

اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الاعلام الاجتماعية

كمصدر لصناعة الأخبار، دراسة ميدانية

أ/ طالب كبحول أستاذ مساعد - قسم الاعلام والاتصال

- جامعة خميس مليانة - الجزائر

مقدمة:

ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الرفع من قدرات أداء القائمين بالاتصال على مستوى المؤسسات الإعلامية إلى درجة أنها غيرت مفهوم الصحفي التقليدي، كما أوجدت مصادر معلومات أخرى تتميز بالسرعة والآنية ولعل أبرز هذه المصادر ما يعرف "بوسائل الإعلام الاجتماعية" أو "شبكات التواصل الاجتماعية" أو "الإعلام الاجتماعي" التي اختلف الخبراء والمختصين في تحديد طبيعتها .

وقد ساعدت وسائل الإعلام الاجتماعية الصحفيين بشقيهم التقليدي والالكتروني على تجديد خبراتهم وأفكارهم بشكل متسارع من خلال الاعتماد عليها في نقل المعلومات الأمر الذي أدى إلى حدوث تغيير صارخ في مهنة الصحافة من خلال تقلص غرف الأخبار التقليدية لصالح ما يعرف بـ : الصحفي المواطن أو الصحفي الشعبي الذي أصبح منافسا قويا للصحفي التقليدي في عملية الحصول على السبق الصحفي .

ونتيجة لهذا الأمر فقد تكيفت وسائل الاعلام التقليدية البارزة كقناة " الجزيرة القطرية " وقناة cnn الأمريكية " وقناة فرانس 24 " الفرنسية . اضافة الى كبريات الجرائد العالمية كنيويورك تايمز مع هذا الوضع الجديد من خلال الاستعانة بالمدونين ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب ، حيث تم تعيين رؤساء تحرير على مستوى هذه الوسائل التقليدية لمتابعة ماتبثه وسائل الاعلام الاجتماعية باعتبارها مصدرا مهما في صناعة المعلومة .

غير أن ماينتجه الصحفيون الشعبيون على مستوى وسائل الاعلام الاجتماعية لا يرقى في كثير من الى مستوى النشر الصحفي في المؤسسات الاعلامية التقليدية بسبب مخالفة الأخبار للسياسة التحريرية الخاصة بكل مؤسسة ، بالاضافة الى اشكالية مصداقية المعلومة خاصة تلك التي يتميز منتجها بغياب الهوية ووجود عامل التزييف على مستوى الصور والفيديوهات وحتى بث الاشاعات والتي غالبا ماتتلقفها بعض الوسائل الاعلام التقليدية التي تفتقد الخبرة المهنية للتعامل مع ماتبثه وسائل الاعلام الجديدة أو تقع في فخ الترويج للمعلومات المغلوطة .

مشكلة الدراسة :

أدى التغير الحاصل في بنية الإعلام العالمي سواء من حيث مفهوم الصحفي أو المهنة على حد سواء إلى التأثير على إنتاج المادة الإعلامية ، وقد تأثر الصحفيون الجزائريون بهذا الواقع الجديد الذي فرض نفسه ابتداء من ظهور ما يعرف بالصحفي الاستقصائي ووصولاً إلى الصحفي المواطن أو التشاركي أو حتى الصحفي الشعبي الذي أصبح مصدرا لاستقاء الأنباء . وقد برز هذا التوجه الجديد في بناء الرسالة الإعلامية بعد الإرهاصات الأولية لما يعرف بـ " الثورات العربية " أو " الربيع العربي " الذي كرس ما يعرف " سيطرة الوسيلة على الرسالة " .

ولعل أبرز الأحداث التي تعاطت معها الصحافة الجزائرية وخاصة المكتوبة منها ما عرف بـ : " حركة 17 سبتمبر " الداعية إلى تكرار ما يعرف "بسيناريو الثورات العربية في الجزائر " ، حيث لجأ الصحفيين الجزائريين إلى تقصي أخبار هذا " الحدث " عبر وسائل الإعلام الاجتماعية من خلال إجراء الحوارات وتقديم التحليلات بناء على مستجدات الصفحات الموجودة على الشبكة .

وعلى هذا الأساس سنعالج هذه الدراسة وفقا للإشكالية التالية :

ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية " شبكات التواصل الاجتماعية " كمصدر لصناعة الأخبار ؟

كما يمكننا طرح التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما هي أنماط وعادات استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- ما هي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية في الحصول على المعلومات ؟
- ما طبيعة المعلومات التي يسعى الصحفيين الجزائريين من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- ما هي درجة المصداقية التي تحظى بها وسائل الإعلام الاجتماعية لدى الصحفيين الجزائريين كمصدر للأخبار ؟

أهداف الدراسة :

- تهدف الدراسة إلى الكشف عن مجموعة من الأهداف يمكن أن نوجزها كالآتي:
- التعرف على عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- التعرف على دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- الكشف عن درجة اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية في الحصول على المضامين الإعلامية ؟
- معرفة طبيعة المعلومات التي يسعى الصحفيين الجزائريين للحصول عليها من وسائل الإعلام الاجتماعية ؟
- الكشف عن درجة المصداقية التي تحظى بها وسائل الإعلام الاجتماعية لدى الصحفيين الجزائريين كمصدر للأخبار ؟

أهمية الدراسة :

تبرز أهمية الموضوع في جدته وأهميته في المنطقة العربية خاصة ما يعرف " بالربيع العربي " ، وتحول مفهوم الإعلام من النظرة التقليدية التي تمثلها الترسانة الإعلامية التقليدية إلى إعلام جديد انتهى فيه عصر الاحترافية ، وعنصري الزمان والمكان ، وصولاً إلى الصحفي الذي كان يعبر فيما مضى عن مستوى علمي معين حيث تحول في هذه البيئة الجديدة إلى ما يعرف " بالصحفي المواطن " وأطلق على هذا الإعلام الجديد " إعلام نحن " . ومن جهة أخرى فإن الجدل الذي كان قائماً حول إمكانية قضاء الصحافة الالكترونية على صاحبة الجلالة أو ما يعرف بالصحافة المكتوبة انتقل الآن إلى استوديوهات القنوات الفضائية التي أصبحت مهددة بسبب الإعلام الاجتماعي الذي من خلاله يتيح للمواطن تبادل الملفات والفيديوهات دون المرور على رئيس التحرير أو مدير النشر أو أي سلطة قد تعيق عملية النشر .

منهج الدراسة :

اقتضت الدراسة استخدام منهج المسح الوصفي باعتباره يسعى اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر لصناعة الأخبار ، ويحدد أبرز التحديات التي تواجههم. ويعتبر هذا المنهج نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية (عبد الحميد، 2004، ص 158) . وأحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة وإخضاعها للدراسة (Fraenkle, 1993, p53).

وتعد أهم أهداف البحث الوصفي هو فهم الحاضر من أجل توجيه المستقبل ، فالبحث الوصفي يوفر بياناته وحقائقه واستنتاجاته الواقعية باعتبارها خطوات تمهيدية لتحولات تعتبر ضرورية نحو الأفضل . ومن خصائص البحوث الوصفية توضيح العلاقة بين الظواهر المختلفة والعلاقة في الظاهرة نفسها (ملحم ، 2002، ص 353). والبحوث الوصفية تتناول أيضاً الوقائع وتقدم لها وصفاً محدداً لأبعادها وبنائها ومكوناتها بجمع البيانات الكافية واللائمة ، ويفيد البحث الوصفي في أنه يوفر المعلومات التي تتيح الفرصة لصياغة الموضوع (شتا ، 1997، ص 122).

وهناك من يقول أن الأسلوب الوصفي يقوم على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويتم وصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كمياً أو كيفياً ، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقمياً (بوحوش، 1995م، ص129).

عينة الدراسة :

اعتمد الباحث في دراسته على أسلوب العينة الطبقية بالنسبة لوسائل الإعلام المختارة في الدراسة من خلال تقسيمها إلى : وسائل إعلام مكتوبة، ووسائل إعلام سمعية بصرية ،وأخير وسائل إعلام الكترونية ، أما توزيع استبيان البحث على مفردات البحث فقد تم اللجوء إلى أسلوب العينة الطبقية بالتساوي بسبب عدم توفر قاعدة بيانات واضحة لمفردات البحث .وقد شملت الدراسة 99 صحفياً في كل القطاعات التي تم ذكرها آنفاً ،حيث تم تقسيم العينة بالتساوي من خلال تخصيص 33 مفردة لوسائل الإعلام المكتوبة ، و 33 مفردة لوسائل الإعلام السمعية والبصرية ، و 33 مفردة لوسائل الإعلام الالكترونية . وقد لجأ الباحث إلى هذا التقسيم بهدف التعرف على الوسيلة الإعلامية الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الاجتماعية لصناعة الخبر ، أو التحفظ عليها .

أداة الدراسة :

استخدم الباحث في دراسته الميدانية الاستمارة من خلال تقديمها إلى المبحوثين وذلك للحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة (بن مرسل، 2005م، ص 220). كما تعتبر الاستمارة تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية (موريس أنجرس، 1996/2010).

وقد اعتمد الباحث في تصميم الاستمارة على تساؤلات الدراسة من خلال المحاور التالية:
الخصائص العامة للصحفيين: كالجنس، الوظيفة، الخبرة المهنية، قطاع العمل، المستوى التعليمي
عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية
اعتماد الصحفيين الجزائريين على وسائل الإعلام الاجتماعية في الحصول على المعلومات
درجة المصادقية التي تحظى بها وسائل الإعلام الاجتماعية في الحصول على المعلومة
وقد اشتملت الاستمارة على أسئلة مغلقة وبعض الأسئلة المفتوحة، كما تم الاعتماد على مقياس " ليكرت Likert" الذي يحتوي على خمس اختيارات تمكن المبحوث من اختيار واحد من هذه الاختيارات .

ومن جهة أخرى اعتمد الباحث على المقابلة المباشرة مع بعض رؤساء تحرير الجرائد الورقية كرئيس تحرير جريدة الخبر ، ورئيس تحرير جريدة الشروق أونلاين ، بالإضافة إلى رئيس تحرير الجريدة الالكترونية " زاد دي زاد Zdz.Com". بهدف الاستفادة من خبراتهم والتعرف أيضاً على السياسة المنتهجة من طرفهم اتجاه وسائل الإعلام الاجتماعية باعتبارها مصدر جديد للمنتج الإعلامي كونهم حراس بوابات في مؤسساتهم الإعلامية.

المداخل النظرية للدراسة :

نظرية الاستخدامات والاشباعات

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباعات ، فهناك من يطلقون عليه نموذج Model وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية Theory ، وهناك من يطلقون عليه مدخل Approach ، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميتها باسم نظرية المنفعة Utility (الطرايشي، 2006م، ص255).

وتركز النظرية على دراسة الأسباب الخاصة بالتعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلى شدته أو كثافته. وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي

الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها (عبد الحميد، 1997 م، ص 209) .

وقد حدد منظري هذه النظرية أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع فيما يلي (الطرابيشي، 2006 م، ص 266):

تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم

التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام

معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل

أما فروض النظرية فتحدد كالتالي :

الأصول النفسية والاجتماعية

افتراض الجمهور النشط

دوافع استخدامات وسائل الإعلام

اشباع وسائل الإعلام

توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، ومن خلال هاته النظرية سينطلق الباحث من منظور ومدخل اعتماد الفرد على اعتماد وسائل الإعلام ، وتنبثق أهمية استخدام ذلك المدخل من اعتماده على تحقيق الجمهور لأهداف محددة نتيجة استخدام مصادر المعلومات ومنها على سبيل المثال المعرفية .ولذلك فان هذا المدخل يمثل الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بتأثير الرسائل الإعلامية المعتقدات والمشاعر والسلوك (عبد الحميد ،ب. 1997م، ص 237). ومن المفاهيم المهمة المفسرة لكثير من جوانب هذه الدراسة، مفهوم الاعتماد حيث يوضح هذا المفهوم أنماط استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

ويرى " بول روكش وديفلور Ball-Rokeach and Defleur أن وسائل الإعلام تحقق أهدافا كثيرة للأفراد إذا ما زادت درجة اعتماد الجمهور على هذه الوسائل ، ولكن تتوقف درجة الاعتماد على مدى النفاذ المتحقق لهذه الوسيلة ، ومدى القبول الاجتماعي والثقافي لتلك الوسيلة كمصدر من مصادر المعلومات (عبد الحميد ، 1997م، ب. 240).

مصطلحات الدراسة:

الصحفيين الجزائريين: ونقصد به إجرائيا كل العاملين بالجهاز التحريري بمؤسسات الإعلام الجزائرية سواء الصحافة المكتوبة أو قطاع السمعي البصري أو الصحافة الالكترونية

وسائل الإعلام الاجتماعية: ونقصد بها إجرائيا مواقع التشبيك الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر ، ويوتيوب .

صناعة الأخبار: ونقصد بها إجرائيا بناء الرسالة الإعلامية انطلاقا من توفر وقائع وأحداث تتطلب تحريرها في شكل قصة خبرية.

الدراسات السابقة :

الدراسات العربية:

- دراسة جمال العيفة (2011) المعنونة ب : مهن الإعلام الجديد :الإبداع في فضاء الكتروني

وقد عالجت هذه الدراسة من خلال النقاط التالية :

* خلق فضاءات إعلامية جديدة تنشر وتبث كل شيء دون رقيب أو حسيب.

* التملص من الرقابة الحكومية والتحريرية وحتى المجتمعية.

* عدم القدرة على التحكم في كل ما يُنشر ويُذاع من أخبار وأحداث عابر للقارات ،ومختربة حدود الأوطان ،مما سيؤدي إلى الخلط بين الحقيقة والإشاعة.

* اتجاه بعض وسائل الإعلام العالمية كالصحفيين المحطات الإذاعية والتلفزيونية العالمية ووكالات الأنباء المشهورة إلى الاعتماد بشكل أو آخر على وسائط الإعلام الجديد كالمواقع الاجتماعية والمدونات الإلكترونية.

ويرى الباحث في دراسته أنه في الوقت الذي ستتحسن فيه التكنولوجيات المتزامنة، فإنها ستمكن المستهلكين من عملية تفاعل أعمق مع المحتوى المُبث وكما هو الحال في برامج الفيديو التي تستجيب مباشرة لتفاعل المستخدم معها، والدورات التعليمية التي تتبنى رأي المستخدم في الوقت الحقيقي، فاليوم، نجد مطوري الشبكات يستحدثون أدوات جديدة لإنشاء تجاربهم الغنية وربطها مع النظم الخلفية القائمة والتي على أساسها يتم إنتاج البيانات ديناميكيا من خلال تجميع الخبرات والتجارب.

ويشير جمال العيفة إلى أن هذه الديناميكية الجديدة ساهمت في خلق فضاءات جديدة للتعبير الديمقراطي والحر، وسهلت عملية الوصول إلى المعلومة بأقصى سرعة ممكنة وبتكاليف أقل، وقضت على التصنيف القديم لعناصر العملية الاتصالية، وأعدت مكانة المتلقي الحقيقية كمشارك إيجابي بعد أن كان متلقيا سلبيا.

- دراسة السيد بخيت (2009) والمعنونة بـ : أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة

في المفاهيم وبيئة العمل ،وقد اهتمت هذه الدراسة برصد التحولات الجديدة في صناعة المضامين الإعلامية، ورصد أبرز ملامح هذه التحولات وتأثيراتها على العمل الصحفي، كما استعرضت أبرز المداخل النظرية التي تناولت هذه التحولات تحت مسميات مختلفة مثل صحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة المشاركة Participatory Journalism، والمضامين التي ينتجها المستخدم (UGC) User Generated Content، والمدونات Blogs، وحراسة البوابة Online Gatekeeping، وبناء الأجندة الإلكترونية Online Agenda Building، فضلاً عن المفاهيم الجديدة المرتبطة بالتحولات في صناعة المضامين مثل صحافة المصادر التي تعتمد على الجمهور Crowdsourcing Journalism، والصحافة التعاونية Collaborative Journalism، ومستجدات أقسام الأخبار الإلكترونية Online Newsrooms innovations وغيرها من المفاهيم الجديدة. كما تتناول الدراسة الأدبيات الحديثة في هذا المجال الجديد، وتقسّمها لفئات مرتبطة بطبيعة أهدافها، فضلاً عن بيان إطارها المنهجي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- قلة مساهمة المستخدمين العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلامية التي يمكن أن تثريها، وتطور من طبيعة تغطيتها الإعلامية للأحداث ومناقشتها للقضايا المختلفة، وانحصرت هذه الإسهامات غالباً في التعليق على بعض الأخبار والمقالات والصور، دون مشاركة حقيقية في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار ومقالات وفيديوهات وصور .

- اهتمام المواقع الإعلامية الأمريكية بشكل أكبر من المواقع الإعلامية العربية بهذه المضامين وإتاحة الفرصة للمستخدمين لنشر مضامينهم على مواقعها وتوفير أشكال متنوعة تسمح للمستخدمين بالتواجد على صفحاتها، ومن بينها الاهتمام بالمناقشات الحية وإتاحة إمكانية التعليق على مدونات الإعلاميين ومدونات المستخدمين، والتصويت على الأخبار وتصحيحها، كما اهتمت بربط المضامين المنشورة على صفحاتها بشبكات اجتماعية أخرى مثل الـ dig، facebook، الخ،

- اقتناع مشرفي المواقع الإلكترونية بأهمية المضامين التي يزودهم بها المستخدمون من صور وتعليقات وغيرها، إلا أن لديهم تصورات سلبية فيما يتعلق بهذه المضامين، حيث يرون اقتصارها على التعليق على ما ينشر بالفعل، بينما لم ينظروا لإمكانية مساهمة المستخدمين في إنتاج أخبار ومقالات صالحة للنشر على هذه المواقع، مع عدم إمكانية الاعتماد على المستخدمين كصحفيين ومحررين.

دراسة محمد بن علي بن محمد السويد (2009) والمعنونة بـ: استخدام كتاب الصحف للإنترنت وتأثيره على درجة اعتمادهم على المصادر الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من كتاب المقالات في الصحف السعودية ، وقد انطلقت الدراسة

من خلال المشكلة البحثية التالية : ما مدى استفادة كتاب الزوايا والمقالات في الصحف السعودية من خدمات الإنترنت، وموقعها ضمن المصادر المعلوماتية المختلفة التي يستعين بها الكاتب في تناوله الكتابية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

يرى كتاب الصحف أن الإنترنت في عموم استخداماته يشكل بالنسبة لهم مصدراً مهماً من مصادر المعلومات، وقد تم بناء التصور العام لهذا الاعتماد على ضوء تأييد أغلبية الكتاب على احتلال الإنترنت للمرتبة الأولى بين المصادر العامة للمعلومات 75%، وتأكيد رؤيتهم له كمصدر رئيسي للمعلومات 85%، وثبوت الاعتماد عليه بجانب المصادر الأخرى 92%.

وافق الكتاب بأغلبية نحو 81% على أن استخدام الإنترنت قد قلل من مستوى الاعتماد السابق على بقية المصادر التقليدية، وفي هذا الاتجاه لم يقبل قرابة نصف الكتاب بمقولة عدم تأثير استخدامهم للإنترنت على مستوى اعتمادهم السابق على المصادر التقليدية.

الدراسات الغربية:

دراسة Montserrat doval-Avendano (2010) المعنونة بـ "مصادر المعلومات في وسائل الإعلام الاجتماعية خلال ثلاثة أيام 11-12-13 مارس 2004. وقد عالجت الدراسة حادث التفجير إلى أودى بـ 200 فرد وجرح نحو 2000 فرد. انطلاقاً من كون وسائل الإعلام الاجتماعية نتيج فضاءات واسعة للحوار وتبادل الأفكار حول هوية مرتكبي التفجير . كما تناولت الدراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في وسائل الإعلام التقليدية .

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- اهتم مستخدمو الشبكات بتدوين أفكارهم عن هوية مرتكبي الجريمة، انطلاقاً من مجموعة من الحقائق كصور الحادث، وشهود العيان.

- التشكيك في المعلومات التي أوردتها الجهات الرسمية الإسبانية حول عدد القتلى والجرحى وحتى هوية المجرمين - عدم ربط الهجوم بالصيغة الإسلامية عكس الجهات الحكومية التي كانت تروج لهذه الرواية ، وقد حاول المستخدمون ربط الحادث بقضايا سياسية خاصة موقف اسبانيا الداعم للحرب على العراق .

المعالجة الإحصائية للبيانات :

اعتمد الباحث في عملية تفريغ البيانات وتبويبها على برنامج الإحصاء (spss 19) حيث تم ترميز الاستمارة وإدخال البيانات إلى الكمبيوتر ومن ثم تمت معالجتها إحصائياً من خلال استخدامها في :

التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص العامة لمفردات البحث وفقاً للمتغيرات التالية: " الجنس، السن، الخبرة المهنية، طبيعة المؤسسة الإعلامية، المستوى العلمي " .

الإطار النظري للدراسة :

مفهوم وسائل الإعلام الاجتماعية :

تعرف " وسائل الإعلام الاجتماعية " على أنها تلك المواقع الموجودة على شبكة الانترنت مع تقديمها لمجموعة من الخدمات الافتراضية للمستخدمين ، كما تعرف بأنها عملية بناء شخصية المستخدم على الموقع وفقاً لنظام تحدده إدارة الموقع ، ويشترط بعض الأكاديميين وجود لائحة من المستخدمين الذين يعملون على الاتصال فيما بينهم . ومن جهة أخرى فإن ميزة التواصل مع أفراد غرباء ليست هي التي تجعل الشبكات الاجتماعية فريدة من نوعها ، بل إن الظهور المرئي الذي تنتجه شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات المتعددة كالفديو أو المحادثة المباشرة المدعومة بالصوت والصورة . هو الأمر الذي يؤدي طبعاً إلى حدوث عملية تواصل بين الأفراد والتي تفرز بدورها ما يعرف مستقبلاً بالعلاقات الكامنة بين الأفراد. بين الأفراد المتصلين فيما بينهم (danah m. boyd and Nicole B. Ellison).

ولا يوجد تعريف واحد معترف به لوسائل الإعلام الاجتماعية. ومع ذلك، فإن مختلف الموصفات موجودة، ويمكن القول أن وسائل الإعلام الاجتماعية " هي مجموعة من تقنيات البث على شبكة الإنترنت التي تمكن الديمقراطية من خلال المحتوى، وإعطاء الناس القدرة على الخروج من مستهلك للمحتوى إلى ناشر له. و القدرة على تحقيق قابلية هائلة في الوقت الحقيقي "، وهذه التقنيات في تمكن الناس من الاتصال مع بعضها البعض لخلق (أو تشارك في إنشاء) القيمة من خلال محادثات الإنترنت، ومن المهم أن نلاحظ أن أهم نتيجة لتطبيق هذه التكنولوجيا تتمثل في المساعدة على تعزيز العلاقات مع الناس. سواء كان بسيطاً مثل مساعدة الأسر والأصدقاء على البقاء على اتصال أو تمكين أعمق اتصال مع المستهلكين والموظفين، والبائعين، والمستثمرين (Jacka And.Scott.2011.p :14).

وفي السياق ذاته يحاول تقرير " نيلسون Nielsen " لوسائل الإعلام الاجتماعية (2011,p1) ربط مفهوم وسائل الإعلام الاجتماعية بالسلوك الاستهلاكي للمستخدمين سواء تعلق الأمر بالأخبار أو التعبير عن الآراء والأفكار والمواقف أو اقتناء المنتجات المادية والترويج لها عبر هذه الشبكات .

وقدر عدد المستخدمين في الوطن العربي للفييس بوك " Facebook " بـ 17 مليون مستخدم باللغة العربية ، وقد تربعت مصر على 05 ملايين مشترك ويتوقع المختصون أن يتزايد عدد المدونيين في السنوات القادمة .ومن جهة أخرى أعلن موقع " تويتر " أنه سيطلق واجهة باللغة العربية قبل نهاية عام 2011 ويعود هذا السبب إلى الإقبال المتزايد على هذا الموقع الذي

يلقى إقبالا كبيرا من طرف المستخدمين العرب (Ghannam,2011,p07).

وقد أوضحت دراسة أجراها برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية و المعنون " التقرير العربي الثاني للإعلام الاجتماعي " أن عدد مستخدمي شبكة الفيسبوك في الوطن العربي وصل مع نهاية ربيع 2011 إلى 27.7 مليون مستخدم، و ذلك بزيادة بالمقارنة مع بداية العام قدرها 30%، كما أنه وصل عدد مستخدمي تويتر النشطاء في الوطن العربي أثناء الفترة ذاتها ما يزيد على 1.1 مليون مستخدم، و بمعدل تحديث للمشاركات على الأقل مرة كل أسبوعين. حيث قام فيها هؤلاء النشطاء بإرسال ما يزيد على 22.7 مليون «تغريدة» (TWEET) خلال الربع الأول من 2011، وقد مثلت كلمات «مصر»، «25 جانفي»، «ليبيا»، «البحرين» و«مظاهرة» أبرز الكلمات الدلالية الأكثر استخداماً بين مستخدمي تويتر في المنطقة العربية (Dubai School Of Gouvernement.2011. vol.1.p12).

ويصنف بعض المختصين مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الجيل الثاني من مواقع شبكة الإنترنت أو ما يعرف بـ " الواب 2.0 (web 2.0) ،والذي تزامن مع تطور عدد من التقنيات الجديدة مثل الأجاكس (Ajax) والفاش (Flash) والسيلفر لايت (Microsoft Silverlight) . وتعرف مواقع الويب 2.0 على أنها تلك المواقع التي تعتمد بالدرجة الأولى على مستخدميها وزوارها في تشغيلها وإشهارها وتغذية محتواها دورياً وعلى مدار الساعة، كما تتميز ببيئة تعاونية في إنتاج المادة الإعلامية وتبادلها بين المستخدمين (Yanchun.et al. , 2011, p.9).

غير أن هناك من يحاول ربط ظاهرة الإعلام الاجتماعي بالعالم الرمزي من خلال التعامل مع محتوياته من خلال رمزية النص والصورة والفيديو، والتأمل ومعايشة عوالم متعددة غير مطروحة في المحيط بالضرورة (عزي، 2011، ص171). وتشير الدراسات إلى أن هناك تفضيلات في استخدام اللغة في هذه الشبكات في المنطقة العربية، حيث أن اللغة الانجليزية تحظى بحضور قوي في كواجهة لصفحات الفيس بوك في لبنان بـ 91% والإمارات العربية المتحدة بـ 85% والصومال بـ 84%، وقطر بـ 79%، والكويت بـ 70%، والبحرين بـ 68%، وعمان بـ 62% . في حين تستخدم بعض الدول العربية اللغة العربية كواجهة للفيس بوك مثل دولة اليمن بنسبة 75% وفلسطين بـ 67% والمملكة العربية السعودية بـ 60% . ومن جهة أخرى تحظى اللغة الفرنسية بحضور قوي في بعض الدول العربية كتونس بسنة 95%، جزر القمر 93%، الجزائر 82%

% ، موريتانيا 71٪، ويشير التقرير إلى أن دولا مثل مصر والأردن وليبيا والعراق تستخدم اللغتين العربية والانجليزية بالتساوي كواجهة لموقع الفيس بوك.

(Dubai School Of Gouvernement,op ;cit)

وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للمضامين الإعلامية :

أدى تزايد استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الاجتماعي إلى إجبار مؤسسات الإعلام الكبرى للتكيف مع الوضع الجديد من خلال رسم إستراتيجية رقمية حيث قامت هذه المؤسسات بتشجيع القائمين بالاتصال لديها على استخدام التكنولوجيا فيما بينهم . إلا أنها قيدت استعمال "وسائل الإعلام الاجتماعية" عن طريق مجموعة من المعايير والضوابط. حيث نشرت هيئة الإذاعة البريطانية «بي بي سي bbc» معايير صارمة حول استخدام تكنولوجيات التواصل الاجتماعي على أيدي موظفيها العاملين في الأخبار، لا سيما المتعلقة بالنشاطات الشخصية بالموظفين، والخاصة بالحصول على الأخبار ونشاطات المراسلين والمذيعين كجزء من عملهم. أضف إلى ذلك استعانة شركات الإعلام بمختصين في مجال التواصل الاجتماعي ك «رئيس تحرير وسائل الإعلام الاجتماعية» و «مدونون» وهي خبرات لم تكن مؤسسات الإعلام تهتم بها. (الشرق الأوسط، 2011م، ص 14).

وتشير الوقائع إلى أن جريدة " نيويورك تايمز " هي أول وسيلة إعلامية قامت بتوظيف " رئيس تحرير لوسائل الإعلام الاجتماعية " للاستفادة من جمع الأخبار والتفاعل مع المستخدم بالإضافة إلى المشاركة في صناعة المنتج الإعلامي ، وفي السياق ذاته فقد كونت مجلة فوربس " غرفة أخبار الكترونية لتطوير العلاقة مع جمهور المجلة . أما وسائل الإعلام العربية فقد عمدت قناة الجزيرة الناطقة باللغة الانجليزية إلى إطلاق برنامج يعتمد على نشر الأخبار المستقاة من الإعلام الاجتماعي تحت عنوان *The Stream* .

ولعل بروز إشكالية المصداقية وأخلاقيات الإعلام الجديد وهي مسألة لا يستبعد أن تثير ضربا من البلبلة لدى المهنيين لما يمكن أن يكون لها من انعكاسات على حرية التعبير بالخصوص وعلى الشبكة الافتراضية بشكل خاص (رضا وجمال، 2005، ص 155). خاصة في ظل الاعتماد على " وسائل الإعلام الاجتماعية " كمصدر لصناعة المنتج الإعلامي هو الأمر الذي أدى ببعض المؤسسات الإعلامية الرائدة والتي تحظى بمصداقية عالية لدى قرائها إلى إتباع سياسة التحفظ على ما ينشر من أخبار على صفحات وسائل الإعلام الاجتماعي ، بالإضافة إلى سن مجموعة من المعايير التي تشبه " ميثاق الشرف الالكتروني " ، وهو الأمر الذي دعا " بالجمعية الأمريكية لمحري الأخبار " إلى إصدار دليل لمساعدة الصحفيين للتعاطي مع سياسات وسائل الإعلام الاجتماعية ويمكن أن نوجز أبرز القواعد التي يجب على الصحفي التقليدي الالتزام بها عندما يعتمد على " وسائل الإعلام الاجتماعي " كمصدر للخبر (Hohmann,2011) :

تطبيق أخلاقيات الإعلام التقليدي على الإعلام الجديد خاصة ما تعلق بالتحقق من صدقية الخبر أو المعلومة .

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

لا بد من نشر الأخبار العاجلة على موقع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي بدلا من نشرها على وسائل الإعلام الاجتماعية وهو الأمر الذي يؤدي إلى إضعاف وسائل الإعلام الاجتماعية عكس المؤسسات الإعلامية التي تزيد من عمليةسبق الصحفي

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

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

ضرورة المحافظة على الدواول السرية للمؤسسة الإعلامية، خاصة أن وسائل الإعلام الاجتماعي تهدد سلامة الخط الافتتاحي انطلاقا من رفع بعض الصحفيين لشعار الشفافية على حساب المهنية

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

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

التزام الصحفي بالشفافية التامة ، والاعتراف بالخطأ عندما يحدث ذلك .

الابتعاد عن تقديم التصورات والتأويلات الشخصية حول قضية معينة، من خلال إبداء الصحفي لرأيه في قضية غير مكتملة المعالم.

النتائج العامة للدراسة :

- تصدر بعض وسائل الإعلام الاجتماعية المستخدمة من طرف الصحفيين الجزائريين كالفيس بوك بنسبة 46 % ، ويوتيوب بنسبة 30.2 % ، وتويتر بنسبة 19.5 % .
- جاء معدل الاستخدام الزمني لوسائل الإعلام الاجتماعية من طرف الصحفيين الجزائريين " من ساعة إلى ساعتين " أي بنسبة 46.5 % من إجمالي المبحوثين .
- تبين أن أهم الاشباكات المحققة من خلال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية تتمثل في " البحث عن معلومات جديدة " بنسبة 14.9 % ، و " لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول العديد من القضايا بنسبة 18.9 % ، و " للتواصل مع الآخرين بنسبة 18.9 % .
- تصدرت طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الصحفي الجزائري في وسائل الإعلام الاجتماعية " العثور على أفكار جديدة للاستعانة بها في عملية التحرير الصحفي " بنسبة 14.9 % ، إضافة إلى رصد الظواهر والسلوكيات الاجتماعية بنسبة 14.2 % .
- تعددت طرق التحقق من المضامين الإعلامية التي يتحصل عليها الصحفي الجزائري من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية: " كالاتصال بمصادر تقليدية لتأكيد صحة المعلومة " بنسبة 17.5 % ، إضافة إلى " التحقق من نشر المعلومة أو الخبر على أكثر من صفحة " بنسبة 15.8 % .
- تصدرت أبرز القضايا التي اعتمد فيها الصحفي الجزائري على وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للمعلومات واقعة " احتجاجات الوطن العربي " بنسبة 15.4 % ، بالإضافة إلى واقعة " حركة 17 سبتمبر " بنسبة 15.1 % ، واحتجاجات الجامعة بنسبة 14.9 % .
- وظف الصحفيون الجزائريون " الخبر " كقالب صحفي بنسبة عالية تقدر بـ : 42 % لصياغة المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل الإعلام الاجتماعية ، كما تم توظيف " التحقيق " بنسبة 21 % ، والروبوتاج بنسبة 14.8 % .
- تمتنع إدارة المؤسسات الإعلامية الجزائرية عن نشر الكثير من المعلومات الواردة من وسائل الإعلام الاجتماعية " بسبب انعدام مصداقيتها " بنسبة 30.7 % ، وغموض مصدرها بنسبة 31 % .
- تباين درجة مصداقية وسائل الإعلام الاجتماعية لدى الصحفيين الجزائريين من خلال ارتفاع بعد " التفاعلية " بنسبة 28.7 % ، وبعد الآتية بنسبة 26.2 % ، وأيضا بعد " الإخبارية " بنسبة 11.4 % . بينما تم تسجيل انخفاض بعد " السمعة الجيدة " بنسبة 3.5 % ، وبعد قوة المصدر بنسبة 7.9 % .

مراجع الدراسة :

الكتب باللغة العربية :

- 1- الطرابيشي ، مرفت (2006) .نظريات الاتصال. ط 1.القاهرة . دار النهضة العربية
- 2- بوحوش، عمار (1995).مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث .ط1. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية
- 3- بن مرسل، أحمد . (2005) .مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال .ط2. الجزائر. ديوان الوطني للمطبوعات الجامعية .
- 4- شتا ، السيد علي .(1997).المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية.ط1.القاهرة .مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- 5- عبد الحميد ،محمد. (2004) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية .ط1.القاهرة .عالم الكتب .
- 6- عبد الحميد ،محمد.(1997).نظريات الإعلام واتجاهات التأثير .ط2.القاهرة .عالم الكتب .
- 7- مورييس ،أنجريس (1996).منهجية البحث في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية .ترجمة (بوزيد صحراوي).الجزائر .دار القصة .(2004).

الكتب باللغة الأجنبية :

- J. MIKE JACKA,PETERR.SCOTT (2011):Auditing Social Media .Institute of Internal Auditors Research Foundation.wiley
- Fraenkle J., Wallen N(1993)., How to Design and Evaluate Research in Education, New York: McGraw-Hill Inc.
- danah m. boyd . Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (26/12/2011)(14.00
- <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- **Jeffrey Ghannam. (2011).** Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of, *A Report to the Center for International Media Assistance,*
- Dubai School of Government(2011) *Arab Social Media Report*, United Arab Emirates.,
- Yanchun Zhang ,(2011). Web Mining and Social Networking. USA. Springer
- James Hohmann.(2011). 10 Best Practices for Social Media
- Helpful guidelines for news organizations.usa. ASNE Ethics and values Committee
- THE SOCIAL MEDIA.(2011).A REPORTSTATE OF THE MEDIA
- الجرائد :
- نجاح العصيمي ،بول برادشو : الصحافيون ينظرون لتقنيات التواصل الاجتماعي على أنها وكالات أنباء (2001/01/05)(14.00
- <http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=654431&issueno=12070>