركزية La théorie du noyau centrale

*النظام المركزي Le système centrale

*النظام المحيطي Le système périphérique

2_3 سوسيولوجيا الاستخدامات

1_2_3 مفهوم الاستخدام الاجتماعي

2_2_3 الاستخدام والمفاهيم المجاورة

3_2_3 ثلاث تمثيلات عن استخدام التقنيات

4_2_3 نشأة سوسيولوجيا الاستخدام:

_ مساهمة "ميشال دو سرتو" Michel de Certeau

_ في منطق الاستخدام "جاك بريولت" Jacques Perriault

_ مراجعة نقدية لسوسيولوجيا الاستخدام "جوزيان جوي" Josiane Jouet

5_2_3 البناء الاجتماعي للاستخدامات

_ البراديغم الانتشاري Le paradigme diffusionniste

_ البناء الاجتماعي للمبتكرات La construction sociale des innovations

_ تملك الأدوات التقنية L'appropriation des objets techniques

_ الحتمية التقنية Le déterminisme technique

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

_ عرض البيانات والتعليق عليها

_ التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة

_نتائج الدراسة

_خاتمة

_قائمة المصادر والمراجع

_الفهرس

_الملاحق

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

أدى ظهور الويب 2.0 الى نشوء جيل جديد للشبكة العالمية، فلم تعد الانترنت مصدر للمعلومات فحسب بل أصبحت مصنعاً لها وهذا ما يطلق عليه بالجيل الثاني للانترنت والذي جاء بالعديد من التطبيقات والخدمات الالكترونية كالمدونات Blogs، مواقع الشبكات الاجتماعية Social network sites، مواقع التأليف الحر Wikis، مواقع التدوين المصغر Microblogging، خدمة خلاصات RSS، حيث أضفت هذه التطبيقات ميزة جديدة لمستخدمي الانترنت أين انتقلوا من القراءة على الويب إلى مشاركة الأحداث والأخبار والتعليق عليها والتفاعل معها وكذا المساهمة في صنع وبناء المحتوى الرقمي.

من أهم هذه التطبيقات الالكترونية رواجاً واستخداماً نجد مواقع الشبكات الاجتماعية التي تُعرف بوجودها قبل موجة الجيل الثاني للإنترنت لكنها كانت محدودة تقنياً، ومع التطور التقني للويب زاد نطاق استخدامها وانتشارها في جميع أنحاء العالم نتيجة لإتاحتها مجموعة من الخصائص الاتصالية لم تكن متوفرة من قبل كالتواصل، التفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات والآراء عن طريق وسائط متنوعة قد تكون صوراً، ملفات أو فيديوهات مع بقية المستخدمين ووفرت كذلك هذه التطبيقات امكانية إنشاء صفحات ومجموعات افتراضية ذات اهتمامات معينة وفي نفس الموقع جعلت عدد المستخدمين يتزايد يوماً بعد يوم رغم تنوع واختلاف أجناسهم وأعمارهم ومهنتهم وهواياتهم وأصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية فضاء مفتوح على الجميع وليس حكراً على الشباب فقط كما كان الاعتقاد سائداً.

مع زيادة عدد المستخدمين قابلها آلياً ثراء في المحتوى الرقمي الذي أدى إلى ثورة في التدفق المعلوماتي والأخبار قابلها أيضاً تفاعل مباشر من المستخدمين مع اختلاف فئاتهم في هذه البيئة التواصلية الجديدة، وبالنظر إلى السعي دائماً وراء الخبر

والمعلومة يهمننا كثيرا هنا التحدث عن فئة الصحفيين باعتبار أنهم يسعون دائما الى الوصول الى المعلومة والخبر أينما وجدت، ومثال ذلك مواقع الشبكات الاجتماعية التي أتاحت لهم هذا الأمر بتوفير محتوى ثري من الأخبار والأحداث والقضايا الآنية سواء كانت محلية أو دولية. وهذا ما جعل الصحفي لا يتوانى في الانضمام إلى هذه الفضاءات الرقمية التي أصبحت تحمل له العديد من الخدمات الإضافية قد لا يستفيد منها باقي المستخدمين. فمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام تعتبر بالنسبة للصحفي مصدرا للأخبار والمعلومات والأفكار الجديدة التي تساعده في إثراء وتنويع مواد الصحفية من ربورتاجات وتحقيقات بل وحتى الصور الصحفية، وقد تساعده أيضا في قراءة الرأي العام والتقرب منه وبالتالي تقديم مواد اعلامية أكثر قربا إلى اهتمامات جمهور المتلقين لموضوعاته في الصحافة المكتوبة، كما تمكنه أيضا من الوصول السريع الى الأخبار ومصادرها. ومن جهة أخرى لا يفوتنا أنه بعض الأخبار المقدمة في مواقع الشبكات الاجتماعية قد تكون خاطئة أو خالية من المصداقية والموضوعية وهنا يرجع الأمر إلى احترافية الصحفي ومدى كفاءته وقدرته على التأكد من صحتها ومصداقيتها عند معالجتها وانتقاءها.

اعتمدنا في دراسة هذا الإشكال على مقارنتي الاستخدامات والتمثلات حيث انصب اهتمامنا على رصد طبيعة التمثلات التي يشكلها الصحفيون الجزائريون عن مواقع الشبكات الاجتماعية وكذا طبيعة استخدامات الصحفي الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية والعلاقة التي تربط هذه التمثلات بالاستخدامات انطلاقاً من فكرة أن الاستخدام هو ابتكار اجتماعي يتأثر بالتمثلات التي يحملها شخص ما عن موضوع، شيء أو تقنية ما.

قسمنا بحثنا هذا إلى ثلاث فصول، عنيّ الفصل الأول بالإطار المنهجي أين ركزنا على عرض اشكالية دراستنا مرفقة بمجموعة من الإحصائيات والتساؤلات التي تدعم

موضوع بحثنا بالإضافة إلى المقاربات المنهجية المعتمدة كالمسح الوصفي والمسح التحليلي بالاعتماد على أدوات الاستبيان والمقابلة النصف موجهة كأدوات لجمع البيانات من عينة البحث والتي كانت متمثلة في مجموع الصحفيين الذي يشتغلون في قطاع الصحافة المكتوبة ويستخدمون على الأقل موقعاً واحداً من مواقع الشبكات الاجتماعية. ثم قمنا بعرض مجموعة من الدراسات السابقة التي لها علاقة بمقاربة بحثنا وبموضوعه والتي ساعدتنا كثيراً في البناء المفاهيمي والمنهجي الذي تخص بحثنا.

أما الفصل الثاني فكان عن الإطار النظري والذي بدوره قسمناه إلى ثلاث أجزاء، خصصنا الجزء الأول لموضوع "سوسيولوجيا الويب 2.0" باعتبار أن الويب 2.0 هو نقطة البداية لمجموعة التطبيقات الالكترونية وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية والتي أعطاها دافع تقني قوي. حيث قمنا بتقديم تساءلات مفاهيمية حول الويب 2.0 وما تشوبه من اشكاليات تتعلق بجانبين مهمين هما التقني والأكاديمي. كما قمنا بإسقاط مجموعة من المفاهيم السوسيولوجية للاقتراب من فهم الويب الاجتماعي ولماذا سمي الويب 2.0 بالاجتماعي؟. أما عن مواقع الشبكات الاجتماعية والتي تمثل بالأساس موضوع دراستنا فتعرضنا إلى مفهومها وتاريخها وكذا علاقتها بالرأس المال الاجتماعي الافتراضي والذي يشكل عنصر مهم بالنسبة للصحفي في استخدامه لمواقع الشبكات الاجتماعية والاستثمار في علاقاته الشخصية والمهنية من خلالها.

جاء الجزء الثاني من الفصل الثاني أي الفصل النظري ليتحدث عن موضوع الممارسة الصحفية في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية وفيه ألقينا الضوء على سيرورة الحتمية التقنية في الممارسة الصحفية من خلال التركيز على التحولات والتغيرات التي أحدثتها تكنولوجيات المعلومات والاتصال عليها على المستوى الشكلي والذي يخص كل من (الطباعة، التوزيع، الاخراج والتحرير) وكذلك على مستوى المضمون والذي خصّ

(ظهور ممارسات جديدة وأشكال صحفية جديدة) بتقديم مجموعة من الممارسات الجديدة والمرتبطة بنماذج من مواقع الشبكات الاجتماعية وكذا بعرض نموذجين من نماذج الصحافة التساهمية.

أما الجزء الثالث من الفصل النظري فكان يتعلق بمقاربتى التمثلات والاستخدامات بدءًا بالدراسات السوسيو-سيكولوجية الخاصة بمقاربة التمثلات الاجتماعية منذ ظهورها إلى وظائفها وطرق اشتغالها ثم عرض مقاربة الاستخدام الاجتماعي راصدين من خلال ذلك تاريخ دراسات الاستخدام الاجتماعي في البحوث السوسيوولوجية الفرنسية الحديثة الخاصة بسوسيوولوجيا الاتصال، التقنية والاستخدام إضافة إلى الأربع مقاربات التي يقوم عليها الاستخدام الاجتماعي.

الجانب التطبيقي فكان يخص عرض البيانات والتعليق عليها وتفسيرها والتي كانت تتعلق بمحور التمثلات التي يشكلها الصحفي الجزائري عن مواقع الشبكات الاجتماعية وأنماط وعادات واستخداماته لها وكذا مظاهر ادماج هذه المواقع في الممارسة الصحفية التقليدية من خلال مجموعة من الممارسات المتجسدة في الإطلاع، المتابعة، النشر ومشاركة المحتوى الرقمي على مواقع الشبكات الاجتماعية، كما قمنا بتجريب مجموعة من الاختبارات الإحصائية الخاصة بالفروق والتباين بين متغيرات الدراسة كالاختبارات التائية واختبارات التباين الأحادي، فكانت لبعض المتغيرات دلالة إحصائية في الفروق القائمة بين فئات عينة الدراسة في تمثلاتهم واستخداماتهم المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية كالفروق في النوع بين الذكور والإناث وفروق أخرى قائمة حول الخبرة المهنة، طبيعة المؤسسة الصحفية، طبيعة المنصب الصحفي ولغة المؤسسة الصحفية. درسنا كذلك معامل الارتباط بين متغيري التمثلات والاستخدامات لمعرفة مدى ارتباط المتغيريين ببعضهما البعض والذي كان طردي تام لنتتهي في الأخير إلى عرض نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

_ الفصل الأول:الإطار المنهجي

1/اشكالية الدراسة والتساؤلات

2/أهمية الدراسة

3/أسباب اختيار الموضوع

4/أهداف الدراسة

5/منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

6/مجتمع الدراسة والعينة

7/التحديد الإجرائي لمفاهيم الدراسة

8/عروض الدراسات السابقة

1/اشكالية الدراسة:

يعتبر ظهور الإنترنت في بداية التسعينات حدثا بارزا نظرا لما أحدثته من تأثيرات في مجالات متعددة اجتماعية، اقتصادية، سياسية وثقافية مرفقة بتغييرات مسّت الخريطة الاتصالية والإعلامية خاصة بعد ظهور تطبيقات الويب 2.0 والتي خلقت بدورها فضاءات سيبرية جديدة لمستخدمي الإنترنت حيث أتاح لهم المساهمة في صنع المحتوى الرقمي، تعديله ومشاركته مع باقي المستخدمين وبالتالي الانتقال من الاستهلاك إلى المشاركة ومن القراءة إلى القراءة والكتابة على الويب.

مصطلح ويب 2.0 جاء به Tim O'Reilly تيم أوريلي سنة 2005 لكن أصل الفكرة كان قد ناقشها Dale Dougherty من شركة (O'Reilly Media) و Cline Craig من شركة (Media Live) سنة 2004 في محادثات كانت جارية عن ملامح مستقبل الويب، بينما استخدم أوريلي المصطلح ليصفّ الموجة الثانية من جيل الإنترنت ليعرفه على أنه: "مجموعة من المواقع والتطبيقات التي تسمح للأفراد/المستخدمين المساهمة في صنع المحتوى الرقمي كما يعبر المصطلح عن مجموعة الاتجاهات الاجتماعية، الاقتصادية والتكنولوجية التي تشكل قواعد الجيل الثاني للإنترنت كوسيط أكثر تنوعا وتطورا يميّز بالمشاركة، الانفتاح، وتحديث التشبيك".¹ يمثل الويب 2.0 إنترنت عصرية تتضمن مختلف تجمعات الاعلام الاجتماعي والويب الاجتماعي.

بعد ظهور مصطلح الويب 2.0 قامت العديد من الاشكاليات والمحادثات الأكاديمية، الاقتصادية والتجارية حوله حيث اعتبر البعض هذا المصطلح مجرد تسمية لتطور الاتصال عبر الإنترنت واصفا المستوى الثاني الذي توصل إليه التشبيك والتفاعل عبر

¹John Musser, Tim O'Reilly & others, Web 2.0 (principles and best practices), USA, O'Reilly Media, 2007, p4.

الانترنت¹ وظلت حقيقة المصطلح ومعناه الدقيق غامضة دون توضيح ولا تفريق بين التطبيقات والخدمات التي تنتمي أو لا تنتمي إلى الويب 2.0. وبالرجوع قليلا إلى ما قبل الضجة التي أحدثها المصطلح (2003) كان مفهوم الويب 2.0 يتعلق بثورة اقتصادية في الصناعة المعلوماتية أحدثتها تحولات الإنترنت إلى منصة Platform لفهم قواعد النجاح في هذا الفضاء الجديد.² ولكن بعد ذلك بدأ المصطلح يكتسب معاني أوسع من خلال وجهات نظر متعددة تتعلق واحدة منهم بالجانب التقني حيث اقترن المفهوم بوصف التدفق العالي للاتصال من خلال تكنولوجيات Ajax التي تعود إلى صاحبها James Garret وتعني مقارنة العمل على الويب باستعمال مجموعة من التقنيات تعمل مجتمعة لتسهيل الاتصال الآني بسرعة أكبر وتفاعل أفضل بمساعدة HTML، XML، CSS و JAVA Script حيث كانت تقنيات AJAX الأكثر قابلية للتطبيق وقبل إدماجها كان العائق الأكبر لمستخدمي الإنترنت هو انتظار التحميل وإعادة تحميل الصفحات والتحديث بعد أن يختار المستخدم النقر على وصلة ما أو على نص متشعب.³ أما الجانب الثاني يتمثل في الجانب الاقتصادي باعتبار أن ظهور المصطلح ارتبط بالمجال الاقتصادي المتعلق بالجانب الربحي الذي يمكن أن تحققه الإنترنت في مجال الاقتصاد والتجارة من خلال الأشهر الألكتروني⁴ وانطلاقا من هذه الفكرة اتجه الكثيرون إلى اعتبار الويب 2.0 مجرد اسم تسويقي تجاري لا أكثر لتطور الاتصال عبر الإنترنت أين تم الانتقال من القراءة إلى الكتابة والمشاركة ومن انتقال وحدات المحتوى من الصفحة إلى المواقع. اختلفت وجهات النظر عن

¹ Ari Matti Auvien, **Social media The new power of political influence**, version1.0, Centre for European Studies , p4, <http://issuu.com/centreforeuropeanstudies/docs/kansio-digital-democracy-final-en/1>, seen in: 22/12/2013, 16:41H.

² Nicolas Kayser-Bril, **Quelle place pour la presse en ligne à l'heure du web 2.0 ?**, Mémoire de fin d'étude, institut d'études politiques de Lille, section économie et finance, Lille, 2007, p6.

³ Paul Anderson, **What is Web 2.0?. Ideas, Technologies and Implications for education**, JISC Technology and Standards Watch, Feb. 2007. Bristol: JISC. Retrieved , June 19, 2007.

⁴ Nicolas Kayser-Bril, Op. cit, p7.

حقيقة العلاقة بين الويب 2.0 والويب 1.0 بين من يرى أنه هناك قطيعة تكنولوجية بين ما هو ويب 1.0 ويب 2.0 وبين من يرى أن الويب 2.0 ما هو إلا امتداد للأول وما جاءت به تطبيقات الويب 2.0 للمستخدم كانت قد صممت وأدرجت مسبقاً ضمن أهداف مشروع الويب 1.0 حيث أن هذا الأخير لم يكن يُعنى بالقراءة والتلقي فقط وإنما كان متعلقاً بالإنشاء والمساهمة والتفاعل حيث كان **Sir Tim Berners Lee** مؤسس الويب 1.0 من بين أشد المدافعين عن هذه الفكرة ومؤكداً على موقفه اتجاه هذه المسألة كان قد صرّح في لقاء صحفي له نشر على موقع IBM'S عن الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0 قائلاً:

".....الويب 1.0 كان يتعلق بالاتصال بين الناس، كان فضاء تفاعلي، وأعتقد أن الويب 2.0 هو مجرد اصطلاح هجين، لا أحد يعرف معناه، فإذا كان مفهوم الويب 2.0 بالنسبة اليكم هو المدونات ومواقع الويكي أي من الناس وإلى الناس فهذا تماماً ما كان مقترحاً في الويب طوال الوقت، في واقع الأمر الويب 2.0 يعني استخدام المعايير التي يتم إنتاجها من قبل هؤلاء الناس الذي يعملون في الويب 1.0".¹ بالنسبة إليه الويب 2.0 هو امتداد للويب 1.0 وهذا ما أشار إليه في كتابه (حياة الويب) سنة 1999 (Weaving the web).

من خلال هذه التعاريف المقدمة حول الويب 2.0 يمكننا القول أن الويب 2.0 كان تسمية لوصف موجة جديدة من الخدمات والتطبيقات الإنترنتية متمثلة في أدوات تقنية ومواقع تسمح للمستخدمين بصنع المحتوى الرقمي أو تعديله، كما يمكن إدراك ملامح الويب 2.0 من خلال أدوات الاتصال عبر الكمبيوتر (Communication Mediated Computer) والتي تتضمن المدونات، مواقع الويكي، مواقع مشاركة الصور والفيديوهات، مواقع التواصل والتشبيك الاجتماعي (Facebook)، خلاصات RSS

¹ Paul Anderson, Op. cit, p5.

(Really Simple Syndication)، مواقع التدوين المصغر (Twitter) والعالم الافتراضية (Second life) كما يمكن اعتبار خدمات البودكاست Podcasts خدمات الويب فردا من عائلة الويب 2.0.¹

من بين أكثر تطبيقات الويب شيوعا وانتشارا هي "مواقع الشبكات الاجتماعية" التي أتاحت بخدماتها وميزاتها مجموعة واسعة من عمليات صنع وانتشار المحتوى الرقمي مثل القصص الاخبارية، المعلومات والأخبار حول الأحداث المحلية الوطنية والدولية، حيث وُصف الويب هنا بـ"ويب العلاقات" بإعتباره أصبح الرابط بين الناس، وجّل هذه الروابط تكتسي ميزة اجتماعية محظية مما جعل البعض يطلق عليه تسمية الويب الاجتماعي وبالعودة إلى مواقع الشبكات الاجتماعية تقدم كل من Danah Boyd و Nicole Ellison تعريفا شاملا ودقيقاً لمواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: "خدمات على الويب تسمح للأفراد بإنشاء حساب عام أو نصف عام يحده نظام معين يتضمن قائمة مستخدمين آخرين يتشاركون فيما بينهم المحتوى والآراء ضمن هذا النظام، طبيعة وتسمية العلاقات التي تربطهم قد تختلف من موقع إلى آخر".² يحمل هذا التعريف بعدا اجتماعيا أما من البعد التقني_اجتماعي فيمكن تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: "بناء اجتماعي يتكون من أشخاص (منظومات) تسمى Nodes (نقاط التقاء) التي ترتبط فيما بينها من خلال نوع واحد أو أكثر من الترابطات قد تكون علاقات صداقة، علاقات جنسية، معتقدات، معرفة أو علاقات احترام. فيما تُمثل الشبكات الاجتماعية الإلكترونية OSN (Online social network) شكليا بخطوط بيانية (Graph) أين تُمثل نقاط الالتقاء (Nodes) المستخدمين وتمثل (Edges)

¹ Jessica Gardner, **Blogs, Wikis and Official statistics: New perspectives on the use of web 2.0 by statistical offices**, Statistical Journal of the IAOS 25, IOS Press 2008, p81.

² Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, **Social network sites, Definition History and scholarship**, Journal of computer –mediated-communication, 13(2008), 2008, International communication association ,p211.

العلاقات والتي يمكن أن تكون موجهة أو تعود إلى كيف تُسير مواقع التواصل الاجتماعي العلاقات داخلها"،¹ كما تركز مواقع الشبكات الاجتماعية بالأساس على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين أفراد يتشاركون في نفس الاهتمامات والنشاطات كما تعتبر هذه المواقع بمثابة خدمات تتيح للأفراد الاتصال، المشاركة، تبادل الأفكار، الآراء والمعلومات في فضاء سيبري، وقد تكون المواضيع المناقشة فيه عن السياسية، الثقافة، الاقتصاد، العرق، اللغة... الخ، بينما تتمثل الأدوات الوسيطة المستخدمة فيها صوراً، فيديوهات، نصوص أو متعددة الوسائط ويعود هذا بالدرجة الأولى إلى ميزة كل موقع عن الآخر.

وصل عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية إلى 72 % من مجموع مستخدمي الإنترنت ينشطون في مواقع الشبكات الاجتماعية ويشكل موقع فيسبوك الموقع الأكبر والأكثر استخداماً لكن هناك بعض التوقعات تقول أنه بحلول سنة 2016 سيكون موقع Google+ هو الأول في النشر والتشبيك وبالرجوع إلى مجموعة الإحصائيات المرتبطة بمواقع الشبكات الاجتماعية يحصى اليوم ما يقارب 1.15 بليون مستخدم في الفيسبوك ومليون صفحة ويب تتيح للمستخدم الوصول إليها من خلال الفيسبوك. و23% من مستخدمي الفيسبوك يستخدمونه خمس مرات يومياً و47% من الأمريكيين يرون أن الفيسبوك يمثل لهم الشبكة الاجتماعية رقم واحد و70% من المسوقين يستخدمون ذات الشبكة لربح زبائن جدد.² أمّا عربياً فيشير التقرير العربي للإعلام الاجتماعي ASMR (Arab Social Media Report) الصادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية سنة 2014 أنه هناك أكثر من 135 مليون فرد يستخدم الإنترنت في 22 دولة عربية

¹ Adrien Guille, Hakim Hacid & others, **Information diffusion in online social networks**, Sigmod Record 42, 2 (2013), Version1, p18.

² Jeff Bullas, 22 **Social Media Facts and Statistics You Should Know in 2014**, <http://www.jeffbullas.com/2014/01/17/20-social-media-facts-and-statistics-you-should-know-in-2014/>.

وأكثر من 71 مليون مستخدم نشط في مواقع التواصل الاجتماعي،¹ والمواقع الأكثر شعبية هو موقع فيسبوك بنسبة (91 %) يليه موقع Google+ بنسبة (69.63%)، يوتيوب (59.56%) ثم تويتر (57.35%) وأجاب أغلب المستجوبين أنه ليس لديهم حسابات في الشبكات الاجتماعية الأخرى.² نتيجة زيادة عدد المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية أنتج هذا آليا زيادة في إنتاج المحتوى الرقمي والذي أصبح يتعلق بالعديد من القضايا السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية... الخ فالمستخدم اليوم يمارس وظيفتين في فضاء الإنترنت تتعلق الأولى بصنع وإنشاء المحتوى الرقمي وتتعلق الثانية بتلقي محتوى مستخدمين آخرين حيث أدى هذا التحول في اتجاه الاتصال من أحادي إلى ثنائي إلى تدفق عالي للمعلومات في فضاء الإنترنت. حيث تتنوع طبيعة استخدامات الأفراد لمواقع الشبكات الاجتماعية وتتجسد في مجموعة واسعة من النشاطات التي يمكن تصنيفها كمشاركات تتضمن الاتصال، الحصول على الأخبار، التفاعل، صنع محتوى صفحات الويب، والاطلاع على المواقع الإلكترونية المتعلقة بالشأن المدني والحكومي.³

يمكننا رصد تطور استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من التعبير عن الذات (Self_expression) وتبادل الصور والفيديوهات والأخبار الشخصية مع الأصدقاء إلى مشاركة الأخبار التي تهم القضايا المحلية الوطنية والدولية وعلى سبيل المثال نذكر ما حدث في ثورة مصر (جانفي 2011) ضد الرئيس السابق حسني مبارك بعد غلق كل منافذ التعبير في الاعلام التقليدي اتجه الناس إلى استخدام مواقع الشبكات

¹ ASMR, The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region, p1, <http://www.mbrsg.ae/getattachment/ff70c2c5-0fce-405d-b23f-93c198d4ca44/The-Arab-World-Online-2014-Trends-in-Internet-and.aspx>, Seen in: 24/11/2014, 19:23H.

² Ibid, p10

³ Sonia Livingstone, Magdalena Bober & others, Active participation or just more information?, Information, communication and society(Young people's take-up of opportunities to act and interact on the Internet), Information, Communication & Society, Vol8, No. 3, September 2005, p287.

الاجتماعية (خاصة موقع تويتر نتيجة ما يميّز به من خصائص تقنية) لنشر أخبارهم عن ما يجري في مصر ونشر ردود أفعالهم لحظة بلحظة مستخدمين تويتر كآلية لمشاركة الأخبار وسرد القصص الاخبارية والأخبار العاجلة. فموقع تويتر يمثل موقع للتدوين المصغر يسمح للأفراد بإرسال رسائل قصيرة أو تغريدات (Tweets) لا تتجاوز 140 حرفاً أو أقل حول أي موضوع إلى جمهور معين من المتابعين (Followers)، حسب ما يحدده الفرد المستخدم في الاعدادات بخصوص حسابه بين أن يكون خاص أو عام وحول مدى امكانية بث المحتوى لشبكة أخرى من المتابعين كما يمكن لمستخدمي تويتر بربط تغريداتهم بمواضيع هامة أو محتوى مصنف عن طريق ادماج الكلمات الوصفة (Tags) أو ما يعرف ب(#Hashtag) هذه الأدوات التقنية تستخدم لتكرار نفس الكلمات ضمن التغريدات التي ينتجها المستخدمون لتصبح من المواضيع الرائدة الانتشار.¹

كل هذه الاضافات والميزات جعلت مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا لنشر الأخبار حيث أثبت التقرير العربي للإعلام الاجتماعي (ASMR) حول اتجاهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية (Trends in internet and mobile usage in the arab region) إلى أنه الإنترنت هي المصدر الأول للأخبار بالنسبة لـ 35% من المبحوثين و 28% منهم يحصلون على الأخبار من أدوات الاعلام الاجتماعي بينما يتحصل ما نسبته 30% على الأخبار من مصادر الاعلام التقليدي.²

إن تدفق المعلومات والأخبار في مواقع الشبكات الاجتماعية أعطى الفرصة ليس فقط للأفراد المستخدمون العاديون وإنما أيضا للصحفيين كمستخدمين لتسهيل أدائهم

¹ Zizi Papacharissi & Maria de Fatima Oliviera, The rhythms of news storytelling on twitter: (Coverage of the January 25th Egyptian uprising on Twitter), Journal of communication, paper presented at the world association for public opinion research conference, Amsterdam, September 2011. p3.

² ASMR, Op. cit, p9

وممارساتهم حيث أتاحت لهم مواقع الشبكات الاجتماعية إمكانية التواصل والتفاعل مع جمهورهم وتبادل الأفكار والآراء مع زملائهم لمعالجة الأخبار والبحث عن القصص الاخبارية التي ينشرها مستخدمي الشبكات الاجتماعية كما تمكنهم من انشاء صفحات خاصة بهم أو حسابات مهنية لنشر الأخبار والاتصال بمصادر الأخبار وتمثيل مؤسستهم الاعلامية في فضاء الويب، كما تتيح الشبكات الاجتماعية العديد من الميزات والخدمات التقنية للصحفيين تسهل عليهم مهمة جمع الأخبار من صفحات الويب الاجتماعي مثل تقنية صفحات **Widgets** التي تسمح للأفراد بتسجيل التغذية الرجعية للأخبار من وقت لآخر في حساباتهم وصفحاتهم وكذا مدوناتهم أو أية مواقع أخرى تخصّهم، كما يمكن للمواقع الاخبارية الاستفادة من تقنية **Storyfy** والتي تختص بالسحب الجماعي للأخبار المهمة من مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية (فيسبوك، تويتر... الخ) وبقية مواقع الاعلام الاجتماعي حول موضوع معين أو حول أخبار عاجلة، كما يمكنهم إنشاء قوائم إنترنت **Internet lists** على موقع "فيسبوك" لإنشاء تغذية خاصة لمنشورات الأفراد حول موضوع خاص.

لقد غيرت مواقع الشبكات الاجتماعية الفضاء الممارساتي للصحفي والآليات التي عوّضت البيئة التقليدية للمهنة الصحفية ببيئة جديدة أصبح فيها الصحفي غير مجبر على البحث عن المعلومة ميدانيا بل أصبح يكتفي بانتقائها ومعالجتها من عالم الويب الاجتماعي بعد التحقق من مصداقيتها وموثوقية مصادرها. ليس هذا فقط بل أتاحت الويب الاجتماعي للصحفي حتى الاتصال بالمصدر وفي أحيان أخرى استكمال التغطية الاخبارية لبعض القضايا المتابعة في فضاء الشبكات الاجتماعية ففي دراسة قام بها **Paul Grabowicz** نشرت على موقع المعهد العالي للصحافة في باركلي عن موضوع "الانتقال إلى الصحافة الرقمية" تحدث فيها عن الخدمات التي وفّرتها مواقع الشبكات الاجتماعية للصحفيين حيث يرى أنه مواقع الشبكات الاجتماعية أتاحت

للصحفيين فرصة التواصل مع الجمهور، نشر القصص الاخبارية وفي أحيان أخرى استكمال التغطية الاخبارية لبعض الأحداث كما مكّنت هذه المواقع حسب رأيه المؤسسات الصحفية من إنشاء صفحاتهم الخاصة بهم بإتباع تقنيات التبليغ الفوري للمتابعين بأهم الأخبار العاجلة كما تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية بمثابة مصدر للأخبار بالنسبة للكثير من المستخدمين حيث صرّح ما يقارب 47% من المراهقين الأمريكيين يحصلون على الأخبار من موقع "Facebook" حسب الدراسة التي أجراها مركز البحوث المسحية (Pew Research Center Survey) بين (أوت_سبتمبر) 2013.¹

أما عن تواجد الصحفيين على مستوى الفضاء التشبيكي فقد رصدت دراسة فرنسية عن استخدام الصحفيين الفرنسيين للشبكات الاجتماعية أن أكثر من 70% من الصحفيين الفرنسيين حاضرين على موقع التدوين المصغر تويتر و35% منهم يستخدمون تويتر من أجل الممارسة المهنية بينما قدرت نسبة الذين يزاوجون في الاستخدام بين المهني والشخصي إلى 50.1% على موقع فيسبوك و49.4% على موقع تويتر. وعن سؤال المواضيع المفضلة للنشر والمتابعة جاءت المواضيع الثقافية في المرتبة الأولى وجاءت ما نسبته 45% من الصحفيين الذين ينشرون أخبارا وطنية وما نسبته 57.5% يتابعون نفس الأخبار وما نسبته 42.5% ينشرون أخبارا محلية ووجهوية و40% يتابعون الأخبار ذاتها وما نسبته 33.5% ينشرون أخبار دولية و 45% يتابعون الأخبار ذاتها.²

¹ Paul Grabowicz, **Transition to digital media**, <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/digital-transform/>, Seen in: 29/12/2014, 12:38H.

² Obweb, **Enquête sur les usages des réseaux sociaux par les journalistes français**, <http://obsweb.net/lab/2012/05/14/enquete-sur-les-usages-des-reseaux-sociaux-par-les-journalistes-francais/>, Vu le : 04/12/2012, 22 :49H.

إن جملة هذه الإحصائيات إن دلت على شيء إنما تدلّ على أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في المهنة الصحفية، فصحفي اليوم لا يمكنه أن يمارس مهنته بعيدا عن ادماجه لمواقع الشبكات الاجتماعية ونتيجة الصدى الذي أحدثته مواقع الشبكات الاجتماعية في المجتمعات المتقدمة وتأخرنا في الوصول إلى التكنولوجيات مقارنة بهم، جعل الصحفيين يشكلون تمثلات عنها تختلف طبيعتها من مجتمع إلى آخر ومن صحفي إلى آخر حسب مجموعة من العوامل والمتغيرات والخطابات (خطاب إعلامي، أسري أو مجتمعي) التي تساهم في بناء هذه التمثلات. ومن هذا المنطلق ارتأينا أن نركز إشكالية دراستنا هذه على السؤال المحوري التالي:

__ ما هي تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

1-1 تساؤلات ثانوية:

- 1_ ما طبيعة تمثلات الصحفيين الجزائريين عن مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- 2_ ما هي عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- 3_ ما هي طبيعة استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- 6_ ما مظاهر توظيف الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني؟
- 7_ ما مظاهر إدماج الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية في ممارستهم المهنية؟
- 8_ ما علاقة تمثلات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية باستخداماتهم لها؟

2/أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا هذه في كونها تنتمي إلى حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية الحديثة حيث أنه تتناول أحد أهم الموضوعات المطروحة للنقاش في حقل دراسات الإنترنت ألا وهو موضوع "مواقع الشبكات الاجتماعية" والذي يندرج تحت إطار الاعلام الاجتماعي أو الاعلام الجديد حيث يشهد هذا الأخير نقصا كبيرا على مستوى البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية والحاجة إلى تسليط الضوء على هذا الموضوع الذي أصبح موضوعا مستهدفا في العديد من المتقيات والمؤتمرات العلمية والأكاديمية الغربية والعربية التي عقدت في السنوات الأخيرة في حقول علمية متنوعة أبرزها : علوم الاعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية وكذا العلوم الاقتصادية.

كما ترجع أهمية دراستنا هذه في كونها تسلط الضوء على إشكالية مهمة جدا في موضوع الممارسة الصحفية والعمل الصحفي والمتعلقة بدراسة تمثّلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات لاجتماعية نتيجة ما أضفته هذه الأخيرة من تغييرات وتحولات في الممارسات الصحفية وذلك من خلال استخدام الصحفيين لهذه المواقع، كما أنه أغلب الدراسات التي سبقتنا ذهبت للاهتمام بموضوع الأشكال الصحفية الجديدة كصحافة مواطن والميديا الجديدة متناسية وضعية الصحفي التقليدي في خضم هذه التحولات في البيئة الاعلامية. كما تنتمي دراستنا هذه إلى المرحلة الثانية من مراحل دراسة الإنترنت نسبة إلى النموذج الذي وضعه كل من الباحثين "ويغير" و"كيم" حيث اهتمت الدراسات عن الإنترنت في مرحلة أولى بالقضايا ذات العلاقة بالتقنية والخدمات والتفاعلية والقضايا القانونية والتنظيمية، وبالقضايا التاريخية والفلسفية. وفي المرحلة الثانية انكب الباحثون على دراسة الاستخدامات والمستخدمين من خلال

إشكاليات انتشار الشبكة (Diffusion)، وتبنيها (Adoption) وإشكاليات التمثّلات الاجتماعية للشبكة (Perception).¹

من جانب آخر تقوم دراستنا على طرح مقارنة قديمة/جديدة (قديمة في المجال السوسيولوجي والسيكولوجي/جديدة في مجال الدراسات الاعلامية والاتصالية) ألا وهي مقارنة التمثّلات والاستخدامات والتي لم يتم تناولها من قبل لدراسة هذا النوع من الاشكاليات ما عدا بعض الدراسات العربية النادرة جدا في علوم الاعلام والاتصال.

3/أسباب اختيار الموضوع: إن اختيار أي موضوع بحثي ليس بالأمر الهين وخاصة في الدراسات الأكاديمية الطويلة الأمد حيث يتطلب ذلك اختيار موضوع يناسب المجالات الزمنية والمكانية من كل النواحي مع توفر شروط تطبيقه ودراسته والبحث فيه وإن وجدت بعض الصعوبات تكون قابلة للحل والتجاوز. ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى أسباب موضوعية وأخرى ذاتية تتمثل في:

3-1 الأسباب الموضوعية

_كثرة الإشكالات والتساؤلات عن موضوع مواقع الشبكات الاجتماعية التي أصبحت محور انشغال العديد من الدارسين والباحثين في علوم الاعلام والاتصال وأصبحوا يولّون اهتماما خاصة لها نتيجة التغييرات التي أحدثتها هذه الشبكات الرقمية في المجتمعات الغربية والعربية في جميع المجالات الحياتية خاصة على المستويين الاتصالي والإعلامي.

_التغييرات والتحوّلات التي أحدثتها الشبكات الاجتماعية الرقمية على المهنة الصحفية حيث أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية بمثابة الفضاء السيبراني الأول الذي يلجأ إليه الصحفي قبل وأثناء وبعد الانتهاء من مهنته.

¹الصّادق الحمّامي، الميديا الجديدة (الابستمولوجيا والاشكاليات والسياقات)، منوبة، المنشورات الجامعية بمنوبة،

_اهتمام أغلب الدراسات الأكاديمية التي سبقتنا بموضوع الصحفي المواطن كشكل جديد من أشكال الممارسات الصحفية الجديدة وتهميش دراسة وضعية الصحفي التقليدي في خضم هذه التغييرات خاصة فيما يتعلق بموضوع التمثّلات التي يشكلها الصحفي عن هذه المواقع والتي تؤثر في استخداماته لها.

2-3 الأسباب الذاتية

_الاهتمام الشّخصي بموضوع مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك من خلال استخدامي لها وما لاحظناه من التدفق الهائل للمعلومات والأخبار من طرف المستخدمين عن الأحداث التي تجري من حولهم يومياً.

_الرغبة في التعرف على الدور الذي أصبحت تلعبه هذه التطبيقات الالكترونية في الممارسة الصحفية وخاصة بعد أن أصبحت مصدرنا الأول في إشباع حاجتنا للمعلومات والأخبار وبالتالي الاستغناء عن المصادر المعلوماتية والإخبارية التقليدية.

_الرغبة في دراسة موضوع مواقع الشبكات الاجتماعية وموضوع تحولات الممارسة الصحفية لأهميتهما على مستوى الدراسات الإعلامية والاتصالية.

_الرغبة في توسيع معارفي ودراساتي حول موضوع الاعلام الجديد والتخصص فيها مستقبلاً.

_الرغبة في التدرب والتمرس على مقارنتي التمثّلات والاستخدامات الاجتماعية.

4/أهداف الدراسة: إن لكل عمل علمي أهدافاً وأبعاداً يسعى الباحث إلى تحقيقها وبلوغها ومن جملة الأهداف التي نريد الوصول إليها من خلال دراستنا هذه نحدد الأهداف العلمية التالية:

_الكشف عن التمثّلات التي يبنيها الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية وعن طبيعتها.

- _الكشف عن استخدامات الصحفي العملية لمواقع الشبكات الاجتماعية.
- _التعرف على عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية.
- _التعرف على استخدامات الصحفيين الجزائريين المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية.
- _التعرف على مظاهر ادماج ومظاهر توظيف الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني.
- _التعرف على مجالات استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية.
- _تبيان العلاقة التي تربط تمثّلات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية باستخداماتهم لها.

5/منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

1-5 منهج الدراسة

يتعيّن على كل باحث تحديد المنهج الذي سيعتمد عليه في دراسته وعملية تحديد المنهج غالباً ما تعود إلى طبيعة الدراسة وأهدافها حيث يعتبر المنهج الطريقة أو الأسلوب الذي يتّبعه الباحث في إجراء بحثه ويعرف على أنه: "أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة"¹ وفي تعريف آخر يعتبر المنهج: "عدة أدوات استقصائية تستعمل في استخراج المعلومات من مصادرها الأصلية والثانوية، البشرية والمادية، البيئية والفكرية، تنظم بشكل مترابط ومنسق لكي تفسر وتشرح وتحلل ويعلق عليها"². إذا المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في إجراء بحثه معتمداً على

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص41

² عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011، ط2، ص11

مجموعة من الأساليب والتقنيات والأدوات التي تسمح بتنفيذ بحثه والوصول إلى أهدافه.

قبل الشروع في عرض المناهج التي اعتمدها في دراستنا يجب أن نذكر أنه هناك الكثير من التصنيفات والتقسيمات للمناهج والأساليب البحثية في العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي تختلف من باحث إلى آخر وتتنوع من مجال إلى آخر. فهناك من يصنفها على أساس أهداف البحث فنجد دراسات استكشافية وأخرى استطلاعية وهناك من يصنفها على أساس المعطيات والبيانات فنجد دراسات كمية وأخرى كيفية وتصنيف آخر على أساس مجتمع البحث العينة فنجد دراسات مسحية أو على أساس طبيعة البحث فنجد دراسات ميدانية وأخرى نظرية... الخ. يمكن أن تتعدد هذه المعايير التي يقوم على أساسها تصنيف المناهج. إلا أنه في جميع الأحوال ليست هناك حدود فاصلة بين هذه التصنيفات وبعضها لأنه يمكن أن يتم تصنيف الدراسة الواحدة في إطار هذه المعايير كلها¹ وهذا هو المتبع في الكثير من الدراسات الإعلامية. كما أنه هناك تصنيفات تعود إلى باحثين متخصصين في مناهج البحث في العلوم الاجتماعية مثل: تصنيف **ويتني Whitney** (المنهج الوصفي، المنهج التاريخي، المنهج التجريبي، المنهج الفلسفي، البحث التنبؤي، البحث الاجتماعي، البحث الابداعي)، تصنيف **ماركيز Marquis** (المنهج الانثروبولوجي، المنهج الفلسفي، منهج دراسة الحالة، المنهج التاريخي، المسح الاجتماعي، المنهج التجريبي)، تصنيف **جود وسكيتس Good and Scates** (المنهج الوصفي، المنهج الوظيفي، المنهج التجريبي، منهج دراسة الحالة)². وبناءً على معيار الهدف من البحث العلمي تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية باعتبارها ملائمة لدراسة موضوع صحفي ومواقع الشبكات الاجتماعية حيث تقوم هذه الأخيرة على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ط1، ص10

² عامر مصباح، مرجع سابق، ص13.

بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول الى نتائج وتعميمات في فهم الواقع وتطويره.¹ كما يهتم البحث الوصفي بتحديد دقيق للأنشطة والأشياء والعمليات والأشخاص كما هو في الوقت الحاضر ويحدد العلاقات بين الظواهر والممارسات التي تبدو في عملية نمو² ويهدف أيضا إلى عرض صورة دقيقة لملاح الظاهرة التي يهتم الباحث بدراستها حتى يتيسر إدراكها وفهمها فهما دقيقا بتبيين العناصر التي تتكون منها وارتباط بعضها ببعض ودور كل منها في أداء وظيفتها.³

ومن أهم المناهج التي تعتمد عليها البحوث الوصفية في جمع بياناتها نجد المنهج المسحي حيث يعتبر المسح من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعا في البحوث الوصفية، والدراسات المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين كما أنه يهدف الى الوصول الى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها.⁴ كما يعتبر منهج المسح Survey من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، وتلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الاعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص52.

² جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، ادواته، طرقه الاحصائية)، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص172.

³ مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، عمان، مؤسسة الوراق، 2000، ص40.

⁴ فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي: الاسكندرية، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002، ط1، ص98.

من خلال مجموعة من الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها.¹

ويقسم البعض المسح إلى نمطين رئيسيين:²

_المسح الوصفي، Descriptive Survey: الذي يحاول أن يصور أو يوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية. وعلى سبيل المثال تقوم محطات الاذاعة والشبكات بمسوح مستمرة لجمهور المستمعين والمشاهدين لتحديد تذوق البرامج، والتغير في القيم، وأنماط الحياة التي تؤثر في عملية تنظيم البرامج. وهذا ما سيساعدنا في التعرف على عادات وأنماط وطبيعة استخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية وكذا تمثلاتهم عنها.

_المسح التحليلي، Analytical Survey: الذي يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما ويستخدم عادة لاختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية. وعلى سبيل المثال تقوم محطات التلفزيون لدراسة مسحية للسوق لتحديد تأثيرات أنماط المعيشة على عادات المشاهدة، كما تجري المسوح السنوية لتحديد كيفية تغير الاذواق ورغبات الجمهور وعلاقتها بإدراك المشاهدين للمحطات والشبكات سوف نعتمد في بحثنا على كلا النمطين لأن هدفنا من البحث ليس فقط وصف الظاهرة موضوع الدراسة وإنما تحليلها وتفسيرها.

5_2 أدوات الدراسة:

تنتمي دراستنا هذه إلى الدراسات الميدانية وما يصطلح عليه في علوم الاعلام والاتصال بدراسات الجمهور حيث تستخدم فيها مجموعة من الأدوات التي تتيح لنا جمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة حيث اعتمدنا على أداتين أساسيتين ألا

¹محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص 122

²المرجع نفسه، ص124.

وهما الاستبيان لجمع البيانات الكمية من أجل قياس الظاهرة والمقابلة لجمع البيانات الكيفية من أجل فهم وتفسير الظاهرة.

5-2-1 الاستبيان:

يعتبر الاستبيان أداة أساسية في جمع البيانات والمعطيات بالاعتماد على الاستمارة وهي أنسب وسيلة لذلك حيث تعرف استمارة الاستبيان على أنها: "تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الافراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمفارقات رقمية"¹ حيث تدرس هذه العلاقات الرياضية في إطار ما يسمى بالإحصاء بنوعيه الوصفي والاستدلالي حيث يهدف الأول إلى وصف البيانات أما الثاني فيقوم على تفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة.

إن الاستبيان هو إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم ودوافعهم ومعتقداتهم² كما تعتبر الاستمارة وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد،³ وهذا ما يساعدنا في دراستنا هذه في التعرف على تمثّلات الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية واستخداماتهم لها.

تتنوع استمارة الاستبيان وتعدد حسب طبيعة البيانات ومحتوى الأسئلة فنجد أنه هناك استبيان مقنن أو موجه واستبيان آخر غير موجه أو غير مقنن ويتم تحديد هذه الأنواع حسب أهداف البحث وكذا طبيعة الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة. اعتمدنا في دراستنا

¹موريس انجرس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، الجزائر، دار القصبه للنشر، 2006، ط2، ص204.

²جودت عزت عطوي، مرجع سابق، ص99.

³رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص88.

هذه على استمارة الاستبيان الموجة أي المقنن (Structured) وهو الذي يتضمن الأسئلة التي تستهدف التعرف على الحقائق، أو السلوك المحدد من خلال مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقاً، ذات البدائل المحددة في استجابات المبحوثين، التي يمكن الوصول إليها من خلال البيانات المتوفرة عن موضوع البحث ودراسته.¹ حيث يفيدنا هذا النوع من الاستبيان في دراستنا هذه في عملية تحديد طبيعة تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية وحسب ما يخدم بحثنا ويساعد في تحقيق أهدافه لأننا نبحث في تمثلات الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة جديدة في مهنته وعن طبيعة استخداماته المهنية لها ولو استخدمنا الأسئلة المفتوحة أو الاستبيان غير الموجه الذي يعطي للمستجوب حرية المبحوث ربّما كان سيشكل عائقاً في التوصل إلى أهداف البحث بسبب إمكانية خروج المستجوب عن الموضوع.

قبل الشروع في توزيع الاستمارة على عينة بحثنا هناك مجموعة من الإجراءات التي يجب على الباحث القيام بها ألا وهي تحكيم الاستمارة للتأكد من صلاحيتها في هذا البحث حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين:

ـ **أحمد عبدلي**، أستاذ في الاعلام والدعوة (جامعة قسنطينة، الجزائر)

ـ **بدر الدين زواقّة**، أستاذ في الإعلام والدعوة (جامعة باتنة، الجزائر)

ـ **جمال الزرن**، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال (جامعة قطر، قطر)

ـ **عبد الكريم قلاتي**، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال (جامعة الجزائر3، الجزائر)

ـ **عاشور فني**، أستاذ في اقتصاد الاعلام (جامعة الجزائر3، الجزائر)

ـ **لعياشي عنصر**، أستاذ في علم الاجتماع (جامعة قطر، قطر)

ـ **مي العبد الله**، أستاذة في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة بيروت، لبنان)

¹ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص194.

_نصر الدين العياضي، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال (جامعة الجزائر3، الجزائر)
_وائل اسماعيل عبد البارئ، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال (جامعة عين شمس،
مصر)

وبناء على ملاحظاتهم قمنا بالتعديلات اللازمة كما قمنا بتوزيع الاستمارة على عينة
اختبارية من مجتمع بحثنا للتأكد من مدى وضوح أسئلة الاستبيان وتباين توزيع
الاستمارة بين التوزيع اليدوي والإلكتروني.

_ ثبات الاستبيان: للتأكد من ثبات الاستبيان قمنا باستخدام معامل الثبات: ألفا-
كرونباخ حيث جاءت قيمة معامل الثبات لألفا-كرونباخ: 0.77 وهو معامل ثبات
مقبول.

احتوت استمارة بحثنا على اربعة محاور بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية
بمجموع 19 سؤال رئيسي تتضمن جزء منها اسئلة فرعية ثانوية حيث تضمنت محاور
الاستمارة المواضيع التالية:

_المحور الأول: البيانات العامة

_المحور الثاني: تمثّلات الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية

_المحور الثالث: عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية

_المحور الرابع: مظاهر ادماج الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم
المهني

_المحور الخامس: التحولات التي أحدثتها مواقع الشبكات الاجتماعية على الممارسة
الصحفية.

5-2-2 المقابلة:

بالإضافة إلى أداة الاستبيان اعتمدنا كذلك على المقابلة النصف موجهة كأداة ثانية لجمع المعلومات والبيانات الكيفية وذلك لحاجتنا إلى التعرف أكثر على طبيعة استخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة التمثّلات التي يشكلونها عنها بحيث أنه لا يكفي أن نعتمد على أداة الاستبيان لوحده للتعرف على التمثّلات وذلك نظرا لتعقدها وصعوبة فهمها. حيث تعرف المقابلة على أنها: "تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة ولكن أيضا في بعض الحالات مساءلة جماعات بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على المبحوثين" ¹ كما تعتبر المقابلة محادثة بين الباحث وشخص أو مجموعة أشخاص بهدف الوصول الى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة. ²

اعتمدنا في هذه الدراسة على نوع معين من المقابلة ألا وهي المقابلة غير المقتنة (Unstructured) ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث، في إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته، بحرية كاملة تعكس شخصيته، وتجعلهم لا يحسون بمناخ أو قيود المقابلة. ³ ولأن أسئلة الاستبيان كانت أغلبها مغلقة ومحددة ارتأينا أن تكون المقابلة غير موجهة حتى نعطي للمستجوب الحرية في التحدث مع تجربته مع مواقع الشبكات الاجتماعية.

ولقد احتوى دليل المقابلة على مجموعة من المحاور تمثلت مواضيعها والمدرجة في دليل المقابلة في المواضيع التالية:

¹موريس انجرس، مرجع سابق، ص 197.

²ريحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص 110.

³محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 232

*المحور الأول: تمثّلات الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية

*المحور الثاني: مظاهر الاستخدام الشخصي والمهني لمواقع الشبكات الاجتماعية

*المحور الثالث: التغييرات التي طرأت الممارسة الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي

*المحور الرابع: دور المؤسسة الصحفية في توجيه صحفييها إلى استخدام أو عدم

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني.

6/ مجتمع البحث والعينة:

لكل دراسة أكاديمية علمية مجتمع بحثي يخصها قد يتمثل في مجموعة من الأفراد أو الصور أو الفيديوهات أو النصوص وهذا حسب طبيعة الموضوع حيث تكون بينهم مجموعة من الخصائص المشتركة ويعرف **مجتمع البحث** على أنه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميّزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي " ويتمثل مجتمع بحثنا في مجموع الصحفيين الذين يعملون في مؤسسات الصحافة المكتوبة ويستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية. ونظرا لصعوبة دراسة مجتمع البحث بأكمله يتم تحديده بالمعينة واختيار عينة لدراسته تكون هذه الأخيرة تمثيلية لمجتمع البحث والتي تعتبر مجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة¹

وبعد اختيار أسلوب المعينة الأنسب حسب مشكلة البحث وكذا حسب الوسائل المتوفرة لدى الباحث يتم تحديد **العينة** حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها: "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".²

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص301.

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي(القواعد والمراحل والتطبيقات): عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ط2، ص84.

وفي دراستنا هذه سنعتمد على المعاينة غير الاحتمالية بالاعتماد على العينة القصدية والتي ستمكننا من اختيار مفردات بحث تلبى متطلبات بحثنا وتعرف **العينة القصدية** على أنها: "العينات التي يتم انتقاؤها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور المهمة في الدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيئات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي".¹ تعتبر العينة القصدية عينة غير تمثيلية لمجتمع البحث حيث يلجأ اليها الباحث غالبا في ظل عدم توفير قاعدة بيانات وإحصاءات لمجتمع بحثه وكذلك في حالة صعوبة حصر مجتمع البحث ولكن مع ذلك يجب مراعاة ان تكون المفردات المنتقاة للبحث متباينة ومتجانسة فيما بينها.

تحتوي عينتا على (200) مفردة التي كانت معنية بالاستبيان و(20) مفردة خاصة بالمقابلات تخص الصحفيين الذين يعملون في الصحافة المكتوبة ويستخدمون على الأقل موقعا واحداً من مواقع الشبكات الاجتماعية حيث تم توزيع الاستمارات على مرحلتين:

***مرحلة التوزيع البدوي:** قمنا بتوزيع الاستمارات يدويا في الجزائر العاصمة وقد تم اختبار الجزائر العاصمة باعتبارها المقر المركزي لأغلب المؤسسات الصحفية حيث وزعت ما يقارب 200 استمارة على أغلب مقرات المؤسسات الصحفية الصادرة باللغة العربية وكذلك الفرنسية. تمثلت المؤسسات الصحفية الصادرة بالعربية في: (الخبر اليومي، الشروق اليومي، النهار الجديد، البلاد، وقت الجزائر، المسار، الأحداث، الشعب، صوت الأحرار، الجزائر نيوز، الفجر، السلام اليومي، الموعد اليومي، المغرب الأوسط، الجزائر الجديدة، أخبار اليوم، الأخبار الرياضية) وتمثلت مؤسسات الصحافة

¹ محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص96.

المكتوبة الصادرة بالفرنسية في: (Le ،El watan ،La Nouvelle république)
Le temps ،L'écho d'Algérie ،Le soir d'Algérie ،courrier d'Algérie
"Liberté ،L'expression ،d'Algérie (في الفترة ما بين "ديسمبر-جانفي 2014"
حيث استرجعنا ما مجموعه 150 استمارة صالحة للدراسة.

***مرحلة التوزيع الإلكتروني:** تم استكمال توزيع الاستثمارات إلكترونيا عبر البريد الإلكتروني وكذلك من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية في الفترة ما بين (مارس-ماي 2014) حيث تمكننا من الحصول على 50 استمارة صحيحة صالحة للدراسة من مجموع 70 استمارة كما لم نسترجع العديد من الاستثمارات الموزعة الكترونيا نتيجة عدم تعاون المستجوبين معنا.

7/التحديد الإجرائي لمفاهيم الدراسة:

تتعامل دراستنا هذه مع مجموعة من المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسات الإعلامية وغير الإعلامية حيث ترتبط هذه المفاهيم ارتباطا مباشرا بمقاربات البحث وموضوعه والتي نجد أنه من المفيد توضيحها لكننا سنكتفي بتوضيحها إجرائيا وترك البناء المفاهيمي لكل مصطلح في الجانب النظري بسبب تعقد المفاهيم التي تطرقنا إليها والحاجة إلى مساءلتها مفاهيميا لذلك فضلنا أن نترك هذا الجانب في الفصول النظرية الخاصة بكل جزء من دراستنا وحتى نربط كل بناء مفاهيمي بما يليه من عناصر نظرية أما هنا فسنكتفي بالتعريف الإجرائي لكل مصطلح:

التمثّلات الاجتماعية:

يشهد مفهوم "التمثّلات" مشكلة في قضية ترجمته واستخداماته في الأدبيات العربية حيث يستخدم أحيانا مصطلح "التصورات" وفي أحيان أخرى يتم استخدام "التمثّلات" لكننا وفي الحقيقة لا يوجد فرق بين المصطلحين وإنما هي مشكلة في الترجمة وفي عملية النقل من اللّغات الأجنبية إلى العربية كما نجد أن المشاركة هم الأكثر استخداماً

لمصطلح "التصورات" بينما يفضل المغاربة استخدام مصطلح "التمثّلات" نقلا عن اللّغة الفرنسية "Représentation" وهو ما سنعتمده في دراستنا هذه مصطلح "التمثّلات" كما اعتمد الكثير من الباحثين قبلنا والذين أدمجوا نفس هذه المقاربة النفسية الاجتماعية في الدراسات الإعلامية والاتصالية حيث نقصد بالتمثّلات الاجتماعية في دراستنا هذه مجموعة الأفكار والمعلومات والآراء والمعتقدات التي يبينها الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال الخطابات الإعلامية، المجتمعية والمهنية حول هذه المواقع فالتمثّلات هي نظام إدراكي معرفي يتيح للفرد عملية إدراك الواقع وفهمه وتفسيره.

_الاستخدام: يختلط توظيف مفهوم الاستخدام بمفهوم الاستعمال في الدراسات الفرانكفونية إذ يعتبر الاستخدام بناءا اجتماعيا فيما يعتبر الاستعمال ما هو إلا التوظيف الأداة لتقنية ما أو موضوع ما ويكاد يغيب موضوع الفرق بين الاستعمال والاستخدام في الدراسات السوسولوجية المشرقية لكن الدراسات المغاربية ونتيجة توجهها الفرانكفوني لم تُغيب هذه النقطة حيث تناولت القليل من الدراسات هذا الموضوع في دراستها للاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيات المعلومات والاتصال وسن فصل في الفرق بين الاستعمال والاستخدام لاحقا في الإطار النظري. أما المفهوم الإجرائي للاستخدام في دراستنا هذه فيقصد به مجموعة الممارسات التي تربط الصحفي بمواقع الشبكات الاجتماعية أي مجموعة العمليات والممارسات التي يقوم بها الصحفي في استعماله لمواقع الشبكات الاجتماعية وما يبتكره من ممارسات إضافية إلى جانب الاستعمال الأداة الذي وُجدت من أجله هذه المواقع.

_الصحفي: هو كل شخص يعمل في جمع الأخبار والمعلومات وانتقائها وتحريرها ومعالجتها ونشرها وتوزيعها حيث متعلقة بأحداث محلية ودولية أو أس قضايا سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو غيرها وبالتالي فنحن سنركز في دراستنا

على كل صحفي يعمل في مؤسسة صحفية من أجل جمع الأخبار والمعلومات ومعالجتها لصالح هذه المؤسسة وطبيعة المؤسسة التي تخص دراستنا هي مؤسسات الصحافة المكتوبة سواء الناطقة باللغة العربية أو الفرنسية.

مواقع الشبكات الإجتماعية: هي تلك الخدمات التي أتاحتها تطبيقات الويب الاجتماعي حيث تسمح للأفراد المسجلين فيها والذين يستخدمونها من امتلاك حسابات أو صفحات شخصية أو مهنية (حسب طبيعة الموقع) تمكنهم من التواصل مع غيرهم من الناس الذين ينتمون أيضا إلى المواقع نفسها ويتشاركون وإياهم نفس الاهتمامات كما يدعم كل موقع بوسائط معينة قد تكون متمثلة في نصوص، صور، أو فيديوهات أو كلها معا تتيح هذه التطبيقات التواصل، التفاعل والمشاركة.

8/ عرض الدراسات السابقة: سوف نعرض الدراسات السابقة على حسب علاقاتها بموضوع دراستنا حيث نجد دراسات لها علاقة بموضوع الدراسة وأخرى لها علاقة بمقاربات الدراسة.

8-1 الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث: "الصحفي ومواقع الشبكات الاجتماعية"

عرض الدراسة الأولى: دراسة الباحثة إيناس أبو يوسف والتي جاءت تحت عنوان "استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة المعلومات الإنترنت كمصدر من مصادر المعلومات"¹

تناولت الباحثة في هذه الدراسة موضوع استخدامات الصحفيين للإنترنت ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حيث ترى الباحثة أن الإنترنت شكّلت انفتاحا

¹ إيناس أبو يوسف، استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة المعلومات الإنترنت كمصدر من مصادر

المعلومات، دراسة منشورة في كتاب جماعي (بحوث في الصحافة المعاصرة)، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000، ص76.

إعلاميا غير مسبوق وأصبحت تؤدي عدة مهام منها الاتصال عبر الشبكة التفاعل ومعالجة وتخزين ونشر واسترجاع المعلومات كما أتاحت للصحفيين تقديم خدمات مباشرة للجمهور المستقبل وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة الصحفيين بشبكة الإنترنت كوسيلة اتصال وكمصدر جديد من مصادر المعلومات وكذا التعرف على مجالات استخدام الصحفيين لشبكة الإنترنت حيث طرحت الباحثة مجموعة من التساؤلات تمثلت أهمها في :

_هل يرى الصحفيون المصريون أن شبكة الإنترنت مفيدة؟

_هل يستخدم الصحفيون المصريون شبكة الإنترنت؟

_ما هي أنماط استخدام الشبكة؟

_ما هي تصورات الصحفيين المصريين لشكل صحيفة المستقبل؟

_ما هي الإضافات التي قدمتها الإنترنت للأداء الصحفي من وجهة نظر الصحفيين المصريين؟

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي إضافة إلى المنهج المقارن من أجل المقارنة بين أنماط استخدام الصحفيين للإنترنت من مؤسسة صحفية إلى أخرى كما اعتمدت على تقنية الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم توزيعها على ما يقارب 124 صحفي تم اختيارهم بطريقة عشوائية ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة هي:

_يرى الصحفيون أن الإنترنت تشكل لهم مصدرا للمعلومات والمتابعة الاخبارية للأحداث المحلية والعالمية.

_أقرزت الدراسات عن وجود نمطين من استخدامات الصحفيين للإنترنت حيث يتمثل الأول في التعامل مع قسم المعلومات (أو قسم الانترنت) للحصول على المعلومات

والصور المطلوبة والثاني يمارسه عدد محدود وهو الدخول بنفسه على الشبكة والبحث عن المعلومات التي يريدها.

-يركز الصحفيون المصريون في استخدامهم لشبكة الإنترنت على متابعة أجندة الأحداث العالمية.

-كشفت الدراسة أن القائم بالاتصال المصري يتابع مواقع الصحفي الأجنبية أكثر من متابعته للصحف المصرية والعربية.

-أوضحت الدراسة أنه لا يوجد فرق جوهري بين الصحفيين المصريين في استخداماتهم للإنترنت تبعاً لانتمائهم المؤسسي.

عرض الدراسة الثانية:

دراسة السيد بخيت تحت عنوان "الاستخدامات الصحفية للإنترنت لدى القائمين بالاتصال في الصحافة العربية"¹.

يرى الباحث أن الإنترنت أحدثت تغييراً كبيراً في مفهوم العمل الصحفي حيث أصبحت تمثل أسلوب جديد في نقل الأخبار والمعلومات وهو ما جعل الإنترنت تمثل تحدياً جديداً للصحافة في ممارستها ومفاهيمها. ومع تزايد إدماج الصحف الورقية في الإنترنت وشيوع تصور مفاده أن الإنترنت تفيد وتثري العمل الصحفي، بدأ العديد من الصحفيين في الولوج إلى هذا العالم ودمج الإنترنت ضمن مصادرهم الصحفية والمعلوماتية التي لا غنى لهم عنها في عملهم.

دارت التساؤلات التي طرحها الباحث حول طبيعة ونوعية ومعدل استخدام القائمين بالاتصال في الصحافة العربية للإنترنت واتجاهات هؤلاء الصحفيين إزاء الإنترنت واستخدامها في عالم الصحافة حيث اعتمد الباحث لدراسة هذه الإشكالية على منهج

¹السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000، ط1.

المسح كمنهج علمي منظم يساعد في تنظيم المعلومات والبيانات المتعلقة باستخدامات الصحفيين في العالم العربي للإنترنت، كما استعان بالمنهج المقارن لبيان الفروق بين أنواع الاستخدامات بين الصحفيين من جهة وبين الصحف من جهة ثانية وبين صحف دولة عن أخرى من جهة ثالثة، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الصحفيين والذي بلغ عددهم 55 صحفياً عربياً يعملون في دولتي مصر والإمارات العربية المتحدة حيث ينتمي الصحفيون من عينة الدراسة لعدة جنسيات عربية منهم 65% مصري و 5.5% إماراتي والباقي من جنسيات عربية أخرى. ومن المداخل النظرية التي ذكرها الباحث والتي صرح بأنها تستخدم غالباً في قياس ظاهرة الاستخدامات الصحفية للإنترنت هي: مدخل الاستخدامات والاشباع، مدخل نشر الأفكار المستحدثة، الحشد الحدي، مدخل الوجود الاجتماعي وكذلك نظرية الاعتماد المتبادل.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

رغم وجود مواقع لبعض الصحف العربية على الإنترنت فإنه لا يوجد تشجيع كاف للصحفيين داخل هذه الصحف على استخدام الإنترنت، كما لا تزال معارف الصحفيين العرب بالإنترنت متوسطة أو أقل من المتوسطة.

تتركز معظم اهتمامات الصحفيين عند استخدام الإنترنت على الاطلاع على المعلومات والأخبار الجديدة، وقراءة الصحف والمجلات، وهي استخدامات عامة وغير متخصصة صحفياً.

يستخدم الصحفيون الإنترنت في تصفح بريدهم الإلكتروني وفي قراءة الصحف الإلكترونية والبحث عن المصادر الصحفية وقوائمها.

يستخدم الصحفيون الإنترنت في التعرف على الجديد في عالم التكنولوجيات.

يعتبر الصحفيون أن الإنترنت مفيدة للصحفي وتضيف مزايا عديدة للصحف والصحفيين.

_عرض الدراسة الثالثة:

_دراسة سامي شبّاح تحت عنوان "الصحفيون التونسيون وتكنولوجيات المعلومات والاتصال، الاستخدام وآليات إنتاج ممارسات جديدة".

Sameh Chabbeh, Les journalistes tunisiens et les TIC, usages et genèse de nouvelles pratiques.¹

تبحث هذه الدراسة الكيفية في موضوع إدماج تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المؤسسات الصحفية التونسية حيث طرح الباحث التساؤل التالي:

_ هل إدماج هذه التقنيات في قاعات التحرير الصحفية هو إدخال لتقنيات جديدة أم طرح لاستخدامات متعددة من طرف الصحفيين؟

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة تحليل علاقة الصحفيين بهذه التكنولوجيات في عملية التحرير ورؤية مدى اختلاف الاستخدام بين فاعل وآخر ومن صحيفة إلى أخرى ومن خدمة تحريرية إلى أخرى وما إذا كانت هذه التكنولوجيات هي إضافة جيدة تولدت عنها ظهور فاعلين جدد في التحرير وبالتالي ظهور تحدي جديد فهل استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة يتطلب على الأقل منافسة تقنية بين الصحفيين؟.

قام الباحث بدراسة ميدانية معتمدا على الملاحظة المباشرة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات مع عينة من الصحفيين، سكرتاريا التحرير، رؤساء التحرير، رؤساء الدوريات وكذا طلبة معهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس IPSI حيث أجرى الباحث مقابلات مع 20 مستجوب مّمن يعملون في 8 مؤسسات صحفية تونسية يومية اختلفت بين

¹ Sadok Hammami, Thierry de Smedt et autres, **Technologies de l'information et de la communication, Discours, Représentations et Pratiques**, Manouba, L'institut de la presse et des sciences de l'information, 2006, p185.

الصحف الصادرة بالعربية والفرنسية وبين العمومية والخاصة. كما بحث في مدى ادماج المؤسسات الصحفية التونسية لتكنولوجيات المعلومات والاتصال ومدى استخدامها من طرف الصحفيين في مهنتهم وممارساتهم الصحفية وتوصل الباحث إلى نتيجتين مفادهما أن هناك نوعين من الاستخدامات تتمثل الأولى في الاستخدامات المهنية (Intra_professionel) والثانية في الشخصية الخاصة (Extra_professionel).

يمكن استخلاص الاستخدامات المهنية من خلال ما صرح به عدد من الصحفيين المستجوبين أنه ادماج تكنولوجيات المعلومات والاتصال في الممارسات الصحفية عزز ظهور ممارسات اتصالية جديدة بدءا من قاعات التحرير من خلال ارسال واستقبال رسائل الكترونية، إرسال مقالاتهم إلى طاقم التحرير وكذا تسهيل عملية التحرير والتصحيح قبل المونتاج النهائي، كما سهلت عليهم هذه التكنولوجيات في جانبي البحث عن المعلومة على الويب وكذا الاتصال بمصدر الخبر خاصة بالنسبة للصحفيين الذين يعملون في القسم الدولي السياسي حيث أصبح بإمكانهم الوصول إلى الصحف الدولية حال صدورها بالإضافة إلى سهولة الوصول إلى أرشيف الصحف على الويب وصرح نصف المستجوبين أن تكنولوجيات المعلومات ساعدت في تطور الممارسات الصحفية وكذا تحسين ظروف العمل. بعض الصحفيون يستخدمونها للبحث عن المعلومة الكترونيا والبعض الآخر لإنتاج المعلومة. كما ظهرت مهن جديدة في الصحافة مثل الويب_ماستر، الجرافيكس، تقنيون، محررون مسؤولون عن التحرير الالكتروني.

توصل الباحث إلى نتيجة مفادها أن الاستخدام المهني يختلف من صحفي إلى آخر أين نجد أن صحفيي القسم الدولي يستخدمون الويب أكثر من صحفيي أي قسم آخر فهناك من يستخدم الويب للبحث عن المعلومات والقصص الاخبارية وهناك من ينقل

الأخبار (نسخ_لصق) كما وجدها على مواقع الويب دون احترام لأخلاقيات المهنة ولا لحقوق المؤلف. كما يرى الباحث أن تكنولوجيات المعلومات والاتصال أتاحت للصحفيين إمكانية العمل المشترك والجماعي حيث مكنتهم من التواصل مع زملاء المهنة والمراسلين وعمال الصحف الأخرى في حين يتمثل النمط الاستخدامي الثاني في الاستخدام الشخصي الخاص حيث لم تكن الاستخدامات المبدئية لغايات شخصية بل تحول هذا الاستخدام مع بداية الاستخدام من مهني إلى شخصي_خاص حيث استخدم الصحفيون هذه التكنولوجيات في التواصل مع الاصدقاء والمشاركة في منتديات المحادثة، الاستماع إلى الموسيقى أي أنهم اعتبروها وسيلة للترفيه والتسلية ويعود هذا إلى نقص كفاءاتهم التكنولوجية.

8-2 الدراسات التي لها علاقة بمقاربة "الاستخدامات والتمثلات"

_عرض الدراسة الأولى:

أطروحة دكتوراه للباحث "عبد الوهاب بوخنوفة" تحت عنوان: "المدرسة التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام و الاتصال: التمثل والاستخدامات"¹.

قام الباحث بدراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر حيث اهتم بموضوع تطور وانتشار تكنولوجيات الاعلام والاتصال واستخدامها في مجال التربية مع التركيز على تحليل تمثلات واستخدامات التلاميذ والمعلمين لهذه التكنولوجيات، تحدّث الباحث عن وضعية ودور المدرسة كمؤسسة تربوية وتعليمية ووظيفتها في المجتمع في ضوء التحولات التكنولوجية حيث أصبح يتوجب على المدرسة اليوم ومن أجل تحضير وتأهيل التلاميذ للعمل بكفاءة في المجتمع أن توفر لهم تأطيراً يساعدهم على تنمية

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007.

معارفهم العلمية واكتساب المعارف الضرورية للتكيف مع متطلبات المجتمع الجديد كما لم يعد بمقدور المدرسة أن تتجاهل حاجات ومتطلبات المجتمع.

تكمن أهمية هذا الطرح في البحث عن رؤية جديدة تسعى إلى الكشف عن واقع استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال في المدرسة الجزائرية من قبل التلاميذ والمعلمين في ظل تسارع ثورة المعلومات. وكان التساؤل العام لهذه الدراسة يدور حول: كيف يتمثل التلاميذ والمعلمون في الجزائر تكنولوجيات الاعلام والاتصال؟ وكيف يؤثر هذا التمثل في تملكهم واستخدامهم لهذه التكنولوجيات وهل يؤدي هذا التحول في مجال انتشار المعارف وطرق تبليغها وسبل الوصول إليها إلى تحول في تمثّل التلاميذ والمعلمين في الجزائر للمدرسة ولوظيفتها التربوية والاجتماعية؟

اتبع الباحث من خلال دراسته مقارنة منهجية امبريقية استندت على اتباع مجموعة من الخطوات كجمع البيانات عن طريق الوثائق والنصوص الصادرة عن الهيئات الرسمية أولاً ومن ثم القيام بمقابلات استكشافية حرة بالاعتماد على المقابلة لجمع المعلومات واعتمد أيضاً على الملاحظة بالمشاركة في ملاحظة سلوك التلاميذ في مقاهي الانترنت، والاستمارة كأداة أساسية في جمع البيانات. وقد قام الباحث بصياغة استمارتين الأولى موجهة للتلاميذ والثانية موجهة للمعلمين في حين اعتمد على عينة حصصية طبقية غير احتمالية مركبة من التلاميذ والمعلمين وتم توزيع الاستمارات على 32 مؤسسة تعليمية بحصة متساوية وبلغ عدد الاستمارات (300) استمارة وكان عدد الاستمارات الملغية (23) استمارة.

الهدف من هذه الدراسة كان معرفة دور الخطاب الاجتماعي في تكوين تمثّلات التلاميذ والمعلمين فيما يتعلق بتكنولوجيات الاعلام حتى وإن كانوا غير متعودين على استخدام هذه الأدوات ولا تدخل في ممارساتهم اليومية وقد خلص الباحث الى جملة النتائج التالية:

_أن هناك ضعف بخصوص تواجد تكنولوجيات الاعلام والاتصال في حياة التلاميذ والمعلمين على حد سواء فنسبة امتلاكهم لأجهزة الكمبيوتر لا تزال ضعيفة ويرجع هذا الى ارتفاع أسعار التجهيزات الحاسوبية وتكلفة الارتباط بشبكة الإنترنت كما أنه عدم وجود لشبكة انترنت في المدرسة أدى الى ضعف الثقافة المعلوماتية لدى المعلمين والتلاميذ على حد سواء.

_توصل الباحث أيضا إلى أنه هناك اختلاف وتباين في تمثل التلفزيون ودوره لدى التلاميذ والمعلمين حيث يتمثل التلاميذ التلفزيون بصورة ايجابية ويعتبرون مشاهدته تشكل إضافة للمعارف التي يتلقونها في المدرسة على العكس من ذلك يتمثل المعلمون التلفزيون بصورة سلبية على أنه يؤثر سلبا على الدور التربوي للمدرسة في حين كان تمثلهم (المعلمين والتلاميذ) للانترنت بشكل ايجابي وهذا راجع للخطاب الاجتماعي والإعلامي الذي لطالما تحدث عن فوائدها وإيجابياتها.

_أما بخصوص استخدام عينة البحث لتكنولوجيات الاعلام والاتصال فكشفت الدراسة عن ضعف استخدام الإنترنت لدى المعلمين وبنسبة أقل لدي التلاميذ حيث يبقى هذا الاستخدام محدود وهامشي في الحياة اليومية لكليهما أما بالنسبة لاستخدام الحاسوب والوسائط المتعددة فيشهد تطورا حيث يمكن اعتباره استخداما أصبح يندرج ضمن الممارسات اليومية للتلاميذ والمعلمين خارج الاطار المدرسي. وفي الأخير يشير الباحث الى أن هذه النتائج تتطابق الى حد بعيد مع نتائج دراسات اخرى في ظل ضعف انتشار هذه التكنولوجيات في الممارسات اليومية.

_عرض الدراسة الثانية:

دراسة قدمت في المؤتمر الدولي: "الشباب، الاتصال، وسائل الاعلام" ونشرت في المجلة العربية لعلوم الاعلام، المملكة السعودية، عدد8 أبريل 2012، للباحث نصر

الدين العياضي تحت عنوان: "الشباب في دولة الامارات والإنترنت، مقارنة للتمثلات والاستخدامات".¹

تتناول هذه الدراسة موضوع الشباب في دولة الامارات وعلاقته بالإنترنت من حيث الاستخدام والتمثلات التي يكونها الشباب عن الإنترنت ودور بعض المتغيرات في دراسة هذه العلاقة كالجنس باعتبار أن دولة الامارات تتميز بالتنوع السكاني، وقد طرح الباحث السؤال الرئيس لهذه الدراسة وهو:

هل أن المتغيرات الاجتماعية والثقافية والنوع تلعب الدور المحدد في التمثلات للإنترنت وبالتالي في استخدامها؟ أم أن هذه المتغيرات لا تملك أي تأثير على الاستخدامات؟

من أهم الاهداف التي وضعها الباحث هي محاولة الكشف عن التوافق والاختلاف في استخدام الإنترنت ومن ثم تقديم تمثّل الشباب الذي يتدخل في هذا الاستخدام وكذا التعرف على أشكال الاتصال الجديدة التي تنشأها فئة الشباب.

شمل مجتمع الدراسة الشباب الذين يقيمون في دولة الامارات حيث اكتفى الباحث بعينة من الشباب من أبناء الامارات تتشكل من 115 شابا وشابة، وزّع الباحث 135 استمارة استرجع 120 وألغى 5 استمارات لعد صلاحيتها، ثم اختارهم بطريقة غير احتمالية. واستخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي بالاعتماد على الإستبانة كأداة لجمع البيانات. توصل الباحث الى جملة النتائج التالية وسنرتبها حسب المحاور التي تطرق إليها الباحث:

يرى الباحث أن الاتصال بشبكة الإنترنت واستخدامها اندرجا في المألوف اليومي في الاشتراك في شبكة الإنترنت بلغ نسبة عالية تصل الى 91%.

¹نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الامارات والإنترنت" مقارنة للتمثلات والاستخدامات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام، السعودية، ع8، 2012.

يُتَّسَم استخدام الشباب لشبكة الإنترنت بتواتره المتزايد حيث بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه الشبكة أكثر من مرة في اليوم 70%، ووصلت نسبة الذين يستخدمونها مرة واحدة في اليوم 12%.

يستخدم الشباب في دولة الامارات العربية المتحدة الإنترنت للاتصال بالدرجة الأولى فكلهم تقريباً يستخدمون البريد الالكتروني (99%)، وهذا يتماشى مع تمثلهم للإنترنت على أساس أنها وسيلة اتصال.

يبين هذا البحث أن مشاهدة التلفزيون أصبحت أقل مما كانت عليه في السابق بينما لم يتغير الاستماع الى الاذاعة وقراءة الصحف وقد يرجع هذا إلى اعتبار أن مشاهدة التلفزيون مرتبطة بفعل جماعي خلافاً للاستماع إلى الاذاعة وقراءة الصحف التي كانت مرتبطة بالفعل الفردي.

توصل البحث أيضاً إلى أنه نسبة كبيرة من الشباب الاماراتي يملكون فكرة عن التدوين (أكثر من ثلاث أرباع) لكن حوالي ثلث الشباب فقط انخرط في عالم التدوين.

يلاحظ أنه شبكة تويتر Twitter لا تزال مجهولة لدى الشباب في الامارات فأقل من شابين من عشرة فقط يملك خلفية عن هذه الشبكة وأقل من واحد منهم اشترك فيها.

يملك جل الشباب خلفية عن اليوتيوب Youtube واطلعوا عليه أكثر (9 من عشرة)، وأكثر من ثلاثة منهم فقط يشتركون فيه ولقد كشفت الدراسة على أن أكثر من سبعة شباب من أصل عشرة يملكون فكرة عن شبكة اليوتيوب واستخدموها للإطلاع على الأحداث الجديدة مقابل ثلاثة أدرجوا مواد مرئية فيها.

تزيد نسبة الشباب في دولة الامارات المشتركين في موقع "فيسبوك" عن نسبة المشتركين في اليوتيوب (47% مقابل 38%) فالفيسبوك بالنسبة لهم يعد وسيطاً لإبراز الذات وينسج علاقات جديدة أو يعزز تلك القائمة التي لا تقف عند الاشتراك في

الصور أو ملفات الفيديو، فأكبر نسبة من الشباب في دولة الامارات تسعى من خلال اشتراكها في شبكة "فيسبوك" الى تكوين مجموعة من الأصدقاء (حوالي 91%) تليها انشاء صفحات خاصة للتعريف بالذات، أو لتقديم الذات للآخرين من الأصدقاء (54%)، كما يستخدم الفيسبوك لمحاربة العزلة والقضاء على الملل وتطوير القدرات التقنية. ويبدو أنه من خلال هذه النتائج أن ممارسة الشباب في دولة الامارات للإنترنت ليست موحدة ونمطية فرغم استخدام الإنترنت لتحقيق بعض الغايات: الاتصال، الإعلام، المعرفة، خلق علاقات إلا أن استخدامه متباين وفق بعض المتغيرات مثل الجنس والسن والجنسية وحسب تمثلاته للإنترنت.

عرض الدراسة الثالثة:

دراسة للباحث عبد الوهاب بوخنوفة تحت عنوان: "الاطفال والثورة المعلوماتية"، "التمثل والاستخدامات" نشرت في مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، عدد2، 2007.¹ يتناول موضوع هذه الدراسة الأطفال في البيئة السمعية البصرية الجديدة التي برزت في ظل التحولات الكبرى التي عرفها الفضاء السمعي البصري وتنامي سوق الألعاب الالكترونية وتنوع القنوات الفضائية المتخصصة كل هذا أصبح جزء لا يتجزأ من بيئة الاطفال وهذا ما جعلهم يتعلمون بسرعة استعمال الكمبيوتر ومختلف الاجهزة الالكترونية وهنا تركز دراسته على معرفة الآثار المتوقعة من استخدام هذه التكنولوجيات.

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على تمثلات الأطفال للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال سواء كانت مألوفة لديهم أم لا وكذا معرفة الشروط الواقعية

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، ع2، 2007.

لاستخدام الأطفال لأدوات الثورة المعلوماتية، وأخيرا تلك المرتبطة بالتملك والتي تبحث في درجة ادماج هذه الأدوات في العادات والممارسات اليومية للأطفال.

ومن هنا وضع الباحث جملة من التساؤلات تتمثل في:

_كيف يفهم الأطفال هذه الثورة المعلوماتية؟ وكيف يتعلمون ويستعلمون منها؟ وكيف يبني الأطفال تمثلهم لإمكانيات وفوائد ومخاطر الأدوات التكنولوجية لهذه الثورة؟ وما هي الانعكاسات المترتبة عن استخدامهم للوسائط الالكترونية على علاقاتهم ببعضهم البعض وبأوليائهم ومعلميهم وجماعتهم الاجتماعية؟

يشكل جهاز الكمبيوتر مفتاح تعامل الطفل مع الثورة المعلوماتية فمن خلاله يمكنه استعمال الأقراص المضغوطة ومختلف المنتجات المتعددة الوسائط وكذا الإبحار في شبكة الإنترنت وغيرها من الأنشطة التي يقوم بها الطفل، ولما أصبح الكمبيوتر من الممارسات اليومية لدى الطفل جعله يكون ويكتسب تمثلات عنه يمكن استظهارها في ثلاث مجموعات:

_تمثل جهاز الكمبيوتر على أنه مكنة ذكية تحتوي على كل المعلومات وقادرة على الاجابة على كل الأسئلة.

_تمثل خاص بتشغيل الجهاز فالطفل يدرك جميع الوظائف المختلفة للأقسام المشكلة للحاسوب ولكن ليس لديهم فكرة عن الوحدة المركزية للحاسوب وعن المعالج الالي.

_التمثل الثالث له علاقة بالتمثل اللّهوي للكمبيوتر باعتبار أن الكمبيوتر يسمح للطفل بالقيام بألعاب معينة أو مشاهدة رسوم متحركة أو القيام بأنشطة لهوية عموما.

بالنسبة لتمثل الأطفال لشبكة الإنترنت فقد أوضحت الدراسة أن الأطفال يتمثلون الإنترنت على أنها شبكة ضخمة وغير متناهية ومكتبة افتراضية غير محدودة ويشوب تمثلهم لمخاطرها كالقرصنة والفيروسات والمواقع الإباحية ومن جهة اخرى يمكن

ملاحظة أن استخدام الأطفال للإنترنت متعدد المهام فالطفل حين يبحر في شبكة الإنترنت لا يكتفي بالقراءة وحسب وإنما يقوم في غالب الأحيان بمشاهدة الأيقونات والصور. أما بالنسبة إلى تمثل الأطفال للهاتف المحمول فيمكننا القول أنه يبرز في هذا الاستخدام من قبل الأطفال البعد اللّهوي الذي يسمح بالتلاعب بالقواعد الاجتماعية السائدة حيث من الممكن للأطفال الاتصال خارج الزمن أو الوقت المسموح به اجتماعياً أو خلق لغة مشفرة أو استغلال الهاتف لأغراض اللّهو مع الاصدقاء كتبادل النكت أو تدبير المقالب للزملاء.

ينتج عن تمثل الأطفال للثورة المعرفية وتملكهم لأدواتها التكنولوجية واستخداماتهم لها في حياتهم اليومية بروز نمط جديد من الثقافة لدى هؤلاء الأطفال يسميها البعض "الثقافة الرقمية" أو "الثقافة الإلكترونية" تتميز بمجموعة من السمات والخصائص كاعتبارها ثقافة شاشوية، لهوية، مشخصة، ديناميكية، برقية وغيره أصبحت تلغي وظائف الزمن والفضاء. ويشير الباحث في الأخير إلى أن الأطفال يجب أن يكونوا مهيين لاستخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال غير أن البرامج المدرسية لم تأخذ في الحسبان تكوين الأطفال في مجال استخدام هذه الوسائط.

عَرَضُ الدَّرَاسَةِ الرَّابِعَةِ:

تبحث عن الدراسة المدرجة تحت عنوان: "الشباب والإنترنت"، "التمثلات والاستخدامات والتملك"¹ في العلاقة بين الشباب والإنترنت؟، كيف يرى الشباب هذه الوسيلة الجديدة؟، فيما تتمثل استخداماتهم للإنترنت في البيت وفي المدرسة؟، هل

¹ Evelyne Bévort, Isabelle Bréda et autres, **Les jeunes et internet (Représentations, usages et appropriations)**, Synthèse international de la recherche, Clemi, 2003.

يواجه الشباب صعوبات في الاستخدام؟ ما هي السلوكيات والتمثلات التي يكونها الشباب الذين يستخدمون الإنترنت والذين لا يستخدمونها؟

أجريت هذه الدراسة في شهر أكتوبر لسنة 2003 من طرف مجموعة من الباحثين (**إيفلين ليفوغ** **Évelyne Bévort**، **إيزابيل بريدا** **Isabelle Bréda**، **تيري دو سمد** **Thierry de Smedt**، **ليزيان رومان** **Lysiane Romain**) في سبع دول هي: فرنسا، بلجيكا، اسبانيا، كيبك، ايطاليا، البرتغال، سويسرا.

عرفت الإنترنت تطوراً واضحاً في تاريخ الاتصال الاجتماعي والترفيه حيث أصبحت وسيلة مهمة للغاية في الحصول على المعلومات والاتصال والترفيه ومنه يهدف هذا البحث الى التعرف على اتجاهات المراهقين البالغين من العمر 12 إلى 18 سنة نحو الإنترنت، وعن العلاقة التي تربطهم مع هذه الوسيلة الجديدة حيث اعتمد فريق الباحثين على ثلاث أبعاد وهي:

التمثلات: التي تهتم بتقييم الصورة التي يكوّنها الشباب عن الإنترنت سواء أكانوا يستخدمونها أم لا.

الاستخدامات: تركز على توفير ظروف مناسبة لإستخدامها في فترة زمنية معينة.

التملك: يبحث في درجة ونوع ادماج الإنترنت في العادات اليومية والممارسات الحياتية للشباب لتحديد هذه الأبعاد قام فريق البحث بدراسة التفاعلات بين الشباب والإنترنت في سياقات رئيسية خاصة في المنزل والمدرسة.

أجريت هذه الدراسة على مجموعة من المعاهد التعليمية ما بين الفترة (نوفمبر 1999_ماي 2000) على عينة بحث مكونة من 3326 مفردة بحث، وزعت على الدول بالطريقة التالية: بلجيكا (343)، اسبانيا (574)، فرنسا (524)، ايطاليا (438)، البرتغال (477)، كيبك (576)، سويسرا (394)، على نوعين من المدن،

مدن متوسطة وأخرى كبيرة في كل دولة من الدول وعلى نوعين من المدارس في كل مدينة، مدارس تستخدم تكنولوجيايات الاعلام والاتصال وأخرى لا تستخدم، وعلى خمس مستويات تعليمية في كل مدرسة. وتم تقسيم محاور الاستبيان إلى ثلاث محاور رئيسية (التمثّل، الاستخدام، التملك) وثلاث سياقات رئيسية منزلية (المنزل، المدرسة، المحيط الخارجي) وبالإضافة إلى الاستبيان تم اعتماد المقابلة كأداة أخرى لجمع البيانات حيث تم مقابلة أفراد العينة بطريقة فردية مع عينة تحتية تتكون من 150 مفردة حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

يشكل الشباب تصورات حديثة عن الإنترنت باعتبارها تمثّل تقدماً نوعياً في التكنولوجيا لكننا لا يمكننا اعتبارها ثورة في مجال الاتصالات.

أغلبية الشباب يكونون تصورات ايجابية عن الإنترنت ويعتبرونها وسيلة قابلة للاستخدام.

التمثّلات التي يكونها الشباب عن الإنترنت مصدرها الخطاب الاجتماعي الذي تشكله وسائل الاعلام والآباء.

يعتبر الشباب الإنترنت انها وسيلة اتصال وترفيه وتسلية، حيث يتوجه أغلبية الشباب الى الإنترنت لتقضية أوقات فراغهم (ألعاب، دردشة).

يعتبر الشباب الإنترنت وسيلة لخدمتهم في الاتصال نتيجة لسرعتها وسهولتها.

يعتبر الشباب الإنترنت مصدر للمعلومات الدقيقة حيث يرى الشباب الإنترنت بمثابة مكتبة أو موسوعة لا متناهية.

يثق الشباب فيما تقدمه الإنترنت من مضامين بصفة كبيرة.

تصورات الشباب عن المخاطر موجودة عن الإنترنت لكنها نادرة جدا وهذا التصور مصدره الخطاب الاعلامي والآباء، ونجده عند الذين لا يعرفون عن الإنترنت كثيرا.

يتصفح الشباب الإنترنت حسب لغته الأم، بالرغم من سيادة اللغة الانجليزية إلا أنه استعمالها يبقى محبذ وليس ضروري.

لا يثق الشباب كثيرا في التجارة الالكترونية إلا أنهم يروا بأنها عملية تشهد تطور مستمر وقد تساعد كثيرا الذين يصعب عليهم التنقل لإقتناء حاجياتهم.

يتصور الشباب أنه من المستحيل ان تعوض الإنترنت المدرسة، حيث أنه من كل عشرة شباب نجد سبعة منهم مع استحالة استبدال المدرسة بالإنترنت وأكثرهم اناث.

الذين يستخدمون الإنترنت يرون بأنه لا يمكنها أخذ مكانة التلفزيون وتقدر نسبتهم ب 69% من شباب الكيبك، و 46% من الاسبان يتفقون مع وجهة النظر هذه أما الذين لا يستخدمون الإنترنت فيرون ان سحر الإنترنت قد يجعل التلفزيون يأتي ثانيا بعدها ويوجد شاب واحد من مجموع ثلاث شبان يؤكد أنه استخدامه للانترنت جعله يشاهد التلفزيون بصفة أقل.

يستخدم الشباب الإنترنت أولا من أجل البحث عن معلومات تهّمهم أو مواضيع تقع ضمن اهتماماتهم الشخصية أو الأعمال المدرسية ثم للاتصال والتسلية في المرتبة الثانية.

يمارس الشباب الإنترنت بصفة فردية بنسبة 88%.

يستخدم الشباب الإنترنت استخداما معتدلا وواقعا والاستخدامات المفرطة للانترنت تبقى حصرية.

أما بخصوص التملك: فالتملك يرتبط هنا بترددات الاستخدام، حيث أظهرت النتائج أن شباب دولة الكيبك يدمجون استخدامهم للانترنت في النشاطات اليومية بصفة عادية أما في الدول الأوروبية فممارسة الإنترنت تعتبر نشاط غير اعتيادي خارج عن المشاركات وغير مستقر.

تثبت نتائج البحث أيضا أن أماكن الاتصال بشبكة الإنترنت غالبا ما تكون من المنزل وهذا ما يسمح باستخدام المنتظم للإنترنت وبالتالي تملكهم لها.

يرى الشباب أن ظروف الاتصال في المنزل تكون أكثر حرية واستقلالية وأكثر فردية من ظروف الاتصال في الوسط المدرسي.

عرض الدراسة الخامسة: تحت عنوان "شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت، محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، للباحث عبد الوهاب بوخنوفة نشرت في أشغال الملتقى الدولي بتونس 2010، "الشباب والاتصال والميديا"، تونس 2010.¹

سعت هذه الدراسة إلى طرح إشكالية علاقة الشباب الجزائري القاطن بالأحياء الشعبية بالإنترنت في مختلف أبعادها الاتصالية والمعلوماتية واللّهوية من خلال البحث في كيفية تمثّلهم وتملكهم لهذه الميديا الجديدة وطبيعة استخداماتهم له، وكيف يعمل هذا الاستخدام من طريقة حياتهم الاجتماعية.

وتم طرح ثلاث تساؤلات تقود إلى دراسة علاقة الشباب بالإنترنت وهي:

- ما هي التمثّلات التي يكونها شباب الأحياء الشعبية عن الإنترنت؟ أي ما هي رؤيتهم لهذا الوسيط؟. ما هي استخداماتهم الحقيقية لهذه الأداة أي فيما يستخدمون هذه الأداة التقنية؟ وكيف يتم تملك هذه الأداة من قبل الشباب وإدراجها في نمط حياتهم اليومية لتغيير واقعهم المعيش؟.

لم تهدف هذه الدراسة إلى حصر أنماط الاستخدام أو وضع تصنيفية لأشكال الاستخدام عند الشباب الجزائري القاطن بالأحياء الشعبية بل هدفت إلى معرفة كيف يتم استخدام هذه الأداة الجديدة من قبل الشباب وكيف تتداخل هذه الممارسة مع أنماط

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: (محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات)، أشغال الملتقى الدولي (الشباب والاتصال والميديا)، مطبعة سانباكات، تونس، أيام 14 و 15 و 16 أفريل 2010.

ثقافية واجتماعية أخرى في حياته الاجتماعية حيث تم اعتماد مقارنة كيفية تفسيرية وذلك من أجل حصر الدلالات الاجتماعية وتمثل الممارسات الاتصالية للشباب الجزائري المرتبطة بهذه الأداة الجديدة وقد تم توظيف أداة المقابلة النصف موجهة في جمع البيانات حيث أجرى الباحث حوالي 50 مقابلة نصف موجهة مع شباب راشدين تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 سنة يقطنون أحياء سكنية توصف بالشعبية.

اعتمدت الدراسة من خلال مرحلة تحليل المعطيات على نموذج تحليل المحتوى الكيفي بهدف اكتشاف أشكال المقاومة والمسكوت عنه واكتشاف الاتجاهات والقيم والعلاقات والصور والقوالب النمطية.

بعد تحليل المقابلات توصل الباحث إلى استخلاص مجموعة من النتائج تمثلت في:

-يتمثل الشباب الجزائري الإنترنت كفضاء للتعبير الحر عن كل الموضوعات التي يصعب التعبير عنها في الفضاء الاجتماعي.

-لا يتصور الشباب الجزائري الإنترنت كفضاء للتعبير الحر عن المشاعر والقضايا الحساسة في المجتمع فحسب بل يتمثلونها كأداة تولد لديهم أحلاما مختلفة.

-تمثل الإنترنت للشباب وسيلة للهروب من واقع معيشي يومي صعب.

-الشباب لا يرى الإنترنت كوسيلة اعلامية حيث لا يبدي اهتماما وانجذابا بالإمكانيات التي توفرها أو تمنحها الإنترنت للفرد على صعيد المخزون المعلوماتي.

-يستخدم الشباب الإنترنت في بعدها اللّهوي والاتصالي كوسيلة للتسلية والهروب وتمضية الوقت وقضاء بعض الاوقات الممتعة.

-يستخدم الشباب الإنترنت كأداة اتصال من خلال اقامة علاقات والمشاركة في المحادثات الفورية والدرشة والانتساب إلى المنتديات التي تعرض خدمات لهوية.

عرض الدراسة السادسة: معز التريكي تحت عنوان: "تمثلات واستعمالات الطلبة لتكنولوجيات المعلومات (المدونات نموذجاً)". قدمت هذه الدراسة خلال أشغال الملتقى الدولي بتونس 2010، "الشباب والاتصال والميديا، مطبعة سانباكات، أيام 14، 15، و16 أفريل 2010، تونس.¹ حيث انطلق الباحث من فكرة مفادها أن فئة الطلبة هي الفئة الأكثر انفتاحا على المعارف والتكنولوجيات وعلى أنماط السلوك وأشكال التعبير والتواصل وهي الفئة الأكثر تفاعلا والأشد ارتباطا بما تقدمه هذه التكنولوجيات من خدمات اجتماعية عملياتية أو معرفية علمية.

طرح الباحث في هذه الدراسة تساؤلين اثنين هما.

- ما هي خصائص تمثلات الطلبة نحو استعمال تكنولوجيات المعلومات؟

- ما هي دلالات استعمال المنظومات الافتراضية لدى الطلبة وتحديد المدونات؟

اعتمد الباحث في إجرائه لهذه الدراسة على تقنيات كمية تمثلت في الاستبيان حيث شمل 843 طالبا ينتمون إلى مختلف المؤسسات الجامعية لتونس الكبرى، وقام بإجراء 26 مقابلة كتقنية لجمع المعطيات الكيفية حرص من خلالها على التركيز على المحاور التالية:

- مستويات التمکن من الاستعمال ومجالاته.

- تمثّل المستعمل للتقنية المستعملة ولتكنولوجيات المعلومات والاتصال بصفة عامة.

- مجالات الاستعمال والتوظيف الاجتماعية والأكاديمية للتقنية.

- مستويات اعتماد التدوين ومجالاته.

¹ معز التريكي، **تمثلات واستعمالات الطلبة لتكنولوجيات المعلومات (المدونات نموذجاً)**، أشغال الملتقى الدولي (الشباب والاتصال والميديا)، مطبعة سانباكات، تونس، أيام 14 و 15 و 16 أفريل 2010.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى أن لوتيرة الاستعمال تأثير على تمثلات الطلبة حول تكنولوجيات المعلومات والاتصال ويختلف هذا التمثل من فئة إلى أخرى على حسب الخصائص الوظيفية للتقنية وفي كلا الحالتين يعبر التمثل عن الصورة الضبابية غير الدقيقة التي يحملها المستعمل عن المنظومة والتي تتغذى بشكل مباشر من خلال الخطابات الاستهلاكية ذات المصادر الصحفية والسياسية المتداولة كما يرى أن ظاهرة التدوين تطرح اشكالية اعادة تشكيل القيم الثقافية التي تحكم المجال العمومي وخاصة تلك التي ترتبط بالعمل السياسي والحقوقى والاجتماعي.

ومن النتائج التي توصل اليها الباحث حسب المحاور التي بحث فيها:

-أبرزت النتائج الكمية بخصوص محدودية التوظيف العقلاني للاستعمال لدى الطلبة أن 54.8 % من الطلبة لا يعتمدون على تخطيط عقلاي لأعمالهم ولا يتبعون برمجة زمنية واضحة لتنظيم انشطتهم الاكاديمية.

-أبرزت النتائج أن 55.9 % يستعملون الحاسوب بغرض الترفيه والاستمتاع بألعاب تفاعلية أو الاستماع وتنزيل الموسيقى من المواقع المختصة على شبكة الإنترنت.

-محور تقلص النجاعة وضعف مردودية الإستعمال: أبرزت المقابلات التي أجراها الباحث أن الدلالة العلمية تختلف لدى الفئات المستجوبة أي أن طلبة الآداب والفنون والحقوق و العلوم الانسانية يتخذ الاستعمال عندهم شكلا استكشافياً بسيطاً، أما بالنسبة لطلبة الطب والإعلامية والاتصالات فالأمر يختلف بشكل جذري إذ يعتبرون الإنترنت مجالاً حيويّاً ورافداً هاماً من روافد الاثراء والتطوير المعرفي.

_التدوين ومجالات التفاعل الاجتماعي والسياسي: نسبة الطلبة الذين لديهم اطلاعا على أنشطة التدوين 0.5 % من مجموع الطلبة المستجوبين، وأن نسبة الطلبة المستعملين للمدونات لا يتجاوز 0.34%. أما مستخدمي الشبكات الاجتماعية من جمهور الطلبة قدرت نسبتهم ب22.33%.

-التدوين كوسيلة تعبير نسائية: انخرط الطالبات التونسيات يبقى ضعيفا اذ لا تتعدى نسبة مستعملي المدونات لأغراض اجتماعية 6.6%، ولا يتجاوز عدد الاناث نسبة 19 % من جملة المستعملين.

-الفضاء الافتراضي فضاء للممارسة السياسية: أبرزت نتائج العمل الميداني أن 93.4 % من الطلبة المشاركون أو المطلعون على أنشطة التدوين ينتمون إلى احزاب سياسية أو لديهم مواقف سياسية.

التعليق على الدراسات السابقة:

لقد قمنا بتصنيف الدراسات السابقة حسب درجة ارتباطها بموضوع بحثنا وخرجنا بنوعين من الدراسات منها الدراسات التي ترتبط بموضوع البحث دون مقارنته والدراسات الأخرى التي تتعلق بمقاربة البحث وتقتصر من موضوعه في علاقة مجتمع بحث ما بأداة تكنولوجية معينة مثل الدراسات التي تخص علاقة الشباب والإنترنت، علاقة الأطفال بالثورة المعلوماتية، علاقة شباب الأحياء الشعبية بالإنترنت، علاقة التلاميذ والمعلمين بتكنولوجيات المعلومات والاتصال، علاقة الطلبة بتكنولوجيات الاتصال... الخ حيث تم دراسة أغلب هذه العلاقات في إطار مقارنة "التمثلات والاستخدامات".

ولاشك أنه هناك العديد من أوجه الشبه بين هذه الدراسات ودراستنا وإلا لما اعتمدناها كدراسات سابقة كما أنه توجد بعض أوجه الاختلاف وهذا أمر بديهي حيث تتشابه الكثير من الدراسات التي اعتمدناها في المقاربات المعتمدة ألا وهي مقارنتي التمثلات والاستخدامات مثلما هو الحال في التصنيف الثاني من الدراسات السابقة حيث ساعدتنا كثيرا هذه الدراسات في البناء المفاهيمي والمنهجي لدراستنا.

مثلت لنا الدراسة الأولى مرجعاً هاماً في بدايات بحثنا حيث كانت لنا سندا في التعرف على مجالات استخدامات الانترنت من طرف الصحفيين من خلال ما عرضته الباحثة

"إيناس أبو يوسف" في بحثها من مجموعة التصورات التي يمتلكها الصحفي عن الإنترنت وكذا عن الخدمات التي توفرها الإنترنت للصحفي في مجاله المهني وكان هذا أمراً مساعداً لنا من ناحية صياغة مجموعة من التساؤلات المتعلقة بموضوع تمثّلات الصحفيين عن مواقع الشبكات الاجتماعية وحول ما إذا كانت تعتبر كمصدر للمعلومات أو كأداة مساعدة له في مهنته وغيرها من الفروض. ومن جانب آخر نجد أنه الباحثة لم تركز على البناء المفاهيمي لمصطلحي (الاستخدامات والتصورات) اللذين يقتربان اقتراباً شديداً من المقاربة التي اعتمدناها في بحثنا. حيث اعتمدت هنا على مدخل الاستخدامات والإشباعات بدل الاستخدامات والتمثّلات رغم أنه جلّ التساؤلات كانت تخص التصورات ولم تكن تتعلق بالإشباعات. ربّما هذا يعود إلى غياب مقارنتي التمثّلات والاستخدامات عن الدراسات المشرقية، ولهذا السبب كنا قد صنفنا هذه الدراسة ضمن الدراسات التي لها علاقة بموضوع دراستنا لا بمقارنته، كما أنه لم يتم تحديد أي خدمة من خدمات الإنترنت التي يحتاجها الصحفي في مهنته بل تم طرح الأسئلة عن شبكة الإنترنت بشكل عام دون تحديد بعداً واحداً من خدمات الإنترنت والتي قد يحتاجها الصحفي أو لا يحتاجها وهذا ما أعطانا مجموعة من النتائج المتباينة وغير المتجانسة عن موضوع الإنترنت واستخدامات الصحفي لها. ولا تختلف الدراسة الميدانية الثانية كثيراً عن الدراسة الأولى لـ "السيد بخيت" التي تناولت موضوع القائم بالاتصال في الصحافة العربية واستخداماته للإنترنت ومثل الدراسة الأولى لم يحدّد الباحث هنا أي خدمة من خدمات الإنترنت لنتم دراستها بل قام بدراسة شبكة الإنترنت بشكل عام حيث تنوعت زوايا البحث بين الاستخدامات الشخصية (الاطلاع على البريد الإلكتروني، الترفيه التسلية) والاستخدامات المهنية (إجراء حوارات عبر الإنترنت، الاطلاع على الصحف الإلكترونية العالمية) هذا من جهة، ومن جهة أخرى أجرى الباحث دراسته على 55 مفردة من الصحفيين العرب في دولتي مصر والإمارات العربية المتحدة ونعتقد أنه عدد مفردات البحث غير كاف مقارنة بمجتمع بحثه كما أنه

حصر الصحفي العربي في دولتين فقط غير كاف في الدراسات العلمية خاصة وأنه جنسية نصف مفردات عينة البحث كانت مصرية قدرت بنسبة 55%. كما جاءت النتائج عامة وتعامل الباحث مع عينته على أنها تمثيلية ونحن نرى بأنها دولتين عربيتين ليست تمثيلية لـ 22 دولة عربية وبالتالي لا يجب أن نعمم النتائج على كل الصحفيين العرب. كما تحدث الباحث عن مجموعة من المداخل النظرية التي تؤطر الدراسة نظرياً لكنه لم تكن لها صلة بالجانب الميداني لا بالتساؤلات ولا بالنتائج أي أن الباحث لم يدرج تساؤلات دراسته ولا نتائجها في الإطار التنظيري الذي وضعه سالفاً. هذا بخصوص الدراسات المشرقية أما على المستوى البحثي المغربي فهو الأكثر تطوراً في دراسة مقاربات "التمثلات والاستخدامات" نتيجة تبعيته للدول الفرنكفونية ونتيجة للمرجعية النظرية لهذه المقاربة والتي هي فرانكفونية في المقام الأول حيث ساعدتنا دراسة "سامي شباح" كثيراً في جانب واحد محدد من دراستنا هو ذلك المتعلق بالاستخدامات حيث درس الباحث طبيعة استخدامات الصحفيين لتكنولوجيات المعلومات والاتصال بين الشخصية والمهنية مما ساعدنا في تحديد مجموعة التساؤلات وكذلك في بناء الاستمارة البحثية الخاصة بنا حيث بين الباحث هنا الفرق بين الاستخدام المهني والاستخدام الشخصي لتكنولوجيات المعلومات من طرف الصحفيين التونسيين، كما حدّد الباحث دراسة زاوية واحدة على غرار الدراستين السابقتين ألا وهي عملية التحرير فلم تخص الدراسة كل العمليات الممارساتية الصحفية وإنما ركّز فقط على استخدام الصحفي لتكنولوجيات المعلومات والاتصال في عملية التحرير، ومن جانب آخر قام الباحث بدراسة كيفية بعيدة عن البيانات الكمية والأرقام مستخدماً أدوات الملاحظة المباشرة والمقابلة خص بها 20 مفردة من الصحفيين في 8 مؤسسات صحفية تونسية كما أننا نرى عدم ضرورة دمج طلبة الصحافة بمعهد علوم الصحافة والإخبار بجامعة منوبة بتونس في دراسته حيث نرى أنه لا علاقة بطلبة الصحافة بموضوع بحث يخص الصحفيين.

أما بخصوص الدراسات التي كانت لها علاقة بمقاربات بحثنا فقد ساعدتنا في جوانب متعددة تشمل وضع تساؤلات الدراسة، تصميم الاستمارة، الاستفادة من التراث العلمي، الاستفادة من البليوغرافيا، صياغة الاشكالية وكذا تحديد المفاهيم. حيث نجد أنه أطروحة الباحث "عبد الوهاب بوخنوفة" في اعتقادي كانت من الدراسات الأكاديمية الوحيدة التي تناولت مقاربتا التمثلات والاستخدامات قبلنا في حقل علوم الاعلام والاتصال عربيا. من جانب آخر قام الباحث بدراسة موسعة ومشبعة بالأساليب والأدوات المنهجية المستخدمة في جمع البيانات حيث اعتمد على ثلاث أدوات لجمع البيانات (الإستبيان، المقابلة والملاحظة المباشرة) بالإضافة إلى تقنية تحليل النصوص والوثائق الرسمية، كما تنوعت عينة الدراسة بين مجتمعين مختلفين (التلاميذ والمعلمين). لم يختر الباحث أن يدرس تقنية واحدة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث كان كل من الحاسوب، الوسائط المتعددة وكذا الانترنت محل دراسته وهذا في اعتقادنا قد يعقد الدراسة أكثر ويؤدي أيضا إلى تنوع وتعدد مجالات الدراسة كما سبق في الدراستين الأولى والثانية، خاصة وأن الانترنت في الوقت الذي قام الباحث فيه بدراسته كانت غير منتشرة وغير مستخدمة بكثرة في المجتمع الجزائري وقتها فكان يكفي التركيز على الحاسوب خاصة وأنه الدراسة كانت تتعلق بالمؤسسات التربوية كما شملت الدراسة حتى مفردات من العينة الذين لا يستخدمون تكنولوجيا الاعلام والاتصال رغم أنه مقاربات الدراسة تبحث في الاستخدامات. وفي دراسته الثانية عن الأطفال والثورة المعلوماتية تحت إطار نفس المقاربة التي اعتمدها في أطروحه بحثه ركز الباحث هنا على الثورة المعلوماتية بدل اختيار تكنولوجيا واحدة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي شملها بحثه وهذا لتركيزه على البعد المعلوماتي فيها، حيث قدمت لنا هذه الدراسة تحديد مجموعة المفاهيم مثل (الاستخدامات، التمثلات، التملك) وبالتالي ساعدتنا في البناء المفاهيمي في دراستنا إلا أن الباحث لم يطلعنا على البناء المنهجي لدراسته ولم يظهر لنا إلا من خلال الاحالات التي

استخدمها. وفي دراسته الثالثة عن "شباب الأحياء الشعبية والانترنت" قدم الباحث مقارنة كيفية تفسيرية تبحث في كيفية استخدام الانترنت من طرف شباب الأحياء بالاعتماد على مقابلة نصف موجهة وتتشابه هذه الدراسة مع سابقتها في مدنا بمجموعة المفاهيم والمصطلحات التي تهم بحثنا.

أما دراسة الباحث "تصر الدين العياضي" التي تناولت الشباب الاماراتي والانترنت، فهي ركزت على مجتمع معين ألا وهو المجتمع الاماراتي الذي يتميز التقدم لتكنولوجي بالتركيز أيضا على مجموعة من المتغيرات السوسولوجية والثقافية وعلى عكس الدراسات التي سبق وأن علقنا عليها فإن الباحث هنا ركز على مجموعة من التطبيقات الانترنتية التي يستخدمها مجتمع بحثه مثل (البريد الإلكتروني، مواقع الشبكات الاجتماعية، اليوتيوب، منتديات المحادثة ..الخ)، لكن توزيع العينة لم يكن متناسق ومتجانس حيث ذكر الباحث الشباب الاماراتي لكن الدراسات عنيت أيضا بأفراد من جنسيات مختلفة ولم تظهر في الدراسة البناء المنهجي لها وهذا ربما يعود إلى الحدود التي وضعتها هيئة الملتقى باعتبار أن هذه الدراسة قدمت في الملتقى الدولي. بينما تميّز الباحث "معز التريكي" والتي جاءت تحت عنوان: "عن تمثلات واستعمالات الطلبة لتكنولوجيات المعلومات" بتركيزه على تطبيق واحد من تطبيقات الانترنت ألا وهو المدونات، حيث قام الباحث باستبيان شمل 843 طالبا ومقابلة موجهة ل26 مفردة من عينة البحث إلا أننا نرى أنه عدد مفردات عينة المقابلة غير ممثلة لمفردات عينة الاستمارة والتي يجب ان تمثل 10 % من عينة الاستبيان، هذا بخصوص الجانب المنهجي أما بخصوص الجانب المفاهيمي فرغم اعتماد الباحث على نفس مقاربتنا إلا أنه وظف مفهوم "الاستعمال" بدل "الاستخدام" رغم أن هذه المقاربة فصلت في موضوع هذا الغموض المفاهيمي إلا أنه يبقى هذا الأمر نقطة استفهام باعتبار أن الباحث لم يقدم في دراسته هذه أي بناء مفاهيمي.

أما الدراسة الأخيرة التي قام بها المركز الكندي (Centre de liaison de) **Clemi** (l'enseignement des moyens d'information) فتعتبر من أضخم الدراسات في هذا المجال حيث درست علاقة الشباب بالانترنت في إطار مقاربات "التمثّلات والاستخدامات والتملك" وشملت الدراسة ما يقارب 3326 مفردة حيث ساعدتنا هذه الدراسة كغيرها من الدراسات السابقة في بناء اشكالية بحثنا وكذا طرح التساؤلات المتعلقة بالاستخدامات والتمثّلات، أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة أن الدراسات السابقة التي ذكرناها هي دراسات فردية وقائمة على نطاق جغرافي محدّد وصغير بينما هذه الدراسة فهي دراسة مركز بحثي قائمة على نطاق جغرافي واسع جدا حيث شمل 6 دول أوروبية بالإضافة إلى مقاطعة "كيبك" الكندية وسبب الاختلاف في التوزيع الجغرافي نتج عنه اختلاف وتباين في نتائج الدراسة وهذا راجع إلى تاريخ ادماج الانترنت في المجتمعات الأوروبية مقارنة بالمجتمع الكندي باعتبار أن الفترة الزمنية لهذه الدراسة كانت ما بين 1999-2000. بالإضافة إلى اختلاف آخر يتمثل في دمج مقارنة أخرى ألا وهي مقارنة التملك إلى جانب مقاربتنا التمثّلات والاستخدامات.

الإطار النظري

1/سوسيولوجيا الويب 2.0

تمهيد:

1-1 الويب 2.0، مساءلة مفاهيمية

1-1-1 تعريف الويب 2.0

1-1-2 الويب 2.0 كأداة اتصالية

1-1-3 الويب 2.0 كأداة تسويقية

1_2 الويب 2.0 والمسألة التقنية

1-2-1 المستوى التقني للويب 2.0

1-2-2 الفرق التقني بين الويب 1.0 والويب 2.0

1-3 أدوات الويب الاجتماعي

1-3-1 المدونات الإلكترونية (Blogs)

1-3-2 مواقع التأليف الحر (Wikis)

1-3-3 مواقع مشاركة الملفات (File Sharing Websites)

1-3-4 مواقع التدوين المصغر (Microblogging Sites)

1-4 اجتماعية الويب الاجتماعي

1-4-1 المعرفة كحقيقة اجتماعية

1-4-2 الويب من المعرفة إلى الاتصال

1-4-3 الويب من الاتصال إلى المشاركة

1-5 جنيالوجيا الشبكات الاجتماعية

1-5-1 مفهوم الشبكات الاجتماعية

_في المفهوم التقليدي

_في المفهوم الحديث

1-5-2 تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية

_ المرحلة الأولى: من 1995 إلى 2000

_ المرحلة الثاني: من 2000 إلى 2006

1-5-3 أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية

1-5-4 خصائص الشبكات الاجتماعية

1-6-1 مواقع الشبكات الاجتماعية والرأسمال الاجتماعي

1-6-1 تعريف الرأسمال الاجتماعي

1-6-2 أشكال الرأسمال الاجتماعي

خاتمة

1 / سوسيولوجيا الويب 2.0:

تمهيد: ارتبط ظهور الويب 2.0 بظهور تطبيقات ومواقع الكترونية تتيح للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء المحتوى الرقمي أين انتقلوا من القراءة على الويب (Read Web) إلى القراءة والكتابة على الويب (Read_Write Web) أي من الاستهلاك إلى الانتاج.

ظهر المصطلح (Web 2.0) سنة 2005 وخلق نقاشات طويلة وعميقة بين مختلف أصناف الباحثين والمهتمين بتكنولوجيات المعلومات والاتصال والتسويق كذلك، ولا يزال المصطلح غامض المفهوم وغير دقيق لغاية الساعة عن ما يمثل الويب 2.0 وما لا يمثله؟ حيث اتجه بعض الباحثين إلى اعتبار ظهور الويب 2.0 هو في حد ذاته ثورة في عالم الاتصال على الإنترنت في حين يجده آخرون أنه مجرد أداة تسويقية وآلة شهرية خلقت للتعبير عن نظام تجاري ربحي جديد على الانترنت. حيث وصلت الأبحاث على موقع غوغل (Google) عن هذا المصطلح إلى 124.000.000 نتيجة في وقت الكتابة عنه وإدخاله إلى النسخة التجريبية لموقع غوغل تراندرز (www.google.com/trends)¹.

نشرت مجلة (The Time Magazine) في 25 ديسمبر عام 2006 مقال عنوانه "شخصية هذا العام هو أنت"، إقراراً بدور "أنت" (المستخدم) كشخصية غير استثنائية قاصدين المستهلك الافتراضي الحديث (Modern Virtual Consumer) تعبيراً عن التحولات التي حدثت في الويب والمتمثلة في إمكانية المساهمة وبناء المعرفة على الإنترنت وهذا ما أسماه الصحفيون بالويب 2.0، فحسب Lev Grossman مؤلف هذا المقال كتب أن الإنترنت أتاحت لمستخدميها في نسختها الجديدة بالفوز باعتراف من المجلة مشيراً إلى تغيير بيئة الإنترنت والتي لم تعد تشبه نسخة 1990 ولا المطور

¹ David Beer, Roger Burrows, **Sociology and, of and in web 2.0:** Some initial considerations, <http://www.socresonline.org.uk/12/5/17.html>, seen in 18/02/2015, 19:44h.

Arpanet الذي أسسه مركز الدفاع الأمريكي حيث قال: "الويب الجديد هو أمر مختلف تماماً، هو أداة لتجميع المشاركات الصغيرة للملايين من الناس وجعلها مهمة.....إنها فعلاً ثورة..."¹

قبل هذا نشرت جريدة (The economist) في 2 أبريل 2005 مقال تحت عنوان "Crowned at last" "تُوِّج أخيراً"، كان الموضوعان يتحدثان عن تأثير نوع جديد من تطبيقات الإنترنت في تشكيل صنف جديد من المستهلكين الذين أصبحوا يدمجون الويب في حياتهم بشكل تصاعدي،² كلاً المقالان كانا يصفان ظاهرة الويب 2.0 وتأثيرها في طريقة الاتصال بين الأفراد، صنع القرار، التجمع، التعلم، الترفيه والتفاعل مع بعضهم البعض أو حتى التسوق.³ فالفترة التي ظهر فيها الويب 2.0 خلق نقاشات عميقة أكاديمية، إعلامية وجماهيرية.

1-1 الويب 2.0، مساءلة مفاهيمية

1-1-1 تعريف الويب 2.0:

لا يمكننا تقديم تعريفاً واحداً واضحاً للويب 2.0 كمفهوم نتيجة غموضه وتعدد الآراء والمواقف حوله وغموض طبيعته التكنولوجية عن ما إذا كان يعكس حقاً ثورة تقنية في عالم الاتصال عبر الإنترنت أو أنه لا يمثل إلا آلة شهرية تسويقية كما يصفه البعض، فبداية الموضوع كانت من خلال اجتماعات بين بعض الشركات الإعلامية والتكنولوجية (O'Reilly Media & Media live) حول موضوع مستقبل الويب، وفي محاضرة (عصف ذهني) سنة 2004 ذُكر المصطلح (ويب 2.0) لأول مرة من طرف **دايل دويرتي (Dale Dougherty)** نائب رئيس شركة أوريلي لوصف الجيل الثاني من

¹ Sam Han, Web 2.0 (Media and Technology in the information age), London, Rutledge, 2011, p1

² Efthymios Constantinides & Stefan J. Fountain, Web 2.0 (Conceptual foundations and marketing issues), Journal of direct data and digital marketing practice, Vol9, N3, IDM, 2008, p231.

³ Ibid, p232

الانترنت. إلا أن المصطلح نُسب إلى رئيس الشركة تيم أوريلي (Tim O'reilly) باعتباره هو الذي كان السّباق في نشر مقال سنة 2005 وضع فيه الخطوط العريضة لمصطلح الويب 2.0 وكان عنوانه "ما هو الويب 2.0؟" « What is web2.0 ? »، بعد انتشار المصطلح على نطاق واسع خاصة في معدلات البحث عنه على الإنترنت حيث انقسمت الآراء حوله إلى صنفين:

_الصنف الأول: يعرف الويب 2.0 على أنه فعلا نقلة نوعية في عالم الاتصال عبر الانترنت لما أصبح يتميز به من صفات جديدة.

_الصنف الثاني: الذي يرى أن المصطلح لم يأت بالجديد وليس هناك أي جديد في عالم الاتصال عبر الإنترنت وما يحدث اليوم من تطورات في عالم الاتصال الرقمي هو ما كان مبرمج منذ ظهور الويب 1.0.

أعتبر الويب 2.0 مجرد أداة للتسويق والإشهار للفت انتباه الشركات التجارية إلى استخدام الويب من أجل الربح خاصة بعد فشل مشروع (الدوت-كوم) أو كما يوصف (فقاعة الدوت_كوم Dot-Com Crash) حيث نسب إليها هذا المصطلح لتشبيهها بالفقاعة التي ترتفع إلى السماء قبل أن تنفجر وهكذا كان الحال بالنسبة لمشروع الدوت_كوم لسنة 2001.

سنحاول في هذا الجزء طرح وجهتي نظر متعلقة بالويب 2.0 تتمثل الأولى في الويب 2.0 كأداة اتصالية والثانية في أنه أداة تسويقية.

1-1-2 الويب 2.0، كأداة اتصالية:

ينظر إلى الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي على أنه أداة اتصالية لأنه يجمع عدد كبير من الأفراد على شبكة الإنترنت حيث يعرف على أنه: "مجموعة من الأدوات التي تسمح للمجموعات بتشكيل شبكات تظهر بسرعة. يتضمن العديد من الوسائط، الخدمات والتطبيقات التي تقوي الجهود الفردية، تجمع الأفراد مع بعض في تجمعات واسعة، تربط المجموعات، توفر البيانات الوصفية عن التدفق الديناميكي والسيران

المعلوماتي في الشبكة وتسمح للشبكات الاجتماعية بالتكُون، وتتيح مرئية التجمُّع وقابلية القياس، المتابعة والترابط".¹

هذا التعريف يصف الويب 2.0 كأداة للمشاركة والمساهمة في إنتاج المحتوى الرقمي في الإنترنت وإمكانية إنشاء علاقات اجتماعية وبناء شبكات اجتماعية تربط الأفراد ببعضهم البعض من خلال مجموعة من التطبيقات التي تتيح هذه النشاطات حيث يركز ازدهار وتطور الويب 2.0 بالأساس على مشاركات الأفراد ومساهماتهم في إثراء المحتوى الرقمي من خلال مجموعة من التطبيقات الإلكترونية حيث يقول كريستيان فاكس Christian Fuchs بأن: تطبيقات الويب 2.0 هي تلك التي حققت العديد من السمات الجوهرية للويب 2.0 فهي تقدم البرمجيات على أنها خدمات قابلة للتحديث باستمرار والتي تتطور للأفضل كلما زاد استخدامها، تتيح استهلاك وتعديل البيانات من مصادر مختلفة ومتعددة متضمنة مستخدمين يوفرون بياناتهم وخدمات في شكل يتيح مزجها من طرف مستخدمين آخرين وإنشاء شبكات تؤثر من خلال هندسة المشاركة وتتجاوز صفحة الويب 1.0 إلى تقديم تجارب غنية للمستخدمين".²

حيث توضح سارة لونغ Sara M.Long أن الويب 2.0 هو مصطلح يعود إلى الحقبة الثانية من أدوات الويب المتطورة يتضمن مواقع الشبكات الاجتماعية، المدونات الإلكترونية، وما شابه حيث خلق منتدى للتفاعل الاجتماعي الراقى والمساهمة الإلكترونية وساهم في ظهور ثقافة انترنتية معقدة يشارك فيها العديد من الشباب بما فيهم طلاب المدارس والجامعات، فهم يتصلون مع العديد من الناس في حياتهم من خلال الإنترنت وغالبا ما يستخدمونها في العمل والمدرسة".³

¹ Christian Fuchs, **Internet and society (Social theory in the information age)**, New York, Rutledge, 2008, p102 .

² Christian Fuchs, **Social Media (A critical introduction)**, London, Sage, 2014, p32.

³ Sarah M. Long, **Exploring Web 2.0: The Impact of Digital Communications Technologies on Youth Relationships and Sociability**, Sociology student scholarship, Submitted to the Department of Sociology of Occidental College in partial fulfillment of the requirements for the degree of Bachelor of Arts, 2010, p5, http://scholar.oxy.edu/sociology_student/2/?utm_source=scholar.oxy.edu%2Fsociology_student%2F2&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages, Seen in: 09/02/2015, 23:23h.

يتفق بعض الباحثون على أن أكثر الأمثلة دلالة على عبارة "الويب 2.0" هي تلك التطبيقات التي ظهرت و نمت بسرعة في فضاء الويب، مثل المدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية، مواقع التأليف الحر Wikis، خلاصات RSS وما شابه. ويكيبيديا ربّما كانت هي المثال الرائد (سابقا قبل بزوغ نجم مواقع الشبكات الاجتماعية) في كيف أن هذا النوع من الممارسات التشاركية يعمل على إنشاء مستودع من الأفكار والمعارف المشكلة في ملفات ديناميكية تتغيّر من يوم لآخر، هنا المستخدمون يندمجون كمنتجون ومستهلكون للمعلومة سواء من خلال التصفح أو إضافة المحتوى للمشروع.¹ (مشروع ويكيبيديا).

يتجسد لنا الويب من خلال نقطتين أساسيتين:ويب القراءة Read web (ويب 1.0) وويب القراءة والكتابة Read_write web (ويب 2.0)، حيث يتعلق فعلي القراءة والكتابة بنشاط المستخدمين على الانترنت أين كانوا يتلقون المحتوى ويقرؤون المعلومات فقط بينما الويب 2.0 أتاح لهم القراءة والكتابة وهذا ما يفسر عملية الانتقال من الاستهلاك إلى الإنتاج. ومن ثم يمكننا اعتبار أن ويب القراءة والكتابة قد ولد مجددا. يمكننا جميعا الكتابة وليس فقط القراءة بطرق لم تكن موجودة من قبل ولأول مرة في التاريخ على الأقل في العالم المتقدم، أي فرد يملك كمبيوتر مزود بالإنترنت يمكنه أن يمتلك صحيفة لأي شخص يمكنه أن يصنع الأخبار.² تعبيرا عن سهولة نشر الأخبار والمعلومات على الويب من خلال تطبيقات متعددة ومختلفة.

1-1-3 الويب 2.0 كأداة تسويقية:

من جانب آخر يعارض بعض الباحثون فكرة أن الويب 2.0 جاء كمرحلة ثانية من تطور الاتصال عبر الإنترنت. بالنسبة لهم نشوء الويب 1.0 كان من أجل الاتصال

¹ David beer & Roger burrows, Op. cit

² Dan Gillmor, **We the media (Grassroots journalism by the people, for the people)**, USA, O'Reilly, 2006, p24

والمشاركة وأن الويب 2.0 هو فقط إيديولوجية للتسويق لزيادة الاستثمار عبر الويب وإنفاذ فشل فقاعة الدوت.كوم (2001) بحثاً عن نموذج اقتصاد ربحي على الإنترنت. كريستيان فاكس Christian Fuchs يعتبر الويب 2.0 كإيديولوجية تسويقية وأن مفهوم المشاركة الكامن في الويب 2.0 هو فقط تعبير عن مشاركة زائفة وأن الويب 2.0 هيمنت عليه العديد من اهتمامات الشركات التجارية وأنه آلة إخبارية وأن الاتصال وبناء المجتمعات كانت تدعمه العديد من التطبيقات الانترنيتية القديمة.¹ كما ترى Tiziana Terranova تيزيانا تيرانوفا أنه للخروج من أزمة الاقتصاد الرقمي بعد فشل الدوت_كوم جاءت مواقع الشبكات الاجتماعية أو الشبكات الاجتماعية الرقمية أولاً في شكل ابتكاري لتطوير الويب الأخير وإعادة بناء البيئة التجارية والاقتصادية.² في هذه المرحلة كان يبحث رجال الأعمال عن إنشاء نموذج تجاري على الإنترنت لربح المال وخاصة بعد فشل مشروع الدوت_كوم كما قدم بعض الباحثين وصفاً للويب 2.0 على أنه بمثابة الاجابة عن السؤال: "كيف نربح المال من تكنولوجيا الويب الجديدة؟".

إلى جانب هذه الرؤى والمساءلات انتقد مؤسس الويب 1.0 Sir Tim Berners Lee تيم برنرلي الويب 2.0 واصفاً إياه بالمصطلح الغامض الذي ليس له معنى ولا دلالة، وعن الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0 في سؤال وجه له في لقاء بودكاست نشر على موقع IBM'S عن ما إذا كان الويب 2.0 مختلف عن ما سمي الويب 1.0 لأن الأمر كله يركز على نقطة واحدة وهي الاتصال بين الناس يجيب: "...تماماً لا، الويب 1.0 كان من أجل الاتصال بين الناس. كان فضاء تفاعلي وأعتقد أن مصطلح الويب 2.0 طبعاً هو لغة غريبة ولا أحد يعرف ماذا يعني. إذا كان الويب

¹ Christian Fuchs, **New Media, web2.0 and surveillance**, Sociology compass, (5/2), Blackwell Publishing Ltd , 2011, p137.

² Tiziana Terranova, **Securing the social: Foucault and social networks**, In Sophie Fuggle, Yari Lanci and Martina Mazzioli (eds) Foucault and the History of Our Present, 2015, Houndsmill, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan,. p121.

2.0 بالنسبة إليكم هو المدونات والويكي يعني هذا أن الويب يقوم من الناس وإلى الناس، ولكن هذا ما كان يفترضه الويب منذ ظهوره، وفي الواقع الويب 2.0 يعني استخدام المقاييس التي أنتجها الناس الذين يعملون على الويب 1.0".¹ في كتابه « Weaving the web » 1999 يصف تيم برنرلي مستقبل الويب في جانبين اثنين:²

يتمثل الأول في أن الويب أداة أكثر قوة للتعاون بين الأفراد فهو يتخيل الفضاء المعلوماتي أمر يمكن لأي شخص الوصول إليه و ليس فقط لتصفحه وإنما لإنشاءه. يتمثل الثاني في امتداد التعاون إلى الكمبيوتر حيث يصبح بقدرة الآلات على تحليل البيانات، تحليل المحتوى، تحليل الروابط والمعاملات على الويب بين الأفراد والحواسيب ينتج عنه ويب سمنطقي أي دلالي.

1-2 الويب 2.0 والمسألة التقنية:

1_2_1 المستوى التقني للويب 2.0

يمكننا أن نتساءل هنا عن ما الذي أدى إلى انتشار استخدام مصطلح الويب 2.0 فترة ظهوره الأول ومعنى تطور الاتصال عبر الإنترنت بالبحث في الجانب التقني للويب الذي تقدم خطوة إلى الأمام تمثلت في إنشاء وحدات تقنية جديدة دعمت عملية تصفح وتحميل المواقع الإلكترونية وصفحات الويب للمستخدم حيث تم إدماج تقنية AJAX أجاكس والتي ساهمت في تقديم ويب أسرع وأفضل بمساعدة تقنيات أخرى (XML, HTML, CSS & Java script). تمت عملية توزيع خدمات وتطبيقات الويب من خلال التبنّي الواسع لمجموعة من التقنيات التي تجتمع في مصطلح Asynchronous AJAX (Java script+XML)، هذا المصطلح جاء به Jesse James Garret وقبل هذا كان

¹ Paul Anderson, Op. Cit, p5.

² Boyd Rayward, European modernism and the information society, USA, Ashgate publishing company, 2008, p127.

مستخدمو HTML يعانون في انتظار تحميل وتحديث صفحات الويب عند النقر على إحدى الإضافات بغية الانتقال من نص متشعب إلى آخر.¹

تقنية **أجاس** سهّلت التصفح والاتصال على الويب أين أصبح المستخدمون قادرين على تحميل وتحديث الصفحات بسهولة مما ساهم في عملية التدفق المعلوماتي أكثر فأكثر.

الويب 1.0 غالباً ما كان يقوم هرمياً على تنظيم المواقع من خلال معلومات مراقبة من طرف مجموعة صغيرة من منتجي المحتوى، أغلب المستخدمين يتصفحون، يقرؤون ويتحصلون على المعلومات ويتم توجيههم على الموقع من نقطة دخول واحدة أو من الصفحة الأولى كما يمكن للمستخدمين الخبراء في لغة النص الفائق (Hypertext Markup Language) أن ينشروا محتوى معين، لكن الويب 1.0 كان يستوعب إنتاج معرفي فردي متواضع منشور في أغلب الأحيان من خلال منتديات إلكترونية نصية أو قوائم أرشيف عامة.² أما الشكل الجديد للويب 1.0 فهو الذي فتح المجال لمشاركة المستخدمين في إنتاج المحتوى الرقمي على الانترنت.

1-2-2 الفرق التقني بين الويب 1.0 و الويب 2.0:

يتمثل الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0 في مجموعة من الخصائص التي تميّز كل شكل عن الآخر حيث اعتمدت جل المراجع التي اطلعنا عليها على الفروقات التي صنّفها تيم أوريلي في مقاله الشهير (ما هو الويب 2.0؟) سنة 2005، وتتمثل هذه الصفات في فروقات تقنية أي تعنى بتغير البيئة التقنية للويب 2.0 عن سابقه وأخرى خاصة بتغير سلوكيات وعلاقة المستخدم بالويب كما هي موضحة في الجدول التالي:³

_جدول يوضح الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0:

¹ Paul Anderson, Op. cit , p27

² Christine Greenhown and all, **Web2.0 and classroom research: What path should we take now?**, American educational researcher association & Sage, 38, Sage, 2009, p247

³ James Governor, Dion Hinchcliffe and Duane Nickull, **Web2.0 architectures**, USA, O`reilly media, 2009, p29.

الويب 2.0	الويب 1.0
غوجل أدسنس Google AdSense	النقر المزدوج Double click
موقع فليكر لمشاركة الصور Flickr	موقع أوفوتو Ofoto
Bittorent	Akamai
Napster	Mp3 com
Wikipedia	Britannica online
التدوين Blogging	مواقع شخصية Personal websites
Upcoming.org and EVDB	Evite
Search enging optimization	Domain name speculation
Cost per click	Page views
Web services	Screen scraping
المشاركة Participation	النشر، Publishing
مواقع التأليف الحر Wikis	Content managment systems
إنشاء (Folksonomy) Tagging الكلمات الوصفة	Directories (Tasonomy)
Syndication	Stikiness

يتمثل الفرق الرئيسي بين الويب 1.0 و الويب 2.0 في تغير بعض العناصر التقنية المشكلة للويب وتغير معها طريقة استخدام الويب من طرف الأفراد المستخدمين، حيث أصبح بإمكان الفرد المستخدم المشاركة في إنشاء وصنع المحتوى الرقمي بعدما كان على الويب 1.0 يستقبل فقط المعلومات ويستهلكها لما كان لتغير طبيعة المواقع الالكترونية وصفحات الويب تأثير في تطور استخدامات الفرد، فسرعة وسهولة الانتقال من نص متشعب إلى آخر وكذا تغير استراتيجية التدفق المعلوماتي على الويب جعل المستخدم ينتقل هو الآخر إلى إنشاء محتوى رقمي والتفاعل مع باقي المحتويات الرقمية التي ينشرها باقي المستخدمين، حيث نلاحظ من خلال الجدول السابق على مستوى بعض التطبيقات الالكترونية التي تغيرت مثل موسوعة Britannica التقليدية التي تجاوزتها ويكيبيديا موقع التأليف الحر حيث يكمن الفرق بين الاثنين أن موسوعة

بريتانكا تُحرّر من طرف مجموعة محددة ومعروفة من الأشخاص على غرار ويكيبيديا تضم فريق عمل غير محدود وغير معروف.

نفس الأمر ينطبق على موقع Ofoto الذي ظهر قبل موقع Flickr لكن هذا الأخير حقق ما لم يحققه موقع Ofoto من حيث المحتوى وكذا عدد المستخدمين فالفرق بينهما يكمن في أن موقع Flickr خاص بمشاركة عدد لا نهائي من الصور من طرف المستخدمين في حين أن موقع Ofoto كان يحدد عدد الصور التي تنشر على موقعه وكذا محدودية التخزين حيث إذا ما تجاوز عدد صور مستخدم واحد 90 يوما تمحى كل صوره في حالة ما إذا لم يشتري المستخدم مساحة إضافية أخرى، وتكمن باقي الفروقات في الميزات بين الويب 1.0 والويب 2.0 في تغيير الممارسات بحيث انتقل الفرد من النشر إلى المشاركة ومن القراءة إلى الكتابة.

3-1 أدوات الويب الاجتماعي: Social Web Tools

تتضمن تطبيقات الويب مجموعة من الأدوات التقنية التي ظهرت ونمت قبل وأثناء وبعد ظهور الويب 2.0 (كمفهوم) فقد اختلف الباحثون في تصنيفها على حسب خصائصها التقنية أحيانا وأحيانا أخرى على حسب طبيعة محتواها إن كانت خاصة بمشاركة نصوص، صور، فيديوهات أو روابط أو قائمة بالأساس على التدوين أو التأليف.

سوف نعتمد في هذا الجزء على التصنيفات الأكثر شيوعا لأدوات الويب الاجتماعي والقائمة على التصنيف الكرونولوجي أي بالاعتماد على زمن ظهورها ولو أنه هناك بعض تطبيقات الويب 2.0 التي ظهرت قبله لكنها لم تشتهر وتنمو إلا في عصره كما أشرنا سابقا لأن الويب 2.0 كان مجرد مفهوم أطلق على مجموعة من الممارسات الاتصالية الجديدة للمستخدمين في عالم الانترنت ولعلّه باستدلالنا ببعض التعريفات للويب 2.0 يكون ضروري للإشارة إلى أهم تطبيقات الويب 2.0 حيث يُعرف الويب

2.0 أو الويب الاجتماعي (يستخدم المصطلحان تبادلياً في الدراسات الأكاديمية وغالباً ما يستخدم مصطلح الويب الاجتماعي للدلالة على الدراسات ذات البعد النظري بينما يستخدم مصطلح الويب 2.0 للدراسات ذات الأبعاد التقنية أو التسويقية): "على أنه مجموعة أدوات توفر للجماعات تشكيل شبكات سريعة الظهور تتضمن وسائط متعددة، خدمات وتطبيقات تمنح السلطة لمجهودات الفرد وتربط الأفراد ببعضهم البعض في مجتمعات واسعة، توفير قواعد بيانات، شبكات ديناميكية تسمح للشبكات الاجتماعية بالتكون ويكون التجمع مرئي، قابل للقياس مراقب ومتربط".¹

الأهمية الخاصة لأدوات الويب الاجتماعي من خلال هذا التعريف هي ربط مجموعة من الأفراد في شبكة أو فضاء على الإنترنت لتسهيل عملية التواصل والتفاعل بينهم وهذا ما قدمته أغلب التطبيقات التي ظهرت في الجيل الثاني من الإنترنت للمستخدمين بدءاً من المدونات، مواقع التأليف الحر، التدوين المصغر، وصولاً إلى التطبيقات الأكثر شهرة ألا وهي مواقع الشبكات الاجتماعية والتي سنخصص لها جزءاً لوحدها لأنها موضوع دراستنا. يمكننا أن نحصر بعض أهم تطبيقات الويب 2.0 في التصنيف التالي:

1-3-1 المدونات الإلكترونية: (Weblogs, Blogs)

يعود أصل المصطلح (Blog) إلى "جون بارجر Jorn Barger" " 1997 اختصار لويب بلوغ (Weblog) أكثر التطبيقات الويبيوسرعها نمواً وشهرة. حيث تعرف المدونة Blog على أنها: "موقع ويب Website يحفظ فيه الفرد بصفة منتظمة مداخل التعليقات ووصف الأحداث أو غيرها من المواد كالجغرافيك أو الفيديو وتعرض المداخل عادة بترتيب زمني تسلسلي عكسي (Reverse Chronological Order) والعديد من المدونين يقدمون تعليقات أو أخبار عن موضوع محدد والبعض منهم يستخدمها كمفكرة شخصية

¹ Christian Fuchs, Internet and society, Op. cit, p102.

يومية (Diary) إلكترونية".¹ وغالبا ما ترتبط المدونات بالبودكاست Podcast الذي هو صوت رقمي أو فيديو رقمي والذي يمكن تحميله أو نشره من خلال الهاتف مثال على ذلك (Huffingtonpost.com ،Boingboing.net ،Gizmodo.Com)² كما تُعرف على أنها موقع ويب ينشر المستخدم من خلاله رسائل مخزنة كرونولوجيا ويمكن لباقي المستخدمين التعليق على هذه المدخلات وتعتبر كذلك نوع من اليوميات الإلكترونية لها صفة العمومية وتكسر الحاجز بين الخاص والعمومي. والفرق الأساسي بين قوائم البريد والمجموعات الإخبارية والمدونات هو أن المدونة هي دائما قاعدة ويب مؤرخة بشكل كرونولوجي (المدخلات الجديدة أولا).³ إذن المدونة هي موقع الكتروني شخصي يتيح للفرد بإنشاء صفحة شخصية يتحكم في تحريرها وإدارتها بنشر أفكاره وآراءه وتعليقاته على أحداث محلية أو دولية أو مواضيع تهمة بحيث يتم تخزين هذه المواضيع على واجهة المدونة كرونولوجيا من الأحدث إلى الأقدم، كما قد تتنوع المدونات وتختلف حسب المضمون من واحدة إلى أخرى فنجد مدونات نصية (يهتم أصحابها بنشر النصوص فقط)، مدونات صور (Photoblog) ومدونات للفيديو (Videoblog).

المدونات...نبذة تاريخية: كانت بداية المدونات مع صفحات ويب تؤسس وتسير من طرف أفراد لرصد ممارساتهم اليومية على الويب، محددين مواقع ويب جديدة ذات قيمة لقرائهم من أجل نشر روابط أو تعاليق صغيرة على صفحاتهم وقد بدأت أول مدونة سنة 1994 من طرف Justin Hall بإسم "Filter blog"، بعدها بأربع سنوات جاء Jorn Barger بمصطلح "Weblog" واختصرت إلى Blog وسمي المدونون ب Bloggers وسنة 1999 تم تأسيس الموقعين Blogger.Com و Pyra.com وهي مواقع

¹ أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والإنترنت بين السياسة والتكنولوجيا، القاهرة، الدار المصرية السعودية، 2010، ص110.

² Efthymios Constantinides and stefan J.Fountain, Op. cit, p232

³ Christian Fuchs, Internet and society, Op. cit, p103.

مجانية تتيح للأفراد إنشاء مدونة وبدأ صفحاتهم التدوينية.¹ مع عام 2004 كان هناك 4 مليون مدونة و 12.000 مدونة جديدة يوميا² وبزيادة عدد المستخدمين والمدونات كانت الخصائص التقنية أيضا في تطور من الصفحات الرئيسية واليوميات إلى مواقع بحث ومشاركة الكلمات الوصفة (Tags)، وملخصات (RSS)، أما الانتشار الواسع للمدونات عالميا جاء في الفترة التي تبعت أحداث 11أيلول/سبتمبر 2003 أين أطلقت في العام نفسه أول مدونة فيديو وفي مطلع عام 2005 عقد في نيويورك مؤتمر لمدوني الفيديو.³

دخلت المدونات عقدها الثاني عام 2008 وعلى الرغم من وجود أشكال عديدة للمدونات بداية من المدونات الطبيّة مروراً بمدونات التسلية والترفيه وانتهاءً بالمدونات الأدبية والفنية ومدونات الطقس فإن المدونات السياسية أو المدونات الانتخابية "PoBlog" التي تعنى باستطلاعات الرأي قد جذبت جلّ اهتمام وسائل الإعلام خاصة في الانتخابات الأمريكية لعام 2004 أين برزت هذه النوعية من المدونات ثم تلاشت مؤقتاً، ولكن في عام 2006 وما بعده أصبحت المدونات ووسائل الاعلام التفاعلية الأخرى محطة أنظار الصحافة والسياسة، وفي عام 2008 لم يعد السؤال إن ما كان يتم توظيف وسائل الاعلام الجديدة ولكن كيف يتم توظيفها.⁴ فالمدونات كانت وقتها تنتوع مواضيعها بين الفنية، الطبية، الثقافية وكانت السياسية هي الأكثر تأثيراً خاصة في المجتمع الأمريكي.

أما عن التدوين في الجزائر ظهرت المدونات المتعلقة بالجزائر ومواضيع الجزائر من طرف المغتربين في فرنسا ولعلّ أبرزها في ذلك الوقت كانت مدونة " Hchicha

¹ David Warlick, **Classroom blogging: A teacher's guide to blogs, wikis & others tools that are shaping new information**, North Carolina, Raleigh, 2007, p25.

² Greg Myers, **The discourse of blogs & wikis**, New York, Ken hyland, 2010, p16.

³ سعد بن محارب المحارب، **الإعلام الجديد في السعودية**، الكويت، جداول، 2011، ط1، ص110.

⁴ أحمد بدر، مرجع سابق، ص82.

blog2005 "لجزائري مغترب كان يكتب في المواضيع السياسية ويحكي تجربته في فرنسا باعتباره كان يعيش في منطقة يعتبر فيها من الأقلية المهاجرة،¹ وأخرى ظهرت في أمريكا من طرف شاب مزدوج الجنسية جزائري_أمريكي (نور الدين خالد، 17سنة) كان ذو إرث صوفي مسيحي شيعي يكتب عن الاسلام وكان عنوان مدونته "أكره التطرف الاسلامي لكنني لا أكره الاسلام"²، أما بخصوص المدونات التي بدأت في الجزائر من طرف جزائريين أيضا تتمثل في مدونات تتنوع بين المواضيع السياسية، السياحية والتاريخية على سبيل المثال نذكر مدونة (Algérie découverte 2007) مدونة تتعلق بتاريخ الجزائر وجغرافيتها، ومدونة أخرى سياسية ليزيد هدار (Haddar-blog.Com2008) التي يحررها معارض سياسي نشط،³ بعدها ظهرت مدونة مشتركة بين ثلاث مغاربة، سميت المدونة (2009MaghreBlog) حيث يبني كل واحد منهم مدونته الخاصة به ويشارك في نفس الوقت في هذه المدونة المغاربية.⁴ فالتدوين في الجزائر كان غائباً ولم يظهر إلا سنة 2007 ومع ذلك لم يأخذ مكانته في المجتمع الجزائري مقارنة بالمجتمعات العربية الأخرى نتيجة التوجه التقني لمستخدمي الانترنت في الجزائر نحو التطبيقات الالكترونية الفرنسية.

_خصائص المدونات: من مواطن قوتها وضعفها في نفس الوقت، عدم وجود رقابة عليها وعدم وجود وسيط بين المدونيين والجمهور، كذلك عدم خضوع المدونات للتحكم مما يطرح تحفظات سياسية وأخلاقية حول مضمونها وتبدو المدونات وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية فقد أصبحت المدونات أشبه بصفحة الرأي المتجددة حتى غدت

¹ Gary R Bunt, **IMuslims : Rewriting the house of Islam**, USA, The university of north Carolina press, 2009, p163.

² Ibid, p164

³ Mark Glaser, **The rise of global free speech in the digital age**, USA, PBS Media Shift, 2013, wp.

⁴ Gary R Bunt, Op. cit, p162.

فكرة المدونات أقرب إلى كونها فرصة للتعبير عن الرأي ففي المدونات يتكلم الناس بحرية ويتناولون موضوعات مهمة وكلّما اتسعت الدائرة زادت مساحة التأثير.¹

المدونات الإلكترونية مميزات تقنية عديدة هي:²

سهولة إنشائها: فالعديد من المواقع الإلكترونية توفر الدعم التقني لإنشاء مدونتك مثل مساحة لتخزين الصور والمحتوى، أداة لإدارة المدونة Management tool content، بل توفر نماذج جاهزة لتصميم موقعك "Easy templates" فمن الممكن أن تختار التصميم الذي يناسبك كجريدة أو أن يكون عائلي أو غيره.

سهولة تحديثها وصيانتها: فأنت عندما تشترك وتنشأ مدونتك سوف لن تحتاج إلى برامج أو خبرة كبيرة في إدارة الموقع بل التحديث يحدث عادة عن طريق معالج يشبه برنامج الورد (Word Processer) وإضافة الصور وتحميلها تشبه طريقة التحميل والإضافة العادية على الورد word أيضا أو عبر البرامج الأخرى وعادة ما يوفر لك الموقع دليل بجميع اللغات ومنها العربية عن كيفية إنشاء موقعك خطوة بخطوة.³

المدونات صديقة لمحركات البحث: Search Engine freindly

حيث إن كل عملية تحديث على المدونة تترافق مع عنوان URL مختلف، أي أنه سيكون لكل من هذه التعديلات صفحتها الخاصة على شبكة الإنترنت ومنفصلة فإذا كنت تهتم لمناصب جيدة في الظهور ضمن نتائج محركات البحث كغوغل Google وياهو Yahoo وركزت على موضوع معين واختيار الكلمات التي تصف مشاركتك بعناية جيدة فإنه سيكون لديها فرصة أكبر لترتيب جيد مع محركات البحث.

شريف درويش اللبان، مداخلات في الاعلام البديل والنشر الإلكتروني، القاهرة، دار العالم العربي، 2011، ط1، ص92.

²المرجع نفسه، ص32.

³خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص31.

سهولة التواصل مع قاعدة المعجبين (المتابعين): فاليوم توفر معظم مواقع المدونات إضافات للتواصل الاجتماعي « Social_add_ons » مثل أيقونات الفيسبوك وتويتر وكذلك خدمة RSS مما يسهل من عملية ربط ونشر خبرك المحدث عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ولأكبر قاعدة من المتابعين أو المهتمين بهذا الموضوع.

مجانيتها: إنشاء وتحديث المدونة لا يكلف شيئاً مقابل نشر رأيك أو الترويج لمنتجك أو لحزبك السياسي وهو ما كان ليكلفك الآلاف لو رغبت في نشره عبر وسائل الاعلام التقليدية فالمدونات تتيح لك قوة الآلة الاعلامية العالمية.

مساحة غير محدودة للتخزين: فالمدونات تتيح لك مساحة غير محدودة مجاناً لتخزين ما تريده من معلومات أو صور أو أفلام و غيرها، وهو ما كان ليكلفك مئات الدولارات لدى المواقع الالكترونية العادية أو من خلال خوادم البريد الالكترونية العادية وهي ميزة كبيرة في حد ذاتها.

1-3-2 مواقع التأليف الحر (Wikis):

تعريف الويكي Wiki: هو تطبيق على الويب يسمح لمتابعي أي صفحة إلى تغيير المحتوى من خلال تحرير صفحة الكترونية في متصفح ما. Ward Cunnigham طور أول ويكي سنة 1995 كأداة تشاركية لتحرير صفحة ويب من خلال موقع الكتروني يسمى Wikiwikiweb وتعني كلمة ويكي ويكي (بسرعة أو أسرع)¹، قبل أن يضيف Clay Shirky كلمة Pedia.²

"ويكيبيديا" هي موسوعة حرة متعددة اللغات يسهم فيها عشرات الآلاف من المتطوعين من مختلف أنحاء العالم. صدرت في يوليو 2003 نسخة عربية لهذه الموسوعة التي أسسها أمريكي يدعى (جيمي ويلز) عام 2001، ولكن النسخة العربية مازالت إلى الآن

¹ Anja Ebersback & others, **Wikiweb collaboration**, Berlin, Springer, 2008, 2ed, p12.

² Greg Myers, **Discourse of blogs & wikis**, New York, Ken Hyland, 2010, p16.

في مرحلة بناء المحتويات ولا يزال عدد المدخلات فيها متواضعا جدا مقارنة بغيرها من اللغات في الموسوعة ذاتها إذ تعد النسخة الانجليزية الاكبر من حيث عدد المدخلات تليها النسخة الالمانية. وتعتمد هذه الموسوعة على تقنية "ويكي" لإدارة محتويات الموقع حيث تتميز بخاصيتين الأولى: إمكانية تعديل الصفحات بواسطة أي مستخدم والثانية تتمثل في إمكانية إدراج ارتباط لصفحة لم تنشأ بعد.¹

في الفترة ما بين 2001 إلى أواخر 2007 تم كتابة حوالي 1.6 مليون مقال وأصبحت ويكيبيديا بأكثر من 200 لغة على حسب Jimmy_Wales مؤسس ويكيبيديا أن الموقع مع نهاية 2004 كان له أكثر من 400 مليون زائر شهريا وكان الأكثر شعبية من موقع IBM وGeocities، يساهم في الموسوعة أكثر من 91.00 مساهم نشط يعملون على أكثر من 19 مليون مقال في 282 لغة، 158.196 مقال منها باللغة العربية تحوي آلاف الزوار من مختلف أنحاء العالم يقومون بالكثير من التعديلات وينشئون الكثير من المقالات الجديدة يوميا،² ومع تزايد الضغوط أعلنت إدارة الموقع "ويكيبيديا" أن ثمة لجنة مؤلفة من مختصين تقوم بمراجعة المقالات التي ينشرها زوار الموقع. فالمشارك في هذه الموسوعة يشعر بأنه غير قادر على الإبداع والمشاركة في صناعة عصر جديد وتحمل مسؤولية تعريف ملايين "التلامذة" الافتراضيين بأمرها وهذه ممارسات يعجز عن القيام بها في الحياة الواقعية حيث يمنع من التدخل في كتابات الآخرين بينما الموسوعة الالكترونية تسمح له بتصحيح ما يعتقد خاطئا في كتابات الآخرين.³

مواقع الويكي يمكن فهمها على أنها مصادر موجهة من المستخدمين تتشكل ويتم التحرير فيها من طرف أي شخص يرغب في المشاركة وأكثر الأمثلة المعروفة هي

¹ شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 251.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 50.

³ شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 241.

موسوعة ويكيبيديا، أمثلة أخرى عن مواقع الويكي تتضمن Martindalecenter.com و Encyclopedia و Onelook.com الصفحات التي تخلق هذه الويكي تُربط معا بشبكة من الروابط الفائقة الحية في النص والتي تتيح للمستخدمين التحول إلى صفحات أخرى مرتبطة.¹

قبل هذا كانا Wales و Sanger يعملان على مشروع **Nupedia** وهي موسوعة مؤسسة على النموذج التقليدي للمدخلات التي تكتب من طرف خبراء والتي كانت بطريقة ما كخلفية مجانية للويكيبيديا على الويب. **Nupedia** رغم أنها مجانية لم تكن المشروع الموسوعي الوحيد حول الويب كان هناك أيضا **Gnupedia** والذي كان يشبه قليلا نطاق رؤية نيوبيديا لكن كان تحت رعاية المبرمج الناشط Richard Stallman ومؤسسة برامجه المجانية ثم أعاد تسميتها **GNE** على الويب **GNU** وما يعرف ببشكل معدل اليوم يعرف ب(Linux).²

ويكيبيديا في نهاية الأمر أخذت عمليات **GNU**بقايا نيوبيديا بإستخدام رخص توثيق **GNU** المجانية وما كان جديد بخصوص **Gnupedia** أو الموسوعة العالمية الحرة أو مصادر التعلم كما كانت تسمى كانت تحت نظرة **ستالمان** بديل مباشر لما كان يراه خصوصية المعرفة قريبة الحدوث: "الشبكة العالمية للويب لها امكانية للتطور لموسوعة عالمية تغطي كل المجالات المعرفية ومكتبة متكاملة للدروس الأساسية، يمكنها أن تحدث دون أي مجهود إذا لم يتدخل أي أحد لكن المساهمات تحتشد نحو توجيه المستقبل نحو مسار مختلف في واحدة منها يراقبون وينظمون للوصول إلى الأدوات التعليمية وذلك للحصول على المال من الناس الذين يريدون التعلم.³ فموقع

¹ David Beer & Rogers Burrow, Op. cit.

² Sam Han, Op. it, p25

³ Ibid, p26

ويكيبيديا والذي يمثل موسوعة للتأليف الحر التي تجمع مشاركة الملايين من الناس لم ينشأ هذا دفعة واحدة بل كان قائماً على تقنيات وتطبيقات سبقته لها نفس وظيفتها.

3-3-1 مواقع مشاركة الملفات: File Sharing Websites

مواقع مشاركة الملفات مصطلح يستخدم ليّصف نشر المحتوى الرقمي مثل الملفات الصوتية، برامج الكمبيوتر، ملفات، كتب الكترونية الصور والفيديوهات. هذا يتيح للمستخدمين الوصول إلى المحتوى من خلال الويب أو من خلال التشبيك الإلكتروني.¹

هناك الكثير من مواقع مشاركة الملفات ولعلّ أبرزها مواقع مشاركة ملفات الفيديو والصور، والموقع الأكثر شعبية لمشاركة ملفات الفيديو هو مواقع Youtube يوتيوب حيث بلغت عدد المشاهدات اليومية للموقع في مارس 2013 حوالي 4 بليون مشاهدات يومية للفيديوهات المنزلة عليه²، سنقدم هنا بعض التعريفات والاحصائيات عن الموقع:

يوتيوب Youtube: هو موقع متاح على شبكة الإنترنت لمشاركة ملفات الفيديو يُمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصوّرة بالإضافة إلى فرص المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها، ويعتمد الموقع على برنامج (Adobe Flash Video) وقد تم إنشاؤه في شباط فبراير 2005 يمثل موقعاً شخصياً بمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل الاسم نفسه في تشرين الثاني/نوفمبر من عام 2005 بولاية كاليفورنيا الأمريكية وفي تشرين الثاني/نوفمبر 2006 قامت شركة غوغل بشراءه.³ وكان أول فيديو تم رفعه على موقع اليوتيوب بتاريخ 23 أبريل 2005، تبلغ مدته 00.19 ثانية من طرف "جواد

¹ Alan Ascley, **Security risks in social media technologies (safe practices in public service applications)**, United kingdom, Chandors publishing, 2013, p20.

² Alan Ascley, Op. Cit, p20.

³ سعد بن محارب المحارب، مرجع سابق، ص113

كريم" بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهدها الملايين ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنت.¹ ولازال الموقع لغاية اليوم يمثل الموقع رقم واحد في نشر ومشاركة الفيديو خاصة بعد شراء هذا الموقع من طرف شركة غوغل واتباعه طريقة تشجيع المشتركين فيه باعطائهم ذرع لكل من يتجاوز عدد مشتركى قناته على الموقع 100 ألف مشترك.

1-3-4 مواقع التدوين المصغر: **Microblogging sites**

مصطلح التدوين المصغر يستخدم منذ سنة 2006 عندما تأسس موقع Twitter و Jaiku، هو مصطلح مركب من مفردين (Micro) وتعني صغير و (blog) وتعني مدونة، يقصد به التدوين المصغر ويعني هذا التدوين بأحجام صغيرة محدودة في فضاء محدود بنشر منشورات أو رسائل قصيرة يتراوح عدد أحرفها بين 200 و 140 حرف، قد تحتوي على روابط، صور وفيديوهات قابلة للقراءة من قبل عدد من المستخدمين يُسمون المتابعين (Followers).² هناك العديد من مواقع التدوين المصغر ولعل أبرزها هو موقع Twitter, Plurk, Edmodo. Identica, Jammer, Shoutem. وسنقدم هنا عرض مختصر عن تويتر باعتباره من أبرز وأنجح هذه المواقع التدوينية.

تويتر Twitter:

تويتر هو موقع مجاني للتدوين، تأسس في مارس 2006، من طرف Jack Dorsey و Evan Williams و Biz Stone ثلاث أعضاء من ODEO. عندما كانت المدونات التقليدية تنشر منشورات بدون حدود كان التدوين المصغر يدعم إرسال واستقبال رسائل قصيرة يتشارك فيها المستخدمون تعمل وفق مقياس محدود من الحروف يصل إلى

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 43

² Gabriele Grossek & others, **Academic perspectives on microblogging**, Social media and the new academic environment, (Pedagogical challenges), USA, IGI, 2013, p309.

160 حرف إلا أن المصممون حددوا 140 حرفا ليتاح إضافة وتحديد المستخدمين (Identify Users).¹

يتيح تويتر للمستخدمين إيجاد ومتابعة تغريدات للآخرين وأيضا البحث عن تغريدات مرتبطة بكلمة مفتاحية أو موضوع، مستخدمو تويتر طوروا تقنية الهاشتاغ (Hashtag) كرمز لتحديد كلمة مفتاحية يبحثون عنها.² وقد شهد تويتر نموا سريعا، فقد سُجلت 400.000 تغريدة في 2007 نمت إلى 100 مليون تغريدة عام 2008، وتشير الإحصائيات إلى أنه بلغ عدد زوار تويتر 54.7 مليون زائر من مختلف أنحاء العالم خلال أغسطس 2009. واعتبارا من يونيو 2010 تم نشر حوالي 65 مليون تغريدة كل يوم أي ما يعادل 750 تويت كل ثانية وسجل رقما قياسيا خلال نهائيات كأس العالم 2010 عندما كتب المشجعون 2940 تغريدة في الثانية.³

كان هذا عن أهم تطبيقات الويب 2.0 حيث قدمنا مثال أو نماذج عن كل نوع وأجلنا الحديث عن مواقع الشبكات الاجتماعية والتي تعتبر النوع الخامس من أدوات الويب الاجتماعي بهدف تخصيص جزء خاص بها لأنها تمثل موضوع دراستنا.

4-1 اجتماعية الويب الإجتماعي, The sociality of social web:

يبدأ الويب 2.0 من الناس وينتهي إلى الناس فالمستخدم هو منتج المحتوى الرقمي وهو نفسه المستهلك في علاقة تبادلية مع باقي المستخدمين وليس بالضرورة أن يكون كل مستخدم منتج قد يكتفي البعض منهم بتصفح الويب فقط. كما يساعد الويب على خلق علاقات اجتماعية بين المستخدمين مثل العلاقات الالكترونية (Online

¹ Alan B Albarran, The social media industries, United Kingdom, Rutledge, 2013, p21

² Ibid, p22.

³ عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، عمان، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، 2013، ص358.

(Relationship) أو الحفاظ على علاقات كانت موجودة سابقا (Offline Relationship).

في هذا الجزء سوف نعرض مقدمة في سوسيولوجيا الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي لتحديد: ما هو الاجتماعي في الويب الاجتماعي؟ من خلال استعراض مفاهيم النظرية الاجتماعية بدءا بمفهوم دور كايم Durkheim للحقيقة الاجتماعية، ومفهوم ماكس فيبر Max Weber عن الفعل الاجتماعي وصولا إلى مفهوم ماركس Karl Marx عن التشارك ومفهوم تونيز Tonnie عن بناء المجتمعات.

الويب الاجتماعي هو منصة تشغل لربط الناس ببعضهم البعض وتسهيل الاتصال، المساهمة والمشاركة بينهم حيث تتم هذه الأفعال ضمن شبكة من العلاقات تتجسد من خلال أدوات اتصالية تسمى تطبيقات الويب 2.0 ممثلة في المدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية، مواقع التأليف الحر، منتديات المحادثة، التدوين المصغر...إلخ. يطلق عليه الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي لأنه يربط بين الناس ويساعدهم على بناء وإنشاء مجتمعات إلكترونية أو الحفاظ على علاقات اجتماعية كانت موجودة سابقا في الحياة العادية (Offline Relationship)، أين وضّح Christian Fuchs "أن منصات الشبكات الاجتماعية هي المثال الأمثل للتعبير عن ما يسمى الويب 2.0 و التي تتيح بناء علاقات اجتماعية والحفاظ عليها".¹ يضيف: "تطبيقات الويب 2.0 مثل منصات الشبكات الاجتماعية تجعل الأفراد منشغلين بإنتاج المعلومات الشخصية التي يعرضونها أونلاين على حساباتهم في المدونات أو على الشبكات الاجتماعية..إلخ وأغلب هذه التطبيقات بنيت ليصبح لكل مستخدم فضاءه الخاص به الذي يؤسسه ويحافظ عليه".²

¹ Christian Fuchs, **Information and communication technologies and society (A contribution to the critique of the political economy of the internet)**, European journal of communication, 24(1), Sage, 2010, p80.

² Ibid, p84

إن الحديث عن اجتماعية الويب الاجتماعي يقودنا إلى استحضار معنى الاجتماعي (Social) استنادا إلى المقاربات النظرية التي ناقشت سابقا هذا المفهوم في مجال علم الاجتماع بدءا بدوركايم **Emile Durkheim** (الحقيقة الاجتماعية، Social fact)، **ماكس فيبر Max Weber** (الفعل الاجتماعي، Social act) وصولا إلى **كارل ماركس** و**تونييز Karl Marx & Tönnies** (التعاون Co_Operation) وبناء المجتمعات (Community building).

1-4-1 المعرفة كحقيقة اجتماعية:

مصطلح المعرفة يرتبط مباشرة بميزة من ميزات الويب 1.0 أين كان المستخدمون يتلقون فقط المعلومات ويتصفحون محتوى الويب دون إمكانية تشكيل أي نوع من أنواع المحتوى الرقمي، يصرح بعض الباحثين أن الويب 1.0 لا يمثل أي فعل اجتماعي لأنهم يعتبرون أن الاجتماعي هو ما يرتبط بالتفاعل الاجتماعي بين مجموعة من الأفراد، لكن بالعودة إلى مفهوم دوركايم للحقيقة الاجتماعية يمكننا القول بأن الويب 1.0 هو اجتماعي حسب المفهوم الدوركايمي، ففي الفصل الأول من كتابه قواعد المنهج الاجتماعي (Rules of sociological method)، يعرف دوركايم الحقيقة الاجتماعية على أنها: "أي طريقة من طرق التصرف أو السلوك ثابتة أو غير ثابتة، قادرة على ممارسة نوع من القهر الخارجي على الأفراد أو هي كل سلوك يعم في المجتمع بأسره وكان ذا وجود خاص مستقل عن الصورة التي تتشكل بها في الحالات الفردية".¹ بالنسبة لدوركايم هناك فرق بين السلوك الفردي الذي يأخذ مكانه في الشعور الداخلي والذي هو موضوع علم النفس وبين السلوك الفردي الموجود في الشعور الخارجي والذي هو موضوع علم الاجتماع. يكون السلوك سلوكا اجتماعيا إلا إذا كان بقية أعضاء المجموعة يتمثلونه في نفس الظروف".

¹إميل دوركايم، تر: محمود قاسم والسيد محمد بدوي، قواعد المنهج في علم الاجتماع، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص68.

كل البرمجيات (Software) هي اجتماعية في معنى أنها نتاج عمليات اجتماعية فهي تُنتج من طرف أفراد تؤطّرم علاقات اجتماعية تستهدف المعرفة المنتجة في المجتمع المطبقة والمستخدم في النظام الاجتماعي. كل التطبيقات البرمجية هي اجتماعية (مُجتمَعِيّة) بالتطابق مع معنى دوركايم للحقيقة الاجتماعية، فهي ثابتة تجسد البنية الاجتماعية وحاضرة حتى لو قام المستخدم بالجلوس أمام الشاشة وحيدا يتصفح معلومات على الويب، لأنه حسب دوركايم الحقيقة الاجتماعية لها وجودها في الاستقلال الذاتي للتعبير الفردية.¹ وبالتالي وفقا لمفهوم دوركايم للحقيقة الاجتماعية فإن كل أي فعل هو اجتماعي وبالتالي كل نشاط فردي على الويب هو اجتماعي، وينطبق هذا التعريف على فضاءات الويب 1.0 أين كان الفرد المستخدم يتلقى فقط المعلومات على الويب دون إمكانية المشاركة والمساهمة في إنشاء المحتوى على الويب أو تحرير أي نوع من أنواع صفحات الويب.

1-4-2 الويب من المعرفة إلى الاتصال:

على العكس من دوركايم نجد مفهوم **ماكس فيبر** بوصفه للفعل بأنه اجتماعي إذا ما ارتبط بأفعال الآخرين الذين يتفاعلون معه ويوجّهون سلوكه ويفرق بين الفعل الانساني والفعل الاجتماعي من خلال عنصر التفاعل فأبي فعل يقوم به الفرد دون أن يتفاعل مع بقية الأفراد هو فعل إنساني محظ. وليس كل أنواع الأفعال هي اجتماعية إذا كانت موجه فقط لسلوكيات تتعلق بأشياء جامدة ومثال ذلك السلوكيات الدينية ليست اجتماعية إذا كانت المسألة تتعلق بالتأمل أو بصلاة تضامنية.² فحسب **ماكس فيبر** الفرد يعيش داخل نسيج من العلاقات ولا يمكن أن ننظر إليه ونفكر فيه خارج جماعته التي ينتمي إليها³ ويكون فعل الفرد اجتماعيا بمقدار ما يكون متعلقا بسلوك الآخر

¹ Christian Fuchs, **Internet and society (social theory in the information age)**, Op. Cit, p99.

² Ibid, p100

³ لوران فلوري، تر: محمد علي مقلد، **ماكس فيبر**، لبنان، دار الكتاب الجديد، 2008، ص26.

وموجها بالقياس إليه في تنفيذه وبحكم الدلالة التي ينيطها الأفراد بأفعالهم فإن الفعل الفردي يأخذ بالاعتبار سلوك الآخرين ويتأثر به.¹

ينطبق الأمر على تصفح الويب الذي لا يعتبر سلوكا اجتماعيا إلا إذا كنا نتصل بالآخرين من خلال غرف الدردشة أو أن نتشارك مع آخرين في صنع المحتوى الرقمي من خلال مواقع التأليف الحر (Wikis) مثلا.

من خلال هذين المفهومين كريستيان فاكس يقارب نشاطات المستخدمين بمساءلة ما هو اجتماعي أين يصف الويب 1.0 على أنه مفهوم دوركايمي (Durkheimian Concept) باعتبار أن الويب 1.0 كان يتعلق بقراءة المحتوى فقط دون التفاعل مع مستخدمين آخرين ويصف الجيل الثاني للويب (الويب 2.0) على أنه مفهوم ويبيري (Weberian Concept) بالاقتراب من الصفة الاجتماعية للويب 2.0 حيث يمكننا أن نصف أي فعل على أنه اجتماعي إذا لم يرتبط بنشاطات المستخدمين الآخرين وسلوكياتهم ومن خلال التفاعل فيما بينهم. يمكن للويب 2.0 أن يتضمن الفعلين بمعنى أن يتضمن المفهومان الدوركايمي والويبيري لكن ما نحن هنا بصدده مناقشته هو ماهية الاجتماعي حسب علماء السوسيولوجيا وربط تلك المفاهيم التي وضعوها بالأفعال والنشاطات التي تؤسس علاقة الفرد المستخدم بالويب كمنصة اجتماعية.

1-4-3 الويب من الاتصال إلى المشاركة:

عندما نتحدث عن الويب 3.0 فنحن نصف منصة ويب أكثر تشاركية وتساهمية، نتحدث هنا عن أداة تساعد المستخدمين على بناء المجتمعات (Build Communities) والتعاون (Co_operating) في إنشاء المحتوى من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وغيرها من التطبيقات، هذه المعاني لصفات الويب 3.0

¹ المرجع نفسه، ص 27.

يمكن وصلها بمفهوم **ماركس** Karl Marx عن التعاون ومفهوم **تونيز** Tonnie عن بناء المجتمعات.

تكنولوجيات الويب 3.0 مثل الويكي لا تتميز فقط بالتواصل ولكنها تعاونية حيث يعكس الويب 3.0 صفة الاجتماعي في التعاون الذي يمكن إرجاعه في شكله الأصلي إلى عمل ماركس. بالنسبة إلى **ماركس** وأنجلز التعاون هو جوهر الاجتماعي: من خلال الاجتماعي نفهم تعاون الأفراد بغض النظر عن الظروف، أو الطريقة أو النهاية ويترتب عن هذا نوع خاص من الإنتاج أو المرحلة الصناعية المرتبطة دائما بنوع من التعاون أو المرحلة الاجتماعية، هذا التعاون هو في حد ذاته قوة إنتاجية.¹ أما في مفهوم **تونيز** لبناء المجتمعات، الويب 3.0 هو أداة لبناء المجتمعات وهذا المصطلح تم في نظر **تونيز** يعني: "الوعي بالانتماء للجماعة والتأكيد على حالة الإعتماد المتبادل فيما بينهم".² من خلال مقارنة هذه المفاهيم السوسيولوجية الثلاث للويب، يمكن استخلاص ثلاث سمات لكل مرحلة من مراحل الويب حيث اعتبر الويب 1.0 كأداة معرفية أين استخدمه الناس كمصدر للمعلومات و المعرفة بينما كان الويب 2.0 للتواصل البشري أين يظهر الفعل الإتصالي في عدة أشكال (من واحد لواحد، من واحد للجميع، من الجميع وإلى الجميع) وأخذ الويب 3.0 صفة التعاون.

وفقا لهذا التصنيف يمكننا استنتاج أن الويب مرة بعدة مراحل اتصالية التي تغيرت وتطورت من ويب إلى آخر، هذا أثر أيضا على الجانب الممارساتي الذي يتعلق بالعلاقة بين المستخدم والإنترنت والتي انتقلت هي الأخرى من الاستهلاك (Consumption) إلى الإنتاج (Production)، أين اندمج المستخدمون في آليات الإنتاج والمشاركة وكذلك الاستهلاك. تصفح محتوى الويب، التدوين، استخدام الكلمات

¹ Christian Fuchs, **Internet and society (social theory in the information age)**, Op. Cit, p100.

² Christian Fuchs, **Social networking sites and the surveillance society**, A critical case study of the usage of studiVZ, Facebook, and Myspace by students in Salzburg in the context of electronic surveillance, Austria, Forschungsgruppe Unified Theory of Information, 2009, p5.

الواصفة، النشر والمشاركة أصبحت للمستهلك دور نشيط في إنتاج الخدمات والمعلومات.¹

1-5-1 جنيالوجيا الشبكات الاجتماعية

1-5-1 تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية:

مواقع الشبكات الاجتماعية، مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية الرقمية أو منصّات التشبيك الاجتماعي.....اختلفت التسميات والموضوع واحد لكن كان من المهم الاطلاع على الرصيد المعرفي في هذا الشأن للتمكن من توضيح وجهات النظر حول هذا الموضوع الذي تناولته الدراسات الانثروبولوجية والسوسيولوجية وحتى الرياضيات قديما. حيث استخدم المصطلح في التحليل البنائي للعلاقات الاجتماعية ودراسة المجتمع ونظمه وكذا البناء الاجتماعي. واشتهر المصطلح في التحليل البنوي والوظيفي للمجتمع من أجل تأويل وفهم الفعل الاجتماعي كما ارتبط بنظرية تحليل الشبكات الاجتماعية. أما في الدراسات الرياضية فقد ارتبط المصطلح بنظرية البيانات (Graph Theory) لتطوير الطرق الرياضية غير الكمية لدراسة مجموعة من العلاقات بين مجموعة من الأشخاص. نتج عن هذا تباين واختلاف في الأبحاث والدراسات من حيث استخدامات مصطلح الشبكات الاجتماعية بين المجازي (Metaphoric) والتحليلي (Analytic) وهذا ما سنعرضه في هذا الجزء.

_في المفهوم الكلاسيكي للشبكات الاجتماعية:

في المفهوم الكلاسيكي للشبكات الاجتماعية نجد ما هو مجازي في التعبير عن الشبكات الاجتماعية وما هو تحليلي خاضع لمجموعة من الأساليب المنهجية حيث نجد أنه هذا المصطلح تم مناقشته والتعرض له في العديد من المجالات البحثية عديدة ومتنوعة مثل السوسيولوجيا، الانثروبولوجيا، الرياضيات وحديثا علم الحاسوب، أول

¹ David Beer & Roger Borrows, Op. Cit.

استخدام للمصطلح كان مجازي قبل أن يتم إعطائه بعد تحليلي مع ابتكار المنهج السوسيومترى -القياس الاجتماعي- (Sociometry Method) الذي يتيح تحليل الشبكات الاجتماعية الكلاسيكية بتمثيلها عن طريق بيانات خطية (Sociograms) لوحدة اجتماعية أو مجموعة ما وعلاقتهم بوحدة أو مجموعات أخرى أين يظهر الأفراد في شكل نقاط التقاء (Nodes) والعلاقات التي تربط بينهم في خطوط (Lines).

سنة 1934 قام Jacob L. Moreno متخصص في علم النفس مع الباحثة Helen Hall Jennings بتفسير كيف تؤثر العلاقات الاجتماعية على الراحة النفسية؟ وطوروا تقنية Sociometry كمنهجية كمية لدراسة بنية المجموعات ووضعيات الأفراد داخل هذه المجموعات، استخدمت المقارنة بيانات خطية سوسولوجية (Sociograms) بتمثيل رسومات مرئية للأفراد أو لأي وحدة إجتماعية وعلاقتهم بالآخرين داخل المجموعة حيث يتمثل الأفراد في نقاط والعلاقات التي تربطهم في خطوط (Lines).¹ أنشأ مورينو قاموساً للمصطلحات الشبكية لازال يستخدم لحد اليوم وبنفس الطريقة، حيث يعتبر السوسيوغرام كتقنية مرئية ترسم العلاقات بين الفاعلين الاجتماعيين والتي تصبح الاداة التحليلية الرئيسية في السوسيومترى. ولأول مرة صورة هذه العلاقات الاجتماعية توضح بنية علاقات الصداقة، القادة والعلاقات داخل الأقسام. كل فرد ممثل في دائرة بخطوط توضح العلاقات واتجاهاتها.²

¹ Christina Prell, **Social network analysis (History, theory and methodology)**, London, Sage, 2012, p29

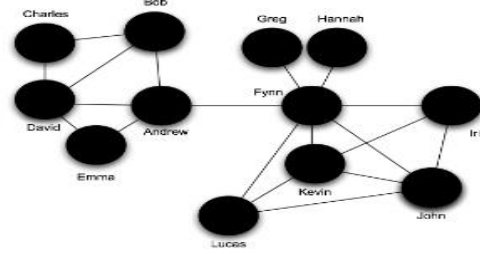
² Bernice A. Pescosolodo, **the sociology of social networks**,

http://www.uk.sagepub.com/leonguerrero4e/study/materials/reference/05434_socnet.pdf, seen in : 11.05.2015, 02.43h, p209.

Representation

17

• Sociogram



N. Novielli, S. Marczak | ICGSE 2013 | Bari, Italy

شكل 1: يوضح تمثيل العلاقات الشبكة من خلال بيانات خطية.¹

سنة 1954 John A. Barnes درّس الروابط القائمة بين ين الناس الذين يعيشون في النرويج وجزيرة أبريشة، حيث يرى بارنز أن التفاعلات الاجتماعية تُمثّل في مجموعة من النقاط ترتبط ببعضها البعض بخطوط تشكل شبكة عامة والمجموعات غير المنظمة للعلاقات الشخصية تشكل شبكة جزئية ضمن هذا الكل. اعتمد بارنز على عمل مورينو الذي طوّر رسومات باليد لبيانات اجتماعية Sociogram لخطوط ونقاط موصوفة لعرض ما يحب الأطفال وما يكره من زملائهم في المدرسة.²

Radcliffe_Brown_ سنة (1954) في مفهومه للبناء الاجتماعي Social Structure حيث عرّفه الشبكات الاجتماعية على أنها شبكة من العلاقات الاجتماعية القائمة فعليا" حيث كان يستخدم المصطلح مجازيا (Metaphorical) وليس تحليليا من خلال وصف المصطلح صورة للعلاقات الاجتماعية المتداخلة والمتراطة مع بعضها البعض.³ رادكليف براون كان يحاضر في العلاقات الاجتماعية وبنيتها وكان يبحث

¹ Nicole Novielli & Sabrina Marczak, **Social network analysis for global software engineering, (exploring relationship from a fine Grained level)**, 8th international conference on global software engineering, Italy, August 2013, ICGSE, 2013, p17.

² David Knocke & Song yang, **Social Network Analysis (Quantitative applications in the social sciences)**, London, N154, Sage, 2nd edition, 2008, p9.

³ James Clyde Mitchel, **Social networks in urban situations, (Analyses of personal relationships in central african towns)**, Oxford, The university press, 1971, p2

في طبيعة البنية الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية والمجتمع. وكان يرى أن المجتمع هو شبكة معقدة من العلاقات. كما يرى أنه المجتمع يطور بعض البنيات طبيعياً من أجل تحقيق بعض الوظائف، حيث يؤكد على دور العلاقات الاجتماعية وأن المجتمع ينظر إليه كشبكة معقدة "Complex Netowrk" من العلاقات الاجتماعية التي يصفها بالبنية الاجتماعية.¹

Mark Granovetter في الإقتصاد الاجتماعي كحقل جديد في علم الاجتماع في منتصف السبعينات (1970) قدم أول إسهاماته عندما نشر كتاب صغير عن "كيف يحصل الناس في سوق العمل عن المعلومات الخاصة بالوظائف الشاغرة" أين استخدم منهج الشبكات الاجتماعية وشرح كيف تنتقل المعلومات من صاحب العمل لتصل إلى من يبحث عنها.² فمجال "تحليل الشبكات الاجتماعية" ينظر إلى التنظيم الاجتماعي من خلال اصطلاح نظرية للشبكة (Network Theory Terminology) لوصف تَشكّل المجموعات ومن بين أبرز المفاهيم في تحليل الشبكات الاجتماعية هي "Weak ties" الروابط الضعيفة أو قوة الروابط الضعيفة (The strength of weak ties) والتي تصف العلاقات غير الراسخة وغير المنظمة بين الناس.³ حدّد Mark Granovetter أهمية الشبكات الاجتماعية في اشتغال السوق على العكس من فرضية (قانون العرض والطلب).

_ مالك بن نبي: فيرى أن شبكة العلاقات هي العمل التاريخي الأول الذي يقوم به المجتمع ساعة ميلاده ومن أجل ذلك كان أول عمل قام به المجتمع الإسلامي هو الميثاق الذي يربط بين الأنصار والمهاجرين. إن أصل شبكة العلاقات الاجتماعية الذي يتيح لمجتمع معين أن يؤدي عمله المشترك في التاريخ إنما يكمن في خلق تركيبه العضوي التاريخي، وعلى هذا فإن تاريخ هذا التركيب هو الذي يفسر أصله،

¹ James Clyde Mitchel, **Op. cit**, p2

² Richard Swedberg, **Economics and Sociology**, USA, Princeton university press, p96

³ Sam Han, **Op. Cit**, p54

كما يحدد في الوقت نفسه طبيعة العلاقات الاجتماعية لحظة نشوءها.¹ ولا تكون الأفكار فعالة إلا إذا كانت خاضعة لشبكة من العلاقات حيث لا يمكننا أن نتصور عملاً متجانساً من الأفكار والأشخاص والأشياء دون هذه العلاقات الضرورية وكلما كانت شبكة العلاقات أوثق كان العمل فعالاً ومؤثراً.²

_في المفهوم الحديث للشبكات الاجتماعية:

والتي تعنى بمواقع الشبكات الاجتماعية في الدراسات الاعلامية والاتصالية الحديثة نجد أهم تعريف قدم لمفهوم "مواقع الشبكات الاجتماعية" هو الذي قدمته كلاً من Danah M.Boyd و Nicole B.Ellison حيث نجد أن أغلب الدراسات التي تبعت هذه الدراسة والتي اهتمت بمواقع الشبكات الاجتماعية استندت بهذا التعريف لكونه شامل ودقيق حيث تعرف مواقع الشبكات الاجتماعية حسبها أنها: "خدمات على الويب تسمح للأفراد بإنشاء حساب عام أو نصف عام ضمن نظام يحدّها، يوضح يظهر قائمة مستخدمين آخرين يشتركون معهم في نفس الروابط ويروّن قوائمهم الاتصالية وكذلك تلك المؤسسة من طرف آخرين ضمن نفس النظام، طبيعة وتسمية هذه الروابط قد تختلف من موقع إلى آخر.³ كما قدمنا من خلال هذه الدراسة الفرق بين مواقع التشبيك الاجتماعي ومواقع الشبكات الاجتماعية حيث ترى أنه التشبيك غالباً ما يرتبط بالتواصل مع أشخاص غرباء لا نعرفهم وليس هو هذا الحال بالنسبة إلى كل الممارسات المبدئية للمستخدمين كما أنه ليس هو الحال بالنسبة لخصوصية بعض مواقع الشبكات الاجتماعية وتجهّان إلى تفضيل استخدام مفهوم (مواقع الشبكات الاجتماعية) بدلاً من (التشبيك الاجتماعي) لأن أغلب مستخدمو مواقع الشبكات

¹ مالك بن نبي، تر: عبد الصبور شاهين، ميلاد مجتمع (شبكة العلاقات الاجتماعية)، الجزائر، دار الفكر، 1986، ط3، ص30.

² المرجع نفسه، ص38.

³ Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, Op. Cit, p211

الاجتماعية ليسوا بالضرورة في عملية بحث عن لقاء أناس جدد وإنما هم في اتصال مع أفراد يمتدون من شبكاتهم الاجتماعية التقليدية.¹ مستخدمو مواقع الشبكات الاجتماعية ينشؤون حسابات لأنفسهم، ينشرون صور معلومات حول خلفياتهم الفكرية، آرائهم، أعمالهم، وما شابه. ينشؤون صداقات افتراضية مادية، كما أنها تدعم العلاقات البعيدة والمباشرة، قد تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية للحفاظ على علاقات صداقة أو زمالة كانت موجودة سابقا أو إنشاء روابط جديدة افتراضيا لتصبح فيما بعد ذلك واقعية.²

Manuel Castells: يعرف شبكات الإعلام الجديد بأنها بنيات أساسية تربط مجموعة من الحواسيب ببعضها البعض وبأدوات أخرى خارجية وبهذه الطريقة فهمي تمكن المستخدمون من الاتصال وتبادل المعلومات، تأتي الشبكات في العديد من الأشكال والأنماط، شبكة الحاسوب يمكن أن تكون متمركزة (Local area Network) أي أنها تغطي بقعة جغرافية صغيرة وتربط أجهزة في بناية واحدة أو مجموعة من البيانات أو يمكنها أن تغطي فضاء واسع مثل دولة، مدينة، ولاية أو العالم.³

إن مواقع الشبكات الاجتماعية هي تلك الخدمات التي أتاحتها تطبيقات الويب الاجتماعي حيث تسمح هذه المواقع الالكترونية للأفراد المسجلين فيها والذين يستخدمونها من امتلاك حسابات أو صفحات شخصية أو مهنية (حسب طبيعة الموقع) تمكنهم من التواصل مع غيرهم من الناس الذين ينتمون أيضا إلى المواقع نفسها ويتشاركون وإياهم نفس الاهتمامات كما يدعم كل موقع بوسائط معينة قد تكون متمثلة في نصوص، صور، أو فيديو هات أو كلها معا.

¹ Ibid, p211

² David beer & Roger Burrows, Op. cit

³ Nicholas Gane & David beer, **The new media (key concepts)**, Oxford, Berg, 2008, p20.

1-5-2 تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية:

رَكَزَت أغلب الدراسات التي اهتمت بتحديد تاريخ واضح ودقيق لمواقع الشبكات الاجتماعية على تأريخ ما ظهر من هذه المواقع بعد مرحلة الويب 2.0 فتجدهم يسردون تاريخها بدءاً من موقع مايستيس إلى الفيسبوك وما تبعه من مواقع أخرى متتاسين فترة ما قبل الويب 2.0، ولعلّ أهم دراسة في موضوع تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية هي التي قدمتها كل من Danah M.Boyd و Nicole B.Ellison حيث أننا وجدنا أن جميع الدراسات التي اطلعنا عليها من أجل هذا الموضوع كانت تقتبس اقتباساً جزئياً إن لم نقل كلياً مما كتبه الباحثين عن تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية حيث قدمنا سرداً كرونولوجياً لمواقع الشبكات الاجتماعية منذ سنة 1997 إلى 2006. يمكن تقسيم فترة ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مرحلتين، تتمثل المرحلة الأولى من 1997 إلى 200 في ظهور شبكات للتواصل الاجتماعي يعقبه اختفاء بعد فترة وجيزة نتيجة عدم الاستيعاب التقني لعدد المستخدمين وأحياناً أخرى نتيجة قوانين الاستخدام المفروضة في الشبكة كأن تضم سكان منطقة معينة أو طلاب مدرسة معينة وفي أحيان أخرى تكون القوانين محددة في محدودية عدد المنضمين إلى الشبكة أو تحديد سن قانونية للانضمام وهذا ما لم يساعد على انتشارها وفي أحيان أخرى فشلها في استقطاب عدد كبير من المستخدمين كما تفعل مواقع الشبكات الاجتماعية اليوم. أما المرحلة الثانية والمتمثلة في الفترة الممتدة من 2001 إلى 2006 أين برزت الكثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة بعد موجة الويب 2.0 وتغير البيئة التقنية للويب وكذلك مع حصول بعض مواقع الشبكات الاجتماعية على تغطية إعلامية ساعد في تدفق المستخدمين عليها.

_المرحلة الألى من 1995 إلى 2000:

يعتبر موقع Classmates أول موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية والذي تأسس سنة 1995 من طرف **Randy Conrads**، هو خدمة للتشبيك الاجتماعي كان هدفه مساعدة المستخدمين على إيجاد أصدقاء وزملاء الدراسة والعمل، سنة 2010 تغير اسم الموقع إلى Memory lane بعد أن انتشرت فيه محتويات تتعلق بذكريات الماضي من صور، مقاطع موسيقية وذكريات من الأيام الدراسية تم تغيير اسم الموقع لجلب مستخدمين أكثر¹، وجاء بعده موقع Sixdegrees الذي تأسس سنة 1997 كان أول موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يتيح للمستخدمين إمكانية إنشاء حسابات (بروفيلات) وإضافة قوائم للأصدقاء وسنة 1998 أضاف سمة أخرى تتمثل في إمكانية تصفح قوائم لأصدقاء رغم أن البعض من هذه الميزات كانت موجودة قبل ظهور موقع Sixdegrees في أغلب مواقع المواعدة والتجمعات لكن هذا الموقع يمثل أول من ربط بين هذه الميزات أين ظهر كأداة تساعد الناس على الاتصال وإرسال رسائل للغير وكان قد جذب الملايين من المستخدمين لكنه فشل في أن يكون أداة محتملة للأعمال التجارية لذلك أغلقت خدماته سنة 2000.

من سنة 1997 إلى سنة 2000 ظهرت العديد من الأدوات التقنية للتجمعات الإلكترونية تدعم نظام البروفايلات وكذا إمكانية مرئية قوائم الأصدقاء، Asian avenue, Blackplanet وMigente كانت تتيح للمستخدمين بإنشاء حسابات شخصية، مهنية أو حسابات مواعدة بإمكان المستخدم التعريف بأصدقائه في صفحته الشخصية أو تحديدهم عن طريق الكلمات الواصفة دون الحاجة إلى الحصول على الموافقة. نفس الشيء بالنسبة ل LiveJournal الذي ظهر سنة 1999 وكان يقيد العلاقات أحادية الاتجاه في صفحات المستخدمين كما قيد إعدادات الخصوصية وفي نفس الفترة

¹ Leonard Brown, **The social networking handbook**: Everything you need to know about social networking, USA, Tebbo, 2011, p160.

كان موقع العوالم الافتراضية الكوري Cyworld 1999 قد أضاف ميزات الشبكات الاجتماعية سنة 2001 نفس الأمر بالنسبة لموقع التجمعات السويدي Lunastorm الذي تم إعادة تصميمه كموقع للشبكات الاجتماعية سنة 2000.¹

_ المرحلة الثانية: من سنة 2001 إلى 2006.

بدأت الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية عندما تأسس موقع Ryze.com سنة 2001 ليساعد الناس على تفعيل أعمالهم التجارية حيث كان يتضمن المقاولون، التجار والمستثمرون إلى جانب Ryze و Tribenet كان هناك Friendster و Linked.In يدعمون الاستخدام الشخصي والمهني لكن موقع Ryze لم يكتسب شعبية كاملة ولفت Tribe.net الانتباه لاستخدامات عاطفية أكثر أما عن موقع Linked.In فقد أصبح خدمة تجارية قوية بينما كان موقع Friendster الأكثر دلالة على أكبر الشبكات الاجتماعية في فضاء الإنترنت وقتها.

_Freindster: تأسس سنة 2002 كمكمل اجتماعي لموقع Ryze، صُمم للتنافس مع Match.com الذي كان يمثل موقع ربحي للمواعدة الالكترونية أين كانت أغلب مواقع المواعدة تركز على تقديم الناس لغرباء يشتركون في نفس الاهتمامات. كانت فكرة موقع فراندستر قائمة على مساعدة الأصدقاء بالالتقاء بأصدقاء الأصدقاء الذين قد يكونوا أحسن من الغرباء. اكتسب فراندستر شهرة واسعة ونمى الموقع إلى 300.000 مستخدم حول العالم قبل أن تبدأ الصحافة التقليدية بتغطيته في ماي 2003. بعدها واجه الموقع بعض الصعوبات التقنية والاجتماعية فلم يتحمل سيرفر الموقع هذا النمو السريع وبدأ الموقع يتعثر دائماً وأحبط مستخدموه كما أن هجوم المستخدمين الجدد الذي التحقوا بالموقع بعد التغطية الإخبارية أخل بالتوازن الثقافي وانهارت السياقات الاجتماعية داخله. كان التصميم البدائي لفراندستر يقيد رؤية حسابات أشخاص آخرين

¹ Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, Op. Cit, p214.

من الدرجة الرابعة (أي أصدقاء أصدقاء أصدقاء الأصدقاء) ولأجل رؤية حسابات إضافية بدأ المستخدمون بإضافة معارف وغرباء يبدون في نطاق اهتماماتهم لتوسيع انتشارهم، البعض بدأ يجمع الاصدقاء على نطاق واسع، واتجه البعض إلى استخدام حسابات وهمية مما دفع بالشركة إلى نفي حقيقة هذه الحسابات الوهمية.

من سنة 2003 وصاعدا العديد من الشبكات الاجتماعية الجديدة التي تم تأسيسها ظهرت موجة للحد من الشبكات الاجتماعية بدأها Clay Shirky محلل الويب الاجتماعي تحت اسم (Yet Another Social Network Site) 2003 YASNS، أغلبها كانت مواقع تتركز حول الشخصية أو الموقع الجغرافي أو تركيبة سكانية معينة أو ما شابه محاولين الوصول إلى تحقيق ما حققه موقع فراندستر. بينما التنظيم الاجتماعي للشبكات الاجتماعية كان يستهدف جماهير عريضة ومواقع مهنية مثل موقع Linked.In، Visible-Path و Xing الذي يركز 89 على الأعمال التجارية.¹

كما ظهرت شبكات أخرى تركز على أمور عاطفية مثل Dogster تساعد الغرباء الذين لديهم اهتمامات مشتركة بالالتقاء، Care2 يساعد النشطاء بالالتقاء، Mychurch تجمع الكنائس المسيحية وأعضائها. ومع نمو ظاهرة الإعلام الاجتماعي والمحتوى المنتج من طرف الجمهور ركزت مواقع الشبكات الاجتماعية على مشاركة الوسائط فظهرت مواقع لنشر الصور مثل (Flickr) والموسيقى (Last.fm) ومشاركة الفيديو (Youtube).

Myspace بدأ سنة 2003 بالتنافس مع مواقع أخرى مثل Friendster و Xanga و Asia Avenue حسب مساعد المؤسس Tom Anderson، أراد مؤسس الموقع لفت انتباه مستخدمي فراندستر المبعدين عنه بعد ظهور بعض الإشاعات أن فراندستر سيتبنى نظام الرسوم، بدأ المستخدمون ينشرون رسائل لتشجيع الناس بالالتحاق

¹ Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, Op. Cit, p-p 215-216.

بشبكات بديلة مثل Myspace و Tribe.net، هذا ما ساعد على نمور موقع مايستيس بعد أن تمكن من جمع مستخدمي فراندستر، كان مايستيس وقتها يتصل بالموسيقيين المحليين ليرى كيف يمكنه دعمهم، لم تكن الفرق الموسيقية السبب الوحيد في نمو فراندستر لكن العلاقة الرمزية بين المعجبين و الفرق الموسيقية هي التي أتت بالرفع للموقع. كمّا تميز موقع فراندستر بإضافة سمات بانتظام ترتكز على طلبات المستخدم والسماح للمستخدمين بتجسيد صفحاتهم، هذه الميزة ظهرت لأن مايستيس لم يقيد المستخدمين بإضافة HTML في الأشكال التي تُوَطر بروفايلاتهم.

بدأ المراهقون الالتحاق بموقع مايستيس بشكل جماعي سنة 2004، بعض المستخدمين لم يكونوا من قبل في موقع Friendster والبعض الآخر إلتحق بالموقع من خلال أفراد العائلة لأجل التواصل مع فرقهم المفضلة و آخرين التحقوا بالموقع من خلال أفراد العائلة، ولمّا بدأ المراهقون التسجيل في الموقع شجعوا أصدقائهم بالالتحاق وبدلا من رفض مستخدمون دون السن القانوني قام مايستيس بتغيير القوانين والسماح للقصر بالالتحاق بالموقع، بدأ الموقع بالنمو ثلاث فئات مميزة بدأت تتشكل: الموسيقيون، الفنانون، المراهقون. بعد ذلك في جويلية 2005 اشترت شركة إخبارية الموقع ب 580 مليون دولار، لجلب انتباه الوسائل الإعلامية.¹ ولمّا كان موقع مايستيس يجلب انتباه الوسائل الإعلامية في أمريكا و خارجها كان موقع فراندستر قد إكتسب شهرته في المحيط الهادي، وأصبح موقع Orkut الأول في البرازيل قبل أن تنمو شعبيته في الهند، حصل كذلك موقع ميكسي Mixi على تبني واسع في اليابان وانتشر موقع LunarStorm في السويد. وفي هولندا احتضنوا موقع Hyves وفي بولندا انتشر موقع Grono أما موقع Hi5 تم تبنيه في دول صغيرة في أمريكا اللاتينية أمريكا الجنوبية وأوروبا. Bebo أصبح واسع الانتشار في المملكة المتحدة، نيوزندا وأستراليا أما عن خدمات الرسائل الفورية QQ الصينية أصبحت أوسع الشبكات الاجتماعية عندما

¹ Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, Op. Cit, p-p 216-217.

أضافت البروفيل ومرئية الأصدقاء، بينما كانت منتدى Cyworld الخاص بالكوريين يسوق له من خلال الصفحات الترتيبية والرفقاء. وبعد ادماج خدمات التدوين أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر شعبية في الولايات المتحدة مثل موقع Xanga، LiveJournal، و Vox أين جذبوا جماهير واسعة.

أما في فرنسا فسيطر موقع Skyrock و Windows Live Spaces وكذلك على عدد كبير من الأسواق العالمية حتى المكسيك، إيطاليا، إسبانيا، وأيضا مواقع التواصل الاجتماعي مثل QQ و Orkut و Livespaces بدأوا بالتوسع مثل موقع Myspace وحصلوا على تغطية معتدلة في أمريكا ووسائل الإعلام المتحدثة بالإنجليزية جعلها من الصعب أن تتبع مساراتها.

سنة 2004 ظهر موقع "فيسبوك" كموقع للتواصل الاجتماعي خاص بجامعة هارفارد فقط للاحاق به يجب على المستخدم أن يملك بريد إلكتروني في الجامعة، ثم بدأ الموقع يدعم مدارس أخرى مع اشتراط الحصول على بريد إلكتروني مدرسي وبقي المواقع مغلق نسبيا كفضاء حميمي خاص، بداية من سبتمبر 2005 انتشر الفيسبوك في المدارس الثانوية، المهنية وشركات الشبكة إلى أن صول إلى كل شخص. ما ميّز الفيسبوك هو إمكانية إنشاء تطبيقات من مطورين خارج الشبكة التي تسمح للمستخدمين بتسيير حساباتهم ومواضيع أخرى كمقارنة الأفلام و قصص السفر... الخ¹ في الوقت الذي كانت تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية على الانتشار كانت مواقع أخرى تركز على تضييق جمهورها، مثل موقع Samll world و Beautifulpeople عمدا من أجل انتقاء النخبة، ومواقع تركز على نشاطات معينة مثل Couchsurfing،

¹ Danah M.Boyd & Nicole B.Ellison, Op. Cit, p218

مواقع هويات مثل Blackplanet، مواقع تركز على الإنتماء مثل Mychurch. وأخيراً كان بإمكان كل واحد أن ينشئ شبكته الخاصة على موقع Ning.¹

ورغم تعدد المواقع التشبيكية خلال الفترة ما بين (1997_2006) إلا أنه لم تشتهر كلها رغم أنها كانت وقتها موضة تكنولوجية نتيجة مجموعة من العوامل الجغرافية، القانونية، والموضوعاتية المحددة في نظام استعمالها لكن السبب التقني كان هو الحاجز الأكبر لاستمرارها، أما اليوم فصار التوجه الأكبر إلى التطبيقات الهاتفية مثل موقعي (Snap_Chat و Instagram) والتي بدأت تأخذ مساحات شاسعة في مجالات استخدامات الفرد لمواقع الشبكات الاجتماعية وهذا لا يعني بالضرورة غياب سابقاتها بل أصبح هناك تكامل وتعامل فيما بعضها عن طريق تبادل مجموعة من الميزات التقنية مثل تقنيات توثيق حسابات الشخصيات العمومية والتي نقلها كل من موقعي (فيسبوك وانستغرام) عن موقع تويتر، وكذلك خدمة الهاشتاغ والكلمات الواصفة (Tags) المنقولة أيضاً عن موقع تويتر والذي أصبح هو الآخر مدعوم بفيديوهات قصيرة المدى لا تتجاوز (30 ثانية) نقلاً عن الانستغرام والمحددة ب(15 ثانية). وطبعاً لم تتوقف ظاهرة التطبيقات التشبيكية الجديدة هنا ولكن يتوقف نجاح أي موقع تشبيكي اجتماع على مدى ابداعه في خلق ميزات تقنية جديدة تجذب المستخدمين فالميزة التي تميز بها مؤخراً تطبيق (Periscope) من خلال التفاعل المباشر مع البث الحي.

1-5-3 أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية:

يمكن أن نقسم الشبكات الاجتماعية الى:²

شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين: هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الاصدقاء و المعارف و التي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم

¹ Ibid, p218.

² أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، العدد8، السعودية، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، 2010، ص11.

بجميع الاشكال حيث يتم اناحة ملفات الصور الشخصية و المناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه المواقع عديدة و كثيرة. مثال ذلك (فيسبوك، انستغرام).

_ شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:

هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل المهتمين بالطب و الهندسة وشبكات مهتمة بالكتب و المكتبات مثل Library Thing أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

_ شبكات مهنية:

ظهرت و انتشرت مثل هذه الشبكات في الاونة الاخيرة لتواجه البطالة و اجتياح دول العالم لتنشيط العمل و استخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل و بيئة تدريبية مفيدة و حرفية و استقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، و تقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها و أشهر هذه الشبكات .Linked In

اضافة الى هذا التصنيف هناك من يصنف مواقع التواصل الاجتماعي حسب ما تقدمه من خدمات او كمواقع تهتم بالصورة مثل موقع Flickr واخرى تهتم بالفيديو كاليوتيوب Youtube، و لكن الفيسبوك حقق اكبر نسبة استخدام من طرف الافراد في جميع انحاء العالم وهذا يعود ريمًا الى ما يشمله من تطبيقات متنوعة و خدمات مختلفة من صور، فيديوهات، نصوص، مجموعات، صفحات....الخ.

ومن خلال هذه التصنيفات يمكننا القول أن الشبكات الاجتماعية تمكن المستخدم من أن يتحدث الى اناس مشابهين له من حيث المصالح والانتماء الديمغرافي، كما

يستطيع المستخدم ان يتحدث مع اكثر من شخص في وقت واحد، اضافة الى حرية التعبير الذاتي عن الاهتمامات والآراء¹ التي توفرها هذه الشبكات.

1-5-4 خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية:² إن نجاح هذه الشبكات الاجتماعية لم يأت عبثاً بل هو ناتج عن مجموعة خصائص و ميزات وخدمات توفرها هذه الشبكات للمستخدم.

فيما تتمثل هذه الخصائص؟.

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الخصائص والميزات التالية:

المشاركة: فهي تشجع على المساهمات و ردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الحد الفاصل بين وسائل الاعلام والمتلقين.

الانفتاح: معظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادراً ما يوجد حواجز أمام الوصول الى المحتوى والاستفادة منه.

المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة بإتجاهين، بعكس وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي امكانية التجمع بسرعة و التواصل بشكل فعال و يربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، القضايا السياسية و غيرها.

¹ عبد الله ممدوح مبار الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص31.

² المرجع نفسه، ص32.

وأصبحت من مهام هذه الشبكات الاجتماعية هي اعطاء الكلمة لكل من يريد اسماع صوته للغير، الى كل مطالب بالحرية حيث سمحت بوضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال فيما بينهم، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار ما بين الثقافات والاثنيات التي تتعايش و تتصادم و تتجاهل بعضها البعض.

كما تركز الشبكات الاجتماعية هذه على حرية الرأي و التعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل ايجابي انفلتت افكاره و مواقفه من سلطة الرقابة.¹

لقد ساهمت هذه الخصائص في تشكل مجتمع افتراضي يتسم بالمرونة و انهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا اشخاصا لم يعرف كل منهم الاخر قبل الالتقاء الالكتروني، ولم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية فهي مجتمعات لا تتام، حيث يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه على مدار الساعة و من توابعها انها تنتهي الى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم و تواصل مع الآخرين و الملاحظ في المجتمعات الافتراضية انها لا تقوم على الجبر أو الالزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم في قواعد تضمن الخصوصية والسريّة، قد يكون مفروضا من قبل القائمين وقد يمارس الافراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة، فهي اذا فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد و الثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الانظمة السياسية.

¹ بشري جميل الزاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير (مدخل نظري)، الباحث الاعلامي، بغداد، ع18، ص96.

وتنتهي المجتمعات الافتراضية الى تميّزها بدرجة عالية من اللامركزية أي تفكيك مفهوم الهوية التقليدي ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها الي الهوية الشخصية.¹

طبعاً الحرية التي تمنحها الشبكات الاجتماعية الرقمية للمستخدمين بنشر أفكارهم وآرائهم مهما كانت و كيفما كانت هذا ساعد في التعرض للكثير من المواضيع التي كانت من قبل تحكى وتناقش في دوائر ضيقة فلا الاعلام الكلاسيكي يتعرض لها ولا الندوات والجمعيات تناقشها.

¹بشرى جميل الزاوي، مرجع سابق، ص100.

1_6 مواقع الشبكات الاجتماعية والرأسمال الاجتماعي:

الأدوات الاتصالية الجديدة خلقت فضاء اتصالي جديد للأفراد ليس فقط مع أصدقائهم ومعارفهم لكن أيضا مع أشخاص جدد الذين يتقاسمون معهم نفس الاهتمامات حيث ساعدهم هذا على إنشاء علاقات جديدة أين تكون هذه العلاقات "الضعيفة" " Weak ties" عنصر مهم في بناء علاقات اجتماعية الكترونية. ولكن قبل الحديث عن الرأسمال الاجتماعي نريد أولاً أن نشير تعريف الرأسمال، فما هو الرأسمال؟؟.

_تعريف الرأسمال: "هو محصلات سيرورة إنتاجية (إنتاج أو إضافة قيمة لمورد ما) كما أنه هو العامل المسبب للإنتاج وتبادل الثروات من أجل توليد الربح.¹ مصطلح "الرأسمال" يعود إلى كارل ماركس (1849) في تحليله لعملية ظهور الرأسمال من خلال العلاقات الاجتماعية بين البرجوازيون (الرأسماليون، Capitalists) وآلية تسليع الإنتاج والاستهلاك.

1-6-1 الرأسمال الاجتماعي:

عرّف مصطلح الرأسمال الاجتماعي بعض الغموض بين الباحثين حيث تم استخدامه كثيرا في الحديث عن الموارد المتراكمة المستمدة من العلاقات بين الناس ضمن سياق اجتماعي أو شبكة اجتماعية خاصة.² حيث كان هناك العديد من الباحثين الذين اشتغلوا وانشغلوا بهذا المصطلح وكانت البداية مع هانيفان (Hanifan 1920)، بورديو (Bourdieu 1986)، كولمان (Coleman 1988)، بيرت (Burt 1992)، بوتنام (Putnam 2000) ولين (Lin 2001) حيث قدّم كل واحد منهم مفهومه الخاص للمصطلح، فالنسبة لـ"هانيفان": "كل فرد هو في علاقة مع آخرين يتيح هذا بتجميع الرأسمال الاجتماعي، إذن فالرأسمال الاجتماعي هو ظاهرة مدعومة بشبكة من العلاقات

¹ Nan Lin, **Social Capital: A theory of social structure and action**, Cambridge, Cambridge university press, 2001, p3.

² Charles Steinfield & all, **Online social network sites and the concept of social capital**, , New York, Frontiers in new media research, Routledge, 2012, p117.

بين الأفراد التي لها صفة تراكمية من خلال التفاعل الاجتماعي وتكون الآثار مفيدة على المستوى الفردي والجماعي".¹ وفي تعريف آخر يقول بيار بورديو أن الرأسمال الاجتماعي هو: "قدرة الأفراد والمجموعات على الوصول إلى الموارد المتراكمة في شبكتهم الاجتماعية. الرأسمال الاجتماعي يمكنه أن يتحول إلى نوع آخر من أنواع الرأسمال كخدمات (الرأسمال البشري) أو معلومة جديدة (الرأسمال المعرفي).² أما لين فيعرف الرأسمال الاجتماعي على أنه: "الاستثمار في العلاقات الاجتماعية بالحصول على عوائد ربحية".³

لم تتعلق المحادثات بالمصطلح فحسب بل أيضا بالعناصر المكونة له حيث كان هناك اتجاهين يبحثان في ما إذا الرأسمال الاجتماعي هو ظاهرة ذات مستوى فردي أو جماعي. بالعودة إلى بوتنام يميل إلى رؤية الرأسمال الاجتماعي على أنه ذو مستوى نوعي جماعي، سوسيولوجيون آخرون أمثال بورديو يرى أنه جودة جماعية، مقترحا أنه الأفراد يملكون كميات متنوعة منه لكي يصبحوا أعضاء مؤهلين ضمن الجماعة". بورديو يرى أن حجم الرأسمال الاجتماعي الممتلك من طرف شخص ما يعود إلى شبكة الروابط التي يمكنها تحريكها وكذلك في حجم الرأسمال الذي الممتلك (والذي هو من حقه) من طرف هؤلاء الذي يرتبط بهم.⁴ من خلال التعريفات السابقة يمكننا تمييز العلاقة بين الرأسمال الاجتماعي ومواقع الشبكات الاجتماعية، فهذه المواقع تتيح للفرد المستخدم الوصول إلى شبكاتهم الاجتماعية من خلال الانترنت سواء تعلق الأمر بشبكة علاقاتهم القوية أو الضعيفة، نجد هنا الشبكات الاجتماعية الكلاسيكية استبدلت بالحديثة، وما هو مختلف هنا هو إمكانية الأفراد تسيير وتقوية والتحكم في علاقاتهم

¹ Alain Cucchi et Chantal Fuhrer, **Capital social et usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) : Une analyse par les réseaux sociaux**, Management & avenir, 5 (N45), 2011, p184.

² Nicole B.Ellison, **Cultivation social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital process**, Journal of Computer-Mediated Communication, 19, International communication association, 2014, p856.

³ Ibid, p856

⁴ Ibid, p117

غير الإلكترونية (Offline Relationship) ومن جانب آخر إنشاء علاقات إلكترونية جديدة والتي يصفها بعض الباحثين في سياق دراسات الرأسمال الاجتماعي بالعلاقات الضعيفة.

1-6-2 أشكال الرأسمال الاجتماعي:

_مير بوتنام (2000) بين شكلين للرأسمال الاجتماعي، الأول النابع من العلاقات الضعيفة والذي يسميه الرأسمال الاجتماعي التجسيري (Bridging social capital) والثاني والذي يتكون من العلاقات الحميمة والعائلية ويسمى الرأسمال الاجتماعي الترابطي (Bonding social capital). الرأسمال الاجتماعي التجسيري هو أكثر ملائمة لتوزيع المعلومات وهو الذي ينشأ من خلال تجانس شبكات كبيرة من العلاقات الضعيفة، بينما الرأسمال الاجتماعي الترابطي يمثل الفائدة التي تظهر من خلال العلاقات الاجتماعية المتقاربة ضمن مجموعة حصرية من العائلة والأصدقاء المقربين، يكون هذا النوع من الرأسمال الاجتماعي مرتبط بالمشاعر والدعم الاجتماعي وكذلك بدعم جوهرى ملموس مثل القروض المالية.¹

لقد أتاحت الانترنت وخصوصا مواقع الشبكات الاجتماعية فرصة لكل مستخدميها بما فيهم الصحفيين في تكوين رأسمال اجتماعي من خلال علاقاتهم القوية أو الضعيفة لما في ذلك من استثمار حقيقي لهم في علاقاتهم الاجتماعية وما ينتج عنها من أرباح وفوائد على المستوى الشخصي والجماعي، بحيث يمكن للفرد اليوم من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية ومن خلال شبكة علاقاته الحصول على عمل أو ترقية أو أي تعود عليه هذه العلاقات الإلكترونية بفوائد قد لا يتوقعها إطلاقا مثلما ما حدث مع العديد من الأفراد المستخدمين الذي أعطتهم مواقع الشبكات الاجتماعية الفرصة في الحصول على عمل خاصة شباب البودكاست الذي تمكن الكثير منهم اليوم من خلال

¹ Charles Steinfield, Op. Cit, p7

الفيديوهات التي كانوا يعرضونها على قنواتهم اليوتيوبية من الحصول على مكانة في الفضاء الاعلامي والأمثلة كثيرة، الأمر يختلف قليلا مع وضعية الصحفي، فالصحفي اليوم من خلال رأسماله الاجتماعي أصبح يصل إلى مصادر معلومات هامة لم يكن ليصل إليها في وضعيه ممارسته التقليدية وليس هذا فقط فمن خلال جمهوره والذي يمثل في هذا الوضع الرأسمال الاجتماعي التجسيري أصبح بإمكانه معرفة قيمة ما يكتب من خلال درجة تفاعل القراء معه ومع المواد الصحفية التي ينشرها، حيث أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة موقع "فيسبوك" باعتباره رقم واحد من حيث الاستخدام في هذه المواقع بالنسبة للصحفي الجزائري فضاء حر للتعبير عن آرائه بعيدا عن ضغوطات الحكومة ورقابة رئاسة التحرير وتوجهات الصحيفة وليس هذا فقط بل ساهمت هذه المواقع الالكترونية في التخفيف من الرقابة على الوسائل الاعلام التقليدية باعتبار أن الفرد اليوم أصبح يعرف كل شيء عن بلده وسياستها واقتصادها من خلال ما ينشر من طرف النخب والصحفيين على صفحات الشبكات الاجتماعية فلم يعد هناك أي فائدة من الرقابة والتضييق على الممارسات الصحفية التقليدية. حيث يرى **Yochai Benkler** في هذا السياق أنه هناك نوعين من تأثيرا الانترنت على العلاقات الاجتماعية:¹

_أولا: تقوية العلاقات الاجتماعية السابقة، علاقات الصداقة، العائلة والجيران، خاصة مع هؤلاء الذين كان الصعب الوصول اليهم في بيئة ما قبل الانترنت.

_ثانيا: بدأنا نشهد ظهور مجال أكبر من الأغراض المحدودة، فقدان العلاقات الاجتماعية، هذا ربّما لن يناسب النموذج المثالي ل"المجتمعات الافتراضية". هم بالتأكيد لا يناسبون المعنى العميق لل"مجتمع" كمصدر شخصي أولي لدعم وسياسات شاعري.

¹ Yochain Benkler, **The wealth of networks (How social production transforms markets and freedom)**, USA, Yale university press, 2006, p375.

من خلال أعضاء المجتمع على مواقع الشبكات الاجتماعية سيتيح لهم هذا الاستثمار في الرأسمال الاجتماعي من خلال تقوية علاقاتهم الاجتماعية على مستويين:

_الأول: خلق علاقات افتراضية جديدة مع غرباء أو ما يسمى بالعلاقات الضعيفة في دراسات الرأسمال الاجتماعي.

_الثاني: تقوية العلاقات الاجتماعية التي كانت حاضرة قبل الفضاء الإلكتروني.

_من جانب آخر يرى كل من **Wellman** و **Gulia** (1999) أنه هناك ثلاث أنواع متميزة من نتائج الموجودة في أدبيات استخدام الانترنت والرأسمال الاجتماعي:¹

_استخدام الانترنت يعزز تكوين الرأسمال الاجتماعي.

_استخدام الانترنت يمكنه اضعاف الرأسمال الاجتماعي.

_استخدام الانترنت يقوي التفاعل غير الإلكتروني ويطور الرأسمال الاجتماعي.

إن الشبكات الاجتماعية الرقمية اليوم عوضت الشبكات الاجتماعية الكلاسيكية فهي تمثل دور مهم في الاستثمار في العلاقات الاجتماعية وخلق رأسمال اجتماعي يساعد الأفراد في تطوير أنفسهم وفي نفس الوقت خلقت شكل جديد من العلاقات الاجتماعية والتي أنتجت إمكانية إضعاف العلاقات الاجتماعية خارج الخط والتي عوضت بعلاقات اجتماعية افتراضية التي يمكن تجسدها من خلال المشاركة في المجموعات الإلكترونية التي تهتم أعضائها.

خاتمة: لقد حاولنا في هذا الجزء النظري الأول تقديم مقارنة سوسيولوجية لظاهرة الويب 2.0 وكذلك لأهم تطبيقاتها والتي هي "مواقع الشبكات الاجتماعية" والتي أصبحت تمثل من أهم تطبيقات الويب 2.0 استخداماً بفضل تنوع خدماتها ووظائفها حيث أسدت هذه التطبيقات خدمات اتصالية ومعلوماتية كبيرة لأفراد المجتمع سواء كانوا

¹ Charles Steinfield and all, Op. Cit, p4

طلبة أو مهنيون أو اعلاميون أو تجار حيث سهلت عليهم المهام في الجانب الاتصالي والتفاعلي والترويجي لأفكارهم وآرائهم خدماتهم وسلعهم على نطاق جغرافي أوسع من الفضاء التقليدي ولا يختلف الأمر الكثير بالنسبة للصحفيين الذي أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة إليه مهمة جدا في الممارسة الصحفية وهذا هو موضوع الجزء الثاني من الإطار النظري.

2/الممارسة الصحفية في ظل مواقع الشبكات الإجتماعية

تمهيد

1-2 الصحفي وتكنولوجيات المعلومات والاتصال

1-1-2_ التعريف الاصطلاحي والقانوني للصحفي

2-1-2 تعريف تكنولوجيات المعلومات والاتصال

2-2 التحول التقني والموضوعاتي في الممارسة الصحفية

1-2-2 على المستوى التقني

2-2-2 على المستوى الموضوعاتي

3-2 أشكال الممارسات الصحفية الجديدة

1-3-2 صحافة تقليدية بممارسات جديدة.

2-3-2 صحافة المواطن.

3-3-2 الصحافة التشاركية أو التساهمية.

_موقع (OhMyNews) نموذجاً

_موقع (AgoraVox) نموذجاً.

خاتمة

2/الممارسة الصحفية في ظل مواقع الشبكات الإجتماعية

تمهيد: إن تدفق المعلومات والأخبار على مواقع الشبكات الاجتماعية ساهم في تسهيل أداء وممارسات الصحفيين كمستخدمين لهذه المواقع حيث أصبحوا بإمكانهم التواصل والتفاعل مع جمهورهم وتبادل الأفكار والآراء مع زملائهم وكذا معالجة الأخبار والبحث عن القصص الإخبارية التي ينشرها مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية التي أتاحت لهم إمكانية إنشاء صفحات خاصة بهم وحسابات مهنية لنشر الأخبار والاتصال بمصادر الأخبار وكذا التمثيل السيبري لمؤسستهم الإعلامية، كما وقّرت لهم مواقع الشبكات الاجتماعية العديد من الميّزات من خدمات وتطبيقات تقنية تسهل عملية جمع الأخبار من صفحات الويب الاجتماعي مثل تقنية صفحات **Widgets** التي تسمح للأفراد بتسجيل التغذية الرجعية للأخبار من وقت لآخر على حساباتهم الخاصة وصفحاتهم ومدوناتهم أو أية مواقع أخرى تهتمهم، كما يمكن للمواقع الاخبارية الاستفادة من تطبيق **Storyfy** والتي تختص بالسحب الجماعي للأخبار المهمة من مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية (فيسبوك، تويتر...) وباقي أدوات الاعلام الاجتماعي حول موضوع معين أو حول أخبار عاجلة كما يمكنهم إنشاء قوائم إنترنتية **Internet lists** على الفيسبوك لإنشاء تغذية خاصة لمنشورات المستخدمين حول موضوع معين.

2_1 الصحفي وتكنولوجيات المعلومات والاتصال

من المهم جدا أن نقدم هنا تعريفا اصطلاحيا وقانونيا للصحفي حتى نتمكن من فهم الممارسة الصحفية والتي تتضح أكثر من خلال التعريفات المقدمة للصحفي قبل أن ننقل إلى الحديث عن تحولات التي عرفتها الممارسات الصحفية.

2_1_1 تعريف الصحفي:

_التعريف الإصطلاحي :

_الصحفي في معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال : "هو من يزاول العمل الصحافي في مؤسسة صحفية لقاء أجر، ويتخذ من هذا العمل مهنة معتادة له تقوم بينه وبين المؤسسة التي يعمل بها رابطة العامل بصاحب العمل، ويقصد بالعمل الصحفي البحث في الخبر والمادة التحريرية والحصول على المعلومات ثم إعدادها لكي تكون صالحة للنشر عن طريق ظهورها في الصحيفة، ويتخذ هذا العمل صورة تحريرية أو فنية تتطلب من الصحفي أن يكون كثير التنقل في بعض الأحيان أو أن يبقى وراء مكتبه أو في المطبعة دون أن يغيّر ذلك من طبيعة عمله.¹

_من جانب آخر يعرف الصحفي بكسر الصاد أو فتحها بمن يزاول مهنة الصحافة أو كل من يتخذ من الصحافة مهنة له يمارسها على سبيل الاحتراف أو شبه الاحتراف. ويشمل العمل الصحفي التحرير في الصحف وإخراجها وتصحيح موادها وإمدادها بالأخبار والتحقيقات والمقالات والصور والرسوم، وبحسب التعريف القانوني فإنه يعتبر صحفياً محترفاً من باشر بصفة أساسية ومنتظمة مهنة الصحافة في صحيفة يومية أو دورية.²

من خلال هذه التعريفات نستنتج أنه الممارسة الصحفية تقوم على البحث عن المعلومة والأخبار وتحريرها وتنظيمها ونشرها في الصحيفة التي ينتمي إليها هذا الصحفي. كما قد تختلف هذه الممارسات من صحفي إلى آخر حسب طبيعة عمله حيث أنها تتنوع بين العمل الصحفي الميداني الذي ينزل فيه الصحفي إلى الميدان لإعداد الريبورتاجات

مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2014،
ص189.

طارق سيد أحمد الخليفة، معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي-عربي)، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008،
ط1، ص182.

والتحقيقات أو ما شابه من الأنواع الصحفية أو متابعة وتغطية حدث إعلامي معين قد يتمثل في نشاط سياسي أو ثقافي ما. أو بين العمل الصحفي المكتبي أين يكون الصحفي في هذه الحالة مكلفاً بإعداد مقالات افتتاحية أو مقالات رأي. غالباً ما توجه هذه المهمة إلى أصحاب الكفاءات والخبرات في مجال الكتابة الصحفية حيث لا يتطلب هذا النوع من المواد الصحفية من الصحفي نزوله إلى الميدان للبحث عن المعلومة الخام وإنما يكفي بما يحتويه من رصيد معلوماتي وثقافي له صلة بالموضوع المعالج بإتباع ايدولوجية معينة غالباً ما يفرضها الخط الافتتاحي للمؤسسة الصحفية.

التعريف القانوني للصحفي: سنتناول في هذا الجزء التعاريف القانونية للصحفي في القانون الجزائري باعتبار أن الصحفي الجزائري هو الممثل لعينة بحثنا هذه وهو الذي يهمنّا.

***في القانون الأساسي للصحفيين الممتهين لعام 1968م:**

تعتبر المادة الثانية من الأمر رقم 525/68 المؤرخ في 9 سبتمبر 1968م المتضمن القانون الأساسي للصحفيين الممتهين: "صحفياً كل مستخدم في نشرة صحفية يومية أو دورية تابعة للحزب أو الحكومة أو في وكالة وطنية أو هيئة وطنية للأبناء المكتوبة أو الناطقة أو المصورة متفرغ دوماً للبحث عن الأنباء أو انتقائها وتنسيقها وعرضها واستغلالها والذي يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والنظامية وذات الأجر". كما تعتبر المادة الثانية صحفيين: "كل المراسلين المصورين والمراسلين السينمائيين والرّسامين والمعاونين والمباشرين الدائمين للتحريّر كالمحرّرين والمصحّحين والمترجمين والمحرّرين المختزلين في الصحافة والمحرّرين المذيعين ومنسقي الوثائق الصحفية وجميع المراسلين في داخل وخارج الوطن".¹

¹ عبد العالي رزاق، المهنة صحفي محترف (قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية)، الجزائر، دار هومة، 2013، ص82.

أما في قانون الإعلام لعام 2012 فورد تعريف الصحفي في المادة 71 حيث يعتبر "صحفيا محترفا كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو مصلحة إتصال سمعية بصرية أو جهاز إعلام عبر الإنترنت ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله".¹ ويختلف هذا التعريف عن التعاريف القانونية السابقة المتمثلة في قانون الإعلام الجزائري 1982 و 1990 في إدماجه لعنصر "الإنترنت" في الممارسة الصحفية وذلك لما أصبح لها من دور كبير ومهم في عالم الصحافة والإعلام عموما.

2_1_2 تعريف تكنولوجيات المعلومات والاتصال

قبل التطرق إلى التغييرات التي أحدثتها تكنولوجيات المعلومات والاتصال على الممارسة الصحفية والصحافة بشكل عام وجب علينا هنا تقديم تعريف مختصر لما نقصده بتكنولوجيات المعلومات والاتصال لأنه التحولات الحديثة (باعتبار أن التحولات القديمة التي مسّت الصحافة تتمثل في ظهور المطبعة وتطوراتها) التي شهدها العمل الصحفي بدأت من إدماج المؤسسات الصحفية والإعلامية لتكنولوجيات المعلومات والاتصال إلى انتشار الإنترنت ليلحق بها بعد ذلك جيل تطبيقات الويب 2.0 وخصوصا مع انتشار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والتي تعتبر الموضوع الأساسي في دراستنا هذه.

_تعريف تكنولوجيات المعلومات والاتصال:

_تعرف التكنولوجيا على أنها: "مجموعة النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة في مجالات الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية

¹ المرجع نفسه، ص 85.

وبالتالي فهي مركب قوامه المعدّات والمعرفة الإنسانية¹، أما عن **تكنولوجيات المعلومات والاتصال** فهي: "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الرسائل، والنظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري، الشخصي، التنظيمي، الجمعي، أو الواسطي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة، المرئية أو المطبوعة أو الرقمية، ثم تخزين هذه المعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين المسموعة، المسموعة المرئية، أو المطبوعة أو الرقمية، ونقلها من مكان لآخر وتبادلها وقد تكون تلك التقنيات آلية أو يدوية أو الكترونية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور، ومن نتائج هذا التطور الناجم عن ثورة المعلومات بالدرجة الأولى هو اندماج التقنيات المختلفة مع وسائل الاتصال، وهذا من أجل المزيد من السيطرة على المستخدم من الجمهور ممّا أدى الى بروز تكنولوجيات جديدة للاتصال أثرت بشكل كبير على وسائل الاتصال الجماهيري، وازدادت قدراتها وتأثيراتها على جميع المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية"².

يشمل هذا التعريف على مجموعة من الكلمات المفتاحية المفيدة في تفكيكنا لموضوع تحولات الممارسات الصحفية حيث جمع بين مفاهيم تتعلق بما هو مادي التقنيات والأدوات والتي كان لها الدور في إحداث تغييرات على المستوى الشكلي للعمل الصحفي أي على مستوى النشر والطباعة والتوزيع وتناول التعريف أيضا مفاهيم تتعلق

¹ احسن رضا النجار، **تكنولوجيا الاتصال (المفهوم و التطور)**، أبحاث المؤتمر الدولي "الاعلام الجديد: تكنولوجيات جديدة..لعالم جديد"، البحرين، 7-9 ابريل 2009، ص494.

² مليكة هارون، **الاتصال في أوساط الشباب في ظل تكنولوجيات الاعلام والاتصال**، رسالة لنيا شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004-2005، ص117.

بما هو غير مادي مثل المضامين، المعلومات والمحتوى بمختلف أشكاله المطبوعة، السمعية والسمعية البصرية وهذا يحيلنا مباشرة إلى ما شهدته المضامين الصحفية من تحولات في أشكال الحصول على المعلومات وانتقائها ومعالجتها. وإذا كانت تكنولوجيايات الاتصال قد غيرت وطورت الممارسات الاتصالية للصحفي حيث مكنته من اختصار الجهد والوقت في الوصول إلى المعلومات ومصادرهما حسبه كفاءته في استثمار رأسماله الاجتماعي كذلك تكنولوجيايات المعلومات سهلت عليه نقل هذه المعلومات إلكترونيا ومعالجتها وتنظيمها رغم أنه لا يمكننا الفصل بين المعلومات والاتصال باعتبار أنهما متكاملان كما تمثل تكنولوجيايات المعلومات اقتناء المعلومات واختزانها وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أم مسموعة أم مرئية أم ممغنطة أم معالجة بالليزر، وبثها باستعمال مجموعة من الأوعية الالكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد، وقد مهدت تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات الطريق للإنتقال من المجتمع الصناعي الى مجتمع المعلومات.¹

2_2 التحولات الشكلية والموضوعاتية في الممارسات الصحفية

أحدثت تكنولوجيايات المعلومات والاتصال الحديثة (الإنترنت بتطبيقاتها والحاسوب ببرمجياته) تغييرا واضحا على الممارسة الصحفية في جانبين اثنين هما الجانب الشكلي والمضاميني. وكان تأثيرها على المستوى التقني (الشكلي) متعلق بالطباعة، النشر، التخزين والتوزيع، حيث أتاحت هذه التكنولوجيايات الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور واختصرت عليها الوقت والجهد، فتكنولوجيا الحاسوب مثلا أدمجت في أغلب المؤسسات الحكومية والاقتصادية والإدارية والمؤسسات الإعلامية هي الأخرى استعانت بالكمبيوتر لخدمة صحفيها وتسهيل مهامهم وهذا ما كان له الأثر البالغ على مستوى الشكل والمحتوى.

¹حسن رضا النجار، مرجع سابق، ص 495.

2_2_1 تحولات على مستوى الشكل: (التقني)

عندما نتحدث عن الجانب الشكلي فإننا نتحدث عن استخدام المؤسسات الصحفية لتكنولوجيات المعلومات والاتصال (الكمبيوتر والإنترنت) في مجال الطباعة، النشر، التوزيع والتخزين للمحتويات والمضامين الإعلامية ومدى مساعدة هذه التكنولوجيات في وصول المواد الإعلامية إلى عدد كبير من الجمهور في وقت قصير وبدون بذل جهد كبير. حيث استفادت الصحافة من التقنيات الحديثة للاتصال والمعلومات بشكل ايجابي ممّا حيث طوّرت المنتج الصحفي من حيث التحرير، التصوير، الإخراج، الطباعة وحفظ المعلومات وأيضاً في اتساع النطاق الجغرافي للتوزيع سواء داخل الحدود الوطنية أو خارجها.¹ ولعلّ أهم تغيير حدث منذ اختراع الطباعة في نهاية القرن التاسع عشر هو تكنولوجيا الحاسوب حيث أُستبدل التجميع اليدوي للحروف **Monotype** بتجميع الصّف **Linotype** وأدت الكفاءة الناتجة إلى تحسين سرعة عملية الطباعة.² سنتناول هنا أهم التغييرات التي حدثت على المستوى التقني والمتمثلة في رأينا في التحرير، الطباعة والإخراج والتوزيع.

_على مستوى التحرير: كانت عملية التحرير الصحفي تتم بشكل يدوي في الماضي باستخدام الورقة والقلم الذي تجرى به يد المحرر لتصويب الأخطاء التحريرية (لغوية-أسلوبية-معلوماتية) داخل النص، ومع اتجاه العمل الصحفي بشكل سريع ومتزايد نحو الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال أصبحت هذه العملية تتم آلياً على إحدى شاشات الحاسب الآلي، ضمن أنظمة النشر المكتبي داخل مقر الصحيفة، فيما يعرف بالتحرير

¹ أمل محمد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و دورها في تطوير الأداء الصحفي، القاهرة، دار العالم العربي، 2010، ط1، ص36.

² أحمد أنور بدر، الميديا الجماهيرية و الأنترنت بين السياسة والتكنولوجيا، القاهرة، الدار المصرية السعودية، 2010، ص59

الالكتروني **Electronic Editing** والذي يتم في إطار أنظمة شبكية.¹ ساعدت عملية الانتقال من التحرير اليدوي إلى التحرير الالكتروني إلى تسهيل عملية التحرير وريح الوقت الجهد معًا وحتى في العملية التي تليها ألا وهي نقل النص من محرره إلى رئيس التحرير مثلًا فالصحفي المحرر هنا ليس بحاجة إلى طباعته وإنما يتم نقله أيضا عن طريق ناقل تسلسلي مباشرة إلى جهاز كمبيوتر رئيس التحرير أو عبر البريد الالكتروني وبفيد البريد الالكتروني هنا كثيرا إذا كان الصحفي غير متواجد على مستوى مقر الصحيفة حيث سهّلت الإنترنت الأداء الإداري للمؤسسة الإعلامية بتسهيل التواصل بين مختلف أقسامها ومصالحها (التحرير والتوثيق والمصالح الفنية والتجارية) من خلال ما يسمى الشبكة الداخلية (**Intranet**).² كما يسمح نظام النشر الالكتروني بتحقيق ما يعرف بالتحرير من خلال مجموعة عمل (**Work Group**)، حيث يمكن إنتاج مستند من قبل عدة محررين في وقت واحد، والذي يتيح للعديد من المستخدمين الوصول إلى المستند نفسه والذي سبق تخزينه على ذاكرة الحاسب لإجراء أية تعديلات، حيث يقوم المستند بتطوير نفسه أتماتيكيا كلما أجريت عليه تعديلات، ويمكن مراجعة التعديلات التي أجريت على المستند من قبل المشتركين فيه.³ إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال سهّلت عمليات التحرير الصحي على المستوى الاتصالي من حيث المشاركة في العملية التحريرية والتي كانت تأخذ وقتا طويلا في السابق قبل أن يتم ادماج هذه البرمجيات.

على مستوى الاخراج: انتاج الصحيفة في النمط التقليدي وتنفيذ العمليات الإخراجية يتم عادة بوسائل وطرق تقليدية باستخدام الماكن الورقي والقلم، الأمر الذي كان يستغرق الكثير من الوقت والجهد، ومع بداية السبعينيات من القرن العشرين قدمت

¹ أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص 81.

² جمال بن زروق، تأثير التكنولوجيا الحديثة على الممارسة الصحفية، أشغال الملتقى الدولي بتونس 24/23 أبريل 2009، (أخلاقيات الممارسة المهنية في عالم عربي متحول)، ص 219.

³ أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص 82.

الثورة الرقمية المعتمدة أساساً على تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية -للمصممين والمخرجين الصحفيين- نطاقاً جديداً من الخبرات المبدعة في مجال الإخراج والتصميم الصحفي.¹ حيث أصبح الصحفي يعتمد في إخراج صحيفته على برمجيات حاسوبية قائمة على مجموعة من التقنيات والمناهج المعتمدة في الإخراج الصحفي. كما ظهرت مدارس ومناهج متبعة في الإخراج من خلال مجموعة من البرمجيات يتم تطبيقها مباشرة على المواد الصحفية.

على مستوى الطباعة: أصبحت تقنيات الانتاج الطباعي تعتمد على أنظمة رقمية تقوم على أساسين مهمين هما الحاسبات الالكترونية وطاقة الليزر المارة عبر كابلات من الألياف البصرية، فداخل دور الصحف نجد الآن أنظمة تصميم إلكتروني، وماكينات تصوير جرافيك ليزرية، وماكينات تحضير أسطح طباعة إلكترونية، وماكينات طبع يتحكم في تشغيلها نظام رقمي، وأنظمة صيانة ورقابة رقمية، وغير ذلك كثير حتى إن الروبوت أصبح له دوره داخل الصحف الكبرى، سواء في حمل الأشياء كبكرات الورق الضخمة أو أداء العمليات على ماكينات الطبع والتشطيب للمطبوعات وعدها.² ولعلّ تكنولوجيا الطباعة كانت أولى أشكال التحولات التي طرأت على الصحافة.

لقد كان لحوسبة قاعات التحرير ما بين الثمانينات والتسعينات الدور في تغيير معالم الممارسة الصحفية حيث قدم الاعلام الآلي الكثير من الميزات للصحفي تتمثل في:³

ريح الوقت قبل عملية الاسترجاع (Bouclage) بين 30 و 45 دقيقة قبل وضع النسخة النهائية.

يصبح الصحفي أكثر تمرساً على مستوى صناعة المادة الصحفية.

¹ المرجع نفسه، ص93.

² أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص123.

³ Ridha Najjar, **Nouvelles technologies et journalisme : métiers en mutations**, Revue Tunisienne de Communication, N43, Janvier/Juin 2004, Manouba, p12.

يصبح الصحفي أكثر حدسًا بالمحتوى بفضل التسيير القبلي للصفحات، وسهولة الوصول إلى المصادر.

مثلما ساعدت التكنولوجيات إلى ذبوع صيت بعض المؤسسات الصحفية أثرت عليها من جانب الريح الرمزي المتعلق بنقص عدد مبيعات النسخ الورقية بعد اعتماد الصحف على التوزيع الإلكتروني وظهورها في شكل صحافة إلكترونية والتي كانت تختلف تماما عن الصحافة الإلكترونية التي تمارس على المستوى الإلكتروني فقط. وجاء في تقرير أصدره مشروع التميز في الصحافة الأمريكي عن وضع الإعلام الإخباري (**The state of the news media**) سنة 2009 أن توزيع الصحف الورقية في سنة 2005 تراجع بمعدل 4.6% للعدد الواحد بينما تراجع بنسبة 4.8% للعدد الذي يصدر يوم الأحد وفي ذات الوقت زاد معدل تصفح الصحف الإلكترونية بنسبة 3.7%¹. كما تخلّت مجموعة من الصحف عن نسخها الورقية من بينها صحيفة "كريستيان ساينس مونيتور" (**The Christian science monitor**) الأمريكية سنة 2008 لتتحول إلى صحيفة إلكترونية وذلك بعد تراجع توزيع نسخها الورقية إلى 52 ألف مقابل 200 ألف نسخة عام 1970 واليوم بلغ عدد المتصفحين للموقع (كريسيان ساينس مونيتور) 3 مليون متصفح شهريا وفي فرنسا تراجع توزيع صحيفة لوموند (**Le monde**) إلى 5.7% سنة 2003 وفي الولايات المتحدة الأمريكية تراجع توزيع صحيفة (**International Herald Tribune**) سنة 2004 بنسبة 16.4% وفي بريطانيا انخفضت نسبة توزيع صحيفة (**The Financial time**) بنسبة 6.6%² وذكر مكتب التدقيق في التوزيع في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2010 أن متوسط توزيع الصحف انخفض بنسبة 8.7% في الستة أشهر المنتهية في 31 مارس

¹رضا مثنائي، أخلاقيات الممارسة الصحفية في زمن الثورة الرقمية، أشغال الملتقى الدولي، تونس 23-24

أفريل 2009، (أخلاقيات الممارسة الصحفية في عام عربي متحول)، ص 203.

²أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص 204.

الماضي بالمقارنة بنفس الفترة من العالم الماضي، بينما تراجع نسبة التوظيف في القطاع الصحفي الأمريكي مثلاً بين 1990 و2014 إلى 18%. وفي فرنسا بيّنت إحدى التقارير الصادرة سنة 2006 عن إحدى الهيئات المهمة بالقطار الصحفي الفرنسي أن كل المؤشرات تدلّ على التراجع فالتوزيع انحسر بنسبة 14% وهذا دون حساب معدل التضخم، أما بالنسبة للعائدات المتعلقة بقطاع الصحافة اليومية الوطنية فإنها عرفت تراجعاً وصل إلى 14%¹. كانت هذه من أبرز التحولات الشكلية والتقنية التي شهدتها الصحافة بعد ظهور تكنولوجيا الحاسوب التي غيرت في الطباعة لتلحق بها الإنترنت والتي أعطت بدورها للصحافة حضوراً إلكترونياً ساعدها في اتساع رقعتها الجغرافية.

2_2_2 تحولات على المستوى الموضوعاتي: (المضمون)

ساعدت تكنولوجيات المعلومات والاتصال الحديثة في ثراء المحتوى الرقمي ومساعدة الصحفي في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والمواضيع والقصص الاخبارية التي قد ينشرها أفراد عاديون يستخدمون الانترنت ويتداولون أهم الأحداث التي تجري من حولهم ويتبادلون الآراء حولها. فالإنترنت سمحت للصحفيين بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة ومن مصادر متعددة تعمق أبعاد الموضوعات الصحفية التي يكفّف الصحفيون بتغطيتها كما تساعد في تعلم فنون وأساليب صحفية جديدة واستخدام طرق جديدة في جمع المادة الصحفية وإجراء الحوارات والتحقيقات وكذا التعامل مع وكالات الأنباء ومصادر الأخبار والمعلومات... الخ.² لطالما كانت مشكلة الصحفي هي كيفية الوصول إلى المعلومة التي يحتاجها لبناء مادته الصحفية أما اليوم وبفضل الإنترنت وخاصة الخدمات التي قدّمتها تطبيقات الويب 2.0،

¹ صادق رابح، إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع6، السعودية، 2010، ص230.

² السيد بخيت، الصحافة و الإنترنت، القاهرة، دار العربي للنشر و التوزيع، ط1، 2000، ص25.

أصبحت المعلومة هي التي تأتي إليه وذلك لما يتميز به عصر التكنولوجيات من تدفق معلوماتي وتخمة معلوماتية **Information Glut**. الصحفي اليوم لم يعد مطالب بالبحث عن المعلومة وإنما أصبح يكتفي بانتقائها ومعالجتها فانقلت مهنته من البحث والتتقيب عن المعلومة إلى الاختيار والمعالجة ومن أهم التجاوزات التي طالت مهنية الصحفي بعد إدماج تكنولوجيات المعلومات والاتصال في العمل الصحفي خاصة على مستوى المضمون حيث نجد:¹

أولاً: هو العمر القصير للخبر، فجميع الممارسين لمهنة الإعلام يدركون جيداً أن المادة الخبرية هي مادة سريعة الاستهلاك أي أن قيمتها الإخبارية لا تعمر كثيراً ومن ثمة فإن زيادة تدفق المعلومات يؤدي حتماً وبالضرورة إلى الرفع من سرعة استهلاكها.

ثانياً: إن إنسان العصر الحالي لم يعد قادراً على استخدام كل المعلومات التي تصله عبر وسائل الإعلام نظراً لسرعة تدفقها وغياب مكانزمات التصفية عنده مما يجعله حبيس الأخبار التي تصله يومياً.

تشكل شبكة الإنترنت اليوم مصدراً من المصادر المغذية للصحف لموضوعات شتى حيث ساعد النشر الإلكتروني لبعض الصحف والمجلات ووكالات الأنباء الدولية في وصول الصحفي إلى كم كبير من الأخبار من مصادرها الرسمية في هذا الشأن أثبتت بعض الدراسات أن 93% من الصحفيين العاملين في مؤسسات إخبارية يستخدمون الإنترنت في البحث والإعداد،² بفضل ثورة الاتصال الحديثة التي عمّت كل أنحاء العالم اتجهت معظم الصحف والمجلات إلى النشر الشبكي الإلكتروني لتجد آلاف الخيارات للمحرر لاستقاء المعلومات من خلالها. ففي العام 2002 كانت هناك نحو 4900 صحيفة حول العالم قد أخذت مواقعها على الشبكة ونحو 1900 مجلة مختلفة الاهتمامات يستطيع المحرر من أي مكان داخل أو خارج مقر الصحيفة باستخدام

¹ جمال بن زروق، مرجع سابق، ص220.
² أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص68

جهاز حاسوب آلي شخصي ثابت أو محمول وخط هاتف التجوال داخل الشبكة والإطلاع على النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة، كما يمكن التجوال بين مواقع الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي والمتاحة على الشبكة للحصول على أية معلومات يبحث عنها خاصة أن مواقع الصحف تحوي أدوات بحثية تسهل على المستخدم إدارة المعلومات المتوفرة كما تتميز بوجود ملف أرشيفي لأهم المعلومات أو التحليلات المتعلقة بأبرز الأحداث خلال سبعة أيام مضت بالإضافة إلى أرشيف للأعداد السابقة للصحيفة.¹

كان هذا ما أحدثته الإنترنت من تحولات على الممارسة الصحفية بشكل مبدئي قبل أن تدمج الممارسة الصحفية بمواقع الشبكات الاجتماعية كأهم تطبيقات الويب 2.0 والتي منّلت الدور الأبرز في تغيير مهام الصحفي ومهنته فإذا كانت الإنترنت قد غيرت زاوية الحصول على عدد أكبر من المعلومات ومن مصادر متنوعة فإن مواقع الشبكات الاجتماعية أتاحت للصحفي فرصة التواصل والتفاعل مع قراءه وتبادل الآراء والأفكار معهم حول مواضيع إعلامية تهم الرأي العام المحلي والعالمية خاصة بعد التحولات السياسية والاجتماعية التي شهدها العالم العربي في السنوات الأخيرة وهذا ما سنتحدث عنه في الجزء التالي أين ظهرت مجموعة من الممارسات الصحفية الجديدة التي تبناها الصحفي ومن جانب آخر هو ظهور أشكال صحفية جديدة أسست لنفسها مكانة في الفضاء الإعلامي ألا وهي صحافة المواطن.

2_3 أشكال الممارسات الصحفية الجديدة:

تتجسد أشكال الممارسات الصحفية الجديدة من خلال **شكليْن اثنين**: يتمثل الأول في تبني الصحفيون التقليديون ممارسات جديدة في مهنتهم بينما تتمثل الثانية في ظهور أشكال صحفية جديدة ألا وهي صحافة المواطن والتي يمثل فيها المواطن الفاعل

¹ أمل محمد خطاب، مرجع سابق، ص70.

الأساسي إلى جانب نماذج من الصحافة التشاركية والتي جمعت بين ممارسات الصحفي المحترف والهاوي كما هو الحال بالنسبة للموقع الإلكتروني الكوري **Ohmynews** والموقع الفرنسي **AgoraVox**.

إن العامل المشترك بين هذين النوعين من الممارسات هو تقديمهما لمضمون إخباري إعلامي موجه لجمهور معيّن يهتم بنوع من الأنواع الإخبارية المقدمة سواء كانت سياسية، اقتصادية، رياضية أو ثقافية بينما تتمثل أوجه الاختلاف بينهما في خضوعهما من عدمه لمنظومة مؤسساتية أو لممارسات حرة وفق تنظيم ذاتي أو قد تكون ممارسات عشوائية تقترب من الممارسة الصحفية. فالاختلاف يكمن على مستوى الإطار المؤسسي المنظم لهذه الممارسات وهذا هو العامل الذي أثر على المهنة الصحفية كونه أن توفر الأفراد على أدوات تقنية سمحت لهم بالقيام بممارسات تقترب من العمل الصحفي بنفس الشكل تتمثل في نقل معلومات عن أحداث هامة جارية في المحيط الذين يعيشون فيه والتي قد يتعذر للصحفي الوصول إليها أو في أحيان أخرى الإدلاء بأرائهم في مواضيع إعلامية أو قرارات حكومية تهم شؤون وطنهم أو العالم أجمع لكن في إطار غير منظم وغير قانوني، كما أتاحت هذه الممارسات بتناول مواضيع ومواد لم تتعرض لها الصحافة التقليدية لذلك اعتبرت صحافة المواطن بمثابة حركة تصحيحية ورقابية على الممارسة الصحفية التقليدية ومنه يمكننا تحديد مخرجات علاقة تطبيقات الويب 2.0 بالعمل الصحفي في ثلاث أوجه هي:

2_3_1 صحافة تقليدية بممارسات جديدة: لقد تحوّل العمل الصحفي في ظل تطور تكنولوجيات المعلومات والاتصال من الفضاء الميداني إلى الفضاء الإلكتروني حيث تتلخص أوجه الممارسة المهنية في ظل التقنيات الحديثة في:¹

¹ المهدي الجندوبي، كيف غير الإعلام أساليب العمل الصحفي، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد 52/51،

*التعامل الجديد مع الآنية والانتقال من الوثيرة الدورية لتغطية الأخبار إلى الجريدة المسترسلة.

_الانتقال من الرسالة الإعلامية المشكلة من رمز واحد أو من رمزين فقط إلى الرسالة المتعددة الرموز.

_الانتقال من النص المطبوع ذو مساحة ثابتة إلى النص الفائق الموصول بنصوص أخرى.

_التحوّل الجذري في نوعية العلاقة مع الجمهور الذي تحول من متلق سلبي تفتح له صفحة القراء في أفضل الحالات إلى شريك تفاعلي له دور حقيقي في صياغة الرسالة الإعلامية.

_الممارسة الصحفية والمدونات الإلكترونية:

كانت **المدونات الإلكترونية** والتي تعتبر أقدم أشكال التطبيقات الاجتماعية وأهم تطبيق وقرّ لمستخدميها ممارسات تقترب من الممارسات الصحفية من حيث نشر الأخبار والمعلومات والآراء عن الأحداث الوطنية والدولية وكذا معالجتها. لم تقدم هذه الميّزات فقط للمدوّن العادي وإنما حتى للصحفيين المدوّنين الذي أنشئوا هم أيضا مدوناتهم الخاصة بهم للتعبير عما يجول في خاطرهم من آراء وأفكار خاصة تلك التي يتعذر عليهم نشرها أو التصريح في الاطار المؤسساتي الذي ينتمون إليه نتيجة تعارضها مع آرائهم. فالمدونات هي: "مواقع ويب Websites يحفظ فيها الفرد بصفة منتظمة مداخل التعليقات ووصف الأحداث أو غيرها من المواد كالغرافيك أو الفيديو وتعرض المداخل عادة بترتيب زمني تسلسلي عكسي (**Reverse chronological order**) حيث يقدم العديد من المدونين من خلالها تعليقات أو أخبار عن موضوع محدد والبعض منهم

يستخدمها كمفكرة شخصية يومية (Diary) على الخط المباشر"،¹ وغالبا ما ترتبط المدونات بالبودكاست Podcast والذي هو صوت رقمي أو فيديو رقمي يمكن تحميله أو نشره من خلال الهاتف مثال على ذلك (Boingboing.net ،Gizmodo.Com ،Huffingtonpost.com).²

اعتبرت المدونات قبل شيوع مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا رئيسيا للمعلومات بل كانت هناك بعض المدونات الإخبارية تضاهي وتتنافس حتى مواقع المؤسسات الصحفية حيث أصبح ينظر من منظور إعلامي كفتة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية رغم أن غالبية المدونين لا تدعي ممارسة العمل الإعلامي بالمعنى المتعارف عليه في وسائط الإعلام التقليدية. إلا أن الكثير من المبادئ التي يقوم عليها التدوين في مقارنته للفضاء الإعلامي ويمكن أن تشكل مسألة وتحديا للمعايير المهنية التقليدية. فالتفاعل مع الجمهور والشفافية في صيرورة ومعالجة وبث الأخبار تمثل أبرز المظاهر المتقاسمة في الفضاء التدويني. خاصة أن التدوين وهو يسائل الفهم التقليدي لماهية الإعلام قد أعطى دفعا قويا وبعث حياة جديدة في الرؤى التي طالما تطلعت إلى تحول نموذج الممارسة الإعلامية في عصر الإنترنت.³ هذا من جهة. من جهة أخرى أضحت العديد من المدونات الإلكترونية والمواقع الاجتماعية وبعض الصحف الإلكترونية منابر لأشهر الصحفيين من أجل نشر آرائهم وتحليلاته بكل حرية ودون خطوط حمراء كان حراس البوابة حريصون دوماً على التذكير بها، إما تلميحاً أو تصريحاً. لكن بعض المؤسسات الإعلامية الغربية امتعضت من توجه صحفيها لنشر آرائهم وأفكارهم خارج مؤسساتهم الإعلامية الأصلية، حيث طلبت كل من CNN

¹ أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والإنترنت بين السياسة والتكنولوجيا، القاهرة، الدار المصرية السعودية، 2010، ص110.

² Efthymios Constantinides and Stefan J. Fountain, Op. Cit, p232.

³ أمينة نبيح، المدونون العرب بين الصحافة البديلة والتعبير الحر، أشغال الملتقى الدولي: "صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال (مثال الدول العربية والإفريقية أبريل 2011)"، تونس، 2014، ص75.

Time اللّتين يملكهما **تايم ووينر** من مراسليهما اللّذين غطيا حرب العراق التخلي عن مدونتيهما الشخصية، وأبرز مثال على ذلك الصحفي **كيفن سايتس** الذي طلبت منه CNN وضع حد لتجربته التدوينية التي تزامنت مع الأيام الأولى للحرب على العراق.¹

***أنواع المدونات:** تتنوع المدونات تبعاً للوسائل فهناك مدونات نصوص فقط، وهناك مدونات صور ومدونات إذاعية صوتية، وهي تحتوي على وصلات لملفات صوتية ويطلق على بعضها مدونات MP3 المتخصصة في بث الأغاني والصوتيات، وتوجد مدونات البودكست وهناك مدونات الفيديو كما توجد مدونات مختلطة، على ذلك تنقسم المدونات إلى عدة أنواع تشمل:²

_ **المدونة الصحفية:** يكون وراءها صحفيون أو أناس عاديون يكتبون بطريقة صحفية، ينقلون أحداثاً يومية أو يعلقون على قضايا أو يقدمون أفكاراً واقتراحات في شكل صحفي أقرب لكتابة العمود أو المقال.

_ **المدونة الشخصية:** حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة، أو شعراً خاصاً به، أو رسومات قام برسمها، بالتالي تصبح المدونة كعرض شخصي يمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم.

_ **مدونة الخبرات السابقة:** بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته وتجاربه في المدونة، بالتالي تصبح المدونة وكأنها سيرة خاصة به، تعرض جميع قدراته ومهاراته.

_ **المدونة الاجتماعية:** يتناول المدون المواضيع الاجتماعية، ويكتب قصصاً من وحي المجتمع الذي يعيش فيه، بالإضافة إلى المدونات الأدبية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، العلمية والرياضية.

¹ جمال العيفة، **صحفيو الإعلام الجديد، الاستثمار في فضاءات اشمل**، أشغال الملتقى الدولي: 'صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال (مثال الدول العربية والإفريقية أبريل 2011)، تونس، 2014، ص103.

² عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)**، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ط1، ص203.

من خلال هذه الأنواع المعروضة أمامنا نستخلص كيف أنه كان للمدونات دور أساسي وحاسم في الممارسة الصحفية فمن جهة يمكن للصحفي ذاته استخدام المدونة للتعبير عن آرائه وأفكاره بعيدا عن ضغوط المهنة الصحفية وقواعدها ومن جهة ثانية إمكانية الاستفادة من المدونات الأخرى في الحصول على معلومات جديدة أو مواضيع جديدة تقيده في بناء مواده الصحفية.

_الممارسة الصحفية وموقع "فيسبوك":

يعتبر موقع "فيسبوك" كأكبر موقع للتواصل الاجتماعي مصدر استفادة في الإطار الإعلامي وذلك من خلال ثلاث وظائف:¹

_الأولى: أنه وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل إعلامية أخرى.

_الثانية: هي أن عددا من الجهات والشخصيات العامة والخاصة لها صفحات على موقع "فيسبوك" الأمر الذي يوفر فرصة للصحافيين للحصول على أحدث المعلومات عن هؤلاء وعن نشاطاتهم الجديدة فضلا عن إمكانية التواصل معهم وتوجيه استفسارات لهم وإجراء حوارات معهم الأمر الذي قد يتحول إلى مادة إعلامية منشورة.

_الثالثة: يسمح موقع "فيسبوك" بإنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شأن مشترك بما يجعله بمثابة نقطة التقاء افتراضية تتجاوز حدود الإدارة المؤسسية، محليا أو دوليا وقد يكتفي هؤلاء بالتعبير عن حجم التأييد أو المعارضة وقد يمضون إلى سلوك ميداني. وفي الحاليتين تُمثل هذه الصفحات مقدمة لتغطيات إعلامية.

إذا كان موقع "فيسبوك" رقم واحد في الشبكات الاجتماعية الرقمية يمثل أحد أهم آليات توزيع الأخبار الإعلامية من مصادرها التقليدية والمساهم الرئيسي في جلب أكبر عدد

¹ سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، الكويت، جداول، 2011، ط1، ص-ص، 116-

من القراء من مستخدميه وتوجيههم إلى المواقع الالكترونية للصحف التقليدية فإنه يعتبر كذلك الممول الأول للصحفي بأي خبر قد ينشره أي مستخدم على صفحته. يؤثر هذا أحيانا على مصداقية وشفافية الأخبار فليس كل ما ينشر على صفحات الفيسبوك هو صحيح وصادق لذلك وجب على الصحفي أخذ الحيطة والحذر من النقل المباشر لهذه الأخبار لما قد يمس بمصداقية وموضوعية مؤسسته. في هذا السياق تؤكد **جان أي كيرتلي** أستاذة أخلاقيات وقوانين الإعلام بمدرسة الصحافة والاتصال الجماهيري بجامعة **مينيسوتا الأمريكية** أن "الفيسبوك" هو مصدر عظيم لأفكار القصص الإخبارية ولكن لا يمكن أن تكون القصة الإخبارية معتمدة بشكل أساسي في مصادرها على الشبكات الإجتماعية، وتطالب الصحفيين بالسعي إلى التعاون والتكامل، وإذا كان ممكنا القيام بالحديث مع المصدر من خلال التلفون أو وجها لوجه فهذا أمر مهم وشديد الحيوية، فمن السهل جدا الكذب على الانترنت، وأن يقدم الفرد نفسه بشكل سيء، ولا يوجد صحفي يرغب في أن ينشر الأكاذيب أو يؤخذ بواسطة خدعة أو نكتة.¹

قواعد العمل الصحفي في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية:

صحفي اليوم هو صحفي ينتقي ويعالج الأخبار من مركزه لا يستدعي الأمر التنقل إلى موقع الأخبار. أصبحت الأخبار اليوم هي التي تنتقل إليه ومع تضخم التدفق الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد وتنوع المصادر الإخبارية للخبر الواحد وسعي الصحفي إلى تحقيق سبق الصحفي قد يجعله يضرب أخلاقيات ممارسة مهنته عرض الحائط و يجري وراء كل خبر وكل معلومة قد يراها هو مهمة للنشر دون التحقق منها والتأكد من صحتها وهذا ما يؤثر على سمعة الصحفي ومصداقية مؤسسته والتي قد تخسر جمهورها إذا ظهر أن الخبر غير صحيح، الصحفي اليوم لم يعد أبدا ذلك

¹جمال العيفة، مرجع سابق، ص110.

الصحفي المتواجد في عين المكان يغطي الخبر ويحاور الفاعلون. الصحفي اليوم يستقبل الأخبار من مكانه وفي بعض الأحيان من مصادر غير موثوقة.¹ لهذا السبب اتجهت العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية بوضع مجموعة من المبادئ والنصائح والتوجيهات لصحفيها فيما يتعلق باستخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، مثال ذلك: وكالة الأنباء الفرنسية التي ركزت على وضع قواعد تخص الاستخدام المهني والشخصي لمواقع الشبكات الاجتماعية من طرف صحفيها عن طريق تشجيعهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كموقع "فيسبوك" و"تويتر"، من أجل التواصل والتفاعل مع الجمهور، والترويج لصورة حسنة عن المؤسسة التي ينتمون إليها، مع الالتزام بالكشف عن هويتهم المهنية كصحفيين وفي حالة رفضهم تحدد لهم استخدام المواقع الإلكترونية هذه في إطار شخصي مع حيز من الأصدقاء فقط دون الإشارة إلى انتمائه إلى وكالة أو مؤسسة إعلامية معينة في حالة الاستخدام الشخصي.² وهذا من أجل الحفاظ على مكانة وسمعة المؤسسة الصحفية داخل السوق الإعلامية.

كما قامت وكالة رويترز العالمية للأنباء سنة 2010 بنشر مجموعة من التوجيهات والإرشادات للصحفيين والمراسلين حول طريقة الاستفادة من الأنباء على شبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية خاصة، من بين التوجيهات التي قدمتها الوكالة ضرورة فصل الصحفي بين حياته الشخصية والمهنية، وضرورة الدقة في اختيار المعلومات وتجنب الانحياز والتأكيد على استقلالية الصحفي في اختيار الخبر.³ كما لم تتوانى ال"بي بي سي" حيث أصدرت هي الأخرى عام 2011 دليلا خاصا باستخدام مواقع

¹ Ridha najar, Op. cit., P17.

² الصادق الحمادي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الاعلام والعصر الاماراتية، سبتمبر 2013، <http://www.arabmediastudies.com/file/ethics%20and%20social%20media.pdf>، شوهده يوم:

2014/01/15، 19:10 سا.

³ جمال العفة، مرجع سابق، ص 110.

الشبكات الاجتماعية في قسم الأخبار وقد رُصد هذا الدليل ثلاث حالات من الاستخدام:¹

-**الحالة الأولى:** استخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي في إطار شخصي للتفاعل مع أصدقائه، دون الإشارة إلى انتمائه إلى قسم بي بي سي أخبار.

الحالة الثانية: على الصحفي التأكيد مما ينشر لتفادي الإساءة إلى مؤسسة البي بي سي أو للصحفي. كما أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يجب أن يخضع لأهداف تحريرية جلية واضحة.

الحالة الثالثة: يمكن لمقدمي البرامج والصحفيين والمخبرين والناشرين أن يستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار مؤسسي، وفي هذه الحالة أن يكتبوا في مسائل غير شخصية ذات علاقة بمجال اختصاصهم.

إن هذه الموثيق إن كانت تدل على شيء إنما تدل على اعتراف المؤسسات الصحفية والإعلامية بالخطر الذي أصبحت تشكله تطبيقات الويب 2.0 على مهنتها وسمعتها لذلك تم اتخاذ هذه الإجراءات لتحديد مكانتها والحفاظ عليها وسط هذه الفوضى الإعلامية.

_الممارسة الصحفية وموقع "تويتر":

يعتبر موقع التدوين المصغر "تويتر" من أنجح التطبيقات المدمجة في الممارسات الصحفية وهذا بفضل القواعد التقنية التي يقوم عليها والمتمثلة في تحديد التغريدة الواحدة في 140 حرفاً مما جعل الكثير من الصحفيين يستخدمونه في نشر الأخبار المستعجلة، ومن جانب آخر يقدم تويتر ميزة تقنية مهمة لا توجد في بقية تطبيقات الويب (تم تبنيها مؤخراً من طرف الكثير من المواقع مثل فيسبوك، انستغرام.. الخ)

¹الصادق الحمامي، مرجع سابق.

والمتمثلة في الهاشتاج (#Hashtag) والذي يعتبر ككلمة مرفقة إلى جانب التغريدة تمكن المستخدم من خلال النقر عليها الوصول إلى جميع المواضيع المتعلقة بتلك الكلمة وهذا ما سهل على الصحفي عملية تفرغ كل الاخبار المتعلقة بخبر معين ومن جانب آخر تساعد هذه الكلمات الموسومة في معرفة مدى تداول الموضوع على موقع "تويتر" من خلال كمية تكراره، كما حدث مثلا في برنامج Thalassa الذي بثته قناة فرانس2 عن الجزائر، ومن خلال عملية تكرار تم رصد عدد التابعين للبرنامج والذين ناقشوا الموضوع على تويتر إلى 2.6 مليون مشاهد في فرنسا، وكان هاشتاج (#Thalassa) الموضوع الثاني على تويتر في فرنسا والموضوع الأول في الجزائر. من خلال هذا المثال يتضح لنا ما أصبح يقدمه تويتر للصحفي فموضوع نجاح هذا الهاشتاج دليل على نجاح البرنامج من جهة وأيضا هو بمثابة موضوع جديد يصلح أن يكون مادة صحفية تسلط عليها الضوء ونتيجة نجاح خدمة "الكلمات الواصفة" قامت العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية بدمجها كميزات تقنية تسهل على المستخدم عملية تصنيف وتلقي المعلومات والمواضيع على حسابه، أما الميزة التقنية الثانية فتتمثل في أن "تويتر" على غرار بقية الشبكات الاجتماعية الرقمية كان حاسما في موضوع البروفيلات الوهمية والتي كانت منتشرة على بقية المواقع التشبيك، ففي الكثير من الأحيان ينتحل أفراد عاديون شخصيات مهمة وينشرون أخبارا باسمها كان هذا الموضوع قد مثل مشكلة عند الكثير من الصحفيين الذين نقلوا أخبارا عن شخصيات وهمية ظنوا بأنها رسمية، لكن "تويتر" قدّم الحل لهذه المشكلة من خلال تقنية تثبيت الحساب الرسمي للشخصيات المهمة السياسية، الاجتماعية، الفنية، الرياضية وغيرها. بالإضافة إلى ذلك يتوفر تويتر على تطبيقات مدمجة مثل تطبيق (Fake profile) تساعد في التعرف على نسبة الحسابات الوهمية التي يحتويها كل حساب شخصي.

2_3_2 صحافة المواطن:

ظهر مصطلح "إعلام المواطن" (Citizen Journalism) في التقرير التأسيسي الذي أعده كل من **Shayne Bouman** و **Chris willis** سنة 2004 والذي حمل عنوان **How audiences are shaping the future of news and We Media**، نحن الإعلام: كيف تقوم الجماهير بتأطير مستقبل الأخبار والمعلومات¹. حيث عرّفا صحافة المواطن بأنها: "نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الاعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية²".

كما تُعرّف صحافة المواطن على أنها: "أسلوب صحفي جديد اتسع وأصبح شائعا في الممارسة الصحفية وخاصة في النموذج الغربي فمنذ بداية التسعينات ظهرت العديد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف والمجلات العامة والخاصة التي تأخذ من صحافة المواطن توجهها فكريا ومهنيا في ممارسة الصحافة. فإلى حدود سنة 1995 ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من مئة مؤسسة صحفية تنتهج صحافة المواطن كأسلوب صحفي في علاقتها بقضايا الشأن العام"³. مكن هذا النوع من ممارسات الهواة من معالجة القضايا التي تهتم المواطن بالدرجة الأولى في بيئة تحريرية بعيدا عن ضغوط وقيود السلطة أو الحكومة حيث عبر مؤلف المدونات **كين لين Ken Layne** عن واحدة من الخصائص الأساسية للعالم الإلكتروني في تعليق كلاسيكي في 2001 قائلا: "إننا نستطيع تقصي الحقائق والدخائل ببراعة فعندما يوجد عدد كبيرة من

¹ صادق رايح، مرجع سابق، ص 240.

² عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الاعلام الجديد (من فانفر بوش الى نيكولاس نيغروبونتي)، أبحاث المؤتمر الدولي "الاعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد"، البحرين، 7-9 ابريل 2009، ص 33.

³ جمال الزرن، البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، بغداد، الباحث الاعلامي،

المراسلين الصحفيين المواطنين الذي يفحصون بدقة ما يقوله الآخرون تكون لديهم طريقة للوصول للحقيقة أو على الأقل تسليط الضوء على الجوانب المتناقضة¹ هذا الشكل الجديد من الممارسات الصحفية أصبحت تقوم بتسليط الضوء على الجوانب المتناقضة التي ربّما لم تعرضت أو لم تتعرض لها الصحافة التقليدية ففي بعض الأحيان يتم تقديم أخبار غير مهمة وإغفال أخبار أخرى غير مهمة تقاديا لحدوث أي ردود أفعال سلبية تجاه المعني بالموضوع ويحدث غالبا هذا في المواضيع السياسية ففي بعض الأحيان يقوموا مستخدمو الويب 2.0 بعمليات تحرير لتقصي أخبار ومواضيع معينة لم تتعرض لها الصحافة أو قامت بتهميشها قصدا نتيجة استحالة معالجتها وطبعا الأمر يعود هنا إلى الرقابة المفروضة على هذه المؤسسات الصحفية تكون لهذه التقصيات نتيجة وتشبه كثيرا العمل الصحفي الاستقصائي. وكمثال بسيط على هذا نستعرض القصة التالية والتي تتعلق بـ " كيسي نيكول Kaycee Nicole حين أنشأت مدونة تتحدث فيها عن الحياة والمرض والفقْد. عندما مرّضت وشارفت على الموت أنشأت مجتمعا افتراضيا وزار آلاف الناس مدونتها في 2000 و 2001 وآسوها برسائل الدعم والمساندة وعروض المساعدة. بل وأنهم أجروا بحثا عن مرضها بحثا عن طريقة لتحسين حالتها الصحية. وتحسنت حالة كيسي الصحية فعلا، على الأقل برهة من الوقت إلا أن المرض اشتد عليها ثانية وفي النهاية ماتت بعد صراع مع مرض اللوكيميا" ليأتي بعد ذلك في 18 مايو 2001 شخص يدعى Acridrabbt عندما أرسل سؤالا بسيطا إلى ميتافلتر Metafilter (مدونة جماعية وموقع ويب) يقول: " هل من الممكن أن تكون كيسي شخصية وهمية لا وجود لها؟". وأثار السؤال جدلا غاضبا قامت بعدها مجموعة صغيرة نسبيا ولكن نشيطة ومتحمسة من زوار الأنترنت (Net Denizens) بحلّ لغز حكاية الألم والحزن واكتشفوا حدوث

¹دان جيلمور، تر: نفين نور الدين، الإعلام (أساس الصحافة من الجميع و من أجل الجميع)، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2009، ص250.

الخدعة. كانت قد قامت هذه المجموعة بفحص سجلات المحاكم وقارن أفرادها النتائج التي توصلوا لها مع بعضهم. لقد قاموا حينها بأفضل تحريات يمكن أن تراها، إن ما أنجزته هذه المجموعة كان إلى حدّ ما يشبه صحافة تحقيقات لكنهم لم يكونوا صحفيين محترفين بل كانوا غرباء يعرفون بعضهم البعض على الانترنت ولكن من خلال الجمع بين قوة الانترنت والعمل الصحفي على الطراز القديم لفحص موقف ما بدقة، تمكنوا من حل اللغز وكشف الغموض.¹ ففوة صحافة المواطن لا تكمن في الكشف عن بعض الحقائق المتعلقة بموضوعات معينة يبحث فيها المواطن بالدرجة الأولى في مهنة تلامس تماما مهنة الصحفي في كل جوانبها فالصحفي المواطن هو المراقب للصحفي التقليدي حيث يعمل الصحفي المواطن على تسليط الضوء أحيانا على القضايا المهمة التي لم يتعرض لها الصحفي وكذا على تحديد أولوياته من جهة أخرى. حيث أصبحت المدونة الإعلامية لمعهد **بوينتر لجيم رومينيسكو Jim Romenses** التي تعد الأولى ولا تزال الأفضل من نوعها مبرد_مياه ليس فقط بالنسبة للصحفيين بل أيضا للناس الذين يراقبون الصحافة.

ثلاث مراحل كبرى شهدتها صحافة المواطن: يتجه بعض الباحثين إلى تقسيم مراحل تطور صحافة المواطن إلى ثلاث مراحل تتمثل في:

تتمثل الأولى في حركة تصحيحية داخلية التي قام بها ميريتي عرفت ب"الصحافة المدنية"، وهي صحافة تلزم الصحفي أن يتحدث مع الجمهور، أن يعرف الجمهور ويبحث عنه، وأن يعرف ما يريده بالضبط، ويكون هذا الجمهور عشوائي تختاره الصحيفة أو دار النشر من الخارج دون تقصد واختيار، وهذه الجزئية من أهم مقومات بناء الصحفي المدني، لذا تعكف الصحف الأمريكية على التقاء صحفييها مع عامة الناس في جلسات أسبوعية و دورية. وأخرى خارجية من خلال ظاهرة المدونات

¹ دان جيلمور، تر: نفين نور الدين، مرجع سابق، ص 251.

الإلكترونية وقد مثلت ظاهرة المدونات منذ نشأتها السمة البارزة في انتشار صحافة المواطن بينما تتمثل المرحلة الثالثة في شبكات التواصل الاجتماعي حيث مكّنت تكنولوجيات الاتصال الحديثة شبكات التواصل الاجتماعي من أن تلعب دور المتابع والمصحح الناقد للدور الوظيفي للصحفي التقليدي، غير أنه يوجد تخوف من أن هذه النوعية من النشاط الصحفي التي جاءت بها شبكات التواصل الاجتماعي يمكنها أن تحول الصحافة من عمل نخبوي فكري إلى نشاط شعبي.¹

أنواع صحافة المواطن حسب لاسيكا: يوضح جي دي لاسيكا J.D Lasica صحافة المواطن من خلال النماذج التالية:²

أدوات مشاركة الجمهور: وتتمثل أطر مشاركة الجمهور Audience participation في تعليقات القراء المرتبطة بالأخبار، والمدونات الشخصية، والصور أو لقطات الفيديو المصورة بالكاميرات الشخصية، أو في الأخبار المحليّة التي تقوم بكتابتها أفراد من المجتمع.

مواقع الأخبار المستقلة: وهي تتمثل في مواقع الإنترنت الإخبارية المستقلة مثل: Drudge و Consumer Reports، Independent news and information websites و Report.

مواقع الأخبار التشاركية التامة: تتمثل في مواقع الأخبار التشاركية التامة ونموذج لها الموقع الكوري الجنوبي أوه ماي نيوز OhMyNews الذي طوّره أوه يون هو Oh Yeon-Ho في فبراير من عام 2000.

مواقع المساهمة العامة: تتمثل مواقع المساهمة العامة في موقع سلاشدوت Slashdot.

¹ جمال الزرن، مرجع سابق، ص32..

² عباس مصطفى صادق؛ مرجع سبق ذكره، ص190.

_مواقع البث الشخصية: مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني الشخصية وهي تبث مواد الفيديو والصوتيات مثل: **KenRadio**.

_أنواع أخرى: يطلق عليها **لاسيكا Thin Media** وهي تتمثل في القوائم البريدية ونشرات البريد الإلكتروني.

ويخص هذا الجانب مجموعة المواقع والأدوات والتطبيقات وكذا الخدمات التي تساعد على تجسيد صحافة المواطن في الفضاء الإلكتروني.

2_3_3 الصحافة التشاركية:

_موقع "OhMyNews" الكوري وموقع "AgoraVox" الفرنسي نموذجا

"كل مواطن مراسل صحفي"

و

"كل مواطن هو باحث عن المعلومة"

يتعلق الشعار الأول بالموقع الإلكتروني الكوري الجنوبي Ohmynews بينما يتعلق الشعار الثاني بالموقع الإلكتروني الفرنسي Agoravox ويشتراكا كلاً الموقعين في أنهما يمثلان مواقع رائدة في الصحافة التشاركية أو التشاركية حيث يحتوي كلاهما على هيئة تحرير محترفة تقوم بإدارة مجموعة من المواد الصحفية لمواطنين مستقلين يمارسون ما يشبه الصحافة إلى حد بعيد، حيث يعتبر موقع الأخبار "أوماي نيوز" (Oh my news) الذي أطلق في العام 2000 في كوريا الجنوبية من أوائل الرواد في صحافة المواطن وقد أنشأ الصحافي المحترف "أويون-هو" هذا الموقع كتجربة لاستخدام الإنترنت كوسيلة إعلامية تشاركية وكان يعمل معه في هذا التجربة أكثر من 700 شخص من المواطنين المرسلين الصحفيين وعندما احتقل موقع "أوماي نيوز" بالذكرى السنوية السابعة لتأسيسه في شباط/فبراير 2007 كان قد أصبح يعمل فيه 65

موظفا بدوام كامل وأكثر من 60 ألف مواطن مراسل صحفي يعملون في مئة دولة أخرى. حينما بدأت فكرة Ohmynews لم تكن الفكرة جديدة تماما فلطالما استخدمت المنظمات الإخبارية أناسا يساهمون بمقالات حرة أما الشيء المختلف في Ohmynews كان يتمثل في أنه أي شخص بوسعه أن يسجل نفسه للمساهمة فيها ولم يكن من الصعب نشر إنتاجه. وقد رحبت Ohmynews بتلقي مساهمات من كل فرد وأكسبت طبيعة المساهمين (باعتبارهم أشخاص حقيقيون) الموقع مزيدا من الجاذبية.¹ فالإنترنت أصبحت فضاء حقيقي للتبادل الحر للمعلومات وشعبية الإنترنت غيرت المظهر الإعلامي فالمستهلك أصبح منتج مما أدى الى انفجار المعلومات على الإنترنت، كما لعب موقع Ohmynews مثلا دورا هاما في مشاركة المواطنين في قطاع الإعلام.²

الهدف الرئيسي من موقع Ohmynews هو تطوير الصحافة عن طريق تغيير ثقافة الإنتاج والتوزيع واستهلاك المعلومات وحقق الموقع أرقاما رهيبية من 727 مواطن صحفي إلى 63300 ومن 4 صحفيين محترفين إلى 70 حيث قاموا بنشر ما يقارب 426500 مقال في 150 يوم يتم تصحيحه وتعديله من طرف فريق من الصحفيين المحترفين حيث وصل عدد الزوار من 500 ألف إلى مليون زائر يوميا وتقريبا 3 مليون صفحة يتم مشاهدتها إلى 20 مليون صفحة يوميا خلال الحملة الرئاسية لسنة 2002 و 2007 وأغلب القراء كانوا بين سن 20 و 45 أكثر من شبابا من رواد الإعلام التقليدي.³

أما الموقع الإخباري AgoraVox فيعتبر أول مبادرة أوروبية في صحافة المواطن، وذلك على مستوى جماهيري ومجاني واسع. فهو موقع على هيئة قاعدة بيانات متعددة

¹ دان جيلمور، تر: نفين نور الدين، مرجع سابق، ص 179.

² Minjung Jin, Le journalisme amateur à l'ère d'internet : Illusion populaire ou nouvel espace de liberté d'expression ?, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, université panthéon-Assas, paris, 2012, p112.

³ Minjung Jin, Op. Cit, p119

الوسائط متوفر لكل المواطنين الراغبين في نشر أخبار ومعلومات حصرية والمؤسس على ثلاث قواعد مرجعية هي:

كل مواطن هو باحث عن المعلومة: كل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات: المدونون ومتصفحى الإنترنت والمواطنين والصحفيين والجمعيات الأهلية. إن فلسفة موقع **AgoraVox.fr** بسيطة تقوم على قاعدة ما توفره تكنولوجيات الاتصال الحديثة وشبكة الإنترنت من ديمقراطية. حيث أصبح بإمكان كل مواطن جمع المعلومة والحصول عليها، وأن يتحول بالتالي إلى مراسل قادر على تمييز واقتراح المعلومة ذات القيمة المضافة بهدف نشرها.¹ فما أضافته الانترنت على مستوى المعلومات هو تداولها ودمقرطتها بجعل الفرد حر في تداولها والوصول اليها وكذا نشرها وهذا ما ساعد هذا النوع من المواقع الاخبارية على النمو بمساعدة عدد كبير من المواطنين المشاركين في العملية الاخبارية بجمع الأخبار وتصحيحها ومشاركتها ونشرها.

التحول من وسائل الاعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير: تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة (from one to many) ويقوم موقع **AgoraVox** بقلب المعادلة والاعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل (From many to many) وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين وهي النظرية التي يبشر بها أحد أهم مؤسسي هذا الموقع **جويل دي روسني** صاحب كتاب "ثورة بروليتاريا الإنترنت".² وهذا أيضا تغير شمل الخارطة الاتصالية والاعلامية التي انتقلت من أحادية إلى ثنائية الخط فلم يعد المتلقي يستقبل المعلومة فقط بل يصنعها ويرسها واختلفت الأدوار والوظائف بين المرسل والمستقبل تبادياً.

¹جمال الزرن، **صحافة المواطن: "المتلقى عندما يصبح مرسلًا"**، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد52/51، منوبة، تونس، 2010، ص11.

²المرجع نفسه، ص11.

سياسة تحرير مختلفة: يعتمد موقع AgoraVox على سياسة تحرير خاصة به فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث الموضوعية وأن تتميز بأقصى قدر من السبق واعتباراً لإمكانية خضوع المعلومة والخبر لتضليل المؤسسة فإن هذا الموقع يعتمد على هيئة تحرير تقوم بدور الغرلة، فيقع إخضاع كل معلومة إلى المراجعة وذلك مخافة أي توظيف سياسي أو ايديولوجي. أي أنه يشرف الموقع على مجموعة الأخبار المدخلة بما يخدم سياسة الموقع الأصلية.¹ وهذا من أجل غرض واحد الأ وهو الاحترافية في العمل الصحفي وحتى لا تعم الفوضى ففكرة أن ينضم إلى فريق عمل الصحفيين مجموعة كبيرة من المواطنين أمر ليس بالسهل لذلك وجب وضع فريق عمل يشمل على تنظيم وتصنيف المواضيع التي يحررها المواطنين المشاركين في هذا النوع من الممارسات حتى لا يكون هناك أي اشكال قد يمس بايديولوجية أو سياسية هذا الموقع الصحفي وينطبق نفس الأمر على موقع "OhMyNews" في اتباع هذه السياسة التحريرية.

يجب الإشارة إلى أنه قبل ظهور موقع " Ohmynews كانت هناك أنواع أخرى من الصحافة التشاركية البدائية تتمثل في ما يسمى Buletin Boards التي أتاحها الاتصال عبر الكمبيوتر مثل Hitel, Chunrian, Nownoori, Unitel كانت تقدم خدمات معلوماتية عن الأخبار الآنية، الأحوال الجوية، مواعيد السفر العمومي، وكانت هذه الفضاءات محتكرة من طرف الجمعيات والمؤسسات المعنية بهذه المواضيع. وفي سنة 1995 لَمّا انفجار ميترو Daegu وهي مدينة تقع في مركز كوريا الجنوبية، انتشر الخبر في منتديات Hitel قبل أن يتم توزيعه في وسائل الاعلام التقليدية. وفي سنة 1997 ظهر نوع آخر من الصحافة ويتعلق الأمر ب Botae Journal² والتي تعتبر نشرات يومية يقوم بها مستخدم عن طريق الاتصال الحاسوبي لتقديم خدمة

¹ جمال الزرن، صحافة المواطن: "المتلقي عندما يصبح مرسلًا"، مرجع سابق، ص11.

لبقية المستخدمين. وتعتبر خدمة Botae journal أول وسيلة إعلامية كورية سمحت لقراءها بإنتاج المعلومات على الخط.¹ وبعد اتجاه المستخدمين من نظام الاتصال الحاسوبي (La télématique) إلى الانترنت اختفى تطبيق Botae journal وظهرت مجموعة مواقع الكترونية مستقلة مثل Ddanzi Ilbo و Daejabo إلى غاية ظهور موقع Ohmynews سنة 2000 وتحقيقه الريادة حيث طغى على المواقع الالكترونية التي سبقته. ويمكن تصنيف هذه التطبيقات ضمن الأشكال الأولى للممارسات الصحفية البديلة.

خاتمة: يبدو تأثير تكنولوجيات المعلومات والاتصال جلياً على الصحافة انطلاقاً من تأثيرها الجانب المادي وما شهده من تحولات على مستوى عمليات الطباعة، النشر، التوزيع والايخارج وكذلك على الجانب الموضوعاتي الاتصالي والمعلوماتي خاصة أين ظهرت ممارسات صحفية جديدة تبنّاها الصحفي المهني وممارسات أخرى جديدة تبنّاها المواطن الذي أصبح يقوم بعمل يقترب إلى العمل الصحفي بشكل مستقل دون تأطير أو تنظيم مؤسساتي وفي حالات أخرى شهدت مشاركة الاحترافي والهوي مما خلق نوع جديد ألا وهو الصحافة التساهمية والتشاركية.

¹,Minjung Jin, Op. Cit p117.

3/ التمثّلات وسوسيولوجيا الاستخدامات

3_1 التمثّلات الإجماعية - المفاهيم والمقاربات -

تمهيد:

3_1_1 مفهوم التمثّلات الإجماعية:

_ التمثّلات الاجتماعية في المعنى السوسيولوجي

_ التمثّلات الاجتماعية في المعنى السيكولوجي

_ التمثّلات الاجتماعية في المعنى الفلسفي

3_1_2 تاريخ تطور مفهوم التمثّلات الاجتماعية:

_ من المنظور السوسيولوجي

_ من المنظور الأنثروبولوجي

_ من منظور علم النفس الإجماعي

3_1_3 خصائص التمثّلات الإجماعية:

_ على مستوى البناء

_ على مستوى المضمون

3_1_4 وظائف التمثّلات الاجتماعية:

_ وظيفة المعرفة Fonction de savoir

_ وظيفة الهوية Fonction identitaire

_ وظيفة التوجيه Fonction d'orientation

_ وظيفة التبرير Fonction de justification

3_1_5 سيرورة التمثلات الاجتماعية:

_ التوضيح L'objectivation

_ الترسخ L'ancrage

3_1_6 المقاربة البنائية للتمثلات الاجتماعية:

_ نظرية النواة المركزية La théorie du noyau centrale

* النظام المركزي Le système centrale

* النظام المحيطي Le système périphérique

3_2_2 سوسيولوجيا الاستخدامات

3_2_1 مفهوم الاستخدام الاجتماعي

3_2_2 الاستخدام والمفاهيم المجاورة

3_2_3 ثلاث تمثلات عن استخدام التقنيات

3_2_4 نشأة سوسيولوجيا الاستخدام:

_ مساهمة "ميشال دو سرتو" Michel de Certeau

_ في منطق الاستخدام "جاك بريولت" Jacques Perriault

_ مراجعة نقدية لسوسيولوجيا الاستخدام "جوزيان جوي" Josiane Jouet

3_2_5 البناء الاجتماعي للاستخدامات

_ البراديغم الانتشاري Le paradigme diffusionniste

_ البناء الاجتماعي للمبتكرات La construction sociale des innovations

_ تملك الأدوات التقنية L'appropriation des objets techniques

Le déterminisme technique الحتمية التقنية _

خاتمة

3_1 مقارنة التمثلات الاجتماعية:

تمهيد: موضوع التمثلات الاجتماعية لطالما كان حلقة نقاش في مجموعة من التخصصات العلمية والحقول المعرفية المتنوعة، ظهر هذا المفهوم لأول مرة في علم الاجتماع من طرف إميل دوركايم ثم غاب هذا المصطلح إلى غاية إعادة استكشافه واستحضاره في علم النفس الاجتماعي من طرف سيرج موسكوفيتشي والذي قدم فيه اجتهادات علمية معتبرة جعلت منه فرعاً من الفروع المعرفية الهامة في علم النفس الاجتماعي، لكن هناك من يرجعه إلى أصل فلسفي بالعودة إلى أرثير شوبنهاور A.shopenhauer (1819) في صيغته المشهورة "العالم هو تصويري/تمثلي" والتي تعني أنه بالنسبة إلى أي جسم حي (وبالتالي بالنسبة إلى الإنسان)، كل تجربة هي ممكنة وقابلة للتصور وكذلك كل معرفة تجريبية أو عقلانية تعود إلى التصور مهما كانت هذه المسلمة موضع نقاش فإنها تشكل الجوهر بالذات لتمييز "الحديث" بين نظام الموضوع ونظام الفاعل أو التراث.¹ سنحاول أن نقدم في هذا الجزء الأطروحات المتعلقة بمفهوم التمثلات الاجتماعية.

3_1_1 مفهوم التمثلات الاجتماعية:

لغويًا: مثل له الشيء أي صورته كأنه ينظر إليه، وامتنله هو: تصوّره، والمثال: معروف والجمع أمثلة وممثل، ومثلت له كذا تمثيلاً إذا صورت له مثاله بكتابة وغيرها.²

إصطلاحًا: شغل مصطلح "التمثلات" مساحة هامة في العديد من الميادين المعرفية الإنسانية والاجتماعية جعله مصطلحاً غنياً ومعقدًا في نفس الوقت، لذلك سوف نحاول

¹ رولان دورون وفرانسواز بارو، تر: فؤاد شاهين، موسوعة علم النفس، المجلد الثالث (Q_Z)، بيروت، منشورات عويدات، 1997، ط1، ص944.

² ابن منظور، لسان العرب، تحقيق: خالد رشيد القاضي، الجزائر، دار الأبحاث، 2008، ط1، ج12، ص396.

تقديم بعض التعريفات له بالعودة إلى الباحثين الذي اشتغلوا عليه وكذا نحاول ربطه تبعاً لحقله المعرفي الذي ظهر فيه ويتباين بين السوسولوجي، السيكولوجي والفلسفي. **أ- في المعنى السوسولوجي:** كان عالم الاجتماع دوركايم أول من أدخل المفهوم في علم الاجتماع تحت مسمى "التمثل الجماعي"، ليحدّد أن الوقائع الاجتماعية، موضوع علم الاجتماع هي من طبيعة تمثيلية، بعكس التصورات الفردية (موضوع علم النفس)، التي هي داخلية (تدار من قبل دماغ الفرد)، هذه التصورات/التمثيلات الجماعية هي خارجية وتشارك في الوعي الجماعي فهي عامة مغلقة ودائمة، تمارس قدرة ضغط على العمل المعرفي للأفراد.¹ كما يرى أن علماء الاجتماع وغيرهم من العلماء، لا يمكنهم فهم عالمهم إلا من خلال استخدام المفاهيم التي تسمح لهم باستيعاب وتنظيم التجارب والخبرات الفوضوية التي تتلقاها حواسهم، فقبل أن تتسنى لهم الاقدام على فعل ما يتحتم عليهم تصور هذا الفعل بشكل من الأشكال ومحاولة توقع تبعاته. التصورات الجمعية هي المفاهيم المشتركة اجتماعياً التي يستطيع الناس من خلالها التفاعل مع العالم الطبيعي وغيرهم من الناس الذين يقابلونهم، وعليه فالواقع إنما هو واقع تشكله الظروف المجتمعية.²

من وجهة نظر أخرى يقارب بعض علماء النفس بين مصطلح "التمثيلات" ومصطلح "الهابتوس" الذي أتى به عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو (1980)، حيث يعرف الهابتوس على أنه نوع من الأنظمة الإدراكية التي تتداخل في انتقاء المعلومات والتعرض للمعلومات والحالات، من جانب آخر يستند الهابتوس على التجارب السابقة، ممارسات فردية وجماعية ويتولد باستمرار من الفرضيات العملية التي هي مصدر كل حكم/تقييم على العالم. ككل المفاهيم الحالية للقواعد المعرفية، الهابتوس

¹ رولان دورون وفرانسواز بارو، مرجع سابق، ص 947.

² جون سكوت، تر: محمد عثمان، علم الاجتماع (المفاهيم الأساسية)، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2009، ط2، ص 123.

هو أيضا بنية منتجة للقيم والأفعال. هذه الأفعال تحمل علامة أسلوب مميز متعلق بمساءلة الهابتوس.¹ إن التمثلات الجمعية حسب دوركايم هي مجموعة من المفاهيم المشتركة اجتماعياً والتي تساعد الفرد على التفاعل مع واقعه.

ب_ في المعنى السيكولوجي: عموماً تُعرف التمثلات (العقلية/النفسية) على أنها مجموعة من الصور، الآراء والأفكار التي تشكل العالم والذات. طبيعة وبنية هذه التمثلات محدّدة بوضوح من خلال تجارب وعوامل سوسيو_ثقافية،² سنحاول هنا أن نقدم مجموعة من التعاريف التي تعود إلى باحثين مختلفين الذين تعرضوا لهذا المفهوم والذين ينتمون إلى حقل علم النفس بدءاً من علم النفس المعرفي، علم النفس الطفل وصولاً إلى علم النفس الاجتماعي.

_التمثّل بالنسبة إلى Jean Piaget، جون بياجيه 1926: يتعلق الأمر باستحضار مواضيع في غيابها، أو أثناء مضاعفة إدراكها في حضورها، باستكمال المعارف المدركة بالرجوع إلى مواضيع أخرى غير مدركة في ذلك الوقت.³

_Serge Moscovici، سيرج موسكوفيتشي 1961: يرى أن التمثلات الاجتماعية هي نظام من القيم، المبادئ والممارسات المرتبطة بمجموعة من الأشياء، الأبعاد والأوجه الخاصة بالبيئة الاجتماعية، والذي لا يتيح فقط استقرار إطار حياة الأفراد والمجموعات لكن أيضاً يُشكّل كأداة توجيهية لتصور الحالات وبناء الاستجابات.⁴

_Herzlitch هرزليتش 1969: من خلال دراستها عن التمثّل الاجتماعي للصحة والمرض، عرّفت التمثلات كسيرورة بناء الواقع، حيث ترى أن التركيز القائم على

¹ Alex Mucchielli, **La psychologie sociale**, Paris, Hachette, 1994, p94

² Anne Goliot-lété et autres, **Dictionnaire de l'image**, Paris, Vuibert, 2ème éd, 2008, p313.

³ Gustave-Nicolas Fischer, **Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale**, Paris, Dunod, 1987, p117.

⁴ Gustave-Nicolas Fischer, Op. cit, p117.

مفهوم التمثلات يهدف إلى إعادة تقديم دراسة أنماط المعرفة والآليات الرمزية في علاقتها مع المواقف والاتجاهات.¹

Denise Jodelet، دنيس جودليه 1984 : تُعرف التمثلات الاجتماعية على أنها: "موضوع ذهني وشكل من أشكال المعرفة العملية، تركز على ادماج خاص لمعلومات نملكها عن الواقع، كما تعتبرها قاعدة معرفية مشكلة اجتماعيا ومساهمة في بناء واقع مشترك لجماعة اجتماعية".²

إن التمثلات حسب المفهوم السيكلوجي هي مجموعة الأفكار والقيم والمعلومات والآراء التي تساعد الفرد في فهم وإدراك واقعه.

ج. في المعنى الفلسفي: يشكل "التصور/التمثل" إحدى الموضوعات الكبرى في الفلسفة من الزاوية العملية، يحدّد فيها على العموم كفعل تنظم بواسطته مواد ملموسة في مقولات أو مواضيع فكر، ومن زاوية الناتج يدلّ فيها على محتويات فعل الفكر سواء كانت واعية أم لا. إن تيار "فلسفة التصور" المستوحى من ديكارت يؤكد على الممثل الذي يحلّل كصورة عقلية تعيد إنتاج ادراك سابق في غياب أي نشاط حواسي راهن، و"فلسفة التأمل" التي تعود بأصلها إلى "هيجل F.Hegel"، تؤكد على دينامية العملية، وعلى الجدلية المتواصلة بين النشاط العقلاني والخصائص المختلفة لمواضع العالم التي لا يتجلى نتائجها في تجريدات تصويرية مجمدة وإنما في بناءات عقلية ناشطة مشحونة على الدوام بدلالات جديدة.³ أي أنها العلاقة التي تربط النشاط الذهني والإدراكي بالعالم.

3_1_2 تاريخ تطور المفهوم: تكوّن وتشكّل مفهوم التمثلات الاجتماعية بالانتقال من حقل معرفي إلى آخر ومن باحث إلى آخر لذلك سوف نحاول استعراض المفهوم

¹ Ibid, p117 .

² Alex Mucchielli, Op. cit, p94.

³ رولان دورون وفرانسواز بارو، مرجع سابق، ص944.

تاريخيا بالعودة إلى تصنيف حقلي معرفي للميادين التي درسته وأسست له منذ ظهوره فنجد مبادرة السوسولوجيا وبعد ذلك تلتها السيكولوجيا وحتى الانثربولوجيا.

أ_ **المنظور السوسولوجي:** يتواجد مصطلح "التمثلات" في علم الاجتماع على نحو أكثر من قرن عن طريق عالم الاجتماع إميل دوركايم (1895-1898) في حديثه عن التمثلات الفردية والتمثلات الجماعية أين تناول دوركايم المصطلح من خلال تحليل سوسولوجي حيث وضع إلى جانب الأفراد أو الوقائع الفردية، الوقائع الاجتماعية. كما رأى أن وحدة القاعدة الاجتماعية هي المجموعة الاجتماعية (المجتمع) بواسطة نوع من النظام أو الروحانية: هو الوعي الجماعي، الذي يشكل أداة مراقبة تمتلك حياتهم الخاصة وتجتمع في كُلاً موحد ومتماسك من المعتقدات (يعني مواقف ذهنية واجتماعية في نفس الوقت)، إلى دلالة دينية قريبة من كلمة "إيمان"، شعور، ذكريات، مُثل، تطلعات والأكيد تمثلات مشترطة بين أعضاء المجتمع.¹

يعتقد دوركايم أن المجتمع أسبق من الفرد وهو الذي يتحكم بمساراته الفكرية والأخلاقية، معتبرا أن الضمير الجمعي هو مصدر التمثلات والأفكار الجمعية (**Représentations collectives**) في حياة المجتمع وتطوره، فهو أساس المثاليات الأخلاقية والقيم والدّين بل والمعرفة والتطور الاجتماعي، فهو الذي يضع المعايير الأخلاقية والمقاييس الجمالية في المجتمع وكل وسائل الضبط الاجتماعي.²

يؤكد دوركايم على الفرق بين التمثلات الفردية والتمثلات الجمعية، فالتمثلات الفردية هي التي تشكل قاعدة الوعي الجمعي فهي تختلف عن التمثلات الجمعية لأنها قصيرة المدى حيث أنها تزول (التمثلات الفردية) بزوال مصمّمها ومن جانب آخر، فهي تتعكس سلباً على التمثلات الجمعية التي تخضع لقوانين مجتمعية مختلفة، دوركايم أكد

¹ Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, **Les représentations sociales**, Paris, Dunod, 1999, p11

² خالد حامد، **مدخل إلى علم الاجتماع**، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2012، ط2، ص85

على فكرة تفوق العناصر الاجتماعية (الوعي الجماعي، التمثلات الجمعية) على الفرديات.¹ وعليه فإن التمثلات الفردية هي تمثلات قصيرة المدى وزائلة وغير محكومة بالقوانين الاجتماعية.

ب_ المنظور الأنثروبولوجي: تعود دراسة التمثلات في الأنثروبولوجيا إلى 1947Mauss وبعده 1955 Lévi-Strauss حيث كائاً الاوائل في دراسة ووصف أنظمة التمثلات الجمعية في المجتمعات التقليدية. يؤكد موس بوضوح أكثر من دوركايم على أن أنظمة التمثلات الجمعية ترتبط بالديناميكية الفردية والتمثلات الفردية. والتمثلات الجمعية بالنسبة له تشارك في نفس الوقت في التجريد (يعني كيان عام نسميه المجتمع وكذلك كل الميكانيزمات السيكولوجية الفردية باختصار كل ما لا يمكن ملاحظته مباشرة) والملموس الذي يكون قابل للملاحظة (يمكننا إدراك ما هي العادات، السلوكيات وأفعال الأفراد).²

ستروس دعى إلى دراسة التمثلات الجمعية انطلاقاً من التمثلات الفردية حيث يؤكد على حقيقة أن النفس الفردية ما يعني التمثلات الفردية هي بنية أساسية أكثر من الوعي الجماعي والتمثلات الجمعية، فمن الضروري دراسة ما هو أساسي أولاً باعتبار أن النفس الفردية هي التي تجعل الظواهر الاجتماعية المعقدة ممكنة، هذا يعني أن التمثلات الذهنية الفردية تحدد التمثلات الاجتماعية وتسمح بظهورها.³ وعلى العكس من دوركايم فإن التمثلات الفردية في منظور الأنثروبولوجيون هي المحددة للتمثلات الاجتماعية لأن الفرد هو الذي يشكل الظواهر الاجتماعية.

ج_ منظور علم النفس الاجتماعي: في علم النفس الاجتماعي تعود الاجتهادات حول مفهوم التمثلات إلى سيرج موسكوفيتشي (1961) الذي قام بتجديد البحث فيها عن

¹Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, p12

² Ibid, p14

³ Ibid, p15.

طريق تجديد المعارف الدوركايمية المتعلقة بالمفهوم، بالنسبة للسوسيولوجيا التمثلات الجمعية متجانسة وثابتة، أما بالنسبة لعلم النفس الاجتماعي تصبح التمثلات إجتماعية عندما تكون ديناميكية وقابلة للتطور في صورة مجتمعاتنا الحديثة إذا أمكننا قول هذا. وعلى عكس التمثلات الجمعية التي تؤسسها المجموعات الاجتماعية الواسعة، التمثلات الاجتماعية هي في الحقيقة تتشكل في محيط أصغر، من خلال بنيات صغيرة أو طبقات إجتماعية مثلاً. وبالتالي هي أكثر تنوعاً وتعدداً، أكثر محدودية وشظية. لذلك لا يجب أن نتعجب من أن نراها تتحول وتتغير بسرعة وبكثرة مقارنة بالتمثلات الجمعية، لأنها تخضع إلى تأثيرات إجتماعية وسياقية. والتمثلات الاجتماعية ليست اجتماعية خالصة وليست فردية خالصة بل تتوسط الإثنين، فالتمثلات الاجتماعية في نظر علماء النفس الاجتماعي يُولدها الأفراد وفي نفس الوقت تكتسب (من طرف المجتمع)، ويعاد إنتاجها إجتماعياً (كما عند دوركايم) وتنتج في نفس الوقت الجديد.¹

3_1_3 خصائص التمثلات الاجتماعية: سنتحدث هنا عن خصائص التمثلات الاجتماعية من خلال البنية والمضمون.²

أ_ على مستوى البناء/الهيكلة: تتميز التمثلات شكلياً بمجموعة من الخصائص هي:

_ التمثلات كآلية، التمثلات هي أولاً تحويل الحقيقة الاجتماعية إلى موضوع ذهني، من هذا المنظور فهي ليست أثر بسيط ولا تعود في مجملها إلى المعطيات المادية بل تنتقيها وتشوهها وفقاً للمكانة التي يشغلها الأفراد في وضعية اجتماعية ما وفي علاقاتهم مع الآخرين. كموضوع الانترنت قبل ادماجها في المجتمعات العربية خاصة وكيف كانت بالنسبة لأفراد المجتمع وكيف تم تحويلها إلى موضوع ذهني تشكل من خلال الخطابات الاجتماعية والاعلامية المحيطة به.

¹ Ibid, p17.

² Gustave-Nicolas Fischer, Op. cit , p118

التمثلات هي سيرورة علائقية: هي إعداد ذهني يشتغل وفقا لوضعية الشخص، المجموعة، المؤسسة والفئة الاجتماعية مقارنة بشخص آخر، مجموعة أخرى أو فئة اجتماعية أخرى، إذن هي وسيط للاتصال الاجتماعي بقدر ما يعتمد هذا الأخير على أشياء اجتماعية وأيضاً المتغيرة لتسجيلها في النظام الاجتماعي كعناصر تبادل. حيث تتشكل التمثلات الاجتماعية من خلال عملية التبادل والاتصال بين الأشخاص والمجموعات والفئات الاجتماعية.

إعادة تشكيل الواقع: من أجل إنتاج معلومات دالة، لا تكون بالضرورة موازنة للواقع وإنما تعيد إنتاج الواقع، تبدو التمثلات كإعداد ديناميكي، فهي غير محققة وفي نفس الوقت هي مُنتجة من طرف الأفراد أو المجموعة. في هذا المستوى فهي تعرض تجديد واستيعاب النماذج الثقافية والايديولوجية المسطيرة في مجتمع ما.

تطبيع الحقيقة الاجتماعية: التحولات التي شكلتها التمثلات تترجم كعمل تطبيعي للواقع الاجتماعي، لأنها تؤول العناصر الاجتماعية بتحريفها، يمكنها أن تبرز في هذه الظروف كتجريد لمجموعة من الأدلة. فالتمثلات تفرض نفسها في البدء كمعطى إدراكي، تشتغل كتقليل من الواقع الذي له دور لتنفيذها وتصحيحها.

ب_ على مستوى المضمون: يتميز مضمون التمثلات بمجموعة من الخصائص حيث نجد أن للتمثلات محتوى معرفي، دلالي وآخر رمزي.

مضمون إدراكي/معرفي: محتوى التمثلات هو محتوى معرفي، يتعلق بمجموعة من المعلومات مرتبطة بموضوع اجتماعي الذي يمكن أن يكون متنوع، نمطي وغني، أيضاً في التمثلات الاجتماعية للتحليل النفسي، **موسكوفيتشي** لاحظ أن العمال المستجوبون لا يمتلكون إلا معلومات ضعيفة عن ماذا كانت بينما الطبقات المتوسطة والمهنة الليبرالية يمتلكون معلومات كثيرة، متعددة ودقيقة. ونفس الأمر ينطبق على موضوع دراستنا وما تمتلكه عينة بحثنا من معلومات ومعارف عن مواقع الشبكات الاجتماعية

والتي قد تختلف من فئة إلى أخرى تبعا لمجموعة من المتغيرات السوسيو_مهنية أو السوسيو_ثقافية.

_مضمون دلالي: محتوى التمثلات هو محتوى دلالي، فهي حسب موسكوفيتشي محددة من خلال علاقة (شكل/معنى) التي تعبر عن انسجام بين هذين القطبين، أيضا الدلالات تمر من خلال صور وهذه الصور تنتج المعنى، في التمثلات الميزة الدلالية ليس أبدا مستقل عن ميزته الشكلية.

_مضمون رمزي: للتمثلات مضمون رمزي يرتبط مباشرة بالبعد السابق، فالرمز يعتبر عنصر من التمثلات، من جهة أن الشيء الحاضر يبين ما هو غائب عن تصوراتنا الراهنة، ومن جهة أخرى ما هو غائب يأخذ دلالة بالاعتماد عليه وبإعطاءه صفات تستثمر له المعنى، من خلال وجهة النظر هذه، المحتوى الرمزي للتمثلات يعود إلى البنية الخيالية للأفراد ويشكل أحد أنماط تعبيره، أين يبني الواقع حسب التأويل النفسي من خلال الأمنيات، التوقعات والمشاعر التي نتصورها.

3_1_4 وظائف التمثلات الاجتماعية:

تتعدد وتتنوع وظائف التمثلات الاجتماعية حيث أن هذه الأخيرة تساعد الأفراد على تفسير وفهم وتملك ممارسات مادية ومتناسقة عن الواقع وهذا ما يجسد وظيفة المعرفة، كما توجه التمثلات الممارسات الاجتماعية والخطابات الايديولوجية لمواضيع ما ومجموعته التي ينتمي إليها وهذا ما يندرج تحت وظيفة التوجيه، وتساعد التمثلات على تعريف وتمييز المجموعات الاجتماعية التي تنتجها مجموعات أخرى فهي تعطيه هوية وبالتالي تساعده كذلك في تبرير سلوكياته. وفيما يلي سنقدم تفصيل أكثر عن هذه الوظائف الأربعة.

أ_وظيفة المعرفة: Fonction de savoir

تسمح وظيفة المعرفة بشرح وفهم الواقع وتمكين الفاعلين الاجتماعيين من اكتساب وتأسيس معلومة مشتركة ودمجها في حقلهم التصوري ومزجها مع نشاطاتهم الذهنية وقيمهم لتسهيل الاتصال الاجتماعي، وتحديد الإطار المرجعي المشترك الذي يُمكنهم من تبادلها وإرسالها ونشرها. كما تُبرز المجهود المستمر والدائم للأشخاص من أجل الفهم والتواصل الذي يشكل عند **موسكوفيتشي** لبّ الذهنية الاجتماعية.¹

ب_ وظيفة الهوية: Fonction identitaire

إن التمثلات الاجتماعية تلعب دورا حاسما في إنتاج الهوية من خلال ضبط العلاقات بين الجماعات وتحقيق انسجام واتساق هذه الجماعات. أن تكون ضمن جماعة يعني، أن تتمثل نفسك على نحو ما عبر الرموز والشعارات والصور والمعتقدات المشتركة.² كما تُحدد وظيفة الهوية موقع ومراكز الأفراد داخل الحقل الاجتماعي. وتحمي خصوصيات الجماعة وفق نظام من الضوابط والقيم في مواقف المواجهة والصراع. وتسمح بتشكيل السمات الشخصية والاجتماعية المنسجمة مع المعايير المحددة اجتماعيا وتاريخيا لكل جماعة، حيث أكدت دراسة **دواز (1973)** على دورها في تأسيس العلاقات الاجتماعية، كما أكدت **أبحاث مون (1963) Maun**، **باس (1965) Bass** و**وليمان (1966) Limaine** بأنها تتميز بالتقدير الإيجابي لجماعة الانتماء وخصائصها للمحافظة على صورتها.³

¹ نصيرة رداڤ، تصورات الشباب الجزائري للاختيار للزواج عن طريق الاعلانات الصحفية: (دراسة تحليلية

لمضامين جراند: أحلام، كونتاكت و les nouvelles confidences)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، الجزائر، 2009-2010، ص 91.

² عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: (التمثل والاستخدامات)، مرجع

سابق، ص 73

³ نصيرة رداڤ، مرجع سابق، ص 91 .

ج_ وظيفة التوجيه: Fonction d'orientation

توجه التمثلات السلوك والممارسات، فنظام تفسير الواقع الذي تشكله يعتبر كموجه للفعل، هذه العملية التوجيهية بالنسبة للممارسات تنتج انطلاقا من ثلاث عوامل أساسية وهي:¹

_ التمثلات تتدخل مباشرة في تعريف الغاية من المواقف فهي التي تحدد نمط العلاقات المناسبة للفرد.

_ تنتج التمثلات نظاما للتوقعات، فهي تحمل أثرا على الواقع وهي تحدد وتضفي المعلومات والترجمات الخاصة بالواقع.

_ تعكس التمثلات الاجتماعية قوانين العلاقات الاجتماعية، فهي تتيح لنا ما هو متاح وما هو مقبول في موقف ما.

د_ وظيفة التبرير: Fonction justificatrice

يمكن للتمثلات الاجتماعية أن تبرر المواقف والسلوكيات التي يتبناها الفاعلون الاجتماعيون تجاه شركائهم أو أفراد الجماعات المنافسة،² كما ترتبط وظيفة التبرير بالوظائف السابقة: التبرير المسبق للمواقف المتخذة والسلوكيات،³ حيث استطاع كل من آفيدقوف (1953)، ويليون وكياتاني (1968) البرهنة على أن للتمثلات وظيفة أساسية في تبرير سلوكيات جماعة اتجاه أخرى تبعا لطبيعة وتطور العلاقة التي تربط

¹ سميرة نكلال، الانترنت وبناء الحقائق الاجتماعية لدى الشباب المراهق: (دراسة استطلاعية على عينة من

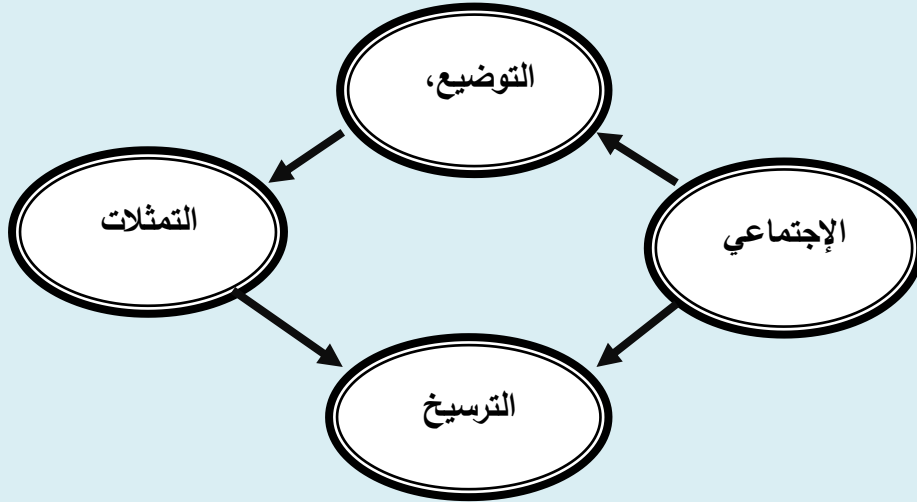
الشباب المراهق في الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010-2011، ص46.

² جلول أحمد ومومن بكوش الجموعي، التصورات الاجتماعية-مدخل نظري-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع6، أبريل 2014، ص182.

³ عبد الوهاب بوخوافة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: (التمثل والاستخدامات)، مرجع سابق، ص73

بعضهم ببعض. حيث لاحظ أنه في حالة العلاقات التنافسية، فإن التصورات المشكّلة إزاء الجماعة المنافسة تقوم بإسنادها خصائص تبرر التصرفات العدوانية اتجاهها.¹

3_1_5 سيرورة التمثلات الاجتماعية:



شكل 2: "يوضح علاقة سيوروتا التوضيح بالترسيخ"

يُرَكِّز موسكوفيتشي (1961) على آليتين اثنتين رائدتين اللتان تمثلان الطريقة التي يُحوّل فيها الاجتماعي المعرفة إلى تمثّل، والطريقة التي تُحوّل فيها هذه التمثلات ما هو اجتماعي. هذان الآليتان هما: التوضيح (L'objectivation) والترسيخ (L'ancrage) اللتان ترتبطان بكيفية اشتغال وتشكّل التمثلات الاجتماعية. فهي تبرز الاستقلالية بين النشاط السيكولوجي والظروف الاجتماعية لممارسته. العديد من الباحثين أمثال: Kaes1968، C.Herzlich1972، P.Roqueplo1974، M.Gilly1980، U.Windish1982، قدموا هذين الآليتين وأشاروا إلى أهميتها في تحليل التمثلات والظواهر السوسيو_معرفية.²

¹ نصيرة رداق، مرجع سابق، ص92.

² Serge Moscovici, Psychologie sociale, Paris, PUF, 1984, p367.

أ_ سيرورة التوضيح: L'objectivation

في هذه السيرورة تداخل الاجتماعي يُترجم من خلال شكل وتنظيم المعرفة المرتبطة بموضوع التمثل. فهي توضح خاصية التفكير الاجتماعي، ميزة تحويل المُجرد إلى مادي، كذا وتجسيد الكلمة مادياً. كما يُعرّف التوضيح على أنه: "عملية تصويرية ومُهَيِّجَة". التمثلات في سيرورة التوضيح تجعل المفهوم والإدراك متبادلين، هي التي من خلال وضع صور لمفاهيم مجردة وإعطاء مادية نصية للأفكار تُحوّل الأشياء إلى كلمات كما تقوم بتجسيد البيانات مفاهيمياً. يقول **موسكوفيتشي** في هذا السياق: "يُموّضع يعني يُظهر تدريجياً جملة من المعاني بتجسيدها مادياً".¹

تهتم سيرورة التوضيح بالطريقة التي ننتقي بها المعلومة المتوفرة إجتماعياً، كما يفضل الفرد أحياناً بعض المعلومات أو يتحيز لأخرى ويفصلها من سياقها الإجتماعي الأولي المعقد بالنسبة إليه. مجموعة المعلومات الأكثر دلالة التي يتم إعتماؤها هي التي تُشكل "النواة التصويرية"، (**Noyau figuratif**) للتمثلات. وعندما تصبح العناصر التي تشكله ملاحظة فيزيائياً، ننتقل من حالة المفهوم المجرد إلى المفهوم المادي المصور. وبالتالي تموضع عناصر مجردة، معقدة وجديدة يعود إلى تحويلها إلى صور مادية، دالة التي يمكننا إدراكها وإستيعابها (من خلال سيرورة الترسيخ) من خلال الإطار المرجعي والمفاهيمي المألوف.²

ب_ الترسيخ: L'ancrage

تعني هذه الآلية الترسيخ الاجتماعي للتمثلات وموضوعها. في هذه الحالة تداخل الاجتماعي يُترجم من خلال **المعنى والفائدة** التي تتَحْتُها التمثلات، كما يرتبط الترسيخ أيضاً ببعد آخر ظهر في الدراسات الحديثة عن التمثلات والمنظومات الإدراكية، ألا

¹ Ibid, p367.

² Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, P23

وهو الإدماج المعرفي للموضوع المُتملّ في نظام التفكير المُسبق وما يتبعه من تغييرات، هذا من جانب، من جانب آخر يتعلق الأمر أكثر كما في التوضيح بالبناء الشكلي للمعرفة، لكن عن طريق إدراجها النسقي في فكر مُكوّن.¹

تتموقع سيرورة الترسّخ في علاقة جدلية مع التوضيح وهذا ما تُعبر عنه الوظائف القاعدية الثلاث للتمثلات: الوظيفية المعرفية لإدماج الجديد، الوظيفة التأويلية للواقع، الوظيفة التوجيهية للسلوكيات والعلاقات الاجتماعية، *كما تتحلّل سيرورة الترسّخ في عدة أشكال تتيح لنا الفهم من خلال معرفة كيفية إرتباط المعنى بالموضوع المُتملّ، كيف تُستخدم التمثلات كآلية لتأويل العالم الإجماعي، الإطار وأداة للسلوك؟، وأخيراً، كيف يعمل إدماج التمثلات في نظام المُستقبل وتحويل عناصر هذا الأخير؟.²

سيرورة الترسّخ تترجم الإدماج الاجتماعي وتملك التمثلات من طرف المجموعات الاجتماعية، لأن التمثلات تؤسس في بيئة إجتماعية مع كل الصراعات الاجتماعية والثقافية أين تكون هذه البيئة فضاء للتعبير.³

يمكننا فهم أن ديناميكية التمثلات تشتغل ككل: سيرورتا التوضيح والترسّخ تجتمعان في حركة تملك الواقع وتشاركان أيضاً في كل تطور أو تحول للتمثلات.⁴

3_1_6 المقاربة البنائية للتمثلات الاجتماعية:

بالنسبة لأبريك **Jean_Claude Abric 1994**، التمثلات الإجماعية هي مجموعة عناصر منظمة ومبنية وحتى نستطيع تحليل التمثلات وفهم طريقة اشتغالها يجب علينا متابعة كل من: محتواها وبنيتها فالتمثلات لها محتوى: معلومات، آراء، معتقدات،

¹Serge Moscovici, Op. cit, p371

² Ibid, p372.

³ Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, p24.

⁴ Ibid, p25

مواقف... الخ (عناصر التمثلات)، لكن معرفة هذا المضمون غير كافية حينما لا تكون لنا دراية ببنيتها.¹

أ_ نظرية النواة المركزية: La théorie du noyau centrale

تعتبر نظرية النواة المركزية مقارنة تجديدية لدراسة التمثلات حيث تعتبر أعمال أبريك 1976 في هذا السياق هي المفتاح المنهجي في التحليل النسقي للتمثلات عن طريق المنهج التجريبي بإعتماد تحقيقات ميدانية والقيام بدراسة شاملة للموضوع أو الميدان التجريبي والذي يفترض إعادة بناء جزء من الواقع في أصغر جوانبه.²

يتألف التمثل الاجتماعي من نظام مركزي يسمى كذلك النواة المركزية (Le système centrale) ونظام محيطي (Système périphérique)، يتكون كل واحد منهما من معتقدات تحمل نفس الاسم. في هذا السياق، يقول أبريك 1987: "تسمى مُكوّن مركزي كل مُكوّن يلعب دوراً متميّزاً في التمثل بالإعتماد المباشر على المكونات الأخرى لأنه من خلالها تُعرف وزنها وقيمتها بالنسبة للموضوع". حيث يحتوي النظام المركزي على "فجوة ذهنية" "Filtre mentale" التي من خلالها يُنظر إلى الواقع ويحكم عليه، حيث يختلف تلقي نفس المعلومات وفهمها باختلاف مجموعتين من الأفراد لأن نظامهم المركزي مختلف.³

¹ Grégory Lo Monaco et Florent Lheureux, **Représentations sociales: (théorie du noyau central et méthodes d'étude)**, Revue électronique de psychologie sociale, N1, 2007, P58.

² Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, p55

³ Grégory Lo Monaco et Florent Lheureux, Op. cit, p59.

*النظام المركزي: Le noyau centrale

للنظام المركزي وظيفتين أساسيتين هما:

الوظيفة الجامعة: Une fonction génératrice " وهي العنصر الذي من خلاله تنشأ وتحوّل دالات المكونات الأخرى المُشكّلة للتمثلات، هي التي من خلالها تأخذ مكونات التمثلات معنى وقيمة".¹

الوظيفة التنظيمية: Une fonction organisatrice ومعارف النظام المركزي تزن كل مكون محيطي وتتظم روابط النظام المحيطي فيما بينها. بطريقة أخرى، "النواة المركزية هي التي تكمل طبيعة الروابط التي تجمع فيما بينها مكونات التمثلات، النواة المركزية في هذا المعنى هي الموحد والذي يساعد على استقرار التمثلات".²

***النظام المحيطي: Le système périphérique** بالإعتماد على النظام المركزي، يقوم النظام المحيطي مجموعة من الوظائف المتنوعة.

وظيفة التكيف: Une fonction de régulation يلعب النظام المحيطي دورا أساسيا في تكيف التصورات الاجتماعية لتطورات الوضع وإدماج المعلومات الجديدة والتغيرات الطارئة في حالة ظهورها فيسمح بمعرفة ما يجب قوله أو فعله في وضعية معينة بالنظر إلى الأهداف المتوخاة. ومن ثم يوجه تصرفات الأفراد والجماعات وسلوكياتهم دون الحاجة إلى الرجوع أو استشارة المعاني المركزية.³

وظيفة دفاعية: Une fonction de défense يعمل النظام المحيطي على الدفاع عن النظام المركزي وتتبع وظيفة الدفاع منطقيا الوظيفة السابقة، لأنها تعني أن النظام

¹ Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, p87.

² Ibid, p88.

³ نصيرة رداق، مرجع سابق، ص 97.

المحيطي يحمي النظام المركزي للبيئة الخارجية، ويتحمل الصدمات الأولى الآتية من جديد البيئة الخارجية.¹

وظيفة تجسيدية: Une fonction de concrétisation تسمح هذه الوظيفة بشخصنة التمثلات الاجتماعية للسلوك المرتبط بها وفقا لخصوصيات الأفراد. فتصوّر واحد يمكن أن يظهر بمظاهر متعددة. لكن هذا التعدد يبقى متوافقا مع النواة المركزية ومتماشيا مع النظام المحيطي. وهذه الوظيفة من جهة أخرى، تربط النظام المحيطي بالواقع مباشرة بوضعه في عبارات مفهومة ودمج عناصر المواقف التي تنتج داخلها التمثلات وتعتبر عن حاضر الأفراد وواقعهم.²

يوضح الجدول التالي خصائص النظام المركزي والنظام المحيطي في تصور ما:³

النظام المركزي	النظام المحيطي
مرتبط بالذاكرة الدكاعية وتاريخ الجماعة	يسمح بإدماج التجارب والتواريخ الفردية
اتفاقي: يحدد تجانس الجماعة	يتحمل عدم تجانس الجماعة
مستقر، متماسك وصلب	مرن: يتحمل التناقضات
مقاوم للتغيير	متطور
قليل الحساسية للإطار المباشر	حساس للإطار المباشر

¹ Christine Bonardi & Nicolas Roussiau, Op. cit, p88.

² تصيرة رداڤ، مرجع سابق، ص 98.

³ جلول أحمد ومومن بكوش الجموعي، مرجع سابق، ص 181.

2_3_2 سوسيولوجيا الإستخدامات La sociologie des usages

تمهيد: يَعْرِف مفهوم الاستخدام في الدراسات السوسيولوجية الفرنسية نقاشاً حاداً لازال قائماً لغاية اللحظة حول المعنى الدقيق له بسبب تعدد وتنوع الدراسات والأبحاث عنه والاختلافات التي شهدت استعمال المصطلح في سوسيولوجيا التقنية، سوسيولوجيا الاستخدام وكذا سوسيولوجيا الاتصال، حيث ارتبط ظهور المفهوم (في علاقته بالتقنية) بظهور فرع سوسيولوجيا الاستخدام، وكان مرجع Michèl de Certeau 1980 الموسوم بـ "L'invention au quotidien" هو الرائد في حديثه عن الاستخدام ودور الفرد المستخدم في إضفاء ممارسات إبداعية غير متوقعة من المبتكر. كما ارتبط ظهور مفهوم الاستخدام بظهور الأدوات التقنية المستخدمة في الاتصال بين الناس والتي ظهرت في نفس الفترة في فرنسا من أدوات تسجيل الفيديو Magnéscope، الاتصالات Minitel والحاسوب Ordinateur... الخ. كما كان لمرجع Jacques Perriault عن "la logique de l'usage" منطق الاستخدام، دوراً في تطور الدراسات عن الاستخدام وبعدها توالى دراسات عديدة في نفس السياق من باحثين من مجالات مختلفة أمثال: Pierre Chambat, Serge Proulx, La Croix و Josiane Jouet التي قدمت اسهامات هامة في سوسيولوجيا الاستخدام من خلال دراستها النقدية للموضوع.

1_2_3 مفهوم الاستخدام الاجتماعي: (L'usage)

يختلف تعريف الاستخدام من باحث إلى آخر بين من يقدم له بعد تقني وبين من يعطيه بعد اجتماعي ويستخدمه آخرون بالتبادل مع مفاهيم أخرى تقترب منه كالممارسة والتملك، ويعود هذا الاختلاف إلى صعوبة وصف/تحديد/وتحليل العلاقة التي تربط الفرد بالأداة التقنية وإلى أي درجة وصلت هذه العلاقة التي تنطلق من صيرورة تتضمن مجموعة من السلوكيات المختلفة في وصف علاقة الفرد بالتقنية بين (الإستعمال، التبنّي، الإستخدام، اللإستخدام، الممارسة، التملك... الخ)، وربما هذا هو

السبب الذي يعود إلى الخلط في توظيف هذا المفهوم في هذا المجال حيث يشير بيار شامبا **Pierre Chambat** أن مصطلح الاستخدام استعمل ليصف التوظيف، الاستعمال، الممارسة وأيضا التملك، والغموض الذي يحوم حوله يعود إلى أنه تم استعماله مرة واحدة من أجل معالجة، وصف وتحليل سلوكيات وتمثلات ترتبط بمنظومة غامضة هي تكنولوجيات المعلومات والاتصال".¹

بالعودة إلى القواميس والمعاجم يقدم قاموس **Le Robert** للوسيوولوجيا (1999) معنيان رئيسيان للاستخدام حيث يعود الأول إلى "ممارسة اجتماعية تصبح عادية في ثقافة معينة نتيجة أقدميتها والتردد عليها" ويقترّب هذا في معناه من معنى العادات والممارسات. وفي المعنى الثاني يُعرف الاستخدام على أنه: "استعمال شيء طبيعي أو رمزي لغايات خاصة"، يتعلق هذا التعريف الأخير بمفهوم "الاستخدام الاجتماعي لشيء، أداة أو مادة ما لتسليط الضوء على الدلالات الثقافية المعقدة لهذه السلوكيات في الحياة اليومية"، هذا المفهوم هو المُستخدم في سياق دراسات استخدامات تكنولوجيات المعلومات والاتصال.² بينما في معجم العلوم الاجتماعية يعني الاستخدام: "سلوك عادي في بعض الظروف الخاصة وفي بعض الأوساط الخاصة لا يلتزم بالقواعد الأخلاقية للتقاليد ويبدو أقل أمرية (impérative) ولا يُخلف عقوبات".³

أما بالنسبة للباحثين الذين اهتموا بمجال استخدامات تكنولوجيات المعلومات والاتصال وبالأخص الذين كانت لهم محاولات في تحديد مفهوم الاستخدام نجد أنه هناك العديد من الأطروحات غير الدقيقة للاستخدام بين من يعتبره كنمط من الاستعمال وبين من يمنحه صفة "الاجتماعي" ليميّزه عن الاستعمال العادي وبين من يدعو إلى استبداله

¹ Florence Millerand, **Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Composite, (V98, 1), 2008, http://composit.org/v1/98.1/articles/ntic_1.htm, p4, Vu le : 01/06/2012, 18 :43h.

² Serge Proulx, **Penser les usages des TIC aujourd'hui : (enjeux, modèles, tendances)**, en Lise Vieira et Nathalie Pinède, éd, Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, T1, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, 2005, p9.

³ Madeline Grawitz, **Lexique des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 2004, p411.

بمفهوم الممارسة لأنه أشمل وأوفى كما دعت إلى ذلك جوزيان جوي إلا أن التمييز الذي أوجدته بين مفهوم الاستخدام والممارسة لم يتم الأخذ به في دراسات سوسيولوجيا الاستخدامات، « La sociologie des usages » وقد تنوعت واختلفت التعريفات المقدمة لمفهوم الاستخدام على النحو التالي:

يعرف سيرج برولكس **Serge Proulx** الاستخدام الاجتماعي على أنه: "أنماط استخدام فردية أو جماعية (طبقات، أصناف، أقسام) التي تكون مستقرة نسبيا على مدى زمني طويل في منظومة اجتماعية واسعة (مجموعات، تجمعات، مجتمعات).¹

يذهب لacroix **La Croix** ليس بعيدا عن سيرج برولكس في تعريفه للاستخدامات الاجتماعية حيث يرى أنه: "أنماط استعمال تبرز بشكل كاف من خلال التكرار تحت شكل عادات مدمجة بشكل تام في الحياة اليومية تفرض نفسها في الممارسات الثقافية الموجودة مسبقا والتي يتم إعادة إنتاجها تقاوم كمارسات خاصة تقترب من الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها".² نرى هنا أنه الاستخدام يتطلب شرطين يتمثل الأول تكرار الاستعمال من طرف أفراد أو جماعات والثاني اندماجه في الممارسات الثقافية في الحياة اليومية.

بينما ترى **Josiane Jouet** جوزيان جوي أن الاستخدامات هي امتداد للممارسات الاجتماعية المُشكلة مسبقا من خلال العبث المنزلي (**Bricolage Domestique**) الممارس أولا من طرف المبرمجين الهواة ويتميز الاستخدام أيضا بميزة أخرى هي أن الاستخدام الاجتماعي يتشكل مع الوقت لأنه يأتي مع مقاومة الجسم الاجتماعي، وقوة العادات والتقاليد التي تكافح الانتشار السريع للمبتكرات.³

¹ Serge Proulx, Op. cit, p10.

² Florence Millerand, Op. cit, p4.

³ Josiane Jouet, **Retour critique sur la sociologie des usages**, Réseaux, 2000, vol 18, N100, p500, http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235, Vu le : 02/07/2012, 21 :42h.

أما بالنسبة للباحثين في الدراسات الأنجلوسكسونية الحديثة ترى الباحثان "ليفنستون" و"ليفرو" أن مفهوم المستخدم لا يخلو من الضبابية، إذ يتسم بطابعه الأداتي الذي يسري أيضا على العلاقة بالأشياء (كأن نتحدث مثلا عن استخدام سيارة) وباستبعاده للطابع الجماعي للممارسة الاتصالية على الشبكة التي تبقى أيضا ممارسة تفاعلية مع الآخر عبر الوسيط، وعلى هذا النحو فإن نجاح مصطلح "المستخدم" لا يعني البتة صلوحيته بقدر ما يعكس شموليته.¹ ويبقى هنا الاشكال لغوي بالدرجة الأولى باعتبار أن مصطلح Usage " استخدام" بالفرنسية هو ما يقابله بالانجليزية Uses (الذي يختلف عن مفردة Utilisation) يرمي إلى معان مختلفة حيث أن الاستخدام بالفرنسية له معنى ضيق مقارنة بالمصطلح Uses الذي يعبر عن فعل الاستخدام L'acte d'user بمعنى "التطبيق والعملية" بينما مصطلح الاستخدام Usage بالمفهوم الفرنسي يندرج في إطار تساؤلي سوسيولوجي أين يأخذ بعين الاعتبار سياق فعل الاستخدام (متضمنا التاريخ الشخصي لاستخدام التقنية والتمثلات المتعلقة بها)، بينما يعود مفهوم الاستعمال إلى إشكالية عملية.² إذن فالاستخدام في الدراسات الانجلوسكسونية هو نفسه ما يعنيه الاستعمال في الدراسات الفرانكفونية.

3_2_2 الإستخدام والمفاهيم المجاورة:

نتيجة تشابك المفاهيم المفتاحية في سوسيولوجيا الاستخدامات ببعضها البعض ارتأينا تقديم قراءة لهذه المفاهيم التي تتوب أحيانا وتستخدم بالتبادل أحيانا أخرى في الدراسات السوسيولوجية في مكان مفهوم الاستخدام سواء تعلق الأمر بالمفهوم أو بمعناه والتي

¹ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة(الاستمولوجيا والاشكاليات والسياقات)، مرجع سابق ذكره، ص27.

² Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?, Thèse présentée à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Ph.D en communication, Département de communication, faculté des arts et des sciences, Université de Montréal, Montréal, 2003, p34 .

يمكن أن نلخصها في جملة المفاهيم التالية: الاستعمال، الممارسة، التملك، اللإستخدام ، اللاتملك.

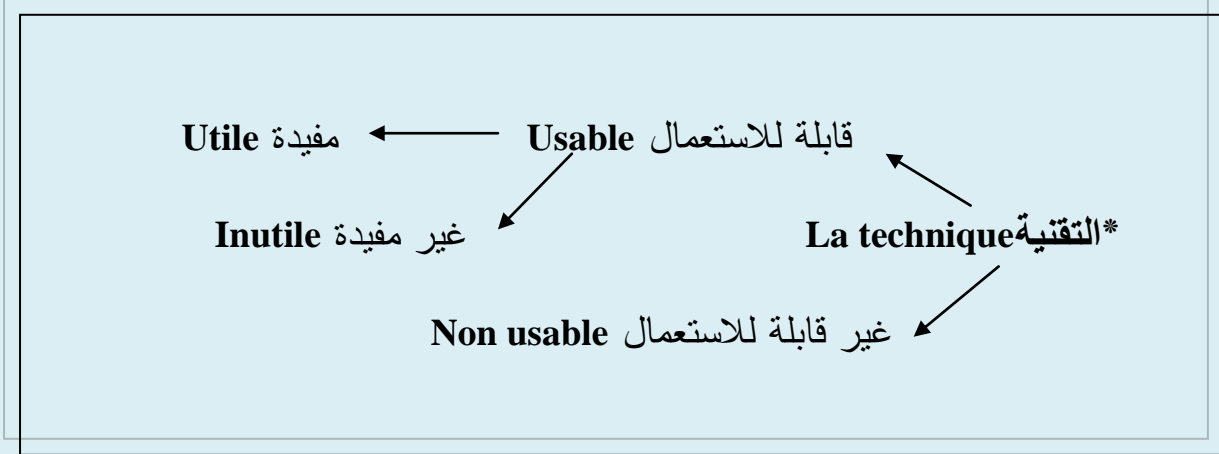
أ_الإستعمال Utilisation: تتميز المصطلحات المجاورة للإستخدام كالاستعمال، التوظيف، الممارسة... إلخ بغنى لغوي يجعلها أحيانا قاصرة في استخدامها النظري أين نجد الصراع في اللّغة الفرنسية بين الفعلين: Utiliser استعمال و User استخدم، حيث أن مصطلح الاستخدام Usage له معنى أوسع بينما الاستعمال هو مرادف للاستخدام العملي. هو التصرف أو طريقة استخدام شيء ما لغرض محدد.¹ بينما تبدو اللّغة الانجليزية أكثر دقة في التمييز بين ما هو Usable (able of use) أي قابل للاستعمال أو جاهز للاستعمال وما هو Utile (useful : full of use) أي مفيد ونافع. قبل أن يكون الشيء مفيد يجب أن يكون قابل للاستعمال.² كما يرى ديبوا J.M.Dubois أنها هناك ثلاث معايير ضرورية للاستخدام بقوله: "كي يقوم مستخدمون باستخدام منتج ما ينبغي أولاً، أن يستجيب هذا المنتج لحاجة (بمعنى أن يكون مفيداً Utile) ثم بعد ذلك، أن يتحكم المستخدمون في استعماله (بمعنى أن يكون قابلاً للاستخدام Usable) وأخيراً أن يكون في متناولهم (بمعنى متوفر للاستخدام).³

¹ Yves F.Le Coadic, Usages et usagers de l'information, Paris, Nathan, 1997, p19.

² Ibid , p22.

³ عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 52.

يمكننا تمثيل هذه الفروقات في المخطط البياني التالي:



1_ مخطط بياني يوضح صيرورة استعمال التقنية

حتى يتم الفصل في موضوع الاستعمال والاستخدام يجب أن نوضح الفرق بين المستعمل Utilisateur والمستخدم Usager إذ يشرح Joelle Le Marec هذا التمييز بالإشارة إلى أن الفرد هو مستعمل لنظام ما أولاً. وكلما استعمل هذه التقنية بصفة مستقلة إلا واحتاج إلى تعبئة بعض المهارات الإدراكية والتقنية، والتحكم في الجهاز التقني يسمح بمنح مرتبة مستخدم، ولكن اكتساب المعارف وحسن التدبير التي يتطلبها الشيء التقني ليست آنية ولا هي مسلم بها.¹

ب_الممارسة Pratique: عن علاقة الاستخدام بالممارسة تدعو جوزيان جوي Josiane Jouet إلى ضرورة الفصل بين مفهوم الاستخدام والممارسة حيث ترى أن "الاستخدام هو أكثر تقييداً ويعود إلى الاستعمال العادي بينما الممارسة هي مصطلح أكثر تحديداً ويغطي ليس فقط توظيف التقنيات (الاستخدام) إنما أيضاً السلوكيات، المواقف وتمثلات الأفراد المتعلقة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالأداة".² تضيف

¹ عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيرة، الإعلام والمجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، الجزائر، الورسم للنشر والتوزيع، 2010، ص335.

² Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?, Op. cit , p35.

جوزيان جوي هنا مجموعة من الشروط حتى يصبح الاستخدام ممارسة وتشمل مجموعة السلوكيات والمواقف والتمثلات التي ترافق هذا الاستخدام.

Serge Proulx يقدم تمييز آخر حيث يبعد مصطلح الممارسة عن بيئة التقنية، في رأيه الاستخدام يرتبط مباشرة بطرق التنفيذ/العمل Manière de faire المفردة مع مادة أو جهاز تقني معين بينما الممارسة مصطلح أكثر اتساعاً يشمل مجالات واسعة من نشاطات الفرد في المجتمع مثل العمل، الترفيه، الاتصال، العائلة... إلخ.¹

كل الممارسات (الثقافية، المعلوماتية) هي من طبيعة إجتماعية تصّف أكثر أو أقل العمليات، المناهج، والطرق العملية، المزاولة أو الاندماج في نشاط إجتماعي لفئة من الأشخاص، في قطاع الثقافة أو الإعلام. الممارسة هي مجموعة من العادات المؤسسة. من خلال معرفة الممارسات الحالية لمجموعة من المستخدمين يمكننا رصد مؤشرات سلوكيات إيجابية لإستخدام تقنية معلوماتية ما. بنفس الطريقة، حتى الاستخدامات التي تقتصر على معلومة ما يمكن أن تكون مبشر لممارسات معلوماتية جديدة.²

ج_اللاإستخدام Non Usage: عدم الاستخدام يحيل إلى عدم تبني وعدم استعمال وعدم تملك هذه التقنيات. إن عدم التبني يمكن أن يتلخص في أفعال مثل عدم اقتناء هذه التقنيات وعدم استهلاكها، أما عدم الاستعمال فيحيل إلى عدم الاستعمال الفيزيقي والملموس للشيء التقني، أما عدم التملك فيشير إلى انعدام التحكم التقني والمعرفي في الأداة.³ واللاإستخدام لمعلومة، لتقنية معلوماتية، لخدمات معلوماتية، لأنظمة معلومات: يوجد منظومة كاملة من الممارسات الإجتماعية التي تتجاهل عالم المعلوماتية، هذه الممارسات تشهد على وجود عدد مهم من "اللامستخدمون

¹ Ibid, p35

² Yves F.Le Coadic, Op. cit, p21.

³ عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال مرجع سبق ذكره، ص54.

non_usagers" رغم وجود معلومات، تقنيات وخدمات معلوماتية تحت تصرفهم.¹ أي أنه اللأستخدام يستلزم اللأتملك والتجاهل التام لمجموعة من التقنيات أو الخدمات المعلوماتية.

د_ التملك Appropriation: أصل المصطلح يعود إلى الفكر الماركسي وبالضبط إلى نظرية الاستغلال والاعتراب أين تحدث كارل ماركس عن تملك الأرباح الذي يعود إلى عملية انتزاع القيمة المضافة من عمل العمال الذي يمتلكه المنتجون، أكثر توسعا في الإيتومولوجيا اللاتينية نجد المصطلح يعبر عن فكرة إحتكار/إستيلاء على الممتلكات والتكيف معها.² بعدها إرتبط مفهوم التملك في البحوث الفرنسية والكندية (كيبك) سنوات 1970 و1980 بمقاربة سوسيو_تقنية للأستخدام، دون تناسي البعد النزاعي الموجود في الاشكالية الماركسية والخاصة بتملك وسائل الإنتاج الذي يعود بالأستخدامات إلى سياق العلاقات الاجتماعية للإنتاج وإعادة الإنتاج.³ فالتملك هو مقارنة مرتبطة ومكاملة لمقاربتى التمثلات والأستخدامات وترتبط بهم ارتباطاً شديداً.

في سوسيوولوجيا الأستخدامات، تملك الأدوات التقنية يعني الطريقة التي يبني فيها كل مستخدم علاقته بالأداة التقنية، من خلال هذه العلاقة يصبح المستخدم نشط وهو من يقوم بتنميط/تشكيل استخدامه ويؤسسه على حسبه.⁴ كما يُعرف التملك على أنه التحكم الفردي والاجتماعي معا. في هذا المعنى تشير جوزيان جوي إلى أن التملك هو التحكم، فعل بناء وتشكيل الذات. كما نجد استخدام مصطلح التملك اليوم عند البحث عن وصف عملية استيعاب تدريجي لمهارات تقنية وإدراكية في العمل عند الأفراد

¹ Yves F.Le Coadic, Op. cit , p46.

² Florence Millerand, **l'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?**, Op. cit , p37

³ Synda Ben Affana, **Communication et internet : (une étude de l'appropriation sociale d'une technologie)**, thèse présenté pour l'obtention de philosophie doctora (PhD) en communication et santé, Université de laval, Québec, 2008, p31.

⁴ Ibid, p35.

والمجموعات التي تتعامل يوميا مع التكنولوجيات.¹ إذن التملك هو التحكم التقني والادراكي لتقنية ما يستلزم التبني والاستخدام والممارسة.

ويعرف سيرج برولكس التملك بأنه التحكم (التقني والإدراكي المعرفي) والإدماج الابتكاري لعناصر الثقافة الرقمية في الحياة اليومية للمستخدمين الأفراد والجماعات، فالتملك الفعلي لتكنولوجيا معينة من قبل الفرد.² وفي نفس الإطار يرى Ingham: "أن التملك يتميز بالمعارف التي توظف في الممارسة، وبالنتيجة فإن التملك يحيل في آن واحد إلى الأبعاد الإدراكية المعرفية والسلوكية وتنفيذ المعارف التي يتم ابتكارها. ومن الضروري، حتى يكون هذا التطبيق ممكنا، أن يكون هناك اكتساب لمقدار معين من التحكم التقني في التكنولوجيات وأن يكون استخدام الأداة نفسها خدمة أهداف المستخدم".³

هـ_ اللاتملك Désappropriation:

هذا المصطلح إقترحه Paul_Henry Chombart De Lauwe (سوسيولوجي فرنسي متخصص في علم الاجتماع الحضري) ليصفّ العلاقات المترابطة بين الهيمنة والنزاع والدفاع عن ملكية الفضاء الحضاري وشعور المواطن أن المدينة لا تنتمي إليه وأنها ملكية اقتصادية وقانونية للآخرين: العمارات، الأرضية والفضاءات العمومية لهم مالكين خواص أو ملك مؤسساتي. هذه الأملاك تترجم من خلال مدونات استخدام وأنماط ممارسات للفضاءات الحضارية التي تؤثر في المواطنين في هذا المعنى في كل لحظة جدلية فضاء-مشفر، فضاء معاش يتداخل في عملية التملك ويؤسس

¹ Khaled Zouari ; Lecture communicationnelle de l'usage et de l'appropriation de la presse électronique au maghreb comme innovation socio-technique, Revue tunisienne de communication, N46, décembre2006, Tunis, p71.

² عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات، مرجع سابق ذكره، ص72.

³ المرجع نفسه، ص73.

كمصدر نزاع بين المجموعات والأفراد.¹ اللاتملك في سوسيولوجيا الاستخدام هو اللاتحكم الذاتي (التقني، الإدراكي والمعرفي) في تقنية ما.

3_2_3 ثلاث تمثلات عن الاستخدام:

للحديث عن تمثلات الممارسات المرتبطة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال سوف نعتمد على نقد الاتصال **La critique de la communication** ل:لوسيان سفيز **Lucien Sfez** والذي حدّد ثلاث تمثلات بنائية مرتبطة بثلاث تصورات للعالم:²

أ_التصور الأول: كلاسيكي، عقلاني يتعلق باستخدام الفرد للتقنية كوسيلة للتصرف في عالمه، بواسطة التقنية يُكمل الانسان أعماله ويسير نشاطاته، الأداة التقنية تعتبر كوسيلة يتصرف الفرد من خلالها. التصور النفعي هنا هو المسيطر، مثال ذلك: الهاتف، الحاسوب أو الانترنت هي تكنولوجيات للاتصال بفاعلية أكثر ويسرعة أكبر، هذا التصور يتيح لنا تحديد أصناف من المستعملين المؤهلين كمنتجين. بالنسبة لـ **جوزيان جوي المنتجون/الإنتاجيون "Productivistes"** هم غالبا أصحاب مهن حرة، يستخدمون الحاسوب كوسيلة للعمل تتيح لهم تطوير أدائهم. إذن يتعلق التمثل الأول عن الاستخدام بالاستخدام العقلاني لتقنية ما بغرض نفعي.

ب_التصور الثاني: يرى أن الأدوات التقنية هي محيطنا الطبيعي حيث تزول فكرة المهارة هنا لتعوضها فكرة التكيف "L'adaptation"، فإذا اعتبرنا التقنية كمحيط، فالفرد إذن موجود في محيط تكنولوجي الذي يجب عليه أن يتكيف معه، مثال ذلك: الإنترنت أصبحت منتشرة في كل أنحاء العالم لذا يجب على الفرد أن يتكيف معها ويتبناها حتى لا يتم إقصاؤه من المجتمع. تمثلات الإستخدامات هنا تُعرف من خلال التبني والتكيف. يمكننا تصنيف مجموعة من المستعملين في هذا التيار والذين يمكن وصفهم

¹ Perla Serfaty-Garzon, **L'appropriation**, www.perlaserfaty.net/texte4.htm, Vu le :04/01/2013, 18 :30, p3.

² Pierre Musso, **Usages et imaginaires des TIC : La friction des fictions**, l'évolution des cultures numériques, FYP éditions, 2009, p1.

بالعصاميين (Autodidactes) والذين تصفهم **جوزيان جوي** بأنهم فاشلون في المجال المهني والدراسي أدى بهم هذا الأمر إلى تمضية وقت فراغهم في التعلم العصامي للبرمجة (La programmation) للبقاء جنباً إلى جنب عالم الابتكارات التقنية للحفاظ على وضعيتهم الاجتماعية. أي أن هذا التصور يحرص على التكيف وتبني التكنولوجيات واعتبارها جزء من محيط الفرد.

ج_التصور الثالث: هو الذي أسماه سفيز "Le Tautisme" (مصطلح إقترحه سفيز يتوقف على أخذ صورة للواقع واستخدامها في التعبير عنه، أو استخدام تمثالتنا للواقع في التعبير عنه، فالوسائل الاعلامية تتسخ عن بعضها البعض وهذا النسخ يجعلنا نعتقد أنه بمثابة دليل أو إثبات للوقائع)، مصطلح جديد يربط "Tautologie" (تكرار المعنى) و"Autisme" (التوحد). لا يوجد الفرد إلا من خلال التقنية التي تعين حدوده وتحدد صفاته، التكنولوجيا هي خطاب الماهية. فهي تقول كل شيء عن الانسان وعن مصيره كما تصبح التقنية مُدرسة وليست خادمة (عكس التصور الأول)، كما أن هوية الفرد حسب هذا التصور تعود إلى الأداة التقنية أيضاً، فعنوان الإنترنت، رقم الهاتف المحمول تُعتبر بطاقة هوية للإنسان الحديث. أنماط المستعملون تُسميهم **جوزيان جوي** "بالمحترفين الهواة" الذين يعيشون متعة الاعلام الآلي أو كإدمان يشغل وقت فراغهم. هنا التقنية خلقت للفرد تصور جديد لحياته ولهويته وأصبحت هي التي تعبر عنه وتحدد صفاته.

3_2_4 نشأة سوسيولوجيا الإستخدام:

بدأت البحوث عن الاستخدامات في ميدان الإعلام والاتصال في الدراسات الانجلوسكسونية من التيار الوظيفي سنوات الستينات تحت ما يسمى بمقاربة **الاستخدامات والإشباعات**. أين تغيّر اتجاه البحث في الدراسات الإعلامية من بحوث التأثير إلى بحوث التلقي في بحث العلاقة بين وسائل الاعلام بالفرد وانتقل التساؤل

من: ماذا تفعل الوسائل الإعلامية في الفرد؟ إلى: ماذا يفعل الفرد بوسائل الإعلام؟
معتبرة أن الفرد فاعل نشط يختار وينتقي المضامين الإعلامية ما يشبع رغباته
وحاجياته المعرفية، النفسية وغيرها. في التقليد الفرنسي لم تبدأ دراسات سوسولوجيا
الاستخدام في حقل الاعلام والاتصال للأسباب التالية¹:

_ أن حقل الإعلام والاتصال لم يتشكل مبكرا في فرنسا كمجال معرفي إلا في
السبعينيات.

_دراسات التلقي لم تبدأ إلا في سنوات متأخرة في فرنسا مقارنة بالفضاء الأكاديمي
الأنجلوسكسوني.

_دراسة الظواهر الإتصالية في فرنسا كانت تدرج تحت البراديغم السميولوجي والأهمية
المعطاة لتحليل النص والصورة.

أما عن بدايات البحث في الاستخدام الإجتماعي فقد بدأ مع انتشار الأدوات الإتصالية
في فرنسا وزاد أكثر مع ظهور تكنولوجيات المعلومات والاتصال فلم تهتم الدراسات
بجهاز الاستماع (Le baladeur)، الهاتف الثابت، جهاز الرد الآلي على المكالمات
(Le répondeur) فقط بل درست أيضا التلفزيون والمانيسكوب (Le magnéscope)،
كما تنوعت الدراسات فيما بعد بتنوع السمات السوسيو_ديمغرافية للعينة محل الدراسة
(الشباب، الكهول..الخ).² حيث إهتمت مقارنة الإستخدام الإجتماعي كمقاربة جديدة
بوصف العلاقة التي تربط الفرد بالتقنية أين تحول الإهتمام بالفرد المستخدم للتقنية
كمستخدم نشط وليس كمستهلك سلبي وتحول التساؤل من: ما تأثير التقنية على الفرد؟
إلى: ماذا يفعل الفرد بالتقنية؟.

¹ Josiane Jouet, Op. cit , p491.

² Ibid, p490.

تمثلت المساهمات التأسيسية لسوسيولوجيا الاستخدام في اجتهادات علمية هجينة تباينت بين الإجهادات الجامعية وكذا مساهمات المراكز البحثية العلمية مثل (CESTA, DGT, CENT, CNRS, GRESEC, IDATE)¹ التي أسست لدراسات الاستخدام الاجتماعي والتي كان موضوعها (تقنيات الاتصال وتكنولوجيات المعلومات والاتصال)، كما إرتبطت سوسيولوجيا الاستخدام بثلاث ميادين بحثية مجاورة هي: سوسيولوجيا التقنية، سوسيولوجيا الإتصال وسوسيولوجيا أنماط العيش، ولعبت المقاربات السوسيولوجية الجديدة التي تأسست بعد سنة 1968 دورا هاما في تشكيل تيار سوسيولوجيا الإستهلاك في فرنسا، إذ لم يتشكل هذا الأخير في حقل الاتصال، بل في خضم مجموعة من الدراسات التي اهتمت بالتحويلات المجتمعية على سبيل المثال: تقويض الهياكل التقليدية (تفكك الطبقات الإجتماعية، السخط الديني، النقابات العمالية)، أزمت مؤسساتية (التعليم الوطني، الصحة، العائلة..)، تفكك الإيديولوجيات كعوامل تغيير رافقتها ممارسات إجتماعية غير مسبوقة كظهور علاقات إجتماعية جديدة، ظهور قيم جديدة وتنامي الفردانية (L'individualisme)، كما إهتمت الدراسات بإشكاليات سوسيولوجيا أنماط العيش (العلاقة بين الفضاء الخاص والفضاء العمومي)، سوسيولوجيا العائلة (دراسة انحلال النموذج الأبوي وتصاعد الدور النسوي) وسوسيولوجيا العمل (تسيير مؤسساتي أكثر تشاركية، ظهور العمل التشاركي المجموعي) كل هذا اندرج تحت تيار الاستقلالية الاجتماعية (L'autonomie sociale) التي مثلت الأعمال الأولى في سوسيولوجيا الاستخدام.² وكانت للمساهمات التالية الأثر البارز في تشكيل ورسم معالم هذا التيار.

¹ CESTA : Centre d'études des systèmes et des technologies avancées, DGT : La direction générale des télécommunications, CENT : Centre national d'études des télécommunications, IDATE : Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe, CNRS : Centre d'études sociologiques, GRESEC : Groupe de recherche et d'étude sur les enjeux de la communication.

² Josiane Jouet, Op. cit, p494.

أ_مساهمة ميشال دوسرتو 1980:

من بين المراجع الرائدة في دراسات الاستخدام كان لمؤلفه الفرنسي Michèl de Certau **L'invention du quotidien**, " (Art de faire 1980)", "إبتكار الحياة اليومية"، والذي يعتبر من المراجع الأولى في مجال سوسيولوجيا الإستخدام*، حيث قابل بين عالمين متضادين: عالم الإنتاج وعالم الإستخدامات، مبينا الفارق بين الإستخدامات المبتكرة بوصفها ممارسات إبداعية تساعد على ابتكار الحياة اليومية، موضحا أن الذين ينتجون المادة الثقافية والفنية لهم سلطة على الذين يستهلكونها، سواء كانوا قراء أو متمرسين ويفرضون المعنى على منتجاتهم لكن هذه العلاقة كانت دائما تأخذ طابع أو شكل صراع، ولا يوجد طرفا منتصرا على طرف آخر.¹ وطرح مسألة عدم التطابق بين الاستخدامات المتوقعة (التي وضعها المبتكرون) والاستخدامات الفعلية (التي يبتكرها المستخدمون). لم يستخدم دوسرتو في مرجعه مفردة "المستخدم Usager" ليصف الفرد الذي يستخدم الميديا لكنه استخدم مفردة "الإستخدامات Usages" التي تعود إلى "طرق العمل، Manière de faire" و"عمليات التوظيف، Opérations d'emploi".²

من أهم المفاهيم التي استحدثها دوسرتو في وصفه للممارسات اليومية في بعدها النزاعي (Polémologique) هي اقتراحه تحديد التخطيط (La tactique) مقابل الاستراتيجية (La stratégie)³ موضحا العلاقة بين من يضعون الاستراتيجيات (المبتكرون) ومن يضعون الخطط (المستخدمون). من جانب أنه الملاك يضعون استراتيجيات وينصبون كميئاً للمستهلكين الذين لا يجدون مخرجا إلا المرور من

¹ بوكروخ مخلوف، **التلقي في الثقافة والاعلام، الجزائر، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص119.**

* نتحدث هنا عن الاستخدام في الدراسات السوسيولوجية الفرنسية.

² Hélène Bourdelloie, **Retour sur quelques notions-clé de la sociologie des usages des TIC : le cas des céderoms de musée.** <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdello.pdf>, Vu le: 18/04/2014, 17:58h.

³ Serge Proulx, **Une lecture de l'oeuvre de Michèl de Certau : l'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers**, Vol15, N2, Université de Laval, éditions St-Martin, Montréal, p178 .

ملكياتهم، أي من خلال أيديولوجيتهم. هذه المقاومة للقيود الإجتماعية تتجسد من خلال الميزات الإبداعية والابتكارية للمستخدمين في الحياة اليومية ويتمثل هذا الإبداع "الصامت" للمستخدمين في مجموعة الحيل، التحايلات والإنحرافات عن ما تفرضه الأوامر الحكومية والتجارية على الفرد من خلال هذه الأدوات التقنية.¹ وانتقادا لفرضية سلبية المستهلك أكد دورستو أن هناك إبداع من طرف الناس العاديين، إبداع خفي يتم في شبكة من الحيل الصامته والهادئة والفعالة والتي من خلالها يبتكر كل فرد طريقته الخاصة لمقاومة المنتجات المفروضة عليه.² بالنسبة لدورستو ما يبتكره الفرد في استخدامه لتقنية ما يعتبر تحايل ومقاومة لما تفرضه الحكومات على الفرد.

ب_جاك بريولت، في منطق الاستخدام:

إن مرجع "منطق الاستخدام"، "La logique de l'usage"

(Essai sur les machines à communiquer): هو مرجع هام ومساهم في تكوين دراسات سوسيولوجيا الاستخدامات لمؤلفة **Jacques Perriault جاك بريولت** (بروفيسور فرنسي في علوم الإعلام والاتصال)، نشر أولا سنة 1989 من طرف دار نشر "Flammarion" ثم أعيد نشرة من طرف دار نشر "L'harmattan" حيث يحتوي جزءا من أطروحته التي أنجزها للحصول على دكتوراه الدولة التي ناقشها سنة 1983 (جامعة بوردو3، فرنسا) وكانت تحت عنوان: "Machines à calculer et machines à communiquer : Logique des fonctions, logique des usages", "الآلات الحاسبة والآلات الإتصالية: منطق ب_التوظيف ومنطق الاستخدام".

¹ Riadh Ferjani, La construction sociale des technologies de l'information et de la communication, Revue tunisienne de communication, N37/38, décembre 2001, Manouba, p41.

² Serge Proulx, Une lecture de l'oeuvre de Michèl de Certeau : l'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers, Op. cit , p173.

إعتمد **جاك بريولت** في دراسته هذه على العديد من البحوث التي اهتمت بمجموعة من الأدوات التقنية (آلة التصوير، الهاتف، الكمبيوتر ..الخ)، اعتمد على ثلاث مؤلفات لعبت دورا حاسما في بناء أسس بحثه تمثلت في:¹

_مرجع **Pierre Bourdieu**، عنوانه "Un art moyen, La Photographie" الذي كان يسلط الضوء على العلاقة بين القيم الإجتماعية واستعمال آلة التصوير.

_مرجع **Delly Hymes** نشر سنة 1965 كان تحت عنوان: "The use of Computer in Anthropology"، أين قدم الفرق بين الاستخدام ونمط التوظيف واقترح أن الاستخدام هو مادة يجب دراستها وتحليلها في حقل علمي معين.

_المرجع الثالث ل**André Leroi_Gourhan** نشر سنة 1981 الذي تحدث عن منطق واستراتيجيات الاستخدام.

قدم **جاك بريولت** تعريف للاستخدام على أنه: "مبدئيا ممارسات مقبولة إجتماعيا، مألوفة قريبة من مفهوم "Bon_usage" الاستخدام الجيد. أي الاستخدام الجيد للإعلام الآلي في العلوم الانسانية"²، كما أشار إلى أن الإستخدام ليس أداتي Instrumental دائما، إذ يتزوج مع دور رمزي يضيفه المستخدم على الأداة أو الجهاز.³ وفي حديثه عن "منطق الاستخدامات" دافع عن أطروحة مفادها أن المستخدمين يملكون إستراتيجية استخدام ماكينات الاتصال. وأن منطق الإستخدام لا يعمل دائما في الاتجاه المرغوب، في الواقع فإن الممارسات والاتجاهات وتأثير سياق الاستخدام تحدد في بعض الأحيان اتجاهات محافظة، ولهذا السبب يصعب توقع استراتيجية المستخدم.⁴ ولا يختلف كثيرا عن ما جاء به **دوسرتو** وموضوع الابتكار.

¹ Jacques Perriault, **La logique de l'usage (essai sur les machines à communiquer)**, Paris, L'harmattan, 2008, p3.

² Jacques Perriault, Op. Cit, p4.

³ عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال مرجع سابق، ص50.

⁴المرجع نفسه، ص68.

يرى جاك بريولت أنه من الجيد أن يكون مقابل أنماط التوظيف المنصوص عليها من طرف مبتكري التكنولوجيا ميل المستعملون الاوائل إلى اقتراح "انحرافات، متغيرات، وتحولات". إهتم بريولت بدراسة هذه الزاوية التي تعتبر نقطة بداية تفكيره، من خلال فحص الممارسات المنحرفة أي "ممارسات التي هي شيء آخر غير أخطاء التسيير"، حسب بريولت: "هناك تقارب كبير في أشكال الاستخدام للتجمعات الكبيرة وهذا ما يتيح إفتراض وجود نموذج متجانس للاشتغال عند مستعملين مختلفين".¹

ج_ جوزيان جوي Josiane Joeut، مراجعة نقدية لسوسيولوجيا الإستخدم:

كانت لدراسة جوزيان جوي النقدية لسوسيولوجيا الإستخدم دورا هاما في توضيح جنياولوجيا الإستخدمات حيث عرضت تاريخ نشأة سوسيولوجيا الإستخدم بطرح جميع المساهمات والدراسات التي شكلت تيار الإستخدمات.

رأت جوي ضرورة دراسة الإستخدم الاجتماعي لتكنولوجيات المعلومات والاتصال من خلال العلاقة القائمة بين المنطق الاجتماعي والمنطق التقني، فالإستخدم الاجتماعي يتوسط الحتمية التقنية والحتمية الإجتماعية حيث تم معارضة الإتجاه الخطي السببي للحتمية التقنية أين تُستمد الإستخدمات طبيعيا من عرض المنتجات والخدمات. على العكس من ذلك، لم تقاوم الوقوع في فخ الحتمية الاجتماعية بالتركيز على ميزة المنتج لما هو إجتماعي في بناء الممارسات الاتصالية. وساطة التقنية ليست محايدة ومادية الشيء تنتسل إلى الممارسات.² هذه الوساطة بين الحتمية التقنية والحتمية الاجتماعية مركبة ومزدوجة لأنه:³

¹ Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Composite, V99.1, 2008, 2ème partie, http://commposite.org/v1/99.1/articles/ntic_2.htm, p4, 09/08/2015, 00 :25h.

² Josiane Jouet, Op. cit , p496.

³ مخلوف بوكروح، مرجع سابق، ص150.

تقنية لأن الأداة المستخدمة تنظم وتتحكم في الممارسة.

اجتماعية لأن أشكال الاستخدام والمعاني المستنبطة من هذه الممارسة مستمدة من الجسم الاجتماعي.

كما قدمت مجموعة من النقاط في دراستها هذه مشيرة إلى مجموعة النظريات التي استثمرت في بحوث الاستخدام الاجتماعي والتي ظهرت سنوات الثمانينات 1980، من بينها نظريات الإثنوميثودولوجيا، السوسيولوجيا البراغماتية والسوسيو-لسانيات داعيين لملاحظة صيرورة الاستخدام في حالتها، هذه الدراسات تحلل آليات التضامن الذي يحدث بين التقنية والمستخدمون.¹

3_2_5 البناء الاجتماعي للإستخدامات:

هناك مجموعة من المقاربات النظرية التي تعود إلى تقاليد بحثية متنوعة ساعدت في فهم الاستخدام الاجتماعي وفي بناء ميدان دراسات سوسيولوجيا الاستخدام وتتمثل في: البراديغم الانتشاري (Le paradigme diffusionniste)، البناء الاجتماعي للمبتكرات (La construction sociale des innovations) وتملك الأدوات التقنية (L'appropriation des objets techniques) والحتمية التقنية (Le déterminisme technique).

أ_ البراديغم الانتشاري: Le paradigme diffusionniste

يقوم هذا النموذج على معرفة وتحليل طريقة انتشار المبتكرات في نظام اجتماعي ما، وكيف يتم تبنيها من طرف أفراد المجتمع مبينين الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في عملية الانتشار هذه.

أسس هذه النظرية إيفرت روجرز **Evertt Rogers** (1995) والتي تهتم بدراسة الانتشار الاجتماعي للمبتكرات التقنية الذي يركز على ميكانيزمات الانتشار وتداول الابتكار داخل المجتمع من خلال رصد معدل التبني لهذه التقنية أو المبتكر. تقوم

¹ Josiane Jouet, Op. cit , p497.

أسئلة البحث فيه من جهة على: كيف تنتشر المبتكرات؟ ومن يتبناها؟. ومن جهة أخرى على: قياس أثر التبني من خلال التغيرات التي تحدث على مستوى الممارسات.¹ ساعدت هذه النظرية على تقديم جملة من المعارف عن كيف تنتشر المبتكرات في نظام إجتماعي ما وكيف يتم تداول هذه المبتكرات من خلال الشبكات الإجتماعية والدور الأساسي الذي يلعبه الاتصال الشخصي في قرار التبني.² كما استند الباحث روجرز في كل أبحاثه حول انتشار المبتكرات إلى الأفاق التي حددها هذا الدور. إذ رأى أن الأشخاص الاوائل الذين يتبنون التقنيات الجديدة يتحولون إلى قادة رأي. إنهم أشخاص منفتحون على العالم الخارجي وكبار مستهلكي مواد وسائل الاتصال الجماهيري.³ تذهب هذه المقاربة في البحث عن كيفية انتشار وتبني المبتكرات داخل مجتمع معين والدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في تدفق المعلومات الخاصة بالمبتكر من قادة الرأي إلى بقية أفراد المجتمع.

حسب هذه المقاربة يتجسد أي مبتكر من خلال خمس سمات هي: فائدته النسبية، توافقه مع قيم أعضاء المجموعة، تعقده، إمكانية تجريبه، وضوحه. كما يصنف المستخدمون إلى خمس أصناف: الموالون للمبتكر، فئة المستعملون الاوائل، فئة الغالبية الاولى، فئة الغالبية الثانية، وفئة المتأخرون.⁴ وكان هذا التصنيف محل انتقاد بسبب قصور المتغيرات السوسيوديموغرافية المستخدمة في وصف المجددون/المبتكرون (Les innovateurs). كما أشار دومينيك بوييه Dominique Boullier إلى أن روجرز ساهم في ترويج تصور خاطئ لمفهوم الانتشار مفاده أن

¹ Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?, Op. cit , p26.

² Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?, Op. cit, p27.

باتريس فليشي، الاتصال... تراكم الوقائع وأوهام الحتمية، تر: نصر الدين العياضي، مجلة الراصد الإماراتية،

ع2، ص189، 2013.

⁴ Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Op. cit , p8.

انتشار اختراع ما لا يتم إلا بعد أن يكون هذا الاختراع جاهز للتبني حيث يبرز هنا الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل بالاختراع أو يرفضه.¹ بعد هذا النقد قام روجرز بتقنيح الطبعة الثالثة وإدماج مصطلح "إعادة الإبتكار" "Réinvention" للأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي يقوم بها المستخدمون بتعديل جهاز ما قد تبنيه.²

كما لا يجب تهيمش عنصر مهم في هذه المقاربة ألا وهو "قادة الرأي" لما لهم من دور مهم في انتشار المبتكرات بين أفراد المجتمع حيث يرى روجرز وشوميكر أن دور قادة الرأي يتم عبر تدفق متعدد المراحل، إذ يوجد في عملية الاتصال لانتشار المبتكرات اعتماد متنوع ومتعدد على تدفق الاتصال من المصدر إلى جمهور واسع.³ ولذا فهما يقترحان بأن عناصر عملية تدفق المعلومات شبيهة بالنموذج الاتصالي الذي إقترحه بيرلو (المصدر، الرسالة، القناة، المتلقي، التأثير) وذلك يتمثل بما يلي:⁴

نموذج بيرلو	المصدر	الرسالة	القناة	المستقبل	التأثير
نموذج انتشار المبتكرات	مبتكرون علماء وكلاء قادة رأي	رسائل المبتكرات	قنوات الاتصال الشخصي أو الجماهيري	أعضاء في النظام الاجتماعي	نتائج على مستوى المعرفة وتغيير المواقف والاتجاهات وتغيير السلوك بعد مرور مدة زمنية

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال مرجع سبق ذكره، ص 67.

² Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Op. cit , p10.

³ مي العبد الله، نظريات الاتصال، لبنان، دار النهضة العربية، 2010، ط2، ص 272.

⁴ المرجع نفسه، ص 273.

_كما يقترح روجرز نموذجاً لعملية اتخاذ قرار حول الابتكار تشتمل على أربعة عناصر يدخل ضمنها عامل الوقت وهي:¹

_**المعرفة:** حيث يتعرض الفرد إلى ابتكار موجود ويحصل على بعض المعلومات حول وظائفه.

_**الاقتناع:** يكون الفرد موقفاً محبباً أو غير محبب للابتكار.

_**القرار:** ينهمك الفرد في نشاطات تقود إلى الإختيار، إما تبني الابتكار أو رفضه.

_**التثبيت:** يبحث الفرد عن تدعيم قراره حول الإبتكار، ولكنه قد يراجع قراره السابق إذا تعرض لرسائل تتعارض مع الابتكار.

فمسألة انتشار وتبني مبتكر ما ترافقها مجموعة من الممارسات فبعد التعرف عليه قد يقتنع الفرد بالمنتج أو لا يقتنع ويؤدي به هذا إما اتخاذ قرار سلبي أو ايجابي عن تثبيت أو عدم تثبيت قراره المتخذ حول المبتكر.

ب_ البناء الإجتماعي للمبتكرات: "La construction sociale des innovations"

تهتم البحوث المتعلقة بسوسيولوجيا الابتكار بدراسة أنظمة الابتكار التقنية وكان هذا النموذج قد قُدم من طرف باحثين في علم الاجتماع أمثال Callon1981, Latour1989 Akrich1993 من مركز سوسيولوجيا الإبتكار (CSI : Center for social innovation) من مدرسة Mines، باريس والتابع لمدرسة الترجمة (L'école de traduction).² وكانت الأسئلة الرئيسية التي يهتم هذا الاتجاه البحثي بالإجابة عنها هي:³

_إبراز البعد الإجتماعي للمبتكر التقني.

¹المرجع نفسه، ص274.

² Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?, Op. cit , p27.

³ Ibid, p28.

_تحديد دور الفاعلين المختلفين في عملية التفاعل والذين يساهمون في عملية بناء التقنية.

_نحتاج هنا إلى العودة إلى مساهمات مجموعة من الباحثين في هذا التيار كآلاتي:

_أعمال فليشي Flichy (1994_1995): تتدرج أعماله ضمن نفس التيار على الرغم من أنها اهتمت بمهارات الفاعلين (المصممون والمستخدمون) غير المتساوية، يعتمد فليشي هنا على مقارنة السوسيو_تاريخية وعلى تحليل مفاهيم "الخيال التقني" و"الخيال الاجتماعي"¹، والعمل في صيرورة تشكيل المنظومة التقنية. عرّف فليشي مفهوم "إطار التوظيف"، (Cadre de fonctionnement) مستندا على مفهومي -الاطار الطبيعي والإطار الاجتماعي- لغوفمان Goffman، حيث يعود إطار التوظيف إلى آليات اشتغال الأداة وإلى الاستخدام التقني، و إطار الاستخدام "Cadre d'usage" يعود إلى الاستخدام الاجتماعي. إن الربط بين هذين الإطارين يقود إلى تأسيس إطار جديد "سوسيو_تقني"، بالمزج بين التقني والاجتماعي حتى يستقر المُبتكر، حيث إعتد "فليشي" في التحليل على مفهومي "مصممون_استراتيجيون" « Concepteurs, stratèges » ومفهومي "مستخدمون_مخططون" « Usagers, Tacticiens » المستمدة من أعمال دوسرتو. هذان المفهومان "مصممون، استراتيجيون" أتاحا لفليشي بمساءلة الوضعية غير المتساوية بين مختلف الفاعلين. في الواقع البعض منهم يمكن أن يكتسب مهارات مهارة مقارنة بالآخرين بوضع استراتيجية جيدة للابتكار كما يمكن للمستخدمين في بعض الحالات الخاصة أن يضعوا بأنفسهم الاستراتيجيات، يبقى أن يكونوا في أغلب الحالات مخططين. من جانب آخر فليشي تجاوز مستوى التحليل الميكرو_سوسولوجي وركّز على الخيال التقني الذي يعود إلى التمثلات المُشكّلة عن الأداة التقنية عند المصممين كما عند المستخدمين، والذي يغذي تطور "إطار إشتغال"

¹ Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Op. cit , p10 .

تقنية جديدة، وبنفس الطريقة من خلال تاريخ الإتصالات، فليشي قام بتحديث إطار استخدام الأدوات الإتصالية خاصة التمثلات الأساسية المسيطرة في فترة زمنية ما.¹

أعمال Vedel و Vitalis 1994: قاموا بتطوير مقاربة سوسيو-سياسية للاستخدامات التي تؤيد إعادة إدماج (في مرحلة التصميم) صورة المواطن في نموذج المستخدم، وكان تحليلهم يطرح أسئلة عن التمثل المؤسساتي للمستخدم في صيرورة الابتكار التقني ودور المؤسسات العمومية في اختيار العرض التقني. هذه المقاربة تتّسم بالربط بين البعد الماكرو-سوسولوجي لتحليل العرض التقني مع البعد الميكرو-سوسولوجي لدراسة الاستخدامات الممارسة أي أن هذه المقاربة تسعى لربط جسر بين الخطوات التي تتركز على تحليل آليات الابتكار وتلك التي تتركز على الاستخدامات في وضعيتها.²

أعمال مدرسة الترجمة: أنصار هذا التيار يتحدثون عن "أنظمة سوسيو-تقنية" (Akrich) أو عن "الإطار السوسيو-تقني" (Flichy) كما ينظر إلى المنظومة التقنية كبناءات إجتماعية، لا الحاجات التقنية ولا الأشكال السوسيو-سياسية المفروضة يمكنها تفسير الشكل الذي يأخذه الابتكار.

هذا التيار المطور في "مركز سوسولوجيا الابتكار" تعود جذوره إلى البنائية الإجتماعية التي كانت تهتم بتحليل الخلافات العلمية التي شكلها الباحث الأمريكي **D.Bloor**، حيث اهتم هذا التيار بدراسة مدى صحة أي مقترح علمي الذي لا يرتبط فقط بحجة تقنية لكنه يؤدي أيضا إلى تفاوض ونقاشات داخل المجمع العلمي، بعد ذلك امتدت هذه المقاربة إلى دراسة المبتكرات التقنية خاصة مع أعمال **T.Pinck** و **W.E. Bijker** حيث عرفوا الأدوات التقنية كبنى ناتجة عن التفاعلات بين فاعلين مختلفين ومجموعات

¹ Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Op. cit, p13.

² Ibid , p10.

اجتماعية. في هذا المنظور وعلى طريقة الحقيقة العلمية: "صيرورة الابتكار التقني تُعرض كمنافسة بين مشاريع مختلفة وتنتهي عندما يفرض الواحد منها نفسه على الآخر".

إن التيار المُطَوَّر في "مركز سوسيولوجيا الابتكار" بحث في: "تجريب طبيعة التفاعلات الاجتماعية القائمة حول التكنولوجيات" من خلال فحص الخلافات التي ترافق كل آلية ابتكار لإبراز الارتباط الوثيق للمضامين التقنية والاجتماعية، ما يفسر أن كل مشروعين في تنافس عموماً يعني المواجهة بين تصورين للعالم والمجتمع. الفكرة هي أنه أي نظام تقني-اجتماعي لا يستقر إلا بعد مجموعة من العمليات كالترجمة والتداخل والتحفيز التي تقود إلى تخالف أو تعارض بين الفاعلين.¹

_ أعمال Woolgar (1991): يعتبر **ولغر** التكنولوجيا كَنَص وبيّن كيف أن تصميم مبتكر تقني يعود إلى تكوين مستخدميه، يعني أن ادماج المستخدم في التقنية هو تحديداً لهويته، حيث يقوم المستخدمون بعمل تأويلي (قراءة) للتكنولوجيا، تقوده الطريقة التي صممت بها. كما يعتبر مفهوم "**الوساطة، Médiation**" في مقارنة الترجمة مركزي لأنه يتيح تداخل وتشابك التقني بالاجتماعي وذلك من خلال التمثيلات المتنوعة للمستخدم والمدرجة في المنظومة التقنية.²

من القيود التي تعترض مقارنة الابتكار والتي يعترف بها أنصار المقاربة أنفسهم، هو غياب الإهتمام بدور الممارسات أي فعل المستخدم في تشكيل الأداة التقنية. كما تشير إلى ذلك **Akrich**: "لما تصبح الأداة التقنية أداة استهلاك أو استعمال، يتوقف الإهتمام بالتحليل الذي لا يرى في المستعمل إلا تمديد غير إشكالي للشبكة المؤسسة من طرف المبتكر. إهتمت **Akrich** بدراسة غياب الإهتمام بدور الممارسات للمستخدمين وبيّنت

¹ Florence Millerand, **Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Op. Cit, p11.

² Ibid, p12.

كيف أن المبتكرين كان لهم تعريف غني عن الفعل/L'action الذي لا يمكن اختصاره في تجريد الأداة عن مستعملها بمعزل عن السياق. علاقة المستخدم بالأداة يُنظر إليها كمشاركة **Coopération**: "هناك توثيق (inscription) للمستعمل في الأداة، وكذا توثيق ممارسة الأداة في جسم المستعمل بالعودة إلى وسائط: طرق التوظيف، أدوات ملحقة، أشكال إجتماعية للتعلم".¹

أعمال Bradini: أقرّ بعدم ملائمة مفهوم التوثيق واقترح استبداله بمصطلح "Affordance"، من أجل إعادة تقديم مادية الأشياء في التحليل". حسب **Bardini**، استعمال مفهوم "Affordance" "قابلية التطبيق" يسمح بفهم علاقة الأدوات المادية بالمستخدمين، من خلال هذا يتم تجاوز البعد الرمزي الأوحدي في العمل في دراسة الاستخدامات من حيث نموذج "نص-قراءة". فالأدوات التكنولوجية أيضا تعتبر أكثر من نصوص يجب قراءتها بعيدا عن البعد الرمزي للتحليل، والعلاقة المتداخلة بين الأفراد هي أمر ملموس يوضح لنا هذا التصور كما تحدث **Bardini** أيضا عن "واقعية المستخدم" (La virtualité de l'utilisateur)،² (تمثيلات المستخدم التي يترجمها المصمم إلى إمكانية التطبيق -Affordance- من خلال الأداة التقنية). تعددت الآراء واختلفت في هذه المقاربة نتيجة لكثرة الدراسة والبحوث عن هذا الموضوع فمنهم من يرى ضرورة دراسة الفروق بين المصموم والمستخدمين في تفاعلهم مع تقنية ما وبتجه البعض الآخر إلى ادماج تصورات الأفراد في ابتكار تقنية ما لتسهيل تحليل آليات الابتكار التي تركز على الاستخدامات بينما تذهب مدرسة الترجمة إلى اعتبار التكنولوجيا كنص يحتاج إلى ترجمة وإلى قراءة تأويلية لفهمه.

¹ Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Op. cit , p12.

² Ibid, p13.

ج_تملك الأدوات التقنية: L'appropriation des objets techniques

يقوم الاستخدام الإجتماعي على نموذج التملك ومهما تكون طبيعة الاستخدام فإن التملك يبني في إطار العلاقة مع وسيلة الاتصال، بينما يعكس الاستخدام في عمقه بعداً معرفياً وإجرائياً، يحمل في بنيته رهان عمليات اكتساب المعارف (اكتشاف منطق ووظائف الأداة) والمهارات (تعلم الرموز وكيفية تشغيل الأداة).¹

على العكس من مقارنة الإبتكار التي تركز على إدراك الأدوات التقنية، مقارنة التملك تركز على إدماج إستخدامها في الحياة الإجتماعية، من جانب آخر تهتم مقارنة الإنتشار بدراسة آلية إنتشار التكنولوجيات من خلال تطور معدل التبني بينما دراسة الإستخدامات في معنى التملك الاجتماعي للتكنولوجيات تعود إلى تحليل تكوينها/تشكيلها من وجهة نظر المستخدمين.²

إن الهدف الرئيسي من الأعمال التي تبحث في تملك الأدوات التقنية يقوم على تحليل كيف تتشكل/تتأسس استخدامات متميزة/مختلفة داخل الجماعات الإجتماعية، خاصة من خلال فحص تباين الدلالات التي تتضمن الممارسات عند المستخدمين بالإهتمام بنشاط المستخدم بالنظر في ما الذي يشكل له معنى، ولماذا يطور استخداماته وكيف يُعرف نفسه في خضم الممارسات الجديدة؟، وجهة النظر هذه تعارض تمثلات المستخدم كمستهلك أو كمستعمل سلبي وتضع على العكس من ذلك قصدية ونشاطات المستخدمين في مركز التحليل. بمعنى آخر أن المستخدم يعطي معنى للتقنية من خلال تملكها له، السؤال المركزي في كل بحث يهتم بدراسة التملك يتأسس على دراسة

¹ أحمد عبدلي، الإستخدام الإجتماعي لتكنولوجيا الاتصال (الانترنت نموذجاً: مقارنة نظرية)، مجلة العلوم الإجتماعية، ع6، جانفي، 2014، ص61.

² Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Composite, V99.1, Op. cit , p2.

كيف تندمج أداة تقنية جديدة في الحياة اليومية وفي ممارسات المستخدمين وكيف تندمج أيضا داخل العلاقات الإجتماعية.¹

*يحدد سيرج برولكس أربعة شروط أساسية ينبغي أن تتوفر لتحقيق التملك وهي:²

_التحكم التقني، الإدراكي والمعرفي في الأداة.

_إدماج دلالي/ذو معنى للأداة التقنية في الممارسات اليومية للمستخدم.

_الاستخدام المتكرر لهذه التقنية يتيح المجال لإمكانية إنشاء (أفعال تساهم في ظهور الجديد في الممارسات الاجتماعية).

_على المستوى الجماعي، التملك الاجتماعي يفترض تمثيل المستخدمين في مؤسسات السياسة العامة وفي نفس الوقت ممثلين في المؤسسات الابتكارية (الانتاج الصناعي والتوزيع التجاري).

_**التملك وعلاقته ببناء الهوية:** إن أحد المفاهيم الأساسية المرتبطة بمفهوم التملك هو مفهوم الهوية، وفي الواقع من الأهمية بمكان أن يتعرف المستخدم على نفسه في التكنولوجيات المبتكرة. ولأجل هذا من الضروري أن يشارك المستخدم في ابتكار هذه التكنولوجيا، أو على الأقل تسمح له هذه الأخيرة بالمساهمة بلمسة ابتكارية. وفي الواقع فإن مفهوم الهوية يبدو محوريا في تعريف التملك، ففي علم النفس يشير التملك إلى الفعل الذي يقوم به الفاعل من أجل أن يجلب لنفسه أو ذاته شيئا ما أو إدماج شيء ما في الحياة المعيشية لفرد أو جماعة اجتماعية.³

إن التملك في بناءه للاستخدام يعتمد على آليات تعكس الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية للفرد حيث يفرض التملك التزاوج بين التفرد والانتماء الذي يُربط بالجسم

¹ Florence Millerand, **l'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?**, Op. cit , p29.

² Khaled Zouari, Op. cit , p71.

³ عبد الوهاب بوخنوفة، **الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات**، مرجع سابق، ص72.

الاجتماعي. ويفتح للفضاء الخاص مجال أكبر لفردانية الاستخدام، ولتملك التقنية لأغراض تطويرية شخصية (استخدام ترفيهي، هوايات).¹ كما أن الاستخدام المكثف هو غالبا إشارة على التملك القوي الذي يبلور رهانات الهوية كما تبينها أيضا الممارسة غير الطبيعية لألعاب الفيديو في فترة المراهقة بحثا عن الهوية.

برولكس ولابيرج Proulx و Laberge (1995)، إهتموا بتحليل آليات بناء الهوية للجمهور من خلال دلالات استخدام التلفزيون حيث بيّنوا أن الدلالات التي تنسب إلى الميديا والرسائل الحاضرة في الفضاء المنزلي تساهم في بناء هوية عائلية يومية. وتحليل الممارسات يكشف عن تكوين ثقافة عائلية مبنية على أنواع التفاعلات، العادات وطقوس التنظيم وأيضا العادات الاستهلاكية التي تحمل آثار السياق الاجتماعي الذي تتموضع فيه الممارسات.²

التملك والمعارف: يرتبط تملك شيئا ما بمعرفتنا عنه، إن المسعى الفردي للتملك يرتبط حول الاكتساب الفردي للمعارف والكفاءات ويتعلق الأمر بالطريقة التي يكتسب من خلالها ويتحكم ويحور ويترجم الرموز والمعارف العملية الضرورية من أجل التعامل مع التكنولوجيات الجديدة بشكل صحيح.

التملك والتحفيز: يلعب المشروع الشخصي الذي يحمله كل فرد إزاء التكنولوجيات دورا أساسيا في صيرورة التملك، حيث أن مشروع الاستخدام يحدد بصورة معتبرة التمثلات إزاء الشيء واستخدامه.³ وعليه مهما كانت المشاكل التقنية التي تصادف الفرد، فإن امتلاك التقنية يُيسر بحدّة الاستثمار الفردي أو الشخصي والهدف الذي يسعى إليه المستخدم، إن التملك يمثل خلق معنى بالنسبة للمستخدمين.⁴

¹ Josiane Jouet, Op. cit , p503.

² Florence Millerand, Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, Composite, V99.1, Op. cit , p7.

³ أحمد عبدلي، مرجع سبق ذكره، ص62.

⁴ عبد الوهاب بوخروفة، الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات، مرجع سابق، ص73.

د_الحتمية التقنية Le déterminisme technique

ترجع أصول هذه النظرية إلى أعمال "هارولد إينيس" و"مارشال ماكلوهان" (H.Innis & M.Mc Luhan) اللذين أعطيا في أعمالهما دورا رئيسيا للوسائل في عملية الاتصال بل وحتى في تنظيم المجتمع كله. ركّزا في تحليلهما على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة في كل مرحلة تاريخية معينة. لقد كان يرى ماكلوهان بأن الموصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في فترة من الفترات هي التي تؤثر في كيفية التفكير وكيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الرسائل الاتصالية. فالتحول في تكنولوجيا الاتصال يؤدي إلى التحول في التنظيم الاجتماعي، بل في حواس الانسان التي تصبح الوسائل امتدادا لها.¹

تذهب هذه النظرية إلى أن التطورات التكنولوجية هي محور كلّ تغيير يحدث داخل المجتمع وهي محور كل تقدم يحققه مجتمع ما. ووسائل الاعلام بأنواعها ليست هي في واقع الأمر إلا مظهرا من مظاهر هذه التطورات التكنولوجية. والوسيلة من حيث هي طبيعة قبل أن تكون مضمونا، هي التي تحدد نمط المجتمع وتركيبته ونظامه الداخلي ونوعية هياكله وصيغ التعامل بين أفرادها، ونسق تغييره. بل إن الوسيلة عند ماكلوهان تطل أيضا حواس الانسان من إدراك وتعلم وتخزين المعلومات. والتغيير الاجتماعي -حسب نظرية الحتمية التكنولوجية- هو الذي يوفر البيئة الملائمة لإفراز تكنولوجيا محددة.²

إهتم هارولد إينيس بتاريخ النمط المكتوب حيث درس تشكيل الامبراطوريات وانهارها. فرأى أن تطور الحضارات ارتبط بتاريخ المؤسسات الكبرى للمعرفة وتاريخ الاختراعات في مجال الاتصال أين ربط انتشار ورق البردي بتطور الامبراطورية الرومانية

¹فضيل دلبو، الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص36.

²رضا مثاني، الاعلام الجديد وتوطين المعرفة في المنطقة العربية: الحلقة المفقودة، الحكمة للدراسات الاتصالية والاعلامية، ع28، 2015، ص266.

وبالسلطة البيروقراطية ورأى أن استعمال جلود الحيوانات للكتابة عزز السلطة الدينية ونقل أماكن العلم إلى الأديرة. أما الورق فقد نمى التجارة في إيطاليا وشمال أوروبا.¹

استلهم **ماكلوهان** كثيرا من أعمال هارولد انيس لكنه ذهب بعيدا بتأسيس تناظر بين حامل الارسال والرسالة. مفترضا أنه الحوامل تشكل امتدادا تكنولوجيا لحواس الانسان، فالحوامل تعتبر هي قوى تغيّر الأفراد والمجتمع. "الرسالة هي الوسيلة" لأن الوسيلة هي التي تشكل النسق وتكّمل سلم نشاطات الفرد وعلاقاته. مضامين واستخدامات الميديا هي متنوعة ودون تأثير على طبيعة العلاقات الانسانية.² فكل وسيلة اتصال تهيكّل أنماط المعرفة، وأشكال التنظيم الاجتماعي بصفة عامة.³

تعرضت نظرية الحتمية التقنية إلى مجموعة من الانتقادات لكن بعد انتشار تكنولوجيات المعلومات والاتصال عاد إليها الكثير من الباحثين خاصة في استحضار مفاهيم ماكلوهانية كالقرية الكونية والرسالة هي الوسيلة خاصة في الخطب الحالية حول الطرق السيارة للمعلومات التي تسمح بربط البيوت بهذه الطرق، تعيد توظيف صورة القرية العالمية التي تدعم دورها بالخطب المؤسساتية التي تركز مجتمع المعلومات بعبارة أخرى، تكريس الفكرة التي مفادها أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال هي مصدر تغيير طبيعة المجتمع (الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات). كما أثبتت أبحاث بعض المعاصرين عن التقنية أمثال بيار ليفي **Pierre Levy** والذي اهتم بفحص الامكانيات التي أتاحتها التقنيات الجديدة خصوصا على صعيد الإدراك المعرفي، حيث اعتبرت التقنيات كمصدر لتحول انثربولوجي حقيقي.⁴

¹ باتريس فليشي، مرجع سابق، ص4.

² Riadh Ferjani, Op. cit , p37.

³ باتريس فليشي، مرجع سابق، ص4

⁴ عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال مرجع سابق، ص64.

خاتمة: تعتبر التمثلات نظام ادراكي معرفي يساعد الفرد في فهم وبناء واقعه من خلال الخطابات الاعلامية والاجتماعية المحطية به حيث تمثل هذه التمثلات مجموعة من الأفكار والمعلومات والآراء المركزية والمحيطية عن موضوع ما يستحضره الفرد ذهنياً مثل استحضار موضوع الانترنت مواقع الشبكات الاجتماعية قبل الاستخدام، وقد تتغير هذه التمثلات بعد الاستخدام ولكنها دائماً ما تؤثر في الاستخدامات وفي تشكيلها وتتميطها حيث يتأثر الفرد في استخدامه لتقنية معينة بما يحمله عنها من تمثلات وتصورات ولذلك ترتبط هتان المقاربتان ارتباطاً شديداً رغم أنهما من حقلين مختلفين إلا أنه هناك الكثير من الدراسات الغربية الفرانكفونية خاصة التي ذهبت إلى اعتمادهما معاً باعتبار أن الاستخدام الاجتماعي لتقنية ما من قبل الفرد يحمل معه مجموعة التمثلات التي شكلها الفرد عن هذه التقنية قبل استخدامها وقد تؤثر التمثلات على انتشار مبتكر ما اذا كانت سلبية فيتجه الفرد على اللااستخدام واللاتملك.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي

- **مجتمع البحث وخصائصه:** بلغ عدد مفردات العينة (200) مفردة والتي تم اختيارها بطريقة قصدية بالإضافة إلى إجراء مجموعة من المقابلات مع (20) مفردة من مجتمع بحثنا والتمثل في الصحفيين الذين يعملون في الصحافة المكتوبة (سواء كانت هذه المؤسسات الصحفية صادرة باللّغة العربية أو الفرنسية، سواء كانت مؤسسة عمومية، خاصة أو حزبية) ويستخدمون على الأقل موقعاً واحداً من مواقع الشبكات الاجتماعية. حيث تمثل المجال الزمني لدراستنا في الفترة ما بين (ديسمبر 2014_ جانفي 2015) والمجال الجغرافي في (الجزائر العاصمة) نظرا لتواجد أغلب المؤسسات الصحفية في الجزائر العاصمة.

- **معالجة البيانات:** تم الاعتماد على برنامج "SPSS17.0" (Statistical Package for the Social Sciences) لمعالجة البيانات احصائيا سواء عن طريق الاحصاء الوصفي (التكرارت والنسب) وكذلك عن طريق الاحصاء الاستدلالي لدراسة بإجراء مجموعة من الاختبارات الإحصائية (مثل الاختبار التائي T.Test لعينة واحدة، اختبارت لعينتين مستقلتين Independent Samples Test، تحليل التباين الأحادي OneWay Anova، معامل الارتباط، Correlation Coefficient) لمعرفة الفروق الإحصائية بين المتغيرات والتباين بين المتوسطات الحسابية للمجموعات الإحصائية. وقمنا باستثمار المعلومات الكيفية التي حصلنا عليها من خلال المقابلات في التحليل الكيفي للبيانات.

- المحور الأول: البيانات العامة:

1/ جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع:

النوع	التكرارات	النسب %
ذكر	109	54.5%
أنثى	91	45.5%
المجموع الكلي	200	100%

يتّضح من الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب النوع جاء حسب الطريقة المعتمدة في اختيار العينة والتي كانت قصدية لأننا قصدنا أن تكون عينة بحثنا متجانسة من حيث النوع حيث بلغت نسبة الذكور 54.5% بينما وصلت نسبة الإناث الى 45.5%.

2/ جدول يوضح توزيع أفراد العينة السن:

السن	التكرارات	النسب %
29_21	91	46%
39_30	82	41%
49_40	25	13%
50 فما فوق	2	1%
المجموع الكلي	200	100%

يتّضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب مفردات عينتنا يتراوح سنهم ما بين (21-29) سنة حيث قدرت نسبتهم ب 46% في المركز الأول بينما قدرت النسبة الثانية ب41% بخصوص الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين (30_39)، بينما لم تتجاوز نسبة الصحفيين الذي تتراوح أعمارهم ما فوق 50 سنة 1%، ويرجع هذا إلى عاملين

أساسيين: يتمثل الأول في طبيعة العمل الصحفي والذي غالبا ما يتطلب فئة الشباب نتيجة الجهود التي يبذلها الصحفي للوصول إلى المعلومة والعمل الميداني الذي تتطلبه المؤسسات الصحفية وبالتالي تتجه المؤسسات الإعلامية في أغلب الأحيان إلى توظيف الفئات الشابة إضافة إلى الانفتاح الإعلامي التي جاءت به قوانين الاعلام الجديدة في الجزائر والانفتاح على هذا القطاع بزيادة عدد العناوين الصحفية وكذا زيادة عدد المؤسسات الصحفية والسمعية البصرية مؤخرا والحاجة إلى أطر شابة ونشيطة.

3/ جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:

النسب %	التكرارات	ما هو المنصب الذي تشغله في مؤسستك؟
18,5 %	37	رئيس قسم
67,0 %	134	صحفي دائم
10,0 %	20	صحفي مؤقت
2,0 %	4	رئيس تحرير
0,5 %	1	صحفي متعاون
2,0 %	4	مراسل صحفي
100 %	200	المجموع الكلي

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الصحفيين الدائمين بلغت أعلى نسبة حيث قدرت بـ 67 % ويأتي بعدها رؤساء الأقسام والذين قدرت نسبهم بـ 18.5 %، وهذا يعتبر أمراً منطقياً لأن المنصب المسيطر في جميع المؤسسات الصحفية هو منصب الصحفي الدائم باعتبار أنه الصحفي يبدأ بدرجات من صحفي متعاون إلى مراسل صحفي ليستقر عند الصحفي الدائم وليس من السهل أن ينتقل إلى رئيس قسم أو رئيس تحرير كما أنه رؤساء الأقسام ورؤساء التحرير غالبا ما يكون عددهم قليل في المؤسسات

الصحفية نتيجة لطبيعة هذا المنصب الذي غالبا ما يتحمل مسؤوليته شخصا واحداً داخل المؤسسة الصحفية وكذلك لما يتطلبه من خبرة وشروط يحددها القانون الداخلي للصحيفة.

4/ جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية:

النسب %	التكرارات	منذ متى وأنت تشغل في قطاع الصحافة ؟
30,5%	61	من سنة إلى 3 سنوات
25,5%	51	من 4 سنوات إلى 6 سنوات
22,0%	44	من 7 سنوات إلى 9 سنوات
22,0%	44	أكثر من 9 سنوات
100%	200	المجموع الكلي

يتضح من خلال هذا الجدول أن هناك تكافؤ في النسب المتعلقة بالخبرة المهنية للصحفيين حيث توزعت مفردات العينة بشكل متكافئ بين من يملكون خبرة قليلة والذين بلغت نسبهم 30.5% ويأتي بعدها الصحفيين الذين لديهم خبرة متوسطة بنسبة قدرت بـ 25.5% بينما قدرت نسبة الصحفيين الذي يمتلكون خبرة عالية في مجال الصحافة بـ 22% ويمكن تبرير هذا بنفس العوامل التي بررنا بها متغير السن في المؤسسات الصحفية الجزائرية.

5/ جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب طبيعة القسم الصحفي:

إلى أي قسم صحفي تنتمي؟	التكرارات	%النسب
قسم الأخبار الدولية	22	11,0 %
قسم الأخبار الوطنية	135	67,5 %
قسم الأخبار المحلية	38	19,0 %
آخر	5	2,5 %
المجموع الكلي	200	100 %

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب مفردات عينتنا ينتمون إلى قسم الأخبار الوطنية حيث قدرت نسبتهم بـ 67.5% ليأتي في المرحلة الثانية صحفيي قسم الأخبار المحلية بنسبة 19% وفي الأخير جاءت نسبة الذين يمثلون قسم الأخبار الدولية بـ 11% وهذا راجع إلى أن أغلب هذه الصحف هي وطنية ومن الطبيعي أن يكون قسم الأخبار الوطنية هو الأكثر حضورا ومشاركة وغالبا ما يكون القسم الوطني هو الأكثر حضورا ونشاطا باعتبار أن أغلب الصحف الجزائرية توزع على المستوى الوطني وتهتم بالأخبار الوطنية بينما جاءت نسبة 2.5% لتعبر عن الصحفيين الذين ينتمون إلى أقسام أخرى مختلفة موضوعياً تمثلت في القسم الرياضي، القسم الاجتماعي، القسم الثقافي وأخيرا القسم الاقتصادي.

6/ جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب طبيعة المؤسسة الصحفية:

النسب %	التكرارات	ما طبيعة المؤسسة الصحفية التي تعمل بها؟
13,0 %	26	عمومية
87,0 %	174	خاصة
100 %	200	المجموع الكلي

يتّضح لنا من خلال هذا الجدول أن عدد المؤسسات الصحفية الخاصة في الجزائر يفوق عدد المؤسسات الصحفية العمومية حيث قدرت نسبة الأولى بـ 87 % بينما قدرت نسبة الثانية بـ 13% وهذا راجع إلى كثرة المؤسسات الصحفية الخاصة وقلة المؤسسات العمومية وهذا من الطبيعي لأن العمل الصحفي والإعلامي غالبا ما يكون خاص حتى يتمتع بحرية أكثر بعيدا عن المؤسسة الحكومية.

7/ جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب لغة المؤسسة الصحفية:

%النسب	التكرارات	ما هي اللغة التي تصدر بها الصحيفة؟
75,5 %	151	اللغة العربية
24.5 %	49	اللغة الفرنسية
100 %	200	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن الصحف الصادرة باللغة الفرنسية أقل من الصحف الصادرة باللغة العربية وهذا منطقي باعتبار أن الجزائر دولة عربية لغتها الأم هي اللغة العربية وجاءت اللّغة الفرنسية في المرتبة الثانية لأنها اللّغة الأجنبية الأولى في الجزائر حيث قدرت نسبة الصحف الصادرة باللّغة العربية بنسبة 75.5 % وجاءت نسبة الصحف الصادرة باللّغة الفرنسية بنسبة 24.5%.

• المحور الثاني: تمثّلات الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية

8/ جدول يوضح مصدر تعرف الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية:

النسب %	التكرارات	كيف تعرفت على مواقع الشبكات الاجتماعية؟
63,5%	127	عن طريق الأصدقاء والزملاء
16,5%	33	عن طريق أفراد العائلة
19,5%	39	عن طريق وسائل الاعلام
0,5%	1	مصادر أخرى
100%	200	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن الخطاب المجتمعي المهني هو الأكثر تأثيراً في تمثيلات الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية حيث بلغت نسبة الصحفيين الذي يتأثرون بـ خطاب الزملاء والأصدقاء بـ 63.5% وجاء في المرتبة الثانية الخطاب الاعلامي بنسبة 19.5% بينما تمثلت المصادر الأخرى في الإنترنت والتي قدرت نسبتها 1%. وهذا مرده إلى أن الصحفي هو القائم بالاتصال في العملية الإعلامية وبالتالي يكون تأثره بمصدر الرسالة أكثر من الرسالة ذاتها لذلك نجده يتأثر بزملائه وأصدقائه أكثر من الوسائل الإعلامية كما أنه طبيعة هذه المواقع هي التي تفرض ذلك فهي قائمة على التواصل الاجتماعي وبالتالي نجد أنه الكثير من الصحفيين المسجلين فيها كان تسجيلهم بناءً على طلب زملاءه وأصدقائه في المهنة حيث صرح الكثير من الصحفيين في المقابلات التي أجريناها أن سبب تسجيلهم في مواقع الشبكات الاجتماعية (خاصة موقع فيسبوك) كان بناءً على طلب أصدقائهم. يقول المستجوب رقم (1) و(5): "تعرفت على مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال الأصدقاء وهي بالنسبة لنا وسيلة لإيصال المعلومات التي نحتاجها في عملنا"، كما صرح بعض الصحفيون أنهم لا يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل: تويتر، لأن أصدقائهم غير مسجلين فيها كما أكد على ذلك المستجوب رقم (3): "استخدم موقع

فيسبوك أكثر من موقع تويتر الذي أهملته مؤخرا نتيجة قلة المستخدمين فيه من الأصدقاء".

9/ جدول يوضح تمثّلات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية:

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	9/تمثّلات الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية
مرتفعة	1	,85	4,19	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة لي وسيلة للتواصل مع زملاء العمل
مرتفعة	2	,95	4,11	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة لي فضاء للتفاعل مع الجمهور
مرتفعة	3	,88	3,93	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسة مهنتي
مرتفعة	4	,96	3,93	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في نسج علاقات مهنية
مرتفعة	5	,98	3,68	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة لي مصدرا للأخبار
مرتفعة	6	,96	3,62	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة أسرع للوصول إلى مصادر المعلومات
متوسطة	7	1,14	3,31	تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية الموضوعية في المعالجة الإخبارية
متوسطة	8	1,13	3,27	تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصداقية في المعالجة الإخبارية
متوسطة	9	1,12	3,18	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الإخبارية
متوسطة	10	1,20	2,84	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة شهرتي
		1.01	3.60	المجموع

يتّضح لنا من هذا الجدول أن تمثّلات الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية جاءت قوية حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3.60) من أصل خمس درجات، بينما تميل الفقرات التي احتلت المراتب الأولى إلى كون الصحفيين يمتلكون تمثّلات قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة تواصلية بالدرجة الأولى أين كان يتراوح المتوسط

الحسابي للفقرات التي احتلت المرتبة الأولى ما بين (4.19) إلى (3.62) وجاءت في المرتبة الثانية الفقرات التي كانت تعبر عن مدى تصور الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية كأداة مساعدة في الممارسة الصحفية وكانت درجاتها متوسطة حيث كان المتوسط الحسابي ما بين(3.31) إلى (2.84) وتعتبر درجات هذا المتوسط الحسابي متوسطة على مستوى المقياس الخماسي المستخدم.

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا للأخبار: يبني الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية تمثلات قوية على أنها مصدر للأخبار إذ قدر المتوسط الحسابي الخاص بهذه الفقرة (3.68) على المقياس الخماسي المستخدم ويعتبر ذو درجة مرتفعة واحتلت هذه الفقرة المرتبة الخامسة من أصل عشرة. يعود هذا إلى الخطاب الإعلامي الذي انتشر مؤخرا حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في العملية الاخبارية في المؤسسات الاعلامية خاصة بعد الثورات العربية والتي ساهم من خلالها الأفراد في تبني العملية الاخبارية ورصد كل الأخبار لصالح الوسائل الإعلامية التقليدية، وعلى سبيل المثال نذكر ما حدث في ثورة مصر (جانفي 2011) ضد الرئيس السابق حسني مبارك بعد غلق كل منافذ التعبير في الاعلام التقليدي اتجه الناس إلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية (خاصة موقع تويتر نتيجة ما يتميز به من خصائص تقنية) لنشر أخبارهم عن ما يجري في مصر ونشر ردود أفعالهم لحظة بلحظة مستخدمين **تويتر** كآلية لمشاركة الأخبار وسرد القصص الاخبارية والأخبار العاجلة.¹ كما تؤكد **جان أي كيرتلي** أستاذة أخلاقيات وقوانين الإعلام بمدرسة الصحافة والاتصال الجماهيري بجامعة **مينيسوتا الأمريكية** أن "الفيسبوك" هو مصدر عظيم لأفكار القصص الاخبارية ولكن لا يمكن أن تكون القصة الاخبارية معتمدة بشكل أساسي في مصادرها على الشبكات الاجتماعية، وتطالب الصحفيين بالسعي إلى التعاون والتكامل، وإذا كان

¹ Zizi Papacharissi & Maria de Fatima Oliviera, Op. Cit, p3 .

ممكنا القيام بالحديث مع المصدر من خلال التلفون أو وجها لوجه فهذا أمر مهم وشديد الحيوية...¹ (للمزيد من التفاصيل أنظر الجزء الثاني من الجانب النظري).

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة أسرع للوصول إلى مصادر المعلومات: يمتلك الصحفيون تمثّلات متوسطة عن هذه الفكرة حيث بلّغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.62) في المرتبة السادسة على أن مواقع الشبكات الاجتماعية تساعد في الوصول إلى مصادر المعلومات. خاصة المصادر البشرية باعتبار أن مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح للشخصيات العامة والمهمة في المجتمع من امتلاك حساب يتم توثيقه من إدارة هذه الشبكة الاجتماعية مثلما هو الحال بالنسبة لموقع (فيسبوك، تويتر، انستغرام... الخ) وبالتالي تصبح هذه الحسابات الموثقة للشخصيات العامة مصدر للأخبار يلجأ إليها الصحفي للتعرف على آخر الأخبار والتصريحات الخاصة بهذه الشخصية. ويعتبر موقع "فيسبوك" كأكبر موقع للتواصل الاجتماعي، مصدر استفادة في الإطار الإعلامي وذلك من خلال مجموعة من الوظائف من بينها أن عددا من الجهات والشخصيات العامة والخاصة لها صفحات على (فيسبوك) الأمر الذي يوفّر فرصة للصحافيين للحصول على أحدث المعلومات عن هؤلاء وعن نشاطاتهم الجديدة فضلا عن إمكانية التواصل معهم وتوجيه استفسارات لهم وإجراء حوارات معهم الأمر الذي قد يتحول إلى مادة إعلامية منشورة.² (للمزيد من المعلومات أنظر الجزء الثاني من الفصل النظري).

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة لي فضاء للتفاعل مع الجمهور: يمتلك الصحفيون تمثّلات ايجابية قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية كفضاء للتفاعل مع الجمهور حيث بلّغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.11) محتلا المرتبة الثانية، فالميزة

¹ جمال العيفة، مرجع سابق، ص 110.

² سعد بن محارب المحارب، مرجع سابق، ص ص 116-117.

الأساسية التي أتاحتها هذه المواقع الالكترونية هي إمكانية التفاعل بين المستخدمين وهو الأمر الذي كان غائباً في فضاء الويب 1.0 وفي الفضاء الإعلامي التقليدي أين كانت العملية الاتصالية أحادية خطية وتحولت إلى ثنائية الاتجاه، وفي هذا السياق صرّح المستجوب رقم (4): "أن مواقع الشبكات الاجتماعية أتاحت لا فرصة التفاعل مع الجمهور والتعرف على آرائه من خلال التعليقات التي يتكونها على الصفحة الرئيسية الرسمية لموقع الجريدة على موقع فيسبوك كما أنه تساعدنا هذه المواقع على جلب أكبر عدد من القراء للموقع الالكتروني الرسمي للجريدة من خلال نشر هذه رابط الخبر على الصفحة الرسمية لجريدتنا حيث سبق وأن جلبت لنا صفحتنا على الفيسبوك 200 قارئ في أقل من دقيقة لخبر متعلق بالخدمة الوطنية، وعن مثال آخر من مجموع 467 قارئ لخبر على الموقع الالكتروني للجريدة، 350 قارئ زاروا الموقع من خلال الفيسبوك..."

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل مع زملاء العمل: يمتلك الصحفيون تمثّلات ايجابية جدا وقوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل مع زملاء العمل حيث بلّغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.19) وفي المرتبة الأولى. وهذا ما أكده العديد من الصحفيين المستجوبين الذي سجلوا في هذه المواقع من أجل التواصل مع زملائهم خاصة في المجال المهني، حيث يؤكد ذلك المستجوب رقم (5): "تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في الوصول إلى زملائي بأسرع وقت خاصة عندما يتعلق الأمر بخبر صحفي أو من أجل تبادل مصادر المعلومات فيما بيننا".

تساعد مواقع الشبكات الاجتماعية في الممارسة الصحفية: بيني الصحفيون تمثّلات قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة مساعدة في الممارسة الصحفية حيث بلّغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.93) في المرتبة الثالثة، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات بدءاً بإدماج تكنولوجيات المعلومات والاتصال ممثلة في الانترنت

وما أحدثته من تحولات في الممارسة الصحفية وصولاً إلى تطبيقات الويب 2.0 وما جاءت به من تغييرات خاصة على مستوى المضمون والمساهمة في ظهور أشكال صحفية جديدة كصحافة المواطن والصحافة التشاركية أين تحولت الممارسة الصحفية من الميدان إلى الفضاء الإلكتروني. (لتفاصيل أكثر أنظر الجزء الثاني من الفصل النظري).

تساعد مواقع الشبكات الاجتماعية الصحفي في نسج علاقات مهنية: بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.93) من أصل خمسة واحتلت المرتبة الرابعة من أصل عشرة. حيث لا يتعلق الأمر بزملائهم في نفس المؤسسة الصحفية بل حتى زملاء المهنة داخل وخارج الوطن حيث يتم التعاون فيما بينهم من أجل تبادل الأخبار والمصادر بينهم حيث صرح المستجوب رقم (8): " ساعدتني مواقع الشبكات الاجتماعية في التواصل مع صحفيين آخرين من أجل التعاون معهم وتبادل الأخبار والمعلومات والمصادر فيما بيننا...".

تساعد مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة شهرة الصحفيين: لا يمتلك الصحفيون أدنى تصور عن دور مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة شهرتهم حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.84) من أصل خمسة محتلاً المرتبة الأخيرة. يمكن إرجاع هذا إلى أنه أغلب الصحفيين لا يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية للتعريف بأنفسهم للجمهور بقدر ما يستخدمونها كأداة مساعدة في المهنة الصحفية فيما بينهم ويعود امتلاكهم هذا التمثل إلى التحولات التي شهدتها القطاع الإعلامي أين انتقل الكثير من صحفيي الصحافة المكتوبة الكفاء إلى القطاع السمعي البصري وولوج عدد كبير من الصحفيين الجدد إلى عالم الصحافة المكتوبة، كما أنه الاشتهار على مواقع الشبكات الاجتماعية يتطلب تواجد طويل المدى على الشبكات الاجتماعية من خلال مشاركة الصحفيين للجمهور تعاليق ومواضيع تهم الرأي العام المحلي والدولي وهذا ليس من

أولويات جمهور مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر والذي يتكون أغلبه من شباب ومراهقين يستخدمون هذه المواقع للتسلية والترفيه أكثر مما يستخدمونها للتثقف والإطلاع على اتجاهات الاعلاميين نحو القضايا الوطنية والدولية.

تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الاخبارية: يشكل الصحفيون تمثلات متوسطة عن مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة مساعدة في استكمال التغطية الاخبارية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.18) من أصل خمسة محتلا المرتبة التاسعة من أصل عشرة، ورغم أنه فكرة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الممارسة الصحفية خاصة بعد الثورات العربية التي حدثت في (تونس، مصر وليبيا...) أين كان يعتمد الصحفيون على المحتويات التي ينشرها المستخدمون على مواقع الشبكات الاجتماعية والتي ساعدتهم في استكمال التغطية الإخبارية للعديد من الأخبار وكمثال على ذلك الفيديوهات والصور التي وصلت إلى الصحفيين عن أحداث (سيدي بوزيد بتونس، ميدان التحرير بمصر...الخ) إلا أنه في الصحافة الجزائرية يختلف الأمر لأنه التحولات التي حدثت في الدول العربية المجاورة لم يحدث في الجزائر والتي دفعت بالصحفيين والإعلاميين إلى التوجه إلى مواقع الشبكات الاجتماعية لتغطية أحداث الربيع العربي وما شبهه من أحداث سياسية بعدما شددت الحكومات العربية وقتها على المؤسسات الإعلامية التقليدية كما أنه التملك التقني لمواقع الشبكات الاجتماعية من طرف الصحفيين الجزائريين لا يزال ضعيفاً.

تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصداقية في المعالجة الإخبارية: يمتلك الصحفيون تمثلاً ضعيفاً حول هذه الفكرة حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.27) من أصل خمسة محتلا المرتبة الثامنة من أصل عشرة، لأن استخدام الشبكات الاجتماعية في المهنة الصحفية لا يزال أمراً ابتدائياً بالنسبة للعديد من الصحفيين وخاصة بعد ما أحدثته هذه الشبكات الاجتماعية في توسيع نطاق انتشار العديد من الأخبار الكاذبة

والغير صحيحة لذلك ينقسم تمثل الصحفيين بين ما يعتبرها تهدد المصادقية في المعالجة الاخبارية وبين من لا يملك أدنى تصور عن هذا الموضوع.

تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية الموضوعية في المعالجة الإخبارية:

بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.31) من أصل خمسة محتلا المرتبة السابعة من أصل عشرة حيث جاءت تمثلاتهم عن هذا الموضوع ضعيفة كما التي قبلها وهذا يعود إلى عدم الاندماج التقني اجتماعي للصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية وكذا ضعف الخطاب الاعلامي عنها.

• المحور الثالث: عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية

10/جدول يوضح مواقع الشبكات الاجتماعية التي يمتلك فيها الصحفيين حسابا

شخصيا:

النسب %	التكرارات	مواقع الشبكات الاجتماعية المسجل فيها
89	178	فيسبوك
45	90	تويتر
41.5	83	غوغل +
21	42	لينكد إن
16.5	33	انستغرام
30	60	آخر

يعتبر موقع فيسبوك من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما لدى الصحفيين حيث قدرت نسبة الذين يستخدمونه منهم بـ 89% ويأتي تويتر في المرتبة الثانية بنسبة 45% وغوغل + في المرتبة الثالثة بنسبة 41.5% وتمثلت المواقع الأخرى في Viadeo، Youtube، وPinterest. يعتبر هذا منطقي مقارنة بإحصائيات استخدامات

مواقع الشبكات الاجتماعية في المجتمع الجزائري. حيث يشير التقرير العربي للإعلام الاجتماعي ASMR (Arab Social Media Report) الصادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية سنة 2014 أنه هناك أكثر من 135 مليون فرد يستخدم الإنترنت في 22 دولة عربية وأكثر من 71 مليون مستخدم نشط في مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الأكثر شعبية هو موقع فيسبوك بنسبة (91 %) يليه موقع Google+ بنسبة (69.63%)، يوتيوب (59.56%) ثم تويتر (57.35%) وأجاب أغلب المستجوبين أنه ليس لديهم حسابات في الشبكات الاجتماعية الأخرى.¹

11/ جدول يوضح مدة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من طرف الصحفيين:

النسب %	التكرارات	منذ متى وأنت تستخدم هذه المواقع؟
4.5	9	أقل من سنة
31	62	من سنة إلى ثلاث سنوات
47	94	من ثلاث سنوات إلى ست سنوات
17.5	35	أكثر من ست سنوات
100	200	المجموع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن نصف عينة البحث تستخدم إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية ما بين ثلاث إلى ست سنوات حيث قدرت نسبتهم بـ 47% وتأتي في المرتبة الثانية من يستخدمونها بين سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 31% وهذا يعود إلى عدة عوامل منها تاريخ ادماج الانترنت في المؤسسات الصحفية وفي المجتمع الجزائري وكذا بدايات انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية على الويب حيث يعود انتشار استخدام موقع "فيسبوك" في المجتمع الجزائري مع الأزمة الإعلامية التي شهدتها (الجزائر -

¹ ASMR, Op. Cit, p10.

مصر) عام 2009، أين اتجه الجمهور الجزائري وخاصة الإعلاميين إلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للرد على المصريين باعتبار أنه في ذلك الوقت لم تكن الجزائر تمتلك أي قنوات إعلامية خاصة حيث يصرّح المستجوب رقم (2): "كان لدي حساب على موقع فيسبوك لكنني لم أستخدمه كثيرا إلى غاية أزمة "مصر-الجزائر" عندما طُلب مني تقديم عن تعليقات المصريين عن المباراة التي جمعتهم بالجزائر".

12/ جدول يوضح متوسط الاستخدام اليومي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

متوسط الاستخدام اليومي	التكرارات	النسب %
أقل من ساعتين	38	19
من ساعتين إلى خمس ساعات	61	30.5
أكثر من خمس ساعات	58	29
غير منتظم	43	21.5
المجموع	200	100

يُعتبر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى الصحفيين الجزائريين نشاطاً يومياً رئيسياً حيث تراوحت نسبة الصحفيين الذي يستخدمون هذه المواقع يوميا ما 29% بالنسبة للذين يستخدمونها لأكثر من خمسة ساعات وبنسبة 30.5% بالنسبة للذين يستخدمونها بين ساعتين إلى خمس ساعات وقدرت ما نسبته 19 % للذين يمثل لهم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما ثانويا و 21.5% يستخدمونها استخداما غير منتظم، خاصة وأنه المؤسسة الصحفية اليوم أصبحت تجهز لكل صحفي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الانترنت.

13/ جدول يوضح هوية الحساب المستخدم من طرف الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية:

النسب %	التكرارات	هوية الحساب الذي تستخدمه على مواقع الشبكات الاجتماعية
76	152	هوية حقيقية
19.5	39	هوية مستعارة
4.5	9	نصف حقيقية
100	200	المجموع

يستخدم أغلب الصحفيين هوية حقيقية على مواقع الشبكات الاجتماعية حيث قدرت نسبتهم ب 76 % بينما قدرت نسبة الصحفيين الذين يستخدمون هوية مستعارة ب 19.5%، ويعتبر عامل استخدام الهوية الحقيقية عاملاً مساعداً في ممارسته المهنية حيث تساعده هويته الحقيقية من الوصول إلى مصادر الأخبار والتواصل مع الجمهور وكذا في سهولة التعرف على زملاءه في المهنة. وفي سؤالنا عن سبب استخدام هويات مستعارة عادت تبريرات الذين يستخدمون هوية مستعارة إلى عوامل سوسيو-ثقافية حيث كان أغلب مستخدمي الهويات المستعارة على مواقع الشبكات الاجتماعية من الإناث تجنباً للمشاكل والمضايقات، حفاظاً على الخصوصية وكذا للتعبير بحرية عن آرائهم.

14/ جدول يوضح ما طبيعة (الصفحات/الحسابات) التي يتابعها/ينضم إليها الصحفيين:

النسب %	التكرارات	ما طبيعة الصفحات التي تتابعها ؟
73	146	سياسية
47	94	اقتصادية
63	126	اجتماعية
75.50	151	إعلامية
46	92	رياضية
34.5	69	أخرى

تأتي الصفحات/الحسابات الإعلامية في المرتبة الأولى بالنسبة للصفحات الأكثر متابعة من طرف الصحفيين حيث قدرت نسبتهم بـ 75.50% وهذا راجع إلى اهتماماتهم الإعلامية ومتطلبات مهنتهم لما قد تنشره أو قد تضيفه هذه الصفحات الإعلامية إلى عملهم الصحفي، بينما تأتي الصفحات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 73% وهذا راجع إلى التحولات السياسية التي شهدتها العالم العربي وكذا الجزائر في الآونة الأخيرة بينما تحتل الصفحات الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 63% وتمثلت طبيعة الصفحات الأخرى والتي جاءت بنسبة 34.5% في صفحات ثقافية، دينية، ترفيهية.

15/ جدول يوضح طبيعة المحتوى الذي ينشره الصحفيين على حساباتهم/صفحاتهم الشخصية:

النسب %	التكرارات	طبيعة المحتوى الذي ينشره الصحفي:
71.5	143	نصوص
69.5	139	صور
47.5	95	فيديوهات
41	82	روابط ويب

يعتمد الصحفيون على نشر نصوص على حساباتهم الشخصية في المرتبة الأولى حيث قدرت نسبتهم بـ 71.5% حيث يعتبرونها كأداة مساعدة في التعبير عن أفكارهم وآرائهم الشخصية وكذا لسهولة كتابة النصوص للتعليق مثلا عن الأخبار العاجلة مقارنة بالصور أو الفيديوهات، وتأتي الصور في المرتبة الثانية بنسبة 69.5% بينما يعتمد ما نسبته 47.5% على الفيديوهات.

• المحور الرابع: مظاهر ادماج مواقع الشبكات الاجتماعية في الممارسة الصحفية.

16/ جدول يوضح استخدامات الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث الإطلاع والمتابعة:

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	الاستخدام الشخصي والمهني (الإطلاع والمتابعة)
مرتفعة	1	,70	2,59	المواضيع التي تحدث ضجة
مرتفعة	2	,64	2,54	منشورات الأصدقاء
مرتفعة	3	,71	2,50	الأخبار الآنية
مرتفعة	4	,81	2,42	منشورات صحفيين من مؤسستك
مرتفعة	5	,72	2,39	مواضيع تهم الرأي العام المحلي
مرتفعة	6	,72	2,35	مقالاتك الخاصة بك
مرتفعة	7	,79	2,33	مواضيع تهم الرأي العام العالمي
متوسطة	8	,76	2,27	حسابات/صفحات صحف عربية
" "	9	,85	2,20	حسابات/صفحات صحف وطنية محلية
" "	10	,80	2,17	منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية أجنبية
" "	11	,87	2,17	منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية وطنية
" "	12	,81	2,16	حسابات/صفحات صحف أجنبية
" "	13	,92	2,13	مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
" "	14	,86	2,04	حسابات/صفحات مؤسسات محلية
" "	15	,81	2,01	حسابات/صفحات مدونون هواة
" "	16	,89	1,95	حسابات/صفحات الفاعلين في الحياة السياسية
		0.79	2.26	المجموع

يتّضح لنا من خلال هذا الجدول تنوع ممارسات الإطلاع والمتابعة بين ممارسات رئيسية وأخرى ثانوية حيث تمثلت الأنشطة الرئيسية في: منشورات الأصدقاء بمتوسط حسابي قدره (2.54) من أصل ثلاثة واحتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية من أصل ستة عشر، متابعة مقالاتهم الخاص بهم (2.35)، متابعة الأخبار الآنية والمواضيع التي تحدث ضجة (2.59)، متابعة حسابات/صفحات صحف وطنية (2.20)، متابعة مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية (2.13) وكذا المواضيع التي تهم الرأي العام المحلي (2.39) والعالمي (2.33). بينما تتمثل الممارسات التي تشكل استخداما ثانويا بالنسبة إلى الصحفيين في: متابعة منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية أجنبية (2.17)، متابعة صفحات صحف عربية (2.27)، متابعة صفحات صحف أجنبية (2.16)، متابعة مدونون هواة (2.01)، متابعة الفاعلين في الحياة السياسية (1.95)، متابعة صفحات مؤسسات تجارية/خدمائية (2.04).

17/ جدول يوضح استخدامات الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث النشر والمشاركة:

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	الاستخدام الشخصي والمهني (النشر والمشاركة)
متوسطة	2	,78	2,23	المواضيع التي تحدث ضجة
متوسطة	3	,87	2,10	مواضيع تهم الرأي العام العالمي
متوسطة	5	,83	2,05	مواضيع تهم الرأي العام المحلي
متوسطة	6	,88	2,05	الأخبار الآتية
متوسطة	10	,88	1,96	منشورات صحفيون من مؤسستك
متوسطة	11	,93	1,96	مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
متوسطة	12	,93	1,91	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية عربية
متوسطة	13	,88	1,79	منشورات الأصدقاء
متوسطة	14	,92	1,78	مقالاتك الخاصة بك
متوسطة	15	,95	1,74	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية أجنبية
متوسطة	16	,96	1,71	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية وطنية
		0.89	1.97	المجموع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول الخاص باستخدامات النشر ومشاركة الصحفيين للمحتوى على مواقع الشبكات الاجتماعية وتنوعه بين الاستخدامات الرئيسية والثانوية حيث تمثلت الاستخدامات الرئيسية في: مشاركة المواضيع التي تحدث ضجة (2.23)، ومشاركة المواضيع التي تهم الرأي العام العالمي (2.10)، بينما تركزت

أغلب الممارسات في استخدامات ثانوية متمثلة في: نشر ومشاركة منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية أجنبية (1.74).

من خلال البيانات الظاهرة في الجدولين رقم (16) و(17) والخاصة بمظاهر استخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية من خلال المتابعة، الإطلاع، النشر والمشاركة: نرى بأنه الصحفي الجزائري يستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما مهنيا غير متخصص أي أنه يتراوح بين الشخصي والمهني أكثر منه مهني محظ حيث يهتم بما هو محلي وطني أكثر من العربي والدولي بحيث تنحصر جميع استخداماته في الإطلاع ومتابعة منشورات زملائه، متابعة مقالاته ومتابعة المواضيع التي تحدث ضجة لكن لم تتجاوز استخداماته هذا الإطار. وهذا راجع إلى حداثة التواجد الشبكي للصحفيين حيث يصرح أغلب المستجوبين أن استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية في بادئ الأمر كان منحصرا في استخدام شخصي ثم بدأت تتطور وتتغير هذه الاستخدامات بعد إضافة زملاء المهنة من ذات المؤسسة الصحفية ومن خارجها، حيث توصلت دراسة فرنسية قام بها مركز CREM أن هناك توازن في استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية بين المهني والشخصي حيث أجاب 50.1% من الصحفيين أنهم يستخدمون موقع فيسبوك استخداما متوازنا بين المهني والشخصي و49.4% يستخدمون تويتر لنفس الغرض ولا يستخدمون كلا من موقع غوغل+ وموقع لينكد إن.¹

كما يؤكد المستجوب رقم (1): "بداية استخدامي لمواقع الشبكات الاجتماعية كان شخصي ثم انتقلت إلى الاهتمام بالجانب المهني أكثر حيث بدأت أنشر مقالاتي الخاصة بي وذلك مقالات زملائي التي تعجبني، كما أطلع على مختلف ومقالات وكتابات الزملاء وكذلك أتبادل معلومات مع بقية الصحفيين...." ويصرح المستجوب

¹ Obweb, Op. Cit.

رقم (2) عن مظاهر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: ".أملك صفحة شخصية وأخرى مهنية خاصة بالعمود الصحفي الذي أكتبه لأتواصل مع القراء وأتفاعل معهم من أجل التعرف على آرائهم وانتقاداتهم وماذا ينتظرون مني؟". يضيف: ".90% من منشوراتي هي أشياء تخصني، كمجموعة من الأفكار، الآراء، الانتقادات وبعض التعليقات عن البرامج التلفزيونية أحيانا و5% أشارك منشورات أصدقائي أو أنشر ما يتعلق بالثقافة الجزائرية باعتبار أن اهتماماتي ثقافية وكذا احتواء صفحتي على أصدقاء غير جزائريون... هذا في حسابي الشخصي الذي أوازن فيها بين الاستخدام الشخصي والمهني أما الصفحة المهنية فلا أنشر إلا المواد التي أحررها والمتمثلة في العمود الصحفي الذي أكتبه". أما المستجوب رقم (3) فيعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية أداة للتواصل والمحادثة أكثر منها كأداة للنشر والمشاركة حيث يقول: "استخدم مواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة موقع فيسبوك من أجل التواصل مع زملائي في المهنة واستخدامي لهذا الموقع هو شخصي أكثر ولكن أحيانا أقوم بنشر مقالاتي الخاصة بي أو عرض الحوارات التي قمت بإعدادها وفي أحيان أخرى أنشر حتى المقالات التي رفضتها رئاسة التحرير..". حيث أثبتت دراسة مركز CREM أنه أغلب الصحفيين ينشرون مقالاتهم الخاصة بهم على موقع فيسبوك بشكل غير منتظم حيث قدرت نسبتهم 54.7% وينشر 53.5% منهم مقالاتهم الخاصة على موقع تويتر بشكل منتظم أما فيما يخص متابعة الأحداث الآنية فيقومون بهذا النشاط بشكل منتظم حيث بلغت نسبة الصحفيين الذين يقومون بذلك على موقع فيسبوك بـ 56.8% و74.3% على موقع تويتر.¹ نجد أنه تويتر يسجل استخداما مهنيا أكثر من موقع فيسبوك.

نلاحظ أنه هناك تذبذب وعدم انتظام وعدم استقرار في استخدام الصحفي لمواقع الشبكات الاجتماعية في الممارسة الصحفية وهذا راجع لعدة عوامل منها حداثة

¹ Obweb, Op. Cit.

الاستخدام المهني لمواقع الشبكات الاجتماعية وكذلك عدم وجود أي تشجيع من المؤسسات الصحفية الجزائرية لصحفييها في استخدام هذه المواقع ولم تنظم أي مؤسسة صحفية أي ندوة أو يوم دراسي عن دور هذه الشبكات الاجتماعية في المهنة الصحفية بل واتجهت بعض المؤسسات الصحفية إلى حظر استخدام هذه المواقع داخل المؤسسة الصحفية باعتبار أنها أصبحت أداة تلهي الصحفي عن مهنته وذلك لأن استخدام أغلب الصحفيين كان شخصي أكثر منه مهني وفي هذا السياق يصرح المستجوب رقم (6): "قامت مؤسستنا الصحفية بحجب موقع فيسبوك وكنا ضد قرار الحجب لكن هذا القرار لم يؤثر على أدائنا المهني"، وعلى العكس من ذلك نجد أنه في مؤسسات صحفية أخرى كان له تأثير حيث صرح المستجوب رقم (8): "...عندما قامت مؤسستنا الصحفية بحجب موقع فيسبوك عنّا أثر هذا سلبا على المقرئية على الموقع الالكتروني وكذلك على سحب النسخ الورقية وبالتالي اضطرت المؤسسة إلى التراجع عن قرارها هذا"، لأنه الصفحة الرسمية للجريدة على موقع فيسبوك هي من تقوم بنشر روابط الأخبار وهذا ما يجب عدد من القراء إلى الموقع الالكتروني للجريدة.

المحور الخامس: العلاقة بين مواقع الشبكات الاجتماعية والممارسة الصحفية:

18/ جدول يوضح مدى مساعدة مواقع الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي:

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	هل ساعدتك مواقع الشبكات الاجتماعية في:
متوسطة	1	,66	2,12	جمع الأخبار والمعلومات
متوسطة	2	,77	1,76	تحقيق السبق الصحفي
متوسطة	3	,85	1,73	الوصول إلى مصادر المعلومات
منخفضة	4	,96	1,33	تصحيح الأخبار والمعلومات
		0.81	1.73	المجموع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب الصحفيين لا يعتمدون دائما على مواقع الشبكات الاجتماعية سواء في عملية جمع الأخبار والمعلومات، تصحيح الأخبار والمعلومات، تحقيق السبق الصحفي أو الوصول إلى مصادر المعلومات حيث يعتبر اعتمادهم على مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارساتهم الصحفية نشاطا ثانويا حيث بلغت نسبة الصحفيين الذي يعتمدون على هذه المواقع في عملهم ب: جمع الأخبار والمعلومات بمتوسط حسابي بلغ (2.12) من أصل ثلاثة، تحقيق السبق الصحفي (1.76)، الوصول إلى مصادر المعلومات (1.73)، بينما لا يعتبر الصحفيون أن مواقع الشبكات الاجتماعية تساعدهم في تصحيح الأخبار والمعلومات (1.33)، يمكن إرجاع هذا إلى عدة عوامل من بينها:

_عدم وجود تشجيع من المؤسسة الصحفية على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في المهنة الصحفية حيث لم يتم تنظيم أي ندوة و يوم دراسي بخصوص هذا الموضوع رغم أهميته وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية.

_عدم احترافية الصحفي في استخدامه لمواقع الشبكات الاجتماعية بما يساعد المهنة الصحفية والاكتفاء باستخدامها كأداة اتصال من أجل إجراء حوارات ومقابلات صحفية أو التعاون مع صحفيين من أجل تبادل المعلومات والمواد الصحفية أين أصبح العمل الصحفي عمل شبكي أكثر منه ميداني.

_انعدام ثقة الصحفي في حسابات بعض الشخصيات العامة على مواقع الشبكات الاجتماعية بسبب الاستخدام الشائع لحسابات مستعارة في المجتمع العربي وخاصة الجزائري (لعوامل سوسيو-ثقافية) والتي تنتهك أحيانا هوية شخصيات اجتماعية وتقدم تصريحات باسمها وكذلك تأخر استخدام خدمة (توثيق الحسابات) عربيا من طرف إدارة مواقع الشبكات الاجتماعية للشخصيات العامة وهذه الخدمة أتى بها موقع تويتر منذ ظهوره ونظرا لنجاحها تم اقتباسها من طرف مواقع شبكات اجتماعية أخرى مثل

(فيسبوك، انستغرام) لكن في وقت متأخر جدا مقارنة بتويتر ومع غياب تويتر عن اهتمامات المستخدم الجزائري خاصة وغياب هذه الخدمة عن موقع فيسبوك جعل الكثير من الصحفيين لا يثقون في ما ينشر من أخبار ومعلومات على حسابات أو صفحات الشخصيات العامة.

19/ جدول يوضح علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بشهرة الصحفي:

النسب %	التكرارات	مواقع الشبكات الاجتماعية والشهرة
27.5	55	زادت كثيرا
53.5	107	زادت قليلا
19	38	لم تزد شيئا
100	200	المجموع

يتّضح من خلال هذا الجدول أنه ما نسبته 53.5% من الصحفيين يرون أن مواقع الشبكات الاجتماعية زادت قليلا في شهرتهم والتعريف بهم، بينما يرى ما نسبته 27.5% من الصحفيين أن مواقع الشبكات الاجتماعية زادت كثيرا في شهرتهم وهذا يعود إلى مدى كفاءة الصحفيين في ادماج استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في مجالهم المهني حيث يتضح أنه الصحفيون الذين ينتمون إلى المؤسسات الصحفية الكبرى ساعدتهم هذه المواقع في الشهرة وعلى العكس من ذلك لم تؤثر هذه المواقع في شهرة الصحفي الذي ينتمي إلى المؤسسات الصحفية الصغرى وهذا حسب تصريحاتهم.

20/ جدول يوضح علاقة مواقع الشبكات بالممارسات الصحفية التقليدية:

النسب %	التكرارات	هل ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أثرت في الممارسات الصحفية التقليدية:
76.5	153	على مستوى الحصول على الأخبار
68	136	على مستوى النشر والتوزيع
60.5	121	على مستوى معالجة الأخبار

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن ما نسبته 76.5% من الصحفيين يرون بأن مواقع الشبكات الاجتماعية أثرت في الممارسة الصحفية التقليدية على مستوى عملية الحصول على الأخبار، ويرى 68% من الصحفيين أنه كان لهذه المواقع تأثيراً على مستوى النشر والتوزيع (أي نشر الأخبار وتوزيعها)، و60.5% منهم يرون أنه كان لها تأثير على مستوى معالجة الأخبار. أي أنه أغلب الصحفيين يرون أنه كان لمواقع الشبكات الاجتماعية الأثر في إحداث بعض التغييرات والتحولات على الممارسة الصحفية التقليدية وهذا ما أثبتته الكثير من الدراسات أما عن السؤال الخاص بالتأثيرات التي حدثت على مستوى آخر فتمحورت الإجابات حول ضرورة هذه المواقع التشبيكية في الممارسة الصحفية حيث أصبح الاعتماد عليها من طرف الصحفيين إلزامي حيث أصبح أغلب الصحفيون ينتظرون المادة الصحفية من مواقع الشبكات الاجتماعية والاكتفاء بانتقائها ومعالجتها كما أتاحت الفرصة للصحفيين بالتفاعل مع جمهور القراء والتعرف على آرائهم أي أنه تأثيرها كانت على المستوى الاتصالي أين انتقل من أحادي الاتجاه (من القائم بالاتصال إلى الجمهور) إلى ثنائي الاتجاه، وعلى مستوى الممارسة من البحث عن المعلومات والأخبار الآنية إلى الانتقاء والمعالجة.

الاختبارات الاحصائية:

تمهيد:

بالاعتماد على برنامج الحقيبة الاحصائية الاجتماعية (SPSS) في نسخته 17.0 سنحاول في هذا الجزء تحليل نتائج الدراسة وفق بعض المتغيرات التي نفترض أن تتسبب في فروق احصائية ذات دلالة وتتمثل هذه المتغيرات في: النوع، الخبرة المهنية، طبيعة الوظيفة، طبيعة المؤسسة الصحفية، لغة المؤسسة الصحفية، بغية التأكد من الفروض الإحصائية التالية:

1/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في التمثلات حسب متغير "النوع" عند مستوى معنوية "0.05".

2/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في التمثلات حسب متغير "طبيعة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية "0.05".

3/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في التمثلات حسب متغير "طبيعة الوظيفة" الذي يشغله الصحفي عند مستوى معنوية "0.05".

4/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في الاستخدامات (الخاصة بالإطلاع والمتابعة) حسب متغير "طبيعة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية (0.05).

5/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في الاستخدامات (الخاصة بالإطلاع والمتابعة) حسب متغير "لغة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية "0.05".

6/ توجد فروق معنوية دالة احصائيا في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير "الخبرة المهنية" عند مستوى معنوية "0.05".

7/ توجد فروق معنوية دالة احصائياً في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير "طبيعة المنصب" عند مستوى معنوية "0.05".

وذلك من خلال الاعتماد على مجموعة من الاختبارات الاحصائية والمتمثلة في:¹

_تعريف اختبار ت: (T_Test) هو اختبار لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطين.

_تعريف اختبار تحليل التباين الأحادي: (One Way Anova): ويستخدم فيه النسبة الفائية (F) لحساب الفرق المعنوي بين مجموعتين أو أكثر.

_معامل ارتباط بيرسون: (Pearson Correlation coefficient) وهو يعبر عن كمية ودرجة العلاقة، بهدف ايجاد الثبات والعلاقة الارتباطية بين التمثلات الاجتماعية التي يبنها الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية واستخداماته لهذه المواقع.

أولاً: محور التمثلات التي يبنها الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية

جدول رقم (21):

*الفرض الإحصائي 1: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً في التمثلات حسب متغير "النوع" عند مستوى معنوية "0.05".

التمثلات	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	النسب الفائية F	درجة الحرية Df	مستوى دلالة T
ف9/ تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصدقية في المعالجة الاخبارية	ذكر	109	3,42	1,03	2,02	1,88	198	,044
	أنثى	91	3,09	1,22	1,99		177,63	,048

¹يسرى خالد ابراهيم، وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2012، ص244.

بهدف معرفة الفرق في التمثلات الاجتماعية التي يشكلها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية بين نوعي (الإناث والذكور) يتّضح لنا من خلال الجدول رقم (21) أنه هناك فروقاً معنوية فيما يخص الفقرة رقم 9 والتي نصها: (تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصادقية في المعالجة الإخبارية) حيث نجد أن مستوى دلالة (ت=0.04) جاء أصغر من مستوى الدلالة (0.05) وعند درجة حرية (198) وهي دالة إحصائية لصالح الذكور بمتوسط حسابي (3.42) أكبر من المتوسط الحسابي عند الإناث. أما باقي الفقرات فلم نجد فيها فروق معنوية دالة بين الإناث والذكور حيث يمكن الإطلاع على نتائج باقي الفقرات في الملاحق، ويتّضح لنا أن الذكور هم الأكثر اعتماداً على مواقع الشبكات الاجتماعية في معالجة الأخبار علماً أنه مواقع الشبكات الاجتماعية هي بمثابة المرجع اليومي للكثير من الصحفيين في الحصول على الأخبار لكن يبقى لها تأثير على مستوى المصادقية باعتبار أنه ليس كل ما ينقله ويتناقله مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية صحيحاً.

جدول رقم (22):

*الفرض الإحصائي 2: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً في التمثلات حسب متغير "طبيعة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية "0.05".

مستوى دلالة ت	Df درجة الحرية	قيمة F	قيمة T	إ.م	ح.م	ن	ط.م.ص	التمثلات المشكلة عن مواقع الشبكات الإجتماعية
0,00	198	6,49	-3,48	1,16	3,07	26	عمومية	ف1/تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدراً للأخبار بالنسبة لي
0,00	29,84		-2,92	,91	3,77	174	خاصة	
0,00	198	1,64	-2,79	1,20	2,61	26	عمومية	ف8/تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الاخبارية
0,01	31,45		-2,59	1,09	3,26	174	خاصة	

بهدف معرفة الفرق في التمثلات الاجتماعية التي يشكلها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية حسب متغير طبيعة المؤسسة الصحفية (عمومية خاصة) يتضح لنا من خلال الجدول رقم (22) أنه هناك فروقاً معنوية في الفقرات التالية:

الفقرة 1: والتي نصها (تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدراً للأخبار بالنسبة لي) حيث جاء مستوى دلالة (ت=0.00) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية الخاصة بمتوسط حسابي =3.77.

الفقرة 8: والتي نصها (تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الاخبارية) حيث جاء مستوى دلالة (ت=0.00) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية الخاصة بمتوسط حسابي =3.26.

وهذا يعني أن صحفيي المؤسسات الصحفية الخاصة هم الأكثر اعتمادًا على مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للحصول على الأخبار وهذا يعود إلى أمر مهم جدا مقارنة بالمؤسسات الصحفية الحكومية هو أنه المؤسسات الخاصة يسعى دائما صحفييها إلى اعتماد ما هو جديد في مجال الممارسة الصحفية وكذلك لإثبات أنفسهم لمصلحة مؤسستهم الصحفية حتى تحتل مكانة عند جمهور القراء ومنه تحتل مكانتها أيضا في سوق الاشهار على العكس من ذلك المؤسسات الصحفية العمومية تكون دائما مدعمة ماديا من طرف جهات رسمية. ونفس الأمر ينطبق على تمثلات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية على أنها أداة مساعدة في استكمال التغطية الإخبارية وليس شرطاً أن يكون ذلك من خلال صفحات أو حسابات على مواقع الشبكات الاجتماعية وإنما بالاعتماد على التشبيك مع زملاء المهنة.

الجدول رقم (23):

*الفرض الاحصائي³: توجد فروق معنوية دالة إحصائيا في التمثلات حسب متغير "طبيعة المنصب" الذي يشغله الصحفي عند مستوى معنوية "0.05".

طبيعة المنصب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية Df	قيمة F	دلالة Sig ف.
رئيس قسم	37	36,45	7,10	5	1,39	,22
صحفي دائم	134	36,27	5,67	194		
صحفي مؤقت	20	33,10	6,37	199		
رئيس تحرير	4	37,25	7,04			
صحفي متعاون	1	41,00				
مراسل صحفي	4	39,00	1,15			
المجموع	200	36,09	6,04			

يهدف معرفة الفرق في التمثلات الاجتماعية التي يشكلها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعة المنصب الذي يشغله الصحفي يتضح لنا من خلال الجدول رقم (23) أنه لا توجد فروقاً معنوية حيث نجد أن مستوى دلالة $F=0.22$ جاء أكبر مستوى الدلالة (0.05).

ثانياً: محور الاستخدامات المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم (24):

*الفرض الإحصائي 4: توجد فروق معنوية دالة إحصائية في الاستخدامات (الخاصة بالإطلاع والمتابعة) حسب متغير "طبيعة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية (0.05).

Sig. (2-tailed)	درجة الحرية	قيمة F	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة المؤسسة الصحفية	الاستخدام الشخصي والمهني (الإطلاع والمتابعة)
.01	198	3,51	-2,37	,56	2,19	26	عمومية	ف/3 الأخبار الآتية
,00	38,40		-2,85	,72	2,54	174	خاصة	

يهدف معرفة الفرق في الاستخدامات (الخاصة بالإطلاع والمتابعة) التي يشكلها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية حسب متغير "طبيعة المؤسسة الصحفية" (عمومية_خاصة) يتضح لنا من خلال الجدول رقم (32) أنه هناك فروقاً دالة إحصائية في الفقرة 3 والتي نصها (الأخبار الآتية) حيث جاء مستوى دلالة (ت=0.01) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية الخاصة بمتوسط حسابي يساوي (2.54). حيث يتبين لنا من خلال هذه البيانات أنه صحفيي المؤسسات الصحفية الخاصة يطلعون ويتابعون الأخبار الآتية على مواقع الشبكات الاجتماعية أكثر من صحفيي المؤسسات العمومية وهذه نتيجة اهتمام الصحفيون في المؤسسات الخاصة بتوسيع فضاء تواجدهم الواقعي والإلكتروني لضمان انتشار أوسع ومكانة أكبر على ساحة المنافسة أكثر من صحفيي المؤسسات العمومية الذين يتلقون دعم المؤسسات الحكومية وبالتالي تجدهم لا يبحثون عن سبل جديدة لفرض أنفسهم.

الجدول رقم (25):

*الفرض الإحصائي 5: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً في الاستخدامات (الإطلاع والمتابعة) حسب متغير "لغة المؤسسة الصحفية" عند مستوى معنوية "0.05".

الاستخدام الشخصي والمهني (الإطلاع والمتابعة)	لغة المؤسسة الصحفية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	قيمة F	درجة الحرية	Sig. (2- tailed)
ف3/ الأخبار الآنية	العربية	159	2,57	,59	3,12	22,6	198	,00
	الفرنسية	41	2,19	1,00	2,33	9	47,56	,02
ف8/ حسابات/صفحات صحف وطنية محلية	العربية	159	2,14	,87	-1,98	,45	198	,04
	الفرنسية	41	2,43	,74	-2,18		71,03	,03
ف11/ مدونون/صحفيون هواة	العربية	159	1,94	,84	-2,24	,21	198	,02
	الفرنسية	41	2,26	,67	-2,56		75,68	,01

بهدف معرفة الفرق في الاستخدامات (الخاصة بالإطلاع والمتابعة) التي يشكلها الصحفيون عن مواقع الشبكات الاجتماعية حسب متغير لغة المؤسسة الصحفية (لغة عربية_ لغة فرنسية) يتّضح لنا من خلال الجدول رقم (24) أنه هناك فروقاً معنوية في الفقرات التالية:

الفقرة 3: والتي نصها (الأخبار الآنية) حيث جاء مستوى دلالة (ت=0.00) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية التي الصادرة جرائدها باللّغة العربية بمتوسط حسابي(2.57) حيث يتبين لنا أن المؤسسات الصحفية العربية تهتم بمتابعة الأخبار الآنية أكثر من المؤسسات الصحفية

التي تصدر باللّغة الفرنسية وهذا لأنه الصحف الجزائرية الصادرة بالفرنسية عادة لها مصادرها الخاصة التي تعتمد عليها من وكالات و صحف أجنبية خاصة الفرنسية منها والتي كثيرًا ما تتناول الشأن الجزائري على العكس من المصادر العربية فرغم كثرتها إلا أنها تفتقد للمصداقية لذلك يجد الصحفي نفسه مجبر لتتبع ما هو آني على مواقع الشبكات الاجتماعية.

الفقرة 8: والتي نصها (حسابات/صفحات صحف وطنية محلية) حيث جاء مستوى دلالة $t=0.04$ وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية الصادرة جرائدها باللّغة الفرنسية بمتوسط حسابي (2.43).

الفقرة 11: والتي نصها (مدونون/صحفيون هواة) حيث جاء مستوى دلالة $t=0.02$ وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 198 لصالح المؤسسات الصحفية الصادرة جرائدها باللّغة الفرنسية بمتوسط حسابي =2.26.

نجد أنه من خلال هذه البيانات أن المؤسسات الصحفية الصادرة باللّغة الفرنسية يهتم صحفييها بمتابعة حسابات/صفحات الصحف الوطنية المحلية وكذا يهتمون بمتابعة المدونون الهواة وهذا لأنه هذه المصادر بالنسبة لهم هي مصادر ثانوية لمتابعة ما يحدث على الصعيد الوطني المحلي وكذا من أجل التعرف على الرأي العام المحلي من خلال ما يكتبه الهواة والمدونون على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (26):

*الفرض الإحصائي 6: توجد فروق معنوية دالة إحصائية في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير "الخبرة المهنية" عند مستوى معنوية "0.05".

بهدف معرفة الفرق في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير "الخبرة المهنية" يتّضح لنا من خلال الجدول رقم (26) أنه هناك فروقاً معنوية في الفقرة رقم (9):

استخدامات (النشر والمشاركة)	الخبرة المهنية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	F	sig
ف9/ مواضيع تهمة الرأي العام المحلي	3_1	61	2,22	,69	3 196	4,22	,00
	6_3	51	2,15	,78			
	9_6	44	2,06	,94			
	9 فما فوق	44	1,68	,88			
	المجموع	200	2,05	,83			

الفقرة 9: والتي نصها (مواضيع تهمة الرأي العام المحلي) حيث جاء مستوى دلالة (ف=0.00) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 3 بين المجموعات ودرجة حرية 196 داخل المجموعات، للفتة الأولى من الصحفيين والذين تتراوح خبرتهم بين سنة إلى ثلاث سنوات بمتوسط حسابي (2.22)، أي أنه الصحفيين الجدد في المهنة الصحفية هم الأكثر نشرًا ومشاركةً للمواضيع التي تهمة الرأي العام المحلي فكل صحفي مبتدئ يسعى إلى فرض نفسه محليًا في مجاله من خلال التعرض للمواضيع التي تهمة مجتمعه محليًا والتعرف على آرائه من خلال تفاعله معهم.

جدول رقم (27):

*الفرض الإحصائي 7: توجد فروق معنوية دالة إحصائياً في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير "طبيعة الوظيفة" عند مستوى معنوية "0.05".

Sig	F	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة الوظيفة	استخدامات (النشر والمشاركة)
,045	2,322	5 194	,91	1,78	37	رئيس قسم	ف1/ منشورات الزملاء
			,88	1,68	134	صحفي دائم	
			,73	2,30	20	صحفي مؤقت	
			,81	2,00	4	رئيس تحرير	
			.	2,00	1	صحفي متعاون	
			,57	2,50	4	مراسل صحفي	
		,88	1,79		المجموع		
,041	2,362	5 194	,76	2,24	37	رئيس قسم	ف8/ مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
			,95	1,95	134	صحفي دائم	
			,94	1,60	20	صحفي مؤقت	
			,95	2,25	4	رئيس تحرير	
			.	,00	1	صحفي متعاون	
			,50	1,75	4	مراسل صحفي	
		,93	1,96		المجموع		

بهدف معرفة الفرق في الاستخدامات (الخاصة بالنشر والمشاركة) حسب متغير طبيعة الوظيفة (رئيس قسم، صحفي دائم، صحفي مؤقت، رئيس تحرير، صحفي

متعاون، مراسل صحفي) يتّضح لنا من خلال الجدول رقم (27) أنه هناك فروقاً معنوية في الفقرات التالية:

الفقرة 1: والتي نصها (منشورات الزملاء) حيث جاء مستوى دلالة (ف=0.04) وهو أصغر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية 5 ما بين المجموعات و194 داخل المجموعات لصالح المراسلين الصحفيين بمتوسط حسابي(2.50) حيث يهتم المراسلون الصحفيون بمشاركة منشورات الزملاء فيما بينهم أكثر من أي صحفيين آخرين وهذا لأنه مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت بمثابة الرابط الذي يجمع بينهم لما لها دور في تسهيل عملية تبادل وتناقل الأخبار فيما بينهم.

الفقرة 8: والتي نصها (مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية) حيث جاء مستوى دلالة (ف=0.04) وهو أصغر من مستوى الدلالة(0.05) عند درجة حرية 5 ما بين المجموعات و194 داخل المجموعات لصالح رؤساء التحرير بمتوسط حسابي(2.25) ويتضح لنا من خلال هذه البيانات أنه رؤساء التحرير هم الأكثر اهتماماً بمشاركة المواضيع التي تهتم المادة الصحفية وبالتالي توجيه بقية الصحفيين إلى المواضيع الأكثر أهمية والأكثر حاجة إلى المعالجة.

قياس معامل الارتباط بين متغيري التمثلات والاستخدامات:

جدول رقم (28): يمثل درجة الارتباط بين التمثلات والاستخدامات "الخاصة بالإطلاع والمتابعة":

معامل الارتباط	التمثلات	لاستخدامات (الإطلاع والمتابعة)
التمثلات	معامل ارتباط بيرسون	<u>1</u> - ,01
	Sig (2-tailed)	,82
	العدد	200
الاستخدامات (الإطلاع والمتابعة)	معامل ارتباط بيرسون	<u>1</u> - ,01
	Sig (2-tailed)	,82
	العدد	200

جدول رقم (29): يمثل درجة الارتباط بين التمثلات والاستخدامات "الخاصة بالنشر والمشاركة":

معامل الارتباط	التمثلات	لاستخدامات (الإطلاع والمتابعة)
التمثلات	معامل ارتباط بيرسون	<u>1</u> - ,09
	Sig (2-tailed)	,16
	العدد	200
الاستخدامات (النشر والمشاركة)	معامل ارتباط بيرسون	<u>1</u> - ,09
	Sig (2-tailed)	,16
	العدد	200

200	200	العدد	
-----	-----	-------	--

يتضح لنا من خلال الجدولين رقم (28) و(29) أنه هناك علاقة طردية قوية بين التمثلات والاستخدامات حيث جاءت قيمة معامل الارتباط $r=1$ ، وهي دالة على أنه هناك ارتباط قوي بين المتغيرين بحيث أنه كلما كانت التمثلات التي يشكلها الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية قوية كلما زادت وتنوعت استخداماته لها مقارنة بالتمثلات والاستخدامات. حيث تؤكد سوسيولوجيا الاستخدام على دور التمثلات في تشكل الممارسات، كما تؤكد أيضا على دور التمثلات في تحديد عدم الاستخدام، حيث توجد في ذهن المستخدم دائما تمثلات ايجابية تسمح بتشجيع استخدام تكنولوجيات ما وبالمقابل يمكن أن توجد تمثلات سلبية يتولد عنها عدم الاستخدام.¹ فكما تكون عليه التمثلات تكون عليه الاستخدامات بعدها فيؤثر كثيرا الخطاب التمثلاتي الذي يشكله أي فرد سواء من بيئته أو من وسائل الاعلام التي يتابعها على استخداماته الاجتماعية لتقنية ما.

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص78.

تشجيع الدراسة

نتائج الدراسة:

بعد تحليل الجداول وتفسيرها توصلنا إلى جملة النتائج التي سوف نقوم بتقسيمها حسب المتغيرات أولاً ومن ثم وضع استنتاجات لكل محور من المحاور المطروحة في دراستنا مسبقاً:

أولاً: متغير النوع

في هذا المتغير يظهر تفوق الذكور على الإناث في تمثلاتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية كأداة تهدد المصداقية في المعالجة الإخبارية بينما لم يعط أي دلالة إحصائية بالنسبة لبقية الفقرات الخاصة بمحور التمثلات.

ثانياً: متغير طبيعة المؤسسة الصحفية

في هذا المتغير يظهر تفوق صحفيي المؤسسات الصحفية الخاصة على نظيرتها العمومية في تمثلاتهم عن مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وكأداة مساعدة في استكمال التغطية الإخبارية بينما لم يعط أي دلالة بالنسبة للفقرات الأخرى التابعة للتمثلات. كما أظهر المتغير ذاته تفوق المؤسسات الصحفية الخاصة في الاستخدامات المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية على نظرائهم في القطاع العمومي خاصة في الإطلاع ومتابعة الأخبار الآنية.

ثالثاً: متغير طبيعة الوظيفة الصحفية

هذا المتغير لم يعط أي دلالة إحصائية بالنسبة للتمثلات التي يشكلها الصحفيين عن مواقع الشبكات الاجتماعية بينما أعطى دلالة إحصائية بالنسبة للاستخدامات المهنية الخاصة بنشر ومشاركة الصحفيين لمنشورات زملاء المهنة ومشاركتهم كذلك للمواضيع

التي تتعلق بالمادة الصحفية على مواقع الشبكات الاجتماعية أين تفوق في الأولى المرسلون الصحفيون وتفوق في الثانية رؤساء التحرير على بقية زملائهم.

رابعاً: متغير لغة المؤسسة الصحفية

_ هذا المتغير يظهر تفوق صحفيو المؤسسات الصحفية الصادرة باللّغة الفرنسية على صحفيي الصحف الصادرة باللّغة العربية في الاستخدامات المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية والخاصة بمتابعة الصحف الوطنية وكذا متابعة صفحات المدونون والهواة بينما يظهر تفوق صحفيو الصحف الصادرة باللّغة العربية في متابعة الأخبار الآنية على مواقع الشبكات الاجتماعية.

خامساً: متغير الخبرة المهنية

_ هذا المتغير يظهر تفوق الصحفيون المبتدئون على الذين لديهم خبرة أكثر من 3 سنوات في استخداماتهم المهنية والمتمثلة في نشر ومشاركة المواضيع التي تهم الرأي العام المحلي على مواقع الشبكات الاجتماعية.

*ننتقل الآن إلى الجزء الثاني من نتائج الدراسة والخاص بالإجابة عن تساؤلات الدراسة:

أولاً: التمثلات التي يبنها الصحفي الجزائري عن مواقع الشبكات الاجتماعية

_ الخطاب المجتمعي هو الأكثر تأثيراً في تمثّلات الصحفي عن مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أجاب ما نسبته 63.5% من الصحفيين الجزائريين بأن الخطاب المجتمعي هو المصدر لتمثّلاتهم.

_ يبني الصحفيون الجزائريون تمثّلات قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية في كونها أداة تواصلية مهمة في المهنة الصحفية حيث يعتبرونها أداة مهمة في التواصل مع

زملائهم وفضاء مهم للتفاعل معهم حيث جاءت احتلت هذه التمثلات في المراتب الأولى.

يحمل الصحفيون الجزائريون تمثلات مألوفة عن مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها أداة مساعدة في الممارسة الصحفية من ناحية الوصول إلى مصادر المعلومات مصدر للأخبار ومن ناحية اعتبارها كمصدر للأخبار واحتلت هذه التمثلات المراتب الثانية.

يحمل الصحفيون تمثلات غير مألوفة عن مواقع الشبكات الاجتماعية في لا تهدد كلاً من المصداقية والموضوعية في الممارسة الصحفية.

يشكل الصحفي الجزائري تمثلات ضعيفة عن مواقع الشبكات الاجتماعية في كونها أداة مساعدة في اتسكال التغطية الاخبارية.

لا يملك الصحفي الجزائري أي تمثلات عن مواقع الشبكات الاجتماعية في كونها تزيد من شهرة الصحفي حيث جاء هذا التمثل في المرتبة الأخيرة.

ثانياً: عادات وأنماط استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

يعتبر موقع "فيسبوك" من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً لدى الصحفيين حيث يستخدمه ما نسبته 89% من الصحفيين الجزائريين.

يعتبر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ممارسة يومية رئيسية في الحياة اليومية للصحفيين الجزائريين.

يستخدم أغلب الصحفيين هوية حقيقية على مواقع الشبكات الاجتماعية حيث قدرّت نسبتهم بـ 76%.

تأتي الصفحات/الحسابات الإعلامية على موقع "فيسبوك" في المرتبة الأولى بالنسبة للصفحات الأكثر متابعة من طرف الصحفيين الجزائريين.

يعتمد الصحفيون الجزائريون في استخداماتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية على نشر النصوص والصور أكثر من أي وسيط آخر.

ثالثاً: الاستخدامات المهنية لمواقع الشبكات الاجتماعية من طرف الصحفيين الجزائريين:

تتنوع ممارسات الصحفيين الجزائريين فيما يخص الإطلاع والمتابعة على المحتوى الشبكي بين ممارسات رئيسية وأخرى ثانوية حيث تمثلت الأنشطة الرئيسية في: المواضيع التي تحدث ضجة، منشورات الأصدقاء، الأخبار الآنية، منشورات زملائهم في المؤسسة الصحفية، المواضيع التي تهم الرأي العام المحلي والعالمي. وتمثلت الاستخدامات الثانوية في: متابعة حسابات/صفحات صحف وطنية، متابعة مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية، متابعة منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية أجنبية، متابعة صفحات صحف عربية، متابعة صفحات صحف أجنبية ، متابعة مدونون هواة، متابعة الفاعلين في الحياة السياسية وكذا متابعة صفحات/حسابات مؤسسات تجارية/خدمائية.

تمثلت أغلب الممارسات لخاصة بالنشر والمشاركة لدى الصحفيين الجزائريين على مواقع الشبكات الاجتماعية في استخدامات ثانوية تمثلت أهمها في: مشاركة المواضيع التي تحدث ضجة، المواضيع التي تهم الرأي العام المحلي والعالمي، والأخبار الآنية.

رابعاً: علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالممارسة الصحفية.

أغلب الصحفيون الجزائريون لا يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية سواء في عملية جمع الأخبار والمعلومات، تحقيق السبق الصحفي أو الوصول إلى مصادر المعلومات حيث يعتبر اعتمادهم على مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارساتهم الصحفية نشاطاً ثانوياً كما أنهم لا يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية في تصحيح الأخبار والمعلومات.

_ لا يعتقد الصحفيون الجزائريون أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد ساهمت في التعريف بهم حيث يجيب ما نسبته 53.3% منهم بأنها زادت قليلاً فقط في شهرتهم.

يرى الصحفيون الجزائريون أن مواقع الشبكات الاجتماعية أثرت في الممارسة الصحفية التقليدية على مستوى عملية الحصول على الأخبار. كما يروا بأنه كان لهذه المواقع تأثيراً على مستوى النشر والتوزيع (أي نشر الأخبار وتوزيعها) وكذلك على مستوى معالجة الأخبار.

خاتمة

خاتمة:

لقد اتضح لنا من خلال الفصول النظرية المعروضة سابقاً، دور الويب 2.0 وتطبيقاته الاجتماعية في احداث مجموعة من التغيرات والتحويلات الاتصالية والإعلامية حيث حولت هذه التطبيقات الالكترونية الاتجاه الخطي الأحادي في العملية الاتصالية إلى اتصال ذو اتجاهين فلم يعد المستقبل يتلقى فقط المعلومات من طرف المرسل سواء في العملية الاتصالية الشخصية أو القائم بالاتصال في العملية الاتصالية الجماهيرية وإنما أصبح هناك تبادل في الأدوار والوظائف من خلال ما أتاحتها هذه التكنولوجيات المعلوماتية الجديدة وأصبح الفرد يلعب دوري المرسل والمستقبل في نفس الوقت، فلم يعد الاتصال من واحد إلى واحد أو من واحد إلى الكل كما هو الوضع في الويب 1.0 بل أصبح من الكل وإلى الكل كما توضح مع تطبيقات الويب 2.0.

هذا الدور جعل من الويب فضاء لتناقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار بين المستخدمين مما جعلهم يساهمون في اغناء واثراء المحتوى الرقمي الالكتروني خاصة من خلال استخداماتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية التي أصبحت فضاء يرتاده جميع أفراد المجتمعات الغربية والعربية وأصبحت هذه المواقع التشبيكية هي المبلّغ الأول للأخبار والمعلومات عن القضايا والأحداث وبدأت تأخذ شيئاً فشيئاً وظيفة الصحافة التقليدية ولم تستثنى هذه المواقع الالكترونية تواجد الصحفي في الفضاء الشبكي هذا حيث قام هذا الأخير بالاستفادة من هذه الشبكات الاجتماعية ليس في تلقي المعلومة وإنما بعرض موادها الصحفية والتفاعل مع جمهور القراء حولها كما وفرت له هذه المواقع امكانية التعرف على الأحداث المحيطة ببيئته وحتى البعيدة عنها فما كان عليه إليه انتقاءها ومعالجتها وفق ما يتوافق واهتماماته الصحفية.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على العلاقة التي تربط الصحفيون الجزائريون بمواقع الشبكات الاجتماعية من خلال مقارنتي التمثلات والاستخدامات والتي تعتبر مقاربات سوسيولوجية_سيكولوجية أدمجت حديثاً في دراسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال. حيث كان لمواقع الشبكات الاجتماعية حضوراً لافتاً في حياة الأفراد المستخدمين للانترنت بشكل عام ولتطبيقاتها الاجتماعية بشكل خاص بداية من سنة 2004 في الدول الغربية وسنة 2008 في الدول العربية أين أثرت هذه التطبيقات الالكترونية في الكثير من المجالات الحياتية والمهنية وخاصة الإعلامية منها أين أضفت عليها الكثير من التغييرات والتحولات التي مست جوانب مهمة في الممارسة الصحفية التقليدية بدءاً بمرحلة الحصول على الأخبار ومعالجتها إلى نشرها وتوزيعها. وليس هذا فقط بل ساعدت هذه التطبيقات في ظهور ممارسات صحفية ووظائف جديدة في مجال الصحافة التي يبدو أن قد شكل عنها الصحفيين تمثلات مألوفة تتجسد من خلال استخداماتهم لهذه التطبيقات في مجالهم المهني.

ارتكزنا في معالجتنا لإشكالية بحثنا على مقارنتي التمثلات والاستخدامات الاجتماعية بغية التعرف على أهم الأفكار والمعلومات والآراء التي يحملها الصحفيون الجزائريون العاملون في قطاع الصحافة المكتوبة عن مواقع الشبكات الاجتماعية والتي أصبحت في عصرنا هذا مصدراً للأخبار وأداة مساعدة في التعرف على آراء جمهور القراء والتفاعل معهم حول مواضيع متنوعة ومختلفة تهم الرأي العام المحلي والدولي. وكذلك بغية الكشف عن أهم الممارسات اليومية الرئيسية والثانوية التي يقوم بها الصحفي الجزائري على مواقع الشبكات الاجتماعية لمعرفة درجة ادماج هذه التطبيقات في الممارسة الصحفية من خلال دراسة استخدامات الإطلاع، المتابعة، النشر ومشاركة المحتويات الرقمية بين الصحفيين المستخدمين لهذه المواقع حيث اعتمدنا من أجل الوصول إلى هذه المعلومات على مجموعة من الأدوات المنهجية البحثية كالاستبيان

بغية الحصول على البيانات الكمية المتعلقة بموضوع دراستنا والمقابلة للحصول على المعلومات الكيفية التي تسمح لنا بفهم وتفسير موضوع الدراسة. كما بحثنا في العلاقة التي أصبحت تربط الممارسة الصحفية بمواقع الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المستويات تتعلق بجمع الأخبار، معالجتها، نشرها وتوزيعها وعلى مستوى تحقيق السبق الصحفي أيضا محاولين الإلمام بجميع جوانب هذا الموضوع.

استنتجنا من خلال هذه الدراسة أنه تمثّلت الصحفيين عن مواقع الشبكات الاجتماعية تتراوح بين القوية والضعيفة حيث بدت لنا أنه الصحفي الجزائري يحمل تمثّلات قوية عن مواقع الشبكات الاجتماعية في بعدها الاتصالي أكثر من تمثّلها لها كأداة مستخدمة في الممارسة الصحفية ومع ذلك تبقى استخداماته لها متذبذبة وغير مستقرة في مجاله المهني حيث أنه يهتم الصحفي الجزائري بمتابعة محيطه وزملاء مهنته على المستوى المحلي أكثر من المحيط الصحفي العربي أو الأجنبي وكذا مشاركة منشورات الصحف المحلية الوطنية دون العربية والأجنبية أما على مستوى ادماج هذه المواقع في الممارسة الصحفية فلا يزال أغلب الصحفيون الجزائريون لا يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية في عمليتنا جمع أو تصحيح الأخبار والمعلومات.

غير أن هذه النتائج التي توصلنا إليها تحتاج إلى مزيد من البحث والتمحيص. ونأمل أن تكون نتائج هذه الدراسة منطلقاً لبحوث أخرى أكثر شمولية وأكثر دقة، فحقل الاستخدامات والتمثّلات وكذا مواقع الشبكات الاجتماعية لا يزال خصبا في الدراسات الاعلامية والاتصالية الحديثة ولا يزال يحتاج إلى المزيد من التفكير والبحث لتحقيق تراكم معرفي مهم حوله يسمح بفهم أفضل لما تليه من تغيّرات وتحولات تكنولوجية وممارساتية على المهنة الصحفية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع والمصادر:

1/باللغة العربية:

القواميس والمعاجم

- 1_العبد الله، مي ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، دار النهضة العربية، 2014، ط1.
- 2_ابن منظور، لسان العرب، تحقيق: خالد رشيد القاضي، الجزائر، دار الأبحاث، 2008، ط1، ج12.
- 3_دورون، رولان، بارو، فرانسواز، تر: فؤاد شاهين، موسوعة علم النفس، المجلد الثالث (Q_Z)، بيروت، منشورات عويدات، 1997، ط1.

الكتب:

- 1_أبو يوسف، ايناس ، استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة المعلومات الانترنت كمصدر من مصادر المعلومات، دراسة منشورة في كتاب جماعي (بحوث في الصحافة المعاصرة)، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000
- 2_ابراهيم، يسرى خالد، وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 3_ابراهيم، مروان عبد المجيد ، أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، عمان، مؤسسة الوراق، 2000.
- 4_الحَمَّامِي، الصَّادِق ، الميديا الجديدة (الابستمولوجيا والاشكاليات والسياقات)، منوبة، المنشورات الجامعية بمنوبة، 2012، ط1.

- 5_ الخيفي، طارق سيدأحمد ، معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي-عربي)، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008، ط1.
- 6_ العبد الله، مي، نظريات الاتصال، لبنان، دار النهضة العربية، 2010، ط2.
- 7_ القندلجي، عامر إبراهيم ، الإعلام والمعلومات والإنترنت، عمّان، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، 2013. _المقدادي، خالد غسان يوسف ، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013،
- 8_ اللّبان، شريف درويش ، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني، القاهرة، دار العالم العربي، 2011، ط1
- 9_ انجرس، موريس ، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، الجزائر، دار القصة للنشر، 2006، ط2.
- 10_ بخيت، السيد ، الصحافة والإنترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000، ط1.
- 11_ بدر، أحمد ، الميديا الجماهيرية والإنترنت بين السياسة والتكنولوجيا، القاهرة، الدار المصرية السعودية، 2010.
- 12_ بن محارب، سعد المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، الكويت، جداول، 2011، ط1 .
- 13_ بن نبي، مالك ، تر: عبد الصبور شاهين، ميلاد مجتمع (شبكة العلاقات الاجتماعية)، الجزائر، دار الفكر، 1986، ط3.
- 14_ جيلمور، دان ، تر: نفين نور الدين، الإعلام (أساس الصحافة من الجميع و من أجل الجميع)، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2009.

- 15_ حامد، خالد ، مدخل إلى علم الاجتماع، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2012، ط.2
- 16_ خطاب، أمل محمد ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و دورها في تطوير الأداء الصحفي، القاهرة، دار العالم العربي، 2010، ط.1
- 17_ دليو، فضيل ، الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 18_ دوركايم، إميل ، تر: محمود قاسم والسيد محمد بدوي، قواعد المنهج في علم الاجتماع، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
- 19_ رزاقى، عبد العالي ، المهنة صحفي محترف (قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية)، الجزائر، دار هومة، 2013.
- 20_ سكوت، جون ، تر: محمد عثمان، علم الاجتماع (المفاهيم الأساسية)، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2009، ط.2.
- 21_ صابر، فاطمة عوض ، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي: الاسكندرية، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002، ط.1.
- 22_ صادق، عباس مصطفى ، الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، الاردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ط.1.
- 23_ عبد الحميد، محمد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ط.1.
- 24_ عبد الحميد، محمد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1993.

25_ عبيدات، محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات): عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ط2.

26_ عزي، عبد الرحمن، بومعيزة السعيد، الإعلام والمجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، الجزائر، الورسم للنشر والتوزيع، 2010.

27_ عطوي، جودت عزت ، أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، ادواته، طرقه الإحصائية)، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.

28_ عليان، رحي مصطفى ، غنيم، عثمان محمد ، أساليب البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008.

29_ فلوري، لوران ، تر:محمد علي مقلد، ماكس فيبر، لبنان، دار الكتاب الجديد، 2008

30_ مخلوف، بوكروح ، التلقي في الثقافة والإعلام، الجزائر، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، 2011.

31_ مصباح، عامر ، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011، ط2.

المقالات العلمية:

1_ أحمد، جلول، الجموعي، مومن بكوش ، التصورات الاجتماعية-مدخل نظري-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع6، أبريل 2014

2_ الحمامي، الصادق ، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الاعلام والعصر الاماراتية، سبتمبر 2013، متوفر على:

[http://www.arabmediastudies.com/file/ethics%20and%20social%](http://www.arabmediastudies.com/file/ethics%20and%20social%20media.pdf)

[20media.pdf](http://www.arabmediastudies.com/file/ethics%20and%20social%20media.pdf)، شوهد يوم: 2014/01/15، 19:10 سا.

- 3_ الجندوبي، المهدي ، كيف غير الإعلام أساليب العمل الصحفي، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد51/52، تونس، 2008.
- 4_ الراوي، بشرى جميل ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير (مدخل نظري)، الباحث الاعلامي، بغداد، ع18.
- 5_ الزرن، جمال ، البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، بغداد، الباحث الاعلامي، ع17، 2012.
- 6_ الزرن، جمال ، صحافة المواطن: "المتلقي عندما يصبح مرسلًا"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد51/52، منوبة، تونس، 2010.
- 7_ العياضي، نصر الدين ، الشباب في دولة الامارات والإنترنت" مقارنة للتمثلات والاستخدامات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع8، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، 2012.
- 8_ بوخنوفة، عبد الوهاب ، الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، ع2، تونس، 2007 .
- 9_ رابح، صادق ، إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، 2010.
- 10_ عبدلي، أحمد ، الاستخدام الاجتماعي لكتولوجيا الاتصال (الانترنت نموذجا: مقارنة نظرية)، مجلة العلوم الإجتماعية، ع6، جانفي، 2014_ فليشي، باتريس ، الاتصال... تراكم الوقائع وأوهام الحتمية، تر: نصر الدين العياضي، مجلة الرافد الإماراتية، ع189، 2013.
- 11_ مثاني، رضا ، الإعلام الجديد وتوطين المعرفة في المنطقة العربية: الحلقة المفقودة، الحكمة للدراسات الاتصالية والاعلامية، ع28، 2015.

12_ مجاهد، أماني جمال ، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، العدد8، السعودية، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، 2010.

مذكرات ورسائل التخرج:

1_الرعود، عبد الله ممدوح مبارك ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

2_بوخنوفة، عبد الوهاب ، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007.

3_ تكلال، سميرة ، الانترنت وبناء الحقائق الاجتماعية لدى الشباب المراهق: (دراسة استطلاعية على عينة من الشباب المراهق في الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010-2011 .

4_رداف، نصيرة ، تصورات الشباب الجزائري للاختيار للزواج عن طريق الاعلانات الصحفية: (دراسة تحليلية لمضامين جرائد: أحلام، كونتاكت و les nouvelles confidences)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009-2010 .

5_هارون، مليكة ، الاتصال في أوساط الشباب في ظل تكنولوجيات الاعلام والاتصال، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004-2005.

مؤتمرات وملتقيات دولية:

1_ التركيب، معز ، تمثلات واستعمالات الطلبة لتكنولوجيات المعلومات (المدونات نموذجاً)، أشغال الملتقى الدولي (الشباب الاتصال والميديا)، مطبعة سانباكات، تونس، أيام 14 و 15 و 16 أفريل، 2010.

2_ العيفة، جمال ، صحفيو الإعلام الجديد، الاستثمار في فضاءات اشمل، أشغال الملتقى الدولي: "صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال (مثال الدول العربية والإفريقية أفريل 2011)، تونس، 2014.

3_ النجار، حسن رضا ، تكنولوجيا الاتصال(المفهوم و التطور)، أبحاث المؤتمر الدولي "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد"، البحرين، 7-9 ابريل 2009.

4_ بن زروق، جمال ، تأثير التكنولوجيات الحديثة على الممارسة الصحفية، أشغال الملتقى الدولي بتونس 23/24 أفريل 2009، (أخلاقيات الممارسة المهنية في عالم عربي متحول).

5_ بوخنوفة، عبد الوهاب ، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: (محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات)، أشغال الملتقى الدولي (الشباب الاتصال والميديا)، مطبعة سانباكات، تونس، أيام 14 و 15 و 16 أفريل. 2010.

6_ صادق، عباس مصطفى ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الاعلام الجديد (من فانفر بوش الى نيكولاس نيغرويونتي)، أبحاث المؤتمر الدولي "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد"، البحرين، 7-9 ابريل 2009.

7_ مثناني، رضا ، أخلاقيات الممارسة الصحفية في زمن الثورة الرقمية، أشغال الملتقى الدولي، تونس 23-24 أفريل 2009، (أخلاقيات الممارسة الصحفية في عام عربي متحول).

8_ نبيح، أمينة ، المدونون العرب بين الصحافة البديلة والتعبير الحر، أشغال الملتقى الدولي: "صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال (مثال الدول العربية والإفريقية أفريل 2011)، تونس، 2014.

Références:

1_Ben Affana, Synda, Communication et internet :(une étude de l'appropriation sociale d'une technologie), thèse présenté pour l'obtention de philosophie doctora (PhD) en communication et santé, Université de laval, Québec, 2008 .

2_Bévort, Evelyne, Bréda, Isabelle et autres, Les jeunes et internet (Représentations, usages et appropriations), Synthèse international de la recherche, Clemi, 2003.

3_Bonardi, Christine & Roussiau, Nicolas, Les représentations sociales, Paris, Dunod, 1999.

4_Bourdeloie, Hélène, Retour sur quelques notions-clé de la sociologie des usages des TIC : le cas des cédéroms de musée, <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdelo.pdf>, Vu le: 18/04/2014, 17 :58h.

5_Cucchi, Alain et Fuhrer, Chantal, Capital social et usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) : Une analyse par les réseaux sociaux, Management & avenir, 5 (N45), 2011.Alex Mucchielli, La psychologie sociale, Paris, Hachette, 1994.

6_Ferjani, Riadh, La construction sociale des technologies de l'information et de la communication, Revue tunisienne de communication, N37/38, décembre2001, Manouba .

7_Fischer, Gustave-Nicolas, Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, , Paris, Dunod, 1987.

8_Hammami, Sadok, Thiery de Smedt et autres, Technologies de l'information et de la communication, Discours, Représentations et Pratiques, Manouba, L'institut de la presse et des sciences de l'information, 2006.

9_Goliot-lété, Anne et autres, Dictionnaire de l'image, Paris, Vuibert, 2ème éd, 2008.

- 10_Grawitz, Madeline, **Lexique des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 2004 .
- 11_ Jin, Minjung, **Le journalisme amateur à l'ère d'internet : Illusion populaire ou nouvel espace de liberté d'expression ?**, **Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication**, université panthéon-Assas, paris, 2012.
- 12_Jouet, Josiane, **Retour critique sur la sociologie des usages**, Réseaux, 2000, vol 18, N100, p500, http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235, Vu le : 02/07/2012, 21 :42h.
- 13_Kayser-Bril, Nicolas, **Quelle place pour la presse en ligne à l'heure du web 2.0 ?**, Mémoire de fin d'étude, institut d'études politiques de Lille, section économie et finance, Lille, 2007
- 14_Le Coadic, Yves F., **Usages et usagers de l'information**, Paris, Nathan, 1997.
- 15_Lo Monaco, Grégory et Lheureux, Florent, **Représentations sociales: (théorie du noyau central et méthodes d'étude)**, Revue électronique de psychologie sociale, N1, 2007 .
- 16_Millerand, Florence, **Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Composite, (V98,1), 2008, http://composite.org/v1/98.1/articles/ntic_1.htm, p4, Vu le : 01/06/2012, 18 :43h.
- 17_Millerand, Florence, **Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Composite, V99.1, 2008, 2ème partie, http://composite.org/v1/99.1/articles/ntic_2.htm, p4, 09/08/2015, 00 :25h.
- 18_Millerand, Florence, **l'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique ?**, Thèse présentée à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Ph.D en communication, Département de communication, faculté des arts et des sciences, Université de Montréal, Montréal, 2003 .
- 19_Moscovici, Serge, **Psychologie sociale**, Paris, PUF, 1984, p367.
- 20_Musso, Pierre, **Usages et imaginaires des TIC : La friction des fictions**, l'évolution des cultures numériques, FYP éditions, 2009 .

21_Najar, Ridha, **Nouvelles technologies et journalisme : métiers en mutations**, Revue Tunisienne de Communication, N43, Janvier/Juin 2004, Manouba.

22_Obweb, **Enquête sur les usages des réseaux sociaux par les journalistes français**, <http://obsweb.net/lab/2012/05/14/enquete-sur-les-usages-des-reseaux-sociaux-par-les-journalistes-francais/>, Vu le : 04/12/2012, 22 :49H.

23_Perriault, Jacques, **La logique de l'usage (essai sur les machines à communiquer)**, , Paris, L'harmattan, 2008 .

24_Proulx, Serge, **Penser les usages des TIC aujourd'hui : (enjeux, modèles, tendances)**, en Lise Vieira et Nathalie Pinède, éd, Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, T1, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, 2005.

25_Proulx, Serge, **Une lecture de l'oeuvre de Michèl de Certeau : l'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers**, Vol15, N2, Université de Laval, éditions St-Martin, Montréal .

26_Serfaty-Garzon, Perla, **L'appropriation**, www.perlaserfaty.net/texte4.htm, Vu le :04/01/2013, 18 :30,

27_Zouari, Khaled, **Lecture communicationnelle de l'usage et de l'appropriation de la presse électronique au maghreb comme innovation socio-technique**, Revue tunisienne de communication, N46, décembre2006, Tunis .

References :

- 1_Albarraan. B, Alan, **The social media industries**, United Kingdom, Rutledge, 2013.
- 2_Anderson, Paul, **What is Web 2.0?. Ideas, Technologies and Implications for education**, JISC:Technology and Standards Watch, June 19, Bristol: JISC. Retrieved , 2007
- 3_Ascley, Alan, **Security risks in social media technologies (safe practices in public service applications)**, United kingdom, Chandors publishing, 2013.
- 4_ASMR, **The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region**, p1, <http://www.mbrsg.ae/getattachment/ff70c2c5-0fce-405d-b23f-93c198d4ca44/The-Arab-World-Online-2014-Trends-in-Internet-and.aspx>, Seen in: 24/11/2014, 19:23H.
- 5_Beer, David, Burrows, Roger, **Sociology and, of and in web 2.0**: Some initial considerations, <http://www.socresonline.org.uk/12/5/17.html>, seen in 18/02/2015, 19:44h.
- 6_Benkler, Yochain, **The wealth of networks (How social production transforms markets and freedom)**, USA, Yale university press, 2006.Boyd, M. Danah & B.Ellison, Nicole, **Social network sites, Definition History and scholarship**, Journal of computer –mediated-communication, 13 ,International communication association , 2008
- 7_Brown, Leonard, **The social networking handbook**: Everything you need to know about social networking, USA, Tebbo, 2011.
- 8_Bullas, Jeff , **22 Social Media Facts and Statistics You Should Know in 2014**, <http://www.jeffbullas.com/2014/01/17/20-social-media-facts-and-statistics-you-should-know-in-2014/>, Seen in: 08/02/2014, 18.21H.
- 9_Constantinides, Efthymios & J. Founta, Stefan in, Web 2.0 (Conceptual foundations and marketing issues), Journal of direct data and digital marketing practice, Vol9, N3, IDM, 2008.

10_Clyde Mitchel? James, **Social networks in urban situations, (Analyses of personal relationships in central african towns)**, Oxford, The university press, 1971.

11_Ebersback, Anja & others, **Wikiweb collaboration**, Berlin, Springer, 2008, 2ed.

12_Ellison.B, Nicole, **Cultivation social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital process**, Journal of Computer-Mediated Communication, 19, International communication association, , 2014.

13_Fuchs, Christian, **Internet and society (Social theory in the information age)**, New York, Rutledge. 2008, p102

14_Fuchs, Christian, **Social Media (A critical introduction)**, London, Sage, 2014.

15_Fuchs, Christian, **New Media, web2.0 and surveillance**, Sociology compass, (5/2), Blackwell Publishing Ltd , 2011.

16_Fuchs, Christian, **Information and communication technologies and society (A contribution to the critique of the political economy of the internet)**, European journal of communication, 24(1), Sage, 2010.

17_Fuchs, Christian, **Social networking sites and the surveillance society**, A critical case study of the usage of studiVZ, Facebook, and Myspace by students in Salzburg in the context of electronic surveillance, Austria, Forschungsgruppe Unified Theory of Information, 2009 .

18_Han, Sam, **Web 2.0 (Media and Technology in the information age)**, London, Rutledge, 2011.

19_Gane, Nicholas & Beer, David, **The new media (key concepts)**, Oxford, Berg, 2008

20_Gardner, Jessica, **Blogs, Wikis and Official statistics: New perspectives on the use of web 2.0 by statistical offices**, Statistical Journal of the IAOS, 25, IOS Press, 2008Matti Auvien? Ari, **Social media: (The new power of political influence)**, , Centre for European Studies , version1.0, p4, <http://issuu.com/centreforeuropeanstudies/docs/kansio-digital-democracy-final-en/1>, seen in: 22/12/2013, 16:41H.

21_Gillmor, Dan, **We the media (Grassroots journalism by the people, for the people)**, USA, O'Reilly, 2006.

22_Guille, Adrien, Hacid, Hakim & others, **Information diffusion in online social networks**, Sigmod Record 42, 2, Version1, 2013

Grabowicz, Paul, **Transition to digital media**, <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/digital-transform/>, Seen in: 29/12/2014, 12:38H.

23_Governor, James, Hinchcliffe, Dion & Nickull, Duane, **Web2.0 architectures**, USA, O'reilly media, 2009.

24_Glaser, Mark, **The rise of global free speech in the digital age**, USA, PBS Media Shift, 2013.

25_Greenhown, Christine and all, **Web2.0 and classroom research: What path should we take now?**, American educational researcher association & Sage, 38, Sage, 2009.

26_Grossek, Gabriele & others, **Academic perspectives on microblogging**, Social media and the new academic environment, (Pedagogical challenges), USA, IGI, 2013.

27_Knocke, David & Yang, Song, **Social Network Analysis (Quantitative applications in the social sciences)**, London, N154, Sage, 2nd edition, 2008.

28_Lin, Nan, **Social Capital: A theory of social structure and action**, Cambridge, Cambridge university press, 2001.

29_Livingstone, Sonia, Bober, Magdalena & others, **Active participation or just more information?, Information, communication and society(Young people's take-up of opportunities to act and interact on the Internet)**, Information, Communication & Society, Vol8, No. 3, LSE, 2005.

30_Long, M.Sarah, **Exploring Web 2.0: The Impact of Digital Communications Technologies on Youth Relationships and Sociability**, Sociology student scholarship, Submitted to the Department of Sociology of Occidental College in partial fulfillment of the requirements for the degree of Bachelor of Arts, 2010, http://scholar.oxy.edu/sociology_student/2/?utm_source=scholar.oxy.edu%2Fsociology_student%2F2&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages, Seen in: 09/02/2015, 23:23h.

- 31_Musser, John, O'Reilly, Tim & others, **Web 2.0 (principles and best practices)**, USA, O'Reilly Media, 2007.
- 32_ Myers, Greg, **The discourse of blogs & wikis**, New York, Ken hyland, 2010.
- 33_Novielli, Nicole & Marczak, Sabrina, **Social network analysis for global software engineering, (exploring relationship from a fine Grained level)**, 8th international conference pn global software engineering, Italy, August 2013, ICGSE, 2013.
- 34_Papacharissi, Zizi & Oliviera, Maria de Fatima, **The rhythms of news storytelling on twitter Coverage of the January 25th Egyptian uprising on Twitter)**, Journal of communication, Paper presented at the world association for public opinion research conference, Amsterdam, September 2011.
- 35_Pescosolodo.A, Bernice, **the sociology of social networks**, http://www.uk.sagepub.com/leonguerrero4e/study/materials/reference/05434_socnet.pdf, seen in : 11.05.2015, 02.43H.
- 36_Prell, Christina, **Social network analysis (History, theory and methodology)**, London, Sage, 2012 .
- 37_Rayward, Boyd, **European modernism and the information society**, USA, Ashgate publishing company, 2008.
- 38_R.Bunt, Gary, **IMuslims : Rewriting the house of Islam**, USA, The university of north Carolina press, 2009.
- 39_Swedeberg, Richard, **Economics and Sociology**, USA, Princeton university press.
- 40_Steinfeld, Charles & all, **Online social network sites and the concept of social capital**, , New York, Frontiers in new media research, Routeldge, 2012.
- 41_Terranova, Tiziana, **Securing the social: Foucault and social networks**, In Sophie Fuggle, Yari Lanci and Martina Mazzioli (eds) Foucault and the History of Our Present, 2015, Houndsmill, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- 42_Warlick, David, **Classroom blogging: A teacher's guide to blogs, wikis & others tools that are shaping new information**, North Carolina, Raleigh, 2007.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات:

الصفحة	الموضوع	الرقم
6	الاطار المنهجي	1
7	اشكالية الدراسة والتساؤلات	2
17	أهمية الدراسة	3
18	أسباب اختيار الموضوع	4
20	أهداف الدراسة	5
20	منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	6
29	مجتمع الدراسة والعينة	7
31	التحديد الإجرائي لمفاهيم الدراسة	8
33	عرض الدراسات السابقة	9
62	الفصل الثاني: الإطار النظري	10
64	سوسيولوجيا الويب 2.0	11
65	الويب 2.0، مساءلة مفاهيمية	12
65	تعريف الويب 2.0	13
67	الويب 2.0 كأداة اتصالية	14
69	الويب 2.0 كأداة تسويقية	15
71	الويب 2.0 والمسألة التقنية	16

71	المستوى التقني للويب 2.0	17
72	الفرق التقني بين الويب 1.0 والويب 2.0	18
74	أدوات الويب الاجتماعي	19
76	المدونات الإلكترونية Blogs	20
81	مواقع التأليف الحر Wikis	21
83	مواقع مشاركة الملفات File Sharing Websites	22
85	مواقع التدوين المصغر Microblogging Sites	23
86	اجتماعية الويب الاجتماعي	24
88	المعرفة كحقيقة اجتماعية	25
89	الويب من المعرفة إلى الاتصال	26
90	الويب من الاتصال إلى المشاركة	27
92	جنيالوجيا الشبكات الاجتماعية	28
92	مفهوم الشبكات الاجتماعية	29
92	في المفهوم التقليدي	30
96	في المفهوم الحديث	31
98	تاريخ مواقع الشبكات الاجتماعية	32
100	المرحلة الأولى: من 1995 إلى 2000	33
101	المرحلة الثاني: من 2000 إلى 2006	34

106	3 أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية	35
107	خصائص الشبكات الاجتماعية	36
110	مواقع الشبكات الاجتماعية والرأسمال الاجتماعي	37
110	تعريف الرأسمال الاجتماعي	38
112	أشكال الرأسمال الاجتماعي	39
116	الممارسة الصحفية في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية	40
117	الصحفي وتكنولوجيات المعلومات والاتصال	41
118	التعريف الاصطلاحي والقانوني للصحفي	42
120	تعريف تكنولوجيات المعلومات والاتصال	43
123	التحول التقني والموضوعاتي في الممارسة الصحفية	44
123	على المستوى التقني	45
128	على المستوى الموضوعاتي	46
130	أشكال الممارسات الصحفية الجديدة	47
132	صحافة تقليدية بممارسات جديدة	48
141	صحافة المواطن	49
146	الصحافة التشاركية أو التساهمية	50
146	موقع (OhMyNews) نموذجا	51
148	موقع (AgoraVox) نموذجا	52

151	التمثّلات وسوسيولوجيا الاستخدامات	53
154	التمثّلات الإجماعية - المفاهيم والمقاربات -	54
154	مفهوم التمثّلات الإجماعية	55
155	التمثّلات الاجتماعية في المعنى السوسيولوجي	56
156	التمثّلات الاجتماعية في المعنى السيكولوجي	57
157	التمثّلات الاجتماعية في المعنى الفلسفي	58
158	2 تاريخ تطور مفهوم التمثّلات الاجتماعية	59
158	من المنظور السوسيولوجي	60
159	من المنظور الأنثربولوجي	61
160	من منظور علم النفس الإجماعي	62
161	خصائص التمثّلات الإجماعية	63
161	على مستوى البناء	64
162	على مستوى المضمون	65
163	وظائف التمثّلات الاجتماعية	66
163	Fonction de savoir وظيفة المعرفة	67
164	Fonction identitaire وظيفة الهوية	68
165	Fonction d'orientation وظيفة التوجيه	69
165	Fonction de justification وظيفة التبرير	70

166	سيرورة التمثلات الاجتماعية	71
167	L'objectivation التوضيح	72
168	L'ancrage الترسيع	73
169	المقاربة البنائية للتمثلات الاجتماعية	74
169	La théorie du noyau centrale نظرية النواة المركزية	75
170	Le système centrale النظام المركزي	76
170	Le système périphérique النظام المحيطي	77
172	سوسيولوجيا الاستخدامات	78
<hr/>		
172	مفهوم الاستخدام الاجتماعي	79
176	الاستخدام والمفاهيم المجاورة	80
181	ثلاث تمثلات عن استخدام التقنيات	81
183	نشأة سوسيولوجيا الاستخدام	82
185	Michel de Certeau مساهمة "ميشال دو سرتو	83
187	Jacques Perriault "جاك بريولت" في منطق الاستخدام	84
189	Josiane Jouet "جوزيان جوي" مراجعة نقدية لسوسيولوجيا الاستخدام	85
190	البناء الاجتماعي للاستخدامات	86
190	Le paradigme diffusionniste البراديجم الانتشاري	87
193	La construction sociale des البناء الاجتماعي للمبتكرات	88

	innovations	
198	L'appropriation des objets techniques تملك الأدوات التقنية	89
	techniques	
201	Le déterminisme technique الحتمية التقنية	90
205	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	91
206	عرض البيانات والتعليق عليها	92
206	التحليل الكمي والكيفي للبيانات	93
249	نتائج الدراسة	94
255	خاتمة	95
259	قائمة المصادر والمراجع	96
	الملاحق	97

الملك الحق

ملحق رقم (1): وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: وسائل الاعلام والمجتمع

استمارة استبيان حول:

"تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية"

-دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين-

*المشرف الرئيسي:

د/بوعمامة العربي

*صاحبة البحث:

-بن عمار سعيدة خيرة

بعد التحية والتقدير،

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي أكاديمي للتحضير لأطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال موجهة إلى جميع الصحفيين الجزائريين الذين يشتغلون في الصحافة المكتوبة الجزائرية و الذين يستخدمون موقع من مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، غوغل +...الخ)، فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها بوضع علامة (X) أمام الاجابة التي تراها مناسبة.

ملاحظة: المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2015/2014

المحور الأول: البيانات العامة

س1: الجنس: ذكر

أنثى

س2: السن: 21- 29

30- 39

40-49

50 فما فوق

س3: ما هو المنصب الذي تشغله في هذه المؤسسة؟

رئيس قسم صحفي دائم صحفي مؤقت

رئيس تحرير صحفي متعاون مراسل صحفي

منصب آخر

أذكره

س4: منذ متى و أنت تشتغل في قطاع الصحافة ؟

من سنة إلى 3 سنوات من 3 سنوات إلى 6 سنوات

من 6 سنوات إلى 9 سنوات ، أكثر من 9 سنوات

س5: إلى أي قسم صحفي تنتمي؟

قسم الأخبار الدولية ، قسم الأخبار الوطنية ، قسم الأخبار

المحلية/الجهوية

آخر

أذكره

س6: ما طبيعة المؤسسة الصحفية التي تعمل بها؟

عمومية خاصة

س7: ما هي اللغة التي تصدر بها الصحيفة؟

اللغة العربية ، اللغة الفرنسية

المحور الثاني: التمثلات التي يشكلها الصحفي عن مواقع التواصل الاجتماعي

س8: كيف تعرفت على مواقع التواصل الاجتماعي؟

عن طريق الأصدقاء و الزملاء ، عن طريق أفراد العائلة ، عن طريق

وسائل الاعلام

مصادر أخرى أنكرها
.....

س9: كيف تتمثل مواقع الشبكات الاجتماعية ؟

أعارض بشدة	أعارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	س9: كيف تتمثل مواقع التواصل الاجتماعي ؟
					تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لي مصدرا للأخبار
					تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة أسرع للوصول إلى مصادر المعلومات
					تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لي فضاء للتفاعل مع الجمهور
					تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل مع زملاء العمل و تبادل الاخبار و المعلومات و الاراء معهم
					تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة مهنتي
					تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في نسج علاقات مهنية
					تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة شهرتي
					تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في استكمال التغطية الاخبارية
					تهدد مواقع التواصل الاجتماعي المصداقية في المعالجة الاخبارية
					تهدد مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعية في المعالجة الإخبارية

المحور الثالث: عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي

س10: في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التالية تملك حساب شخصي فيها؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة واحدة)

فيسبوك تويتر غوغل+ ليكندإن انستغرام

آخر أذكره

س11: منذ متى بدأت تستخدمه؟

أقل من سنة ، من سنة إلى ثلاث سنوات

من ثلاث سنوات إلى ست سنوات ، أكثر من ست سنوات

س12: ما هو متوسط استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم؟

أقل من ساعتين من ساعتين إلى خمس ساعات

أكثر من خمس ساعات ، غير منتظم

س13: ما هوية الحساب الذي تستخدمه في مواقع التواصل الاجتماعي؟

هوية حقيقية ، هوية مستعارة هوية نصف حقيقية

-إذا كنت تستخدم هوية مستعارة، لماذا؟

.....
.....
.....

س14: ما طبيعة (الصفحات/الحسابات) التي تتابعها/تتضم إليها؟ (يمكنك اختيار

أكثر من اجابة واحدة)

سياسية ، اقتصادية ، اجتماعية ، إعلامية

رياضية ، أخرى

س15: ما طبيعة المحتوى الذي تنشره على (حسابك/صفحتك) الشخصي(ة)؟

(يمكنك اختيار أكثر من اجابة واحدة)

نصوص ، صور ، فيديوهات ، روابط ويب

المحور الرابع: مظاهر ادماج مواقع الشبكات الاجتماعية في الممارسة الصحفية

س16: المتابعة والاطلاع على المحتويات الرقمية في صفحات/حسابات مواقع التواصل الاجتماعي.

مطلقا	نادرا	أحيانا	دائما	الاستخدام الشخصي والمهني (الإطلاع والمتابعة)
				المواضيع التي تحدث ضجة
				منشورات الأصدقاء
				الأخبار الآتية
				منشورات صحفيين من مؤسستك
				مواضيع تهم الرأي العام المحلي
				مقالاتك الخاصة بك
				مواضيع تهم الرأي العام العالمي
				حسابات/صفحات صحف عربية
				حسابات/صفحات صحف وطنية محلية
				منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية أجنبية
				منشورات صحفيين من مؤسسات صحفية وطنية
				حسابات/صفحات صحف أجنبية
				مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية

				حسابات/صفحات مؤسسات محلية
				حسابات/صفحات مدونون هواة
				حسابات/صفحات الفاعلين في الحياة السياسية

2/ استخدامات الصحفيون لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث النشر والمشاركة:

مطلقا	نادرا	أحيانا	دائما	الاستخدام الشخصي والمهني (النشر والمشاركة)
				المواضيع التي تحدث ضجة
				مواضيع تهم الرأي العام العالمي
				مواضيع تهم الرأي العام المحلي
				الأخبار الآتية
				منشورات صحفيون من مؤسستك
				مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
				منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية عربية
				منشورات الأصدقاء
				مقالاتك الخاصة بك
				منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية أجنبية
				منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية وطنية

المحور الخامس: مواقع التواصل الاجتماعي والممارسة المهنية

س17: توفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الخدمات و التطبيقات التي تساعد الصحفي في مهنته فهل ساعدتك في:

هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في:	دائما	أحيانا	نادرا	مطلقا
جمع الأخبار والمعلومات				
تصحيح الأخبار والمعلومات				
تحقيق السبق الصحفي				
الوصول إلى مصادر المعلومات				

س18: هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت في شهرتك كصحفي:

زادت كثيرا ، زادت قليلا ، لم تزد شيئا

س19: هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت في بعض الممارسات الصحفية التقليدية؟

* على مستوى الحصول على الأخبار: نعم ، لا

* على مستوى النشر والتوزيع: نعم ، لا

* على مستوى معالجة الأخبار: نعم ، لا

* على مستوى آخر

حدد:.....

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche

Scientifique

Université abdel Hamid Benbadis Mostaganem

Faculté des sciences sociales

Département des sciences de l'information et la communication

Spécialité : média et société

Questionnaire sur : les représentations et les usages des sites des réseaux sociaux chez les journalistes. (Etude empirique sur des journalistes algériens de la presse écrite)

Préparé par :

*Benammar Saida Khaira

Directeur de la recherche :

*Larbi Bouemama

Voici un questionnaire d'une recherche scientifique académique dans le cadre de préparation une thèse de doctorat LMD, en sciences de l'information et de la communication. Ce questionnaire est destiné à **tous les journalistes algériens qui travaillent dans la presse écrite algérienne, et qui utilisent notamment les sites des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google +etc)**. Veuillez lire les questions attentivement et y répondre en mettant la marque (x) devant la réponse que vous jugez appropriée.

Remarque : les renseignements donnés ne seront utilisés que pour des objectifs scientifiques.

L'année universitaire 2014-2015

Premier axe : informations générales

Q 1 : Sexe : masculin féminin

Q2 : Age : 21-29 30-39 40-49 plus de 50

Q3 : Quelle est la position que vous occupez dans cette entreprise ?

Chef de section journaliste permanent journaliste
temporaire

Chef de rédaction journaliste collaborateur correspondant

Autre
position.....

Q4 : Depuis quand vous travaillez en journalisme ?

1 année- 3ans 3 ans- 6 ans 6 ans- 9 ans

Plus de 9 ans

Q5 : A quelle section de presse vous appartenez ?

Section des informations internationales

Section des informations nationale

Section des informations locales

Autre.....
.....

Q6 : Quelle est la nature de l'entreprise de presse dans laquelle vous travaillez ?

Publique privé

Q7 : Quelle est la langue du journal ?

Langue arabe langue française

Deuxième axe : les représentations des sites des réseaux sociaux chez les journalistes.

Q8 : comment vous avez connu les sites des réseaux sociaux ?

à travers des amis à travers des membres de la famille

à travers les médias

Autres
sources :.....
.....

Q9 comment vous représentez les sites des réseaux sociaux ?	Tout à fait d'accord	D'accord	Ni en désaccord ni d'accord neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Les sites des réseaux sociaux sont pour moi une source d'information					
Les sites des réseaux sociaux sont des outils les plus rapides pour arriver aux sources d'information					
Les sites des réseaux sociaux sont des espaces d'interaction avec le public					
Les sites des réseaux sociaux sont des outils de communication avec les collègues de travail, et d'échange d'informations et d'opinions avec eux					
Les sites des réseaux sociaux m'aident dans mon métier					
Les sites des réseaux sociaux m'aident à créer des relations professionnelles					
Les sites des réseaux sociaux m'aident à augmenter mon salaire					
Les sites des réseaux sociaux m'ont aidé à compléter la couverture médiatique					
Les sites des réseaux sociaux menacent la crédibilité des informations					
Les sites des réseaux sociaux menacent l'objectivité des informations					

Troisième axe : les habitudes et les types d'usage des sites des réseaux sociaux chez les journalistes.

Q9 : parmi les sites suivants, dans quel site vous avez un compte personnel ? (vous pouvez choisir plus d'une seule réponse)

Facebook , Twitter , LinkedIn , Google+
Instagram

Autre.....

Q10: depuis quand vous l'utilisiez?

Moins d'une année d'une année - 3 ans 3 ans- 6 ans
Plus de 6 ans

Q11 : quel est le moyen de votre usage quotidien des sites des réseaux sociaux ?

Moins de 2 h 2 h- 5 h plus de 5 h non régulier

Q12 : quelle est l'identité de votre compte ?

Réelle pseudo

Si vous utilisez une identité pseudo, pourquoi ?

.....
.....
.....
.....

Q13 : quelle est la nature des pages / des comptes que vous suivez /rejoignez ? (vous pouvez choisir plus d'une réponse)

Politique économique sociale médiatique
sportive

Autres.....
.....

Q14 : Quelle est la nature de contenu que vous publiez sut votre page ?

Textes , photos , vidéo , liens web

Quatrième axe : les pratiques quotidiennes d'usage des sites des réseaux sociaux chez les journalistes entre usage personnel et usage professionnel

Q15 : publication et lecture des contenus numériques dans des pages et des comptes.

L'usage personnel / professionnel entre lecture et publication	Consulter, Suivre			
	toujours	Des fois	Rarement	Jamais
Publications des amis et des proches				
Mes propres articles				
L'actualité				
Les sujets qui font le Buzz				
Les publications de mes collègues de journal				
Les publications des autres collègues				
Les publications des collègues étrangers				
Comptes/pages de la presse locale				
Comptes/pages de la presse arabe				
Comptes/pages de la presse étrangère				
Suivre des bloggeurs				
Suivre les comptes des acteurs politiques				
Suivre les pages des entreprises locales				
Des sujets concernent la matière journalistique				
Les sujets d'actualités locales				
Sujets d'actualités internationales				
L'usage personnel / professionnel entre lecture et publication	Publier, Partager			
	toujours	Des fois	Rarement	Jamais
Informations et connaissances personnelles				
Publications des amis et des proches				

Mes propres articles				
L'actualité				
Les sujets qui font le Buzz				
Les publications de mes collègues de journal				
Les publications des autres collègues				
Les publications des collègues étrangers				
Des sujets concernent la matière journalistique				
Les sujets d'actualités locales				
Sujets d'actualités internationales				

Cinquième axe : les sites des réseaux sociaux et la pratique professionnelle

Q16 : les sites des réseaux sociaux offrent plusieurs services et applications aident le journaliste dans son métier ; est ce qu'ils ont aidé à.....

	Toujours	Des fois	Rarement	Jamais
Collection des informations				
Correction des informations				
Avoir le scoop				
Arriver aux sources des informations				

Q17 : pensez-vous que les sites des réseaux sociaux augmentent ta réputation ?

Beaucoup un peu nulle

Q18 : pensez-vous que les sites des réseaux sociaux influent ils les pratiques traditionnelles du métier de journalisme ?

Au niveau d'obtention des informations : oui non

Au niveau de publication : oui non

Au niveau de traitement des informations : oui non

Autre niveau

دليل المقابلة

***المحور الأول: تمثلات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي**

-أداة مساعدة للصحفي في الممارسة الصحفية. (تساعد في تحقيق السبق الصحفي،

-تساعد في جمع الأخبار و المعلومات).

-تهدد أخلاقيات الممارسة الصحفية التقليدية (الدقة، المصداقية، الموثوقية،

الموضوعية)

***المحور الثاني: الاستخدامات الشخصية و المهنية لمواقع التواصل الاجتماعي.**

-المواد/المحتويات الرقمية التي يطلع عليها الصحفي

- المواد/المحتويات الرقمية التي يتابعها الصحفي

-المواد/المحتويات الرقمية التي ينشرها الصحفي

***المحور الثالث: التغييرات التي طرأت الممارسة الصحفية و مواقع التواصل**

الاجتماعي.

-على مستوى مصادر الأخبار.

-على مستوى الحصول على المعلومات.

-على مستوى حرية التعبير.

الملحق رقم (4): قائمة المستجوبين

- 1_م. س، (صحفي دائم بجريدة الخبر).
- 2_م. ب، (صحفي دائم بجريدة الخبر).
- 3_ن. ج (صحفي دائم بجريدة السلام).
- 4_ر. ج، (صحفي دائم بجريدة السلام)
- 5_ب. م، (صحفي دائم بجريدة السلام)
- 6_ع. س، (القسم الدولي، بجريدة الشروق نيوز).
- 7_ب.ع، (صحفي دائم، بجريدة الشروق نيوز).
- 8_ف غ، الخبر، (صحفي دائم، مدير موقع الخبر أونلاين).
- 9_و.ل، (صحفي دائم، وقت الجزائر).
- 10_خ. م، (القسم الثقافي، وقت الجزائر)
- 11_ص.د، (، القسم الوطني، وقت الجزائر)
- 12_ف. ح، (القسم الدولي، جريدة البلاد)
- 13_س. ع، (القسم الثقافي، جريدة السلام).
- 14_س. ي، (القسم الاقتصادي. جريدة الخبر).
- 15_م. م، (مراسل صحفي، جريدة الخبر).
- 16_أ. أ، (القسم الدولي، جريدة البلاد)
- 17_ز. م، (مراسل صحفي، جريدة الخبر)
- 18_ح.ذ، (صحفي دائم، جريدة المحور اليومي)

19_ م. و، (صحفي دائم، جريدة الجزائر الجديدة)

20_ ج. ب، (صحفي دائم، جريدة الشعب).

ملحق رقم (5):

التمثلات	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	t قيمة	Df	Sig. (2-tailed)
تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا للأخبار بالنسبة لي	ذكر	109	3,73	,91	,772	198	,441
	أنثى	91	3,62	1,05	,763	180,43	,446
تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للوصول إلى مصادر المعلومات	ذكر	109	3,57	,97	-,754	198	,452
	أنثى	91	3,68	,95	-,756	193,09	,451
تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية فضاء للتفاعل مع الجمهور	ذكر	109	4,16	,93	,893	198	,373
	أنثى	91	4,04	,97	,890	188,73	,375
" " " وسيلة للتواصل مع زملاء العمل	ذكر	109	4,16	,85	-,540	198	,590
	أنثى	91	4,23	,85	-,540	191,52	,590
تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسة مهنتي	ذكر	109	3,97	,89	,744	198	,458
	أنثى	91	3,87	,86	,746	193,72	,456
تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في نسج علاقات مهنية	ذكر	109	3,96	,95	,534	198	,594
	أنثى	91	3,89	,98	,532	189,38	,595
تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة شهرتي	ذكر	109	2,78	1,24	-,717	198	,474
	أنثى	91	2,91	1,17	-,721	195,07	,472
تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الاخبارية	ذكر	109	3,24	1,12	,932	198	,353
	أنثى	91	3,09	1,12	,932	191,52	,353
تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصادقية في المعالجة الاخبارية	ذكر	109	3,42	1,03	2,022	198	,044
	أنثى	91	3,09	1,22	1,993	177,63	,048

,341	198	,954	1,07	3,38	109	ذكر	تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية الموضوعية في المعالجة الاخبارية
,347	182,12	,944	1,21	3,238	91	أنثى	

ملحق رقم (6):

Sig. (2- tailed)	درجة Df الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة المؤسسة الصحفية	التمثيلات
,001	198	-3,485	1,16	3,07	26	عمومية	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا للأخبار بالنسبة لي
,006	29,846	-2,929	,91	3,77	174	خاصة	
,625	198	-,490	,90	3,53	26	عمومية	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للوصول إلى مصادر المعلومات
,608	34,265	-,518	,97	3,63	174	خاصة	
,051	198	-1,964	1,14	3,76	26	عمومية	تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية فضاء للتفاعل مع الجمهور
,105	30,008	-1,670	,91	4,16	174	خاصة	
,082	198	-1,748	1,01	3,92	26	عمومية	" " " وسيلة للتواصل مع زملاء العمل
,145	30,100	-1,496	,82	4,23	174	خاصة	
,141	198	-1,477	1,01	3,69	26	عمومية	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في ممارسة مهنتي
,200	30,643	-1,309	,85	3,96	174	خاصة	
,363	198	-,911	,95	3,76	26	عمومية	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في نسج علاقات مهنية
,363	33,198	-,922	,96	3,95	174	خاصة	
,996	198	,005	1,28	2,84	26	عمومية	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة شهرتي
,996	31,835	,005	1,19	2,84	174	خاصة	
,006	198	-2,792	1,20	2,61	26	عمومية	تساعدني مواقع الشبكات الاجتماعية في استكمال التغطية الاخبارية
,014	31,456	-2,597	1,09	3,26	174	خاصة	
,341	198	-,955	1,16	3,07	26	عمومية	تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية المصدافية في المعالجة الاخبارية
,357	32,448	-,934	1,12	3,30	174	خاصة	
,090	198	-1,701	1,18	2,96	26	عمومية	تهدد مواقع الشبكات الاجتماعية

,110	32,185	-1,643	1,12	3,36	174	خاصة	الموضوعية في المعالجة الاخبارية
------	--------	--------	------	------	-----	------	---------------------------------

ملحق رقم (7):

Sig. (2-tailed)	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة المؤسسة الصحفية	الاستخدام الشخصي والمهني (الإطلاع والمتابعة)
,505	198	-,669	,50839	2,4615	26	عمومية	منشورات الأصدقاء
,424	38,757	-,809	,65858	2,5517	174	خاصة	
,348	198	-,940	,76460	2,2308	26	عمومية	مقالاتك الخاصة بك
,377	31,904	-,895	,71612	2,3736	174	خاصة	
,018	198	-2,377	,56704	2,1923	26	عمومية	الأخبار الآتية
,007	38,406	-2,850	,72579	2,5460	174	خاصة	
,664	198	-,435	,81146	2,5385	26	عمومية	المواضيع التي تحدث ضجة
,701	30,733	-,388	,69531	2,6034	174	خاصة	
,984	198	,021	,80861	2,4231	26	عمومية	منشورات صحفيون من مؤسستك الصحفية
,984	33,164	,021	,82017	2,4195	174	خاصة	
,895	198	-,132	,92487	2,1538	26	عمومية	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية وطنية
,900	31,886	-,126	,86511	2,1782	174	خاصة	
,523	198	,639	,82741	2,2692	26	عمومية	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية أجنبية
,536	32,435	,625	,80279	2,1609	174	خاصة	

,567	198	-,574	,90893	2,1154	26	عمومية	حسابات/صفحات صحف وطنية محلية
	31,808	-,544	,84560	2,2184	174	خاصة	
,611	198	,509	,68948	2,3462	26	عمومية	حسابات/صفحات صحف عربية
	35,142	,555	,77474	2,2644	174	خاصة	
,339	198	,959	,92819	2,3077	26	عمومية	حسابات/صفحات صحف أجنبية
	30,732	,855	,79525	2,1437	174	خاصة	
,722	198	-,357	,87090	1,9615	26	عمومية	مدونون/صحفيون هواة
	31,829	-,338	,81144	2,0230	174	خاصة	
,668	198	-,430	,65280	1,8846	26	عمومية	صفحات/حسابات الفاعلين في الحياة السياسية
	41,680	-,554	,92428	1,9655	174	خاصة	
,815	198	,234	,84489	2,0769	26	عمومية	صفحات/حسابات المؤسسات المحلية (التجارية، الخدماتية، الاجتماعية... الخ)
	33,350	,238	,86617	2,0345	174	خاصة	
,318	198	-1,000	,77360	1,9615	26	عمومية	مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
	36,983	-1,155	,93984	2,1552	174	خاصة	
,233	198	-1,196	,81524	2,2308	26	عمومية	مواضيع تهم الرأي العام المحلي
	31,001	-1,084	,71405	2,4138	174	خاصة	
,911	198	,111	,84580	2,3462	26	عمومية	مواضيع تهم الرأي العام الدولي
	31,755	,105	,78397	2,3276	174	خاصة	

ملحق رقم (8):

Sig.	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	لغة المؤسسة	الاستخدام الشخصي
(2-							

tailed)						الصحفية	والمهني (الإطلاع والمتابعة)
,970	198	,038	,63388	2,5409	159	العربية	منشورات الأصدقاء
,971	59,515	,037	,67445	2,5366	41	الفرنسية	
,914	198	-,108	,69481	2,3522	159	العربية	مقالاتك الخاصة بك
,923	55,331	-,097	,82934	2,3659	41	الفرنسية	
,002	198	3,125	,59941	2,5786	159	العربية	الأخبار الآتية
,024	47,566	2,337	1,00547	2,1951	41	الفرنسية	
,375	198	-,889	,70674	2,5723	159	العربية	المواضيع التي تحدث ضجة
,383	61,233	-,878	,72246	2,6829	41	الفرنسية	
,635	198	,475	,75915	2,4340	159	العربية	منشورات صحفيون من مؤسستك الصحفية
,691	52,006	,400	1,01873	2,3659	41	الفرنسية	
,170	198	-1,376	,88670	2,1321	159	العربية	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية وطنية
,146	68,079	-1,469	,79403	2,3415	41	الفرنسية	
,089	198	-1,711	,80144	2,1258	159	العربية	منشورات صحفيون من مؤسسات صحفية أجنبية
,091	62,406	-1,715	,79863	2,3659	41	الفرنسية	
,048	198	-1,986	,87030	2,1447	159	العربية	حسابات/صفحات صحف وطنية محلية
,033	71,035	-2,180	,74326	2,4390	41	الفرنسية	
,190	198	-1,317	,76687	2,2390	159	العربية	حسابات/صفحات صحف عربية
,184	63,925	-1,344	,74080	2,4146	41	الفرنسية	
,260	198	-1,129	,82763	2,1321	159	العربية	حسابات/صفحات صحف أجنبية

,236	67,398	-1,196	,74980	2,2927	41	الفرنسية	
,026	198	-2,248	,84042	1,9497	159	العربية	مدونون/صحفيون هواة
,012	75,687	-2,563	,67173	2,2683	41	الفرنسية	
,313	198	1,011	,85675	1,9874	159	العربية	صفحات/حسابات الفاعلين في الحياة السياسية
,366	55,341	,911	1,02231	1,8293	41	الفرنسية	
,277	198	-1,090	,86050	2,0063	159	العربية	صفحات/حسابات المؤسسات المحلية (التجارية، الخدماتية، الاجتماعية... الخ)
,281	62,094	-1,088	,86320	2,1707	41	الفرنسية	
,752	198	-,317	,88850	2,1195	159	العربية	مواضيع تتعلق بالمادة الصحفية
,775	55,765	-,288	1,04648	2,1707	41	الفرنسية	
,809	198	-,242	,72739	2,3836	159	العربية	مواضيع تهم الرأي العام المحلي
,811	61,401	-,240	,74080	2,4146	41	الفرنسية	
,323	198	-,991	,77749	2,3019	159	العربية	مواضيع تهم الرأي العام الدولي
,347	58,987	-,948	,83812	2,4390	41	الفرنسية	