

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمزة لخضر بالوادي



قسم: العلوم الانسانية

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الاعلامية

- دراسة ميدانية إذاعة الوادي أنموذجا -

مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في علوم الاعلام والاتصال - تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الدكتور:

محمودي محمد بشير

إعداد الطلبة:

بلي إبراهيم

تركي كمال

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
حمزة قدة	أستاذ محاضر أ	رئيس اللجنة
محمودي محمد بشير	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا
شين عبد الكريم	أستاذ محاضر ب	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

نحمد الله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث.

الى روح أبي الطاهرة الذي كرس كل جهوده من أجل تعليمنا وإتمام دراستنا.

الى أعز إنسانة في حياتي "امي" التي أنارت دربي

بنصائحها الى من زينت حياتي بضياء البدر، الى من منحتني القوة والعزيمة

الى كل اصدقائي ومعارفي الذين أحبهم واحترمهم

"كمال تركي"

أهداء

سبحان الذي وهبنا العقل سبحان الذي يستحق الشكر على نعمته وحده لا

شريك له والصلاة

والسلام علي أشرف المرسلين خير الخلق الله أجمعين أما بعد

أهدي هذا العمل

الى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ووقرها في كتابه

العزیز

(أمي الحبيبة)

الى قدوتي في الحياة والذي لم يتهاون يوم في توفير سبيل الخير والسعادة

لي

(ابي الموقر)

الى من كانوا سندا لي في كل خطوة في حياتي العائلة الكريمة

الى كل الاساتذة الذين قدموا لي يد المساعدة

الى كل اصدقائي ومعارفي الذين أحبهم واحترمهم

الى كل هؤلاء اهدي هذا العمل المتواضع وأسأل الله عز وجل ان يوفقنا لما

فيه الخير أنه نعم المولى ونعم النصير

”إبراهيم بنّي“

شكر وعرهان

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات له الشكر على

ما أنعم وله الحمد الكثير يليق بعظمته وجلاله إن

يسرنا إتمام هذا العمل لمن وجدنا فيه قيس العطاء

والتجربة وأنست فيه جذوة التواصل وصدق التتبع

وأصالة الرأي المنيب الدكتور محمودي محمد البشير

جزاه الله عنا وعن العلم خيرا الجزاء.



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية، ولبلوغ هذا الهدف فقد تناولنا في الجانب النظري للإطار الاشكالي والمفاهيمي للدراسة والى عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية، وفي الجانب التطبيقي الى الدراسة الميدانية حول الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية.

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية للحصول على المعلومات والاستعانة بالعديد من الأساليب الإحصائية لتحديد طبيعة البيانات، فقد تم توزيع 20 استمارة على مؤسسة الإذاعة بالوادي، وتوصلت الدراسة الى ان لشبكات التواصل الاجتماعي دور وتأثير كبيرة في الوظيفة الاتصالية للقائم بالاتصال.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الوظيفة الاتصالية، القائم بالاتصال.

Abstract

This study aims to identify the communicative function of social networks in the media organization. informative.

The questionnaire was relied on as a basic tool for obtaining information and using many statistical methods to determine the nature of the data. 20 forms were distributed to the Radio Corporation in Oued Souf, and the study concluded that social networks have a significant role and impact on the communicative function of the communicator.

Keywords: social networks, communicative function, communicator.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الاهداء
-	الشكر
-	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الاول	
الإطار الإشكالي والمفاهيمي للدراسة	
4	1-الإشكالية
5	2-الأسئلة الفرعية
5	3-أسباب اختيار الموضوع
6	4-اهداف الدراسة
6	5-أهمية الدراسة
6	6-الدراسات السابقة
10	7-النظرية المستخدمة
8	8-المنهج المتبع
13	9-الأدوات المستخدمة
13	10-مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني	
عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: ماهية القائم بالاتصال
24	المطلب الاول: مفهوم القائم بالاتصال
25	المطلب الثاني: خصائص القائم بالاتصال
27	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال
29	المبحث الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
29	المطلب الاول: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

32	المطلب الثاني: مكونات وتصنيفات الشبكات الاجتماعية
35	المطلب الثالث: أشكال مواقع التواصل الاجتماعي
47	المطلب الرابع: اهمية مواقع التواصل الاجتماعي
49	المبحث الثالث: اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الاعلامية
49	المطلب الاول: مفهوم المؤسسة الاعلامية
50	المطلب الثاني: أسباب استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي
51	المطلب الثالث: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفي في مصادر معلوماته
53	المطلب الرابع: الاشباعات التي يحققها القائم بالاتصال جراء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي
54	المطلب الخامس: تاثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي:
الفصل الثالث	
الدراسة المنهجية واجراءاتها المنهجية	
57	تمهيد
58	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
58	المطلب الأول: الطريقة
59	المطلب الثاني: الأدوات
62	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
62	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة التطبيقية
66	المطلب الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة
72	المطلب الثالث: مناقشة النتائج
75	الخاتمة
77	قائمة المراجع والمصادر
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
61	معامل الثبات لفقرات الإستمارة (ألفا كرونباخ).	01
61	يبين درجات مقياس ليكرت	02
62	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	03
63	توزيع أفراد العينة حسب السن.	04
64	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	05
65	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	06
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول	07
69	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني	08
71	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المحور الثالث	09

فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
63	توزيع العينة حسب الجنس.	01
64	توزيع العينة حسب السن	02
65	توزيع العينة حسب الوظيفة	03
66	توزيع العينة حسب الخبرة المهنية	04

فهرس الملحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
84	الاستمارة	01
86	مخرجات spss	02

المقدمة

المقدمة

لقد شهدت السنوات الأخيرة سلسلة من التطورات في ميدان الاتصال، مما أدى الى انعكاس هذه التطورات بشكل كبير على مجال الاعلام، لتشكل همزة وصل بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا الاعلام، مما سمح لوسائل الاعلام باستخدام تقنيات ومعطيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة كالصور والفيديوهات والرسوم والنصوص، كأداة لتحسين وتطوير ذاتها بالنسبة للمستخدمين، مما جعل الصحفيين في الصراع مباشر مع تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي والتي زيادة الصحفي وجعلت نفسها مصدرا للأخبار يمكن الاعتماد عليها.

ان ظهور شبكات تواصل الاجتماعي أدت الى نقل الاعلام الى افاق غير مسبوقه اعطى للمستخدمين فرص كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة، ولقد أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للتعاطي المباشر والفوري مع جمهورها في تطور يغير من الطريقة التقليدية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها الى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تفاعلية كبيرة لم يتخيلها خبراء الاعلام والاتصال، ومن هنا اتضح لنا ان وسائل التواصل الاجتماعي لعبت دورا هاما في الكثير من المجالات مما جعل اهتمام الإعلاميين والصحفيين تزداد بها باعتبارها مصدر للمعلومات بما يخدم مصالحها اهداف المؤسسة.

لقد حاولنا من خلال دراستنا "الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية" على تسليط الضوء على هذه الشبكات ومحاولة التعرف على كيفية اعتماد المؤسسة الإعلامية على هذه المعلومات كمصدر للمعلومات.

من خلال ما سبق تم تقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة فصول، حيث تطرقنا في الفصل الأول الى كل ما يخص الجانب المنهجي المعتمد في انشاء هذه الدراسة.

أما هذا الفصل الثاني فقد خصصناه الى الجانب النظري وقسمناه الى ثلاثة مباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول الى القائم بالاتصال وخصائصه وطريقة عمله، وفي المبحث الثاني فقد خصص لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث النشأة والتطور والمكونات والاشكال وكذلك الإيجابيات والسلبيات، اما المبحث الثالث فتطرقنا فيه الى المؤسسة الإعلامية بولاية الوادي.

أما الفصل الثالث تمثل في الإطار التطبيقي وتم فيه عرض البيانات وتفرغها في جداول ثم التعليق عليها والتعبير وصولا الى النتائج العامة، وهذا هو هدفنا من هذه الدراسة.

الفصل الأول

الإطار الإشكالي والمفاهيمي للدراسة

1-الإشكالية

2-الأسئلة الفرعية

3-أسباب اختيار الموضوع

4-اهداف الدراسة

5-أهمية الدراسة

6-الدراسات السابقة

7-النظرية المستخدمة

8-المنهج المتبع

9-الأدوات المستخدمة

10-مصطلحات الدراسة

1-الإشكالية:

شهد العالم العربي في السنوات الأخيرة تطورات كبيرة في مجال الإعلام والاتصال ساهمت في إحداث تغييرات في تقنيات وأساليب الاتصال خصوصاً في طريقة إرسال وتلقي المعلومات والتي عرفت نقلة نوعية من الوسائل التقليدية إلى التكنولوجيا الحديثة، هذه النقلة أدت إلى إحداث قفزة نوعية تمثلت في تغيير اتجاهات الصحفيين حيث أصبح استخدام تقنيات الإتصال الحديثة من طرف الصحفيين معياراً أساسياً في تقييم مهارات ومؤهلات الصحفي، هذه التغييرات أجبرتهم على مواكبة التطورات داخل مكان عملهم (المؤسسة الإعلامية) واعتمادها كمصدر للمعلومات.

وباعتبار المؤسسة الإعلامية المصدر المعلوماتي للمجتمع فهي تقوم على جماعات بشرية تربطهم علاقات إنسانية وتجمعهم أهداف واغراض مشتركة، فالأفراد والجماعات داخل المؤسسة الإعلامية يسعون إلى تحقيق الأهداف المنشودة وإشباع حاجاتهم، ولتحقيق هذه الأهداف تعتمد المؤسسة الإعلامية على الاتصال الذي يتم بين الأطراف الاتصالية المتواجدة بهدف تعريف العاملين بما يجري داخل المؤسسة وتزويدهم بالقدر الكافي من المعلومات وفي ظل الحديث عن المعلومات فقد اعتمدت المؤسسة الإعلامية على العديد من المصادر لجلب المعلومات من بينها شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تعتبر مصدر أساسي وموثوق بالنسبة للمؤسسة الإعلامية.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدر هام للمعلومات والأخبار فقد قامت هذه الأخيرة بقلب الموازين بالنسبة للعملية الاتصالية من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة حيث أصبح الفرد بإمكانه أن يكون المرسل والمتلقي في نفس الوقت كذلك فقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي بفرض نفسها بقوة كمصدر للمعلومات والأخبار ولعب دور المساعد في تموين الصحفيين بالمعلومات والاعتماد عليها داخل المؤسسة الإعلامية بعدما كانت مهامها تقتصر على كونها وسيلة اتصالية تهتم بالتواصل بين الأفراد والجماعات وكذلك مشاركة اللغات والثقافات بين دول العالم.

وبدخول شبكات التواصل الاجتماعي على المؤسسة الإعلامية أثرت في الأداء العملي للمؤسسة الإعلامية والصحفيين من ناحية الحصول على المعلومات والصور والملفات فور وقوعها ومشاركتها، كذلك تبادل وبيع المعلومات والأخبار بين الصحفيين

والمؤسسات الإعلامية، لتصبح مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما للمعلومات بالنسبة للمؤسسة الإعلامية ومحطة التقاء الصحفيين نظرا لما توفره هذه الأخيرة من كثافة في المعلومات وحداتها وتمكينهم من إحداث ملتقيات وندوات عبر فضاءها الواسع التي من شأنها أن تساعدهم في تحقيق اشباعاتهم الوظيفية.

وانطلاقا من هذا ارتأينا أن تصب اهتماماتنا البحثية حول موضوع الدراسة والموسوم فيما تكمن الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية وهذا من خلال طرحنا لتساؤل الرئيسي:

ما هو دور الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية؟

2- الأسئلة الفرعية

وانطلاقا من هذا التساؤل طرحنا مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2- أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف القائم بالاتصال على المؤسسة الإعلامية؟

3- ما هي الإشاعات المحققة جراء استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟

3- أسباب اختيار الموضوع

إن هذا الموضوع مهم ومتعدد الدراسات خصوصاً في السنوات الأخيرة وقد وقع عليه اختيارنا نتيجة لعديد من الدوافع منها ما هي ذاتية ومنها ما هي موضوعية نذكرها كالتالي

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة أكثر في التعرف على دور الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية

- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ما دفعنا إلى محاولة التعرف والتعمق أكثر في هذا الموضوع.

ب- الأسباب الموضوعية:

- التعرف على ما قدمته شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات للصحفيين والمؤسسة الإعلامية ومدى ثقة الصحفيين فيها كمصدر للمعلومات.

-الرغبة في التعرف على كيفية تعامل الصحفيين مع مصادر المعلومات لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الإعلامية.

4-اهداف الدراسة

-التعرف على أسباب استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي.
-الكشف عن مدى اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.
-إبراز هدف استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية.
-التعرف أكثر على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مادة جديدة في مجال الإعلام والاتصال.

5-أهمية الدراسة

يدور موضوع دراستنا حول الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية ونظرا لأهمية هذه الدراسة وتعدد مواضيعها يمكننا تلخيص أهمية هذه الدراسة في جانبين:

أ-أهمية علمية

-التعرف كلى كيفية اعتماد المؤسسة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الإعلامية.
-إبراز إيجابيات وسلبيات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والمخاطر الناجمة تجاه المجال الإعلامي.

ب-أهمية عملية:

-معرفة التغيرات الناجمة على إذاعة الوادي من خلال اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي.
-التطورات الحاصلة للصحفيين جراء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي داخل إذاعة الوادي.

-التعرف على التغييرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على إذاعة الوادي.

6-الدراسات السابقة

يقصد بالدراسات السابقة هي كل البحوث والدراسات العلمية التي تتشابه مع البحث الراهن أو تقترب منه في جانب ما، وتكون قد أجريت من طرف باحثين آخرين (كما قد تكون

واحدة أو أكثر لنفس الباحث)، وتعرف أحيانا باسم الدراسات المشابهة. ولا يوجد اختلاف بين التسميتين (وإن كان البعض يزعم. خطأ. بالاختلاف بينهما) فعندما نقول الدراسات السابقة فإننا نقصد بذلك تلك الدراسات أو البحوث التي أجريت في وقت سابق للوقت الحالي الذي نجري فيه البحث أو الدراسة الراهنة.¹

أ-الدراسة الأولى: محمد البشير محمودي، الوظيفة الاتصالية لادارة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية - دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر - بسكرة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2020/2019.

تهدف الدراسة الى التعرف على الأساليب والطرق الاتصالية المستخدمة والمتاحة لمعرفة مستوى فعالية إدارة العلاقات العامة في تعاملاتها مع أساتذة جامعة محمد خيضر بسكرة وكذلك التعرف على درجة اجتذاب أساتذة الجامعة للأنشطة الاتصالية من قبل إدارة العلاقات العامة، ولتحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على استمارة الاستبيان وزعت على 200 أستاذا دائما من جامعة محمد خيضر بسكرة، وتم الاستعانة بمنهج المسح، وقد توصلت الى:

-اثبتت نتائج هذه الدراسة مستوى فوق المتوسط لفعالية الأساليب والطرق الاتصالية المستخدمة لادارة العلاقات العامة تجاه أساتذة محمد خيضر بسكرة عينة الدراسة، وهو ما دل عليه المتوسط الحسابي المقدر بـ 3.46، والدال على الاتجاه الإيجابي الضعيف نحو فعالية استخدام أساليب الاتصال تجاه الأساتذة.

-كما اثبتت ان مستوى فوق الدراسة المتوسط لتكيف أساتذة الجامعة عينة الدراسة نحو إدارة العلاقات العامة، وهو ما بينه الاتجاه المحايد ذو العبارات الدالة على مستوى تكيف أساتذة الجامعة نحو الأنشطة الاتصالية الممارسة من قبل إدارة العلاقات العامة، وهو ما يأكده المتوسط الحسابي المقدر بـ 3.03.

-كما أثبتت ان المستوى المتوسط لممارسة عمل الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة اتجاه أساتذة الجامعة عينة الدراسة بمتوسط حسابي يبين الاتجاه المحايد للمبحوثين قدر بـ 3.25.

¹ علي غربي، ابدليات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط 2، دار الفائز للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 54.

-وبينت النتائج أيضا ان المستوى المتوسط لمساهمة الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في تعاونها مع أساتذة الجامعة عينة الدراسة لتطوير علاقات العمل، بمتوسط حسابي يبين اتجاه المحايد للمبحوثين قدر بـ 2.76.

ب-الدراسة الثانية: ايمان جفال، رضوان بلخيري، الوظيفة الاتصالية لمصلحة التوجيه والاعلام بالجامعة الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية بجامعة العربي التبسي - تبسة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، جامعة تبسة، المجلد 04، العدد 04، ديسمبر 2020.

تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على ماهية الاتصال المؤسساتي بالجامعة الجزائرية وتطبيقاته الميدانية، ودوره في بناء الهوية التنظيمية للمؤسسة ورسم صورة قوية لها لدى جمهورها، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى ان مصلحة التوجيه والاعلام بجامعة العربي التبسي دورا أساسيا في التعريف بالمؤسسة لدى جمهورها بمختلف فئاته واطيافه من خلال الوظيفة الاتصالية التي تؤديها بشكل مستمر ودوري في اطار مهامها الإدارية، مستغلة في ذلك مختلف أساليب الاتصال المؤسساتي وقنواته من مجلة المؤسسة، الكتيبات والأدلة والمطويات الورقية منها والالكترونية والتي تتميز بالبساطة والسهولة لتتلاءم مع جميع مكونات جمهور المؤسسة، كما تؤكد أهمية الاتصال المباشر لفتحه المجال للتفاعل الإيجابي مع مكونات الاسرة الجامعة للجامعة وزوارها الخارجيين من مختلف القطاعات الأخرى ومن مختلف الفئات.

ت-الدراسة الثالثة: خديجة بلاني، اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، اطروحة لنيل شهادة الماستر في صحافة واعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهدي، ام البواقي، 2017/2018.

تناولت هذه الدراسة موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية في مؤسسة الشروق النيوز، وبما ان هذه الدراسة تهدف الى وصف وتحليل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فإنها تنتمي الى الدراسات الوصفية التحليلية وقد تم الاعتماد على العينة القصدية على اعلامي مؤسسة الشروق نيوز، وتم توزيع استبيان على كامل الإعلاميين (42 إعلاميا)، وتوصلت الدراسة الى ان افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من 3 ساعات يوميا ويستخدمونها بصفة عامة، وانهم يعتمدون

على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة، واكثر المواضيع التي تثير اهتماماتهم هي المواضيع السياسية.

د-الدراسة الرابعة: فاتن قرين، سعاد بودين، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الإعلامية، دراسة ميدانية بإذاعة جيجل -أنموذجاً-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016/2017.

تهدف الدراسة الى معرفة كيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي داخل إذاعة جيجل، ومحاولة كشف الدور الذي تلعبه الإذاعة، كذلك معرفة عادات وانماط الاستخدام لهذه التكنولوجيا ومعرفة العراقيين التي يواجهها الاعلاميون عند استخدامهم لهذه الأخيرة، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمسحي، حيث تم توزيع 30 استمارة على مجموعة من الإعلاميين، وقد توصلت الدراسة الى:

-توصلنا ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دورا فعالا في تحسين الأداء الإعلامي داخل مؤسسة إذاعة جيجل.

-كما انها تساهم بشكل كبير في تحسينه.

-ان اغلبية الإعلاميين يستخدمون شبكة الانترنت بصفة دائمة.

-يعتبر نقص الدورات التكوينية على تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل إذاعة جيجل اهم العراقيين التي يعاني منها الإعلاميين.

-ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة مست بدرجة كبيرة التجهيزات وكذا أساليب العمل حيث ساهمت في تغيير شكل ومضمون البرامج الاذاعية وتغيير العلاقة بينها وبين جمهورها.

التعليق على الدراسات السابقة: ان الدراسات التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة لها أهمية كبيرة بالنسبة للبحث الحالي لأنها تفيده في الكثير من الجوانب والمراحل التي يمر بها، كما انها تقدم للقارئ صورة إيجابية عن البحث والباحث، فالإشارة اليها تدل قطعا على سعة اطلاعنا والمامنا وتأكيد تخصصنا في هذا الميدان، وكذلك تجب الوقوع في الأخطاء والمعوقات التي تعرض اليها الباحثين في هذه الدراسات، ولهذا وجب التأكيد على ضرورة الإشارة الى أكبر قدر من الدراسات السابقة.

7- النظرية المستخدمة

نظراً لاهتمام دراستنا بالمؤسسة الإعلامية كان علينا تبني نظرية تسقط على موضوع دراستنا وقد وقع اختيارنا على نظرية الوظيفة البنائية لكونها تعمل على تلبية احتياجات المجتمع وتوازنه وتحرص على استقراره كنظم وسائل الإعلام.

- مفهوم النظرية الوظيفية البنائية

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية من آراء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية والرأسمالية، حيث اهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن، وتفسير التماسك الاجتماعي والاستقرار، وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال: "اوجست كونت"، "ايميل دوركايم"، "هربرت سبنسر"، وأيضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل: "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون".

وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين، الذين امتدت آراءهم حتى نهاية السبعينات من القرن العشرين.

ويعتبر هذا المفهوم مركب من جزأين:

البناء: وهو مصطلح يشير الى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.

الوظيفية: ويشير هذا المصطلح الى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.¹

- مرتكزات النظرية الوظيفية البنائية

وتعتمد هذه النظرية على مجموعة من المرتكزات هي:²

أولاً: النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة.

¹ صليحة شلوش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي - دراسة ميدانية في جريدة الشرق الجمهوري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر الوادي، 2012/2011، ص 36.

² محمد البشير محمودي، الوظيفة الاتصالية لادارة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية - دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر - بسكرة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2020/2019، ص ص 182-183.

ثانيا: يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره تضمن ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

ثالثا: تسهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع باستقراره، وبمعنى آخر كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

رابعا: الأنشطة المتكررة في المجتمع تعد ضرورة لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

خامسا: الاهتمام بالدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمتها، والتي تختلف تماما مع نماذج الثقافة الجماهيرية التي تتناولها البحوث الامريكية.

وهكذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غني عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر - بالشكل الذي تعرفه - أن يستمر بدون هذه الوسائل. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي Dysfunctional، وذلك حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف.

ومن الواضح تماما أن وسائل الإعلام غدت في الوقت الحالي جزءا مركزيا من هياكل مؤسساتنا، وهذا يعني أنها في الوقت الذي تمثل فيه صناعات قائمة بذاتها، تغلغت بعمق داخل كل مؤسسات المجتمع الأخرى. وعلى سبيل المثال: فإن وسائل الإعلام - من خلال تركيزها على الخدمات والمنتجات الصناعية - تعتبر جزءا أساسيا من المؤسسة الاقتصادية، ومن خلال قيامها بدور متزايد في عملية الانتخابات أصبحت جزءا من المؤسسة السياسية، وقد أدى تركيزها الشديد على المواد الترفيهية والثقافة الشعبية إلى اعتبارها عاملا مهما في بناء الأسرة، ويرى الكثيرون أنها أصبحت جزءا مهما من المؤسسات الدينية والتعليمية. وتهتم هذه المؤسسات الإعلامية بالتوازن والاستقرار أكثر من اهتمامها بالتحول والتغيير.¹

ومن هنا رأينا أن النظرية الوظيفية البنائية في وسائل الإعلام هي النظرية المناسبة لدراستنا لكونها تساهم في تحقيق توازن المجتمع، لهذا فقد أصبحت جزءا مركزيا من هياكل

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1، سربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص 126.

المؤسسة الإجتماعية لكونها تمثل هيكله قائمة بذاتها، فقد أصبحت هذه الوسائل تقوم بأعمال لم تعد الأسرة قادرة على تحقيقها من تربية وتنشئة الأطفال وكذلك حل الخلافات والمشاكل التي يتعرض إليها المجتمع.

إن الوظيفة الإتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في -إذاعة الوادي- ترى أن كل صحفي من الإذاعة هو فرد سامي وواعي في إستخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل في الحصول ونشر الأخبار التي يتحصل عليها بإعتباره مسؤول على إستقرار وتوازن المجتمع من خلال الأخبار التي ينشرها في حين أن أي مشكل يصيب أفراد المجتمع قد يعود بالضرر على المؤسسة الإعلامية.

فالوظيفة الإتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في إذاعة الوادي تعمل على ربط مؤسسيتها بالجمهور من خلال الإتصال المتبادل بينهما ومن خلال الأخبار التي تبثها المؤسسة للجمهور التي تلعب دور في بناء علاقة بين المؤسسة وجمهورها وكذلك كسب ثقتهم تجاهها.

8- المنهج المتبع

ونظراً لعنوان دراستنا الذي يدور حول الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية فإن دراستنا تقوم على وصف علمي دقيق لكيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الإعلامية لهذا قمنا بالاعتماد على المنهج المسحي في دراستنا، وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها.¹

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، الجمهورية اللبنانية، 2017، ص 164.

9-الأدوات المستخدمة

أ-الاستبيان:

وهو عبارة على قائمة من الأسئلة المعدة سلفا بوجهها الباحث إلى أفراد العينة المبحوثين¹، للحصول على بيانات عن الأفراد ويمكن ضمان سرية الاستجابات كما أنه يمكن صياغة الأسئلة لتناسب أغراض محددة².

ب-الملاحظة:

تتمثل في قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها أو الاستعانة بالآلات (السمعية، البصرية)³.

10-مصطلحات الدراسة

أ-الوظيفة الاتصالية

-لغة: المعنى المباشر الظاهر لوظيفة الاخلاق هي إقامة معيار السلوك في إطار الجماعة للمحافظة على توازن العلاقة واستمرارها⁴.

-اصطلاحا: هي عملية ربط افراد المجتمع بمنظومة اتصالية مشتركة تسمح بنقل الأفكار والثقافات وتعزيز البناء الحضاري للمجتمع، وتعمل عوامل التكنولوجيا على زيادة الاتصال وتفعيل التواصل الاجتماعي وتسهل بناء نمط جديد من المجتمعات وتجعل بإمكان الافراد من ذوي الأفكار المتشابهة ان يتواصلوا ويتفاعلوا⁵.

-التعريف الاجرائي: هي الطريقة او الأسلوب من قبل المؤسسة وفق قواعد ومعايير دقيقة قصد الوصول إلى أهداف معينة من اجل تطوير المؤسسة.

¹ محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009، ص372.

² طاهر حسو الزبياري، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات، والنشر والتوزيع، بيروت، 2011، ص143.

³ خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص131.

⁴ محمد بشر محمودي، المرجع السابق، ص 28.

⁵ مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة في موقع الفايستوك، ط1، دار ألفا

للوثائق، الجزائر، 2016، ص 28.

ب- شبكات التواصل الاجتماعي:

- لغة: التواصل في اللغة العربية مصدر (تَوَاصَلَ) . . وتعني الاجتماعي والاتفاق، يقال: تَوَاصَلَ الصديقانِ .. أي واصلَ احدهما الآخر في اتفاق ووثام . . واجتمعا واتفقا . . وكان فلان على اتصال دائم به . . أي دائم اللقاء به.¹

- اصطلاحا: هي خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك اثناء امدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.²

- التعريف الاجرائي: يقصد بها جميع المواقع الاجتماعية كال فيسبوك، اليوتيوب والتويتتر . . الخ، التي يلجأ اليها الصحفي اليوم كمصدر لاستقاء معلوماته.

ت- المؤسسة:

- لغة: المؤسسة جمع مؤسسات جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية او خيرية أو علمية أو اقتصادية.³

- اصطلاحا: كيان اجتماعي مفتوح منسق بطريقة واعية راشدة وله حدود شبه معروفة ويعمل بصورة منظمة ومستمرة الى حد ما لتحقيق اهداف مشتركة.⁴

- الاجرائي: عبارة عن هيكل تنظيمي للموارد المادية والبشرية وتقوم على أساس العمل الجماعي للعاملين فيها، من اجل تحقيق اهداف المؤسسة.

ج- المؤسسة الإعلامية:

مؤسسة خدمية تقوم على خدمة المجتمع مثل: الوظيفة الإخبارية، وظيفه النشرئة الاجتماعية، وظيفه التربيه، الوظيفة التنقيفيه . . الخ، كل هذه الوظائف تقدمها المؤسسة

¹ حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق، ط 1، دار القلم، دمشق، 2020، ص 23.

² كاتب فارس، عقون دنيا، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائر - دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب - ام البواقي، مذكرة لنيل الماستر في علوم والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016/2015، ص 34.

³ فاتن قرين، سعاد بويدر، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الاعلامية - دراسة ميدانية باذاعة جيجل - انموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017/2016، ص 21.

⁴ نفسه، ص 21.

الإعلامية كذلك تصنع الصحف الورقية والالكترونية، اما المؤسسة دراستنا هي إذاعة الوادي الجهوية والتي حاولنا التعرف على كيفية عملها واعتماد صحفها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في تحسين قدراتهم المهنية.

الفصل الثاني

عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل

الاجتماعية

تمهيد

- 1- العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال
- 2- مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في استقاء معلوماته.
- 3- مفهوم المؤسسة الإعلامية
- 4- اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير إمكانياتهم المهنية داخل المؤسسة الإعلامية.

تمهيد

ان مواقع التواصل الاجتماعي هي ظاهرة برزت خلال السنوات القليلة الماضية وتطورت منذ ظهورها لتصبح اكثر المواقع استخداما عبر الانترنت، وهي البديل الامثل للوسائل الاعلام التقليدية لأنها سهلت التخاطب والتعبير والتفاعل مع المستخدمين مما ادى الى تغيير جذري في الاعلام الجديد، بحيث لم تعد مواقع لتواصل وتبادل والآراء والتسليية فقط فقد تعدت ذلك لتصبح من الاعلام التفاعلي يتواصل من خلالها الملايين كذلك اصبحت وسيلة لجلب الاخبار قبل وسائل الاعلام التقليدية، مما جعل وسائل الاعلام التقليدية تعتمد عليها كمصدر للاخبار، وقد خصصنا هذا الفصل للتحدث فيه عن كيفية اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار.

المبحث الأول: ماهية القائم بالاتصال

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال

يمثل القائم بالاتصال وحدة التحاليل الأصغر في الإجابة على الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، وهذا المفهوم يمتد ليشير إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع، تناولت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء.

في حين اتجهت الدراسات إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال: فعرفته بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتيسيرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها.

وان القائم بالاتصال هو "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية.

ويعرفه محمد حجاب إن القائم بالاتصال "هو شخص يستهدف التأثير في أفكار الناس، ولديه خلفية واسعة عنها، يؤمن بها، ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته، ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة، ويستخدم الأساليب الإقناعية لتحقيق التأثير المطلوب وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط.¹

إن القائم بالاتصال هو الشخص الذي يتعرض إلى عدد هائل من الرسائل الإخبارية للغربة والتشكيل حتى تصل في النهاية إلى عدد محدود من الرسائل التي يتم توصيلها عبر وسائل الإعلام ويقصد بحارس البوابة في غرف الأخبار، الاختيار بين عدد هائل من الموضوعات والصور للوصول إلى المحتوى الذي يمثل الحجم المطلوب للأخبار في

¹ سمية كامل أبو ماضي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في تغطية قضية الانقسام الفلسطيني "دراسة تحليلية ميدانية مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، 2015، ص53-54.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

المؤسسة الإعلامية، ويمكن اعتبار عملية حراسة البوابة بأنها إعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث وتحويله إلى رسالة.¹

المطلب الثاني: خصائص القائم بالاتصال:

-مهارة التقديم والإلقاء: فن الإلقاء هو القدرة الاتصالية لنقل الأفكار والأحاسيس والمشاعر إلى المستمعين والمشاهدين بطريقتين: الأولى اللغة اللفظية بإطار تفاعلي بين الاثنين، وهو فن النطق بلغة مفهومة فيها من البلاغة واللياقة والوضوح ما يميزه عن الحديث العادي، كما انه يحتاج إلى مهارات وقدرات وموهبة.

فالإلقاء فن يحتاج إلى مجموعة من القدرات الذاتية، إضافة إلى شروط عامة:

- فن يعتمد على الجرأة في الكلام.
- فن يعتمد التنوع في طبقات الصوت.
- فن يعتمد على توزيع النفس بشكل جيد.
- فن الإلقاء يعتمد على التركيز ويحتاج إلى معرفة طريقة العرض وخاصة عند الوصول إلى ذروة الفكرة.

أ- مهارة الإقناع: الإقناع هو عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك وتنقسم استجابتنا لرسائل الإقناع إلى قسمين بعد التفكير، دون تفكير.

فحينما نكون مفكرين ننصت بكل عناية إلى ما يقوله المقنع، أطلق عالما النفس "ريتشارد وجونكاسيبو" على الطريقتين الفكرية واللافكرية في الإقناع.

ويركز "دارسو" في الإقناع 3 خصائص أساسية للقائم بالاتصال هي المصادقية والجاذبية والقوة بجانب أخرى مضافة، مثل الحيوية والانتماء الاجتماعي والسلطة والثقة. كذلك حدد "الكس تان" العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور في 3 عوامل هي المصادقية، الجاذبية، قوة المصدر.²

¹ سعودي أمال، القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية إذاعة الجزائر من مسيلة-نموذج-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف- المسيلة-، 2016، ص31.

² بوزيد شيماء، سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة استقطابها الجمهور دراسة تحليلية لبرنامج (11) mb، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، 2016.2017، ص25.27.

➤ المصادقية:

يعتمد قياس مصادقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال.

ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال والقضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة والذكاء والانجاز المهني والمركز الاجتماعي، والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع.¹

➤ الجاذبية:

نظرا لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعيا، فقد ركز الباحثون على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل، وذلك بناء على الفرض القائل بان المصدر أو القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيرا على الشخص المحايد أو الذي له الجاذبية في الإقناع.

ويتم الانجذاب إلى الأشخاص المتشابهين ويتم التأثير بهم عن الأشخاص المختلفين، ويوجد عنصران للكشف عن التشابه والتماثل في الخصائص الديمغرافية وكذلك الخصائص الفكرية أو العقائدية، فالمتلقي يميل إلى القائم بالاتصال الذي يشاركه خصائصه العامة مثل العمر والتعليم والمهنة وغير ذلك، حيث يرى المتلقي انه من يمكن التوحد معه لأنه غالبا ما يكون له نفس الحاجات والأهداف، وكذلك يميل المتلقي إلى القائم بالاتصال الذي يشاركه في الآراء والاتجاهات، ويرى الباحثون أن عنصر الخصائص الفكرية والعقائدية أكثر قوة من التشابه الديمغرافي.

من جانب آخر فان التشابه والمودة يقودان إلى الحب، والحب يشير إلى التشابه مع القائم بالاتصال.

فالقائم بالاتصال الذي يثينا يصبح جاذبا لنا، وقد يتزايد الحب مع زيادة العائد الذي يتمثل في تخفيف التوتر والضغط والعزلة والخوف، حيث يحب المتلقي الذي يبغده عن الإحساس بالتوتر ويمدنا بالإرشادات الخاصة بتكثيف مشاعرنا، فوسائل الإعلام تمد المتلقي

¹ سمية كامل أبو ماضي، مرجع سابق، ص56.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

بالتسلية والمعلومات الخاصة التي تتكيف مع مشاعره، وفي وقت الأزمات يسعى المتلقي لمزيد من المعلومات التي ترفع عنه التوتر.

➤ قوة المصدر:

إن القائم بالاتصال يجب أن يكون لديه القوة والتأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، وهؤلاء يكون لديهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبطه للأمور بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيص وإدراك المتلقي للضبط والسيطرة ويظهر ذلك في قوة المصدر أو القائم بالاتصال.

وترى الباحثة أن المصدقية التي يكتسبها القائم بالاتصال أثناء عمله لها أهمية كبيرة جدا خاصة في نقل وإيصال الرسالة الإعلامية إلى الجماهير المستهدفة، ويمكن أن يكون تأثيرها إيجابيا وسريعا.¹

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إن أربعة عوامل أساسية وهي:

- قيم المجتمع وتقاليد

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.²

- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل العمر، النوع، الدخل، والطبقة الاجتماعية وغيرها من الانتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات.

ويعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية لأنه يؤثر على طريقة التفكير أو التفاعل مع المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية، والاجتماعية،

¹ سمية كامل أبو ماضي، المرجع السابق، ص 57.

² حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته، ط1، الدار المصرية، مصر، 2008، ص 175

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

والسياسية والاقتصادية، وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات.¹

-المعايير المهنية للقائم بالاتصال

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال.

وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وذلك على النحو التالي:

➤ **سياسة المؤسسة الإعلامية:** تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل أكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولها، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، وتلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

➤ **مصادر الأخبار:** أشارت اغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة استغنائه عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكداً أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية.

-علاقات العمل وضغوطه:

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل المجموعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال بحد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف

¹ فاطمة بن سديرة، مسؤولية القائم بالاتصال من منظور الإعلام الإسلامي-دراسة تاصيلية-، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2016.2017، ص28.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

كل صحفي تحقيق سبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية أو عقائدية، ولذلك فانه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية، إلا انه يظل لكل منهم معايير الخاصة.¹

-معايير الجمهور:

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها إلى حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال، ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها.

فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق هذا يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية.²

المبحث الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

أولا: مفهوم التواصل:

لغة:

هو الاتصال والصلة والترابط والالتزام.

اصطلاحا:

التواصل يدل على عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعلومات والأحاسيس بين الأفراد والجماعات وقد ينبني هذا التواصل على الموافقة أو على معارضة والاختلاف، ويفترض التواصل أيضا باعتباره نقلا وإعلاما مرسلا ورسالة ومستقبل وشفرة، يتفق على تسنينها كما من المتكلم والمستقبل (المستقبل)، وسياقا مرجعيا ومغزى للرسالة.

عرف شارلي كولي Charles Cooley التواصل بالقول: "هو (التواصل) الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور. انه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال وتعزيزها في الزمان. ويتضمن أيضا تعبير الوجه وهيئات الجسم والحركات ونبرة

¹ فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة- دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص218.

² فاطمة بن سديرة، مرجع سابق، ص29.

الصوت والكلمات والكتابات والمطبوعات والقطارات والتلغراف والتليفون وكل ما يشمله آخر ما تم في الاكتشافات في المكان والزمان.

أما اونزيو ومارتن (anzieu et martin) فقد عرفه بالقول: "انه مجمل الميكانيزمات المادية والنفسية التي تستخدم في التواصل بين شخص أو عدة أشخاص (المرسل) وشخص أو عدة أشخاص (المستقبل) بغية الوصول إلى أهداف معينة."

كما عرفه ديفيطو وآخرون (devito;j.a et autres): "يحصل (التواصل) إذا بعثنا أو استقبلنا رسائل أو أعطينا معنى لإشارات شخص ما، ويتناثر التواصل دائما بالمشوشات، ويقوم داخل سياق، وله اثر ما ويتضمن إمكانية للرجع".¹

ثانيا: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم وانتماءاتهم.²

ويعرفها محمد عواد بأنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات ومؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبيعة التي تنتمي إليها الشخص.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها.

وعلى هذا الأساس فهي عبارة أيضا على منافذ صغيرة للتعبير عما تعتمر به النفوس من أفراح وأحزان يتبادل من خلالها المشتركون التجار والمعارف والمعلومات والملفات

¹ عبد الرحمان بغدادى، جمهورية الفايبيوك السلطة الافتراضية دراسة استطلاعية لعصر ما بعد الحداثة، دار بغدادى لنشر والطباعة والتوزيع، 2014، ص2014.

² وليد يوسفى، ابراهيم جلاوجى، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية "دراسة وصفية لعينة من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية بالمسيلة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة-المسيلة-، 2013، ص17.

والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثة الفورية وغيرها.¹

ثالثاً: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

أول ما ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية كان من قبل "جون بارنز" الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن والذي صاغه سنة 1954. وظهرت في السبعينات من القرن العاشر بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية وكانت فوائد البريد الإلكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطريقة الأمد مع الآخرين غالباً ما كانت بأسماء مستعارة.²

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تظهر بشكلها الجديد، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل. ويمكن إجمال ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي عبر ثلاث مجموعات أساسية: الموجة الأولى جسدت ظهور الشبكات لدعم تواصل الأفراد مع إضافة بعض الخدمات الاجتماعية من حين لآخر، والموجة الثانية تميزت بالتنافس بين شبكات عديدة لاستمالة المستخدمين من خلال التخصص بالتوجه لجماهير معينة، أما الموجة الثالثة فهي مرحلة الوصول لجماهير عريضة في ظل سيطرة وشهرة شبكات معينة.³

وأواخر التسعينات بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية مثل: classmates.com سنة 1995 وهو موقع اجتماعي يربط بين زملاء الدراسة وموقع sixdepress.com عام 1997 وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات

¹ خليفة هبة محمد، مواقع التواصل الاجتماعي، منتديات اليسير للمكتبات وتقنية المعلومات، مصر، 2009.

² عبد الله محمود الرعود، دور شبكات التواصل في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.2011، ص 32.

³ خديجة بلاني، اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بمدينتي قسنطينة وأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة واعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي، 2018.2017، ص 31.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

الاجتماعية التي لم تستطع إن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001. في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002. مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شراءها سنة 2003.

لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007. وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ مشاهدة صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل واكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير الفايسبوك والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس.¹

المطلب الثاني: مكونات وتصنيفات الشبكات الاجتماعية:

أولا: مكونات الشبكات الاجتماعية

تتكون الشبكات الاجتماعية عموما من عدة تطبيقات ومواقع أهمها:

- **أولا: مواقع التواصل الإلكترونية:** وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل بأصدقائهم ومعارفهم مثل "ماي سبيس، فيسبوك". الخ
- **ثانيا: المدونات الإلكترونية:** blogs وهي المواقع الإلكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.
- **ثالثا: الويكي "wikis":** وهي الصفحات التي ستشاهدها العامة عبر مواقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيوفر تجاري متوفر للجميع مجانا) أشهر موقع ويكيبيديا، وهي تسمح للأشخاص العاديين بالإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات مصدر المفتوح.
- **رابعا: البودوكاستس "podcastes" أو مواقع البث الإلكترونية:** وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل "ابل إي تيونز".

¹ مروى عصام صالح، الإعلام الإلكتروني، الاسس والأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015، ص247.

➤ **خامسا: المنتديات الالكترونية:** إلا وهي مواقع توفر مناطق وصفحات الكترونية للتعبير عن الراي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا، لأنها سهلة الاشتراك.¹

ثانيا: تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

-التصنيف الأول

❖ **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات عديدة مرتبطة بالدراسة او العمل او المجال الجغرافي مثل: مواقع الفيسبوك، ماي سبيس، وهاي فايف.

❖ **نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي ترتبط بأصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

❖ **ميزات إضافية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر ميزات أخرى مثل: التدوين المصغر micro blojzing مثل: موقع نتويتتر، بلارك والشبكة الجغرافية مثل: برايت كايث.

-التصنيف الثاني

❖ **النوع الأول:** يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي.

• **مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع "فيسبوك" و"لينكدان" وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة.

• **مواقع الفعاليات:** هذه النوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعض الأشخاص المدعويين، كما تكمن هذه المواقع من استخدام تحديد المواقع الجغرافية (lbs) لتحديد موقع

¹ كاتب فارس، عقون دنيا، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري"دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب-أم البواقي-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-، 2016.2015، ص44.43.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

التجميع، مما يميز هذه المواقع الالكترونية إمكانية التحدث التلقائي، فيمكن التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي يتعرف كل المدعويين كل على وحدة.

• **المدونات:** تعرف المدونة على أنها صفحة انترانت ديناميكية تتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حيث تاريخ نشرها (حديثه النشر أولا ثم التي تليها وهكذا)، والموضوعات التي يتناولها الناشر في مدونات تتراوح ما بين يوميات، الخواطر، التعبير المسترسل عن الأفكار، الإنتاج الأدبي والموضوعات التخصصية في هذا المجال التقني .

❖ **النوع الثاني:** من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء ترفيهي مواقع تمكن العديد من الناس الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة العمل(الويكي) بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العملية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.¹

❖ **النوع الثالث:** من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة: مواقع التصوير والفن (photo sharing) يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع التخزين وبث الفيديو، باستخدام النوعية من مواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل الشركاء الإنتاج الفني.²

مواقع التصوير والفن (photo sharing): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكانا يمكنك فيه حفظ تخزين وعرض أعمالك الفنية سواء أنت صور أو رسومات فنية حيث يتمكن من رؤيتها و ايداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها، وبناء على نوعية الفن هناك العديد من المواقع مثل: deviant art.zoom.smugmung.photobuket.flicker.

1- احمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري "دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيمية للأفراد" طلبة جامعة المسيلة "نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2013، ص 26.27.

2 علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دن، 2015، ص 5.

❖ النوع الرابع: هي مواقع الرأي والاستعراض (reviews and opinions).

استعراضات السلع: product reviews

تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة الرأي من اشترى هذه السلع فبلك وتقيمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة ومدى تحمله لعوامل الزمن لاستخدام اليومي، أما أن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث نحصل على رأي خبراء في المجال، كما انك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، يمكنك زيارة العديد من مواقع الرأي والاستعراض التالية: month shut.opinions.

❖ النوع الخامس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية الاجتماعية مواقع العوالم الافتراضية (vertual worlds).

لقد طرح مصطلح الحقيقة الافتراضية vertual reality: لأول مرة في عام 1989 وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير إلى هذا المفهوم منها: الحقيقة الاصطناعية artificial raelity في السبعينات و cyberspace عام 1984 ومؤخرا العالم الافتراضي vertual world والبيئات الافتراضية vertual environments في التسعينات.¹

المطلب الثالث: أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

من أبرز أشكال مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

✓ الفايسبوك

-تعريف الفايسبوك

هو موقع اجتماعي أطلق سنة 2004، من قبل مارك زوكربيرغ الشاب الذي راودته الفكرة منذ أن كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد، وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى، ومنذ عام 2005 وأعداد مستخدمي الموقع في ازدياد.

Facebook اسم يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات للأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع. وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعارف

¹ احمد عصام، مرجع السابق، ص28.29.

الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية. حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية.¹

-نشأة الفيسبوك: قام مارك زوكربيرغ بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طالبة المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر. يضم الموقع حاليا أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم.

وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران، كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيسبوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون أن الفيسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الأخرى.

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتش بالانجليزية facemach: التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع hot or not ويعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص تم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرغ بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.²

¹ عبد الرحمان عمار، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب-أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، 2015.2016، ص45.

² سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية وسائل التواصل الاجتماعي، دار الولاية لنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص169.170.

قام زوكربيرغ بتأسيس موقع "الفيسبوك" على نطاق thefacebook.com وتحديدا في 4 يناير من عام 2004 وأنظم كل من ادوارد سافرين (وداستين موسكوفيتز) مبرمج واندرو ماكولام رسام جرافيك وكريس هيوز الى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح الفيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل، بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة ايفي ليغ، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر فيسبوك الى مدينة بالو التو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم نطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.

كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمداس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع. بعد ذلك، أتاح الموقع الاشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة ابل المندمجة وشركة مايكروسوفت. وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح، وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له. في ديسمبر 2013، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبني"، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.¹

-متطلبات تصميم صفحة الفيسبوك:

-مهارة استعمال الحاسوب: بحيث يستطيع استعمال الحاسوب الشخصي أو في مجال العمل أو الدراسة ومهارات أصبح امتلاكها سهلا في ظل الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي وهو مزاعم كافة المجتمعات حيث أصبح امتلاك هذه المهارات ضرورة من ضروريات الحياة بل أن امتلاك الحاسوب أصبح من الضروريات في العمل والدراسة.

¹ سلمان بكر بن کران، المرجع السابق، ص171.172.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

-الاشتراك في خدمة الانترنت: وهي خدمة أصبحت متوفرة ومنتشرة في متناول معظم الناس سواء عن طريق الاشتراك السنوي أو البطاقات وتشارك في هذه الخدمة جميع المؤسسات العامة والخاصة إضافة إلى انتشار مقاهي الانترنت والتي توفر الخدمة بأسعار مقبولة.

-الاشتراك في خدمة البريد الإلكتروني: والذي أصبح منتشرًا وضروريًا لكافة المراسلات وعمليات التواصل.¹

-تعبئة الطلب الشخصي: والذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الإلكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ بها طالب الاشتراك ليضمن عدم تمكن الأشخاص الآخرين من الدخول إلى موقعه على الفيسبوك.²

- ايجابيات وسلبيات الفايسبوك:

-ايجابياته:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم.. ومن هذه الخدمات.

❖ إتاحة الفرصة للصدّاقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك عن طريق:

• إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم والخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع. ومتاح لهذا الصديق ان يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبًا أو إيجابًا على الطلب الذي يتلقاه.

• ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حالة تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع آخرين.

• إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

• اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقًا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

¹ كاتب فارس، عقون دنيا، مرجع سابق، ص47.

² كاتب فارس، عقون دنيا، المرجع السابق، ص47.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

- إتاحة الفرحة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية فوز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل حسب المهنة.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر من هذا الموقع الافتراضي.
- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كانت لا ترغب في الاستمرار في صداقته.¹
- ❖ **خدمة الشركات وأصحاب الأعمال:** أن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتها وإلتام هذه العملية تم الاعتماد على مواقع الفيسبوك وهذا الأخير يساهم في التسويق والترويج بشكل كبير للمنتجات.
- ❖ **إتاحة فرصة تحميل اليوم الصور:** وذلك من خلال تصفح موقع الفيسبوك فان أي شخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو وصور... الخ. وسجلت إحصائيات بان تحميل أكثر مكن عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.
- ❖ **التواصل مع مجتمعات افتراضية:** وذلك من خلال التنوع في المواضيع التي تقيد العضو في التدريب والتعليم.
- ❖ **متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:** كالشخصيات السياسية واقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية فمن خلال الفيسبوك يمكن التعرف على الأخبار والأفكار والخواطر وجهات نظر حول مختلف الأحداث والقضايا.
- ❖ **إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو:** ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور بالرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيسبوك إن يلعب دورا مفضلا في تخزين المعلومات المرغوبة.²

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن، عمان، 2014، ص66.67.

² علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص67.68.

-سلبيات الفايسبوك:

هناك الكثير من الآثار السلبية التي يحققها الفيسبوك ومنها:

❖ **إضاعة الوقت:** يهدر الفيسبوك الوقت لمستخدميه في الكثير من الأحيان دون فائدة حيث بمجرد أن يدخل المستخدم للموقع ويبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى إضافة إلى الدردشة وقراءة الرسائل لا يدرك الساعات التي أضاعها.

❖ **الإدمان وإضعاف المهارات:** يشكل الجلوس أمام جهاز الإعلام الآلي أثناء تصفح موقع الفيسبوك بمرور الزمن إدماناً لصاحبه وهو ما يؤدي إلى عزله عن المجتمع الحقيقي ويعيش أو يتعايش مع المجتمع الافتراضي.

❖ **انتحال الشخصيات:** العديد من مستخدمي الفيسبوك لا يكتشف عن حقيقته أو يتخذ من المشاهير عنواناً بنفسه لذلك تعتبر عملية انتحال الشخصيات خاصة المشاهير منهم سواء كانوا لاعبين أو فنانيين أو أبطال...الخ.

❖ **الخصوصية:** يحتوي ملف المستخدم في فيسبوك على جميع معلوماته الشخصية في الكثير من الأحيان عند العديد منهم إضافة إلى يديه هؤلاء من هموم ومشاكل تخطر ببالهم إلا أنها قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد هذا الموقع مكاناً للتسلية والعبث وذلك بسبب سوء الرقابة مما جعل هؤلاء لا يهتمون بالعواقب¹.

❖ **تويتر**

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفايسبوك وtwitterfox.twhirl.twitterific.twtbird

¹ السعيد عزة وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين "الفييس بوك انموذجا" دراسة ميدانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2015.2014.ص22.23.

وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها من صفحتهم الرئيسية او زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الالكتروني، و خلاصة الأحداث rss وعن طريق الرسائل النصية القصيرة sms وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة إلى الرقم الدولي الذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.¹

-نشأة التويتر

كما نراه: " هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكة في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دورا مهما جدا في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيسبوك، تويتر. يوتيوب) واخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (rss) عبر الرسائل النصية (sms). كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (obvious) الأمريكي على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم اخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في ابريل عام (2007).²

¹ عبد الرحمان عمار، مرجع سابق، ص43.

² السيعيدي حنان، وضيف فاطمة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي " موقع فيسبوك نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح "ورقلة"، 2014.2015، ص39.

(تقول الكاتبة claire.diaz-ortiz في كتابها "twitter for good chanje the world one teet at a time" أو تويتر للأبد"، إن هذا دليل عن كيفية تغيير العالم مع تويتر خطوة، خطوة، تغريده، تغريده، في آن واحد).

وترى الباحثتان: "إن تويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية على الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له، ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد على (140) حرفا للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصا الإخبارية".¹

-استخدامات تويتر:

- أخبار متابعيك بما فعله أو تود فعله ومكان وجودك.
- اطلاعك متابعيك بأخر أخبارك والمستجدات لديك.
- السؤال والاستفسار عن أمور متعددة.
- التواصل مع الآخرين أو الرد (reby) على تغريداتهم.
- إرسال رسالة خاصة لمن يتابعك وتتابعه.
- نشر روابط مفيدة مع عنوان للرابط.
- نشر رابط مقطع فيديو مع عنوان المقطع.
- نشر رابط صورة لك أو صورة ما.
- التسويق لفكرة أو منتج أو خدمة.
- متابعة آخر أخبار وعروض الشركات.
- التواصل مع العملاء وتقديم المساعدة لهم.
- النقاش أو المشاركة في موضوع ما.
- متابعة آخر أخبار والمدونات والصحف الالكترونية وخلاصات RSS لمواقعك المفضلة.
- إعادة نشر (retweets) التغريدات التي تعجبك لمتابعيك.
- التواصل مع الشخصيات المشهورة والشخصيات المهمة مباشرة عبر حساباتهم على تويتر ومعرفة آخر أخبارهم.

¹ السعيدى حنان، وضيف عائشة، المرجع السابق، ص40.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

- المساعدة وتقديم خدمات اجتماعية وإنسانية للآخرين (التبرع بالدم-البحث عن المفقودين..الخ.¹

-سمات موقع تويتر:

✓ **سهل وسريع:** يمكن لأي شخص أن يصبح مشتركاً بالموقع بمجرد إدخاله البريد الإلكتروني وتسجيل اسمه واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة به، عندئذ يمكن له أن يبدأ بتدوين بإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من هاتفه الذكي، وإن ازداد المستخدم أن يعطي لمعلوماته الشخصية طابعاً مميزاً، فإن الموقع يتيح له ذلك من خلال إرفاق صورة شخصية أو شعار مع كل تدوينه قصيرة، مما يضيف نوعاً جالياً على التدوينات.

✓ **مجاني:** هذه أهم ميزة ساهمت في نشر تويتر، وهي خاصية ساعدت الملايين من المستخدمين في تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم.

✓ **متابعة آخر الأخبار:** وذلك من خلال خدمة التغذية rss التي تمكن من الاطلاع على مختصرات أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية دون الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدة.

✓ **التسويق:** يمكن للتويتر إن يؤدي دوراً كبيراً في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية وخاصة وأنه يتميز بالسرعة.

وقد توصل تطوير تويتر بشكل سريع، ففي عام 2007م كان عدد التغريدات في كل 3 أشهر 400 ألف تغريده منشورة، نمت إلى 100 مليون تغريده لكل ربع من عام 2008م، وفي شهر فيفري من عام 2010م بلغ عدد تغريدات 50 مليون تغريده يوميا وفي شهر جوان من نفس العام ارتفعت نسبة التغريدات بـ 15 مليون تغريده أي أصبحت 65 مليون تغريده يوميا بما يساوي 750 تغريده يتم إرسالها كل ثانية، والجدير بالذكر أنه ضمن 200 مليون مستخدم لتويتر فإن ما بين 30 و 40 مليون فقط يعتبروا مستخدمين بمعنى معظم المعلومات المتداولة على تويتر يتم نشرها بواسطة أقلية من المستخدمين، في حين أن الأغلبية الباقية هم مجرد مستهلكين لتلك المعلومات.²

¹ عبد الرحمان عمار، مرجع سابق، ص 44.

² خديجة بلاني، مرجع سابق، ص 36.37.

✓ اليوتيوب

-تعريف اليوتيوب:

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع فيديو بشكل مجاني. تأسس في فبراير سنة 2005 وهي تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم بتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول الأشخاص حول العالم، كلما يتمنى المشاهدون من إدارة الحوار الجماعي حول مقطع فيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع.

هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه www.youtube.com، ويعرض تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى، وهي حاليا مزود ب67 موظف، في أكتوبر 2006 أعلنت شركة google الوصول إلى اتفاقية شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أي ما يعادل 1.31 مليار يورو.¹

-نشأة اليوتيوب:

تأسس موقع يوتيوب عن طريق ثلاث موظفين سابقين في شركة "بأي بال" وهم "هيرلي، ستيفانسن، وجارد كريم" في مدينة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، أصبح نطاق youtub.com نشطا في 15 فبراير 2005 ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضعة أشهر وافتتح الموقع لتجربته في مايو 2005، وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء والنقطة مقاطع الفيديو وارادو أن ينشروها بين زملاءهم وليستطيعوا إرسالها عبر الايميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو عبر شبكة الانترنت.

¹ بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل التواصل الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة1، 2016.2017، ص158.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

اليوتيوب هو حاليا ثالث أكبر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وغوغل في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بان عند مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا.

في شهر يناير 2008 فقط 79 مليون مستخدم شاهدا أكثر من 3 مليارات فيلم تم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة، في مارس 2008 قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا. ومن بين شروط الخدمة انه لا يسمح في يوتيوب وضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية والأفلام التي تسيء لشخصيات معينة، أو أفلام فاضحة أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع على الإجرام.

أما نوعية الملفات نجد الفيديو فيستخدم يوتيوب تقنية ماكرو ميديا فلاش لعرض الأفلام يتطلب مشاهدة الأفلام لتحميل البرنامج المشغل لفلاش من موقع أوبي رغم أن الشركة تذكر بان البرنامج الموجود لتصفح الانترنت تحول أفلام اليوتيوب المرسل إليها إلى فلاش فيديو، لا يمكن تنزيل الفيلم مباشرة من الموقع، ولكن يمكن استخدام برامج أو صلات خارجية.

يكون نظام الصوت فردي مع معدل 64 كيلو بايت للثانية مع تخفيض الإشارة الصوتية إلى 22050 هرتز، في مارس 2008 أطلق الموقع خاصية جديدة تسمح برفع ملفات أفضل جودة ويتم عرضها بإبعاد 360/480 بكسل. إضافة إلى الصوت تحتوي ملفات المرفوعة في يوتيوب على صوتيات بصيغة mp3 وبشكل افتراضي والموقع متوفر بعدد من اللغات وهي: البرتغالية والفرنسية والألمانية والصينية التقليدية الإيطالية اليابانية والكورية، الإسبانية والهولندية، البولندية، الروسية بالإضافة إلى الإنجليزية والعربية.¹

-خدمات ومميزات اليوتيوب:

إضافة إلى وظيفته الرئيسية كمستضيف لملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب، فان اليوتيوب قد أضاف الكثير من الميزات والخواص في وسط حافل بالمنافسة، بعد أن أصبح المجال مفتوحا أمام الكثير من الشركات المماثلة، والتي اقتبست نفس الفكرة، ولكن بتطبيقات مختلفة ومن هذه المميزات:

¹ بويكر بوعزيز، المرجع السابق، ص159.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

- تقدم اليوتيوب خدماتها بشكل مجاني، وتعتمد على مصادر دخل أخرى، تتمثل في: الإعلانات والرعاية والدعايات، إضافة إلى الإعلانات النصية، كما تقوم حالياً بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو، كمجال جديد وعملي لإعلانات الويب، ويتمتع موقع الفيديو فيه بشعبية كبيرة في الانترنت، وأصبح بإمكان أي شخص في العالم رفع ما يريد من ملفات الفيديو واللقاءات والندوات والأفلام والمسرحيات القديمة والجديدة، كما يعد موقع يوتيوب ثالث مواقع الانترنت الشعبية، بعد موقعي yahoo و google، وصرح المسؤولون عن هذا الموقع، أن عدد مشاهدة الأفلام من زوار الموقع عبر العالم، يصل إلى 100 مليون يومياً.¹

- يستطيع المستخدمون من خلاله تحميل وتبادل مواقع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.

- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها في تسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشترك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة.

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب، مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة، وأيضاً جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.

- تصنف مقاطع الفيديو إلى مقاطع مختلفة من الكوميديا والفن والسياسة والرياضة والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.²

-سلبيات موقع اليوتيوب:

إضافة إلى ما يوفر من خدمات جليلة وعظيمة للمستخدمين ومن تمكينهم من التواصل والتفاعل، فإن هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته:

¹ محمدي خيرة، استخدام صحيفي الجرائد المطبوعة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من صحفي مدينة وهران ومستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة واتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2014.2015، ص72.73.

² عيادي منير، اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار-دراسة وصفية لعينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر-، مذكرة وصفية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة مكتوبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014/2015، ص58.

-إمكانية اختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات بل قد تم بث برامج تعارض وتتناقض الهدف الأساسي من الموقع كان يتم اختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.¹

-قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.

وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صوراً لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب اظهاره أفلاماً لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009.²

المطلب الرابع: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في الكثير من الأمور منها:

- تمنح الإنسان الفرصة للتعبير عن نفسه واهتمامه، ومشاركة أفكاره ومشاعره مع من يشاطرونه الاهتمام والأفكار نفسها، حيث إن الإنسان اجتماعي بطبعه ولا يمكنه العيش بمعزل عن البشرية.
- تتيح إمكانية التواصل السريع مع الأشخاص الذين لا تسمح الفرصة بالتواصل معهم على أرض الواقع سواء لأسباب اعتيادية ككثرة الانشغالات وضيق الوقت، أو لأسباب طارئة كالأزمات والحروب، فقد ساعدت هذه الشبكات على تواصل العائلات التي تشرّد أفرادها فكانت بلسما ودواء لكثير من القلوب والأحبة، إضافة إلى أنها كانت حلاً سهلاً ليتواصل المغتربون عن أوطانهم مع أهلهم وأحبائهم.
- تسمح للأشخاص بإمكانية مشاركة الآخرين في أفراحهم وأحزانهم، الأمر الذي كان صعباً جداً في السابق لبعده المسافات.
- تتيح العديد من شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية البحث عن عمل لمن يرغب في البحث عن عمل ضمن مجال اهتمامه وتخصصه.

¹ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 95.

² علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 96.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

- تبحث الكثير من الشركات والمؤسسات عن موظفين مؤهلين عبر هذه الشبكات، حيث تتم هذه العملية بسرعة وبجهد قليل، وقد خصص شبكات بمجملها لمثل هذه الأغراض كموقع .linkedin

- تتيح للإنسان تطوير نفسه في مجال عمله وفي مجال تخصصه، إذ يمكن لأي شخص البحث عن المجموعات الخاصة في مجاله والتي تحتوي أفرادا لديهم الكثير من الخبرة ليستفيدوا منهم.

- تنمي العديد من الأخلاق الحميدة والخصال الجيدة في نفس الفرد، حيث انه بانفتاحه على الآخرين سيستفيد من تجاربهم، ويتعلم من أخطائهم، كما تنمي في الفرد احترام الآخرين وتقبل آرائهم وانتقادهم عبر الانخراط في النقاشات التي تضم أشخاصا من ثقافات مختلفة.

- تشجع الأفراد وخاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية.

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما في بلورة الوعي السياسي لدى الشباب عبر تزويدهم بالمعلومات السياسية مما يقود إلى تدعيم أو تغيير أو تكوين ثقافتهم السياسية.

- تنتقل الأحداث والأخبار سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية حال وقوعها، إذ يمكن تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو بشكل سريع، حيث لم تتمكن وسائل الإعلام الحديثة من مجارعتها.

- تعتبر مكانا لتسويق المنتجات، والسلع المختلفة للعديد من الشركات بشكل الكتروني، وهذا احد أشكال الدعاية والإعلان.

- استطاعت التأثير على الرأي العام بشكل واضح ومن مختلف الجوانب.

- على الرغم من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في حياتنا، إلا أن هناك الكثير من الأفراد الذين يسيئون استخدام هذه الشبكات لتحقيق مصالح فاسدة، مما يقود لتضييع الوقت بلا فائدة.¹

¹ أروى بريجة، أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، 18 ماي 2020، 05.30.

المبحث الثالث: اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الإعلامية.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الإعلامية

هي كيان اجتماعي منسق إداريا بحدود واضحة نسبيا، ويمارس وظائف اتصالية على أسس مستمرة من أجل تحقيق أهداف محددة، وبناء على هذا التعريف فان هنالك مجموعة من الخصائص للمؤسسات الإعلامية، وتعرف كذلك بانها مجموعة من النشاطات المتميزة، يقوم بها اشخاص يؤدون أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد، وتتميز المؤسسة الإعلامية بأنها تهتم بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة).¹

وتتمثل مكونات المؤسسة الإعلامية في:²

- **الناس:** وهم عبارة عن العنصر البشري الذي يتكون منه فريق العمل ويتم اختيارهم حسب قدرتهم على أداء مهام أو مهارات عملية تختلف باختلاف نشاط المؤسسة الإعلامية.

- **الموارد:** وتعني بها الإمكانيات المتاحة للعمل في المؤسسة الإعلامية وتكون مالية وفنية وتؤدي على انجاز، الأهداف عبر العمل والنشاط.

- **العلاقات:** هو شبكة علاقات العمل من تحديد المهام والمسؤوليات، وتحديد نظم التسيير.

- **البيئة:** وهي الإطار المحيط أو البيئة الحولية وتعتمد المؤسسة الإعلامية في مدخلاتها ومخرجاتها.

- **الأهداف:** وهي الغايات التي تسعى المؤسسة الإعلامية لتحقيقها، وتتكون من مجموعة الأنشطة التي تقدمها للمجتمع.

وفي سبيل تحقيق الأهداف تتفاعل أنماط مختلفة من سلوك الأفراد والجماعات في داخل المؤسسة في نسيج متشابك موجه نحو الهدف، ويقوم فيه العاملون حسب وظائفهم

¹ بطرس حلاق، ادارة المؤسسات الاعلامية، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص 34.

² خديجة مرارقة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الاعلامية - دراسة ميدانية على اعلامي مؤسسة الشروق نيوز الخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2015/2014، ص 49.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

بأدوار محددة لهم في إطار موقع كل منهم من الهيكل التنظيمي والواجبات الوظيفية المحددة له في المؤسسة، ويجب أن نميز بين مجموعة النشاطات الإدارية المتمثلة في:¹

- نشاطات إدارية متمثلة ببعض الأنماط المتخصصة من السلوك تمارس بصورة مختلفة في المؤسسات المختلفة حسب نوعيتها وحجمها، وتشمل في المؤسسات الإعلامية كمؤسسات صناعية- بشكل خاص: الإنتاج، التسويق، التمويل، التوظيف، التنسيق، المشتريات، شؤون الأفراد... الخ، ونطلق عليها مصطلح "وظائف المؤسسة".

- عمليات إدارية متمثلة بأنماط محددة من السلوك تمارسها إدارة المؤسسة بغض النظر عن مستواها (إدارة عليا أو إدارة متوسطة أو إدارة دنيا) في جميع المؤسسات بغض النظر عن نوعيتها وحجمها، وتشمل عمليات: التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة، ويطلق على هذه العمليات مصطلح "وظائف الإدارة".

- عملية صناعة القرار والتي تعد من حتميات الأمور في عمل الإدارة، وهذه العملية لا تعد وظيفة مستقلة عن وظائف الإدارة، وإنما تعد بمثابة الوسيلة أو الأداة الأساسية لممارسة جميع وظائف الإدارة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، وتأتي عملية صنع القرارات كعملية ديناميكية لتمثل المضمون العامل النشاط الإدارة على جميع مستوياتها التنظيمية، ذلك أن اتخاذ القرار لا يكون مقصورة على مستوى إداري معين، بل هو عملية تمارس في جميع المستويات مثلها في ذلك مثل العمل التنفيذي الذي ينتشر في أرجاء المؤسسة كافة.

المطلب الثاني: أسباب استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي:

حدثت مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك، تويتر، ماي سبيس" وغيرها من المواقع ثورة جديدة من نوع آخر في نقل المعلومات.. حيث أصبحت تلك المواقع وسائل إعلام يعتمد الكثير عليها في استقاء الأخبار وايداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أسرع وقت وذلك لتميزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور، والذي أصبح البعض يشعر بالملل لقراءة الصحف... كما ساهمت المواقع في طرح ومناقشة العديد من القضايا والوصول إلى حلول لها فهناك من يرى أنها تعتبر مصدرا مهما للحصول على المعلومة، وهناك من يرى أنها ليست مصدر ثقة وان ما ينشر فيها لا يفي بالغرض وتعتبر

¹ بطرس حلاق، امل دكاك، مدخل الى وسائل الاعلام - إدارة المؤسسات الإعلامية، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 37.

الفصل الثاني عموميات حول القائم بالاتصال ومواقع التواصل الاجتماعية

مؤشرات للبحث عن بقية المعلومات الكافية، وحول هذا الموضوع حاولنا توضيح اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار. إن الإقبال المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعية فرض على المؤسسات الصحفية والصحافيين استخدام الانترنت وفضاءاتها المتعددة كشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات تساعد الصحفيين من التفاعل مع الجمهور والاطلاع على الأحداث بقرب حيث تتميز مواقع التواصل الفايبروك والتويتير بسرعة والآنية في نقل الأحداث وهو ما يكسب الصحفيين والمؤسسات الصحفية الأسبقية في نشر الخبر كما يمكن لصحيفة من الوصول إلى المناطق التي تغيب فيها التغطية الصحفية والإعلامية سواء نتيجة الحروب والأزمات أو البعد في المسافة أو المنع من طرف السلطات الحاكمة... الخ من خلال استغلال شبكات التواصل الاجتماعي.

كما لا يحتاج الصحفي اليوم الذهاب إلى موقع الحدث وتغطية الأحداث حيث يستطيع من خلال الفيسبوك والتويتير أن يحصل على المعلومات وهو يعتبر مكسب لصحفيين والمؤسسات الصحفية ولذلك فإننا نشهد اليوم توجه نحو استعانة الصحافة التقليدية بتطبيقات شبكات التواصل (الإعلام الجديد)، للحفاظ على قرائها ولتحقيق أكبر قدر ممكن من التغطية الإعلامية من خلال الاستعانة بالجمهور، وهذا ما يجعل "تطبيقات شبكات التواصل تبدو بمثابة" جسر إعلامي "(bridg media) يربط وسائل الإعلام التقليدية بأشكال جديدة من أشكال مشاركة الجمهور"،¹

المطلب الثالث: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفي في مصادر معلوماته:

- التويتير والصحفيين: إن تويتير وبوصفه أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية ينطوي التويتير على طاقات كبيرة مع أن التوصل إلى معرفة الطريقة المثلى لاستخدام التدوين المصغر للأغراض الصحفية قد يغدو عملية معقدة بعض الشيء فعند التركيز على طاقته الكامنة يبدو التويتير أداة لأولئك الذين يشهدون حدثا إخباريا جديرا بالنقل (في 140 حرف أو أقل)

¹ بلبالي مصطفى، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحفية دراسة وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، 2013، ص39.

وإرسال صورة له. وقد برهن التويتير على انه المصدر الأمثل لنقل الأخبار والمعلومات ساعة وقوعها في مطلع عام 2009. عندما كان أحد مستخدمييه أول من ينقل مع صورة مرسله حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون 18 جانفي، ويوفر تويتير للعاملين في مجال الصحافة والإعلام المواطنين الناشئة حول العالم جمهورا في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر ويمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الاعلام الكبرى والعالمية، ولم تتأخر منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تيمز او شبكة السي أن أن في استعمال التويتير واستخدامه لمتابعة الاتجاهات وتطور الأخبار وإرسال التحديثات الإخبارية الآنية والعناوين.

- **فيسبوك والصحفي:** تتيح شبكة الفايسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملائهم حول العالم، انشأ "بات وبيبل ميتشيل" على شبكة الفيسبوك باسم "الصحفيون والفيسبوك" عندما أدركوا أنهم صادفوا صحفيين كثر من أماكن نائية ومختلفة، بخلاف أدوات الاتصال بشبكة الحاسبات التي تعمل في زمن حقيقي لا تعمل شبكة الفايسبوك الاجتماعية في مجال الأخبار الجديدة غير أنها تتفجع مع ذلك كواسطة للوصول إلى مصادر المعلومات حول أشخاص ضائعين في أحداث جديرة بان تكون مادة إخبارية، كما هو الحال في مجزرة معهد البولنتكنيك الجامعي في ولاية فرجينيا الأمريكية التي وقعت صباح 16 افريل 2007.

ويأمل الفيسبوك بجذب الصحفيين الى fb newswire، وقد قامت الشركة بالعديد من التغييرات في الأشهر الأخيرة للترحيب بنوع جديد من المستخدمين عبر تحويل الفيسبوك إلى الأخبار، خصص فيسبوك الخوارزميات الخاصة به لبحث عن الأخبار ذات "الجودة العالية" من المؤسسات الإخبارية، وأطلق تطبيقا إخباريا مستقلا في كانون الثاني باسم papier.¹

- **ماي سبيس والصحفي:** هناك طرق عديدة يمكن للصحفيين أن يستخدموا وفقها شبكة ماي سبيس، بدءا يصوغ الأفكار وانجاز البحوث والى الترويج للمقالات وحشد القراء، يمكن للصحفيين إن ينشروا، باستخدام خدمة المدونات في ماي سبيس، خلاصات لمقالاتهم في ملفهم الشخصي وتزويدها بوصلات الكترونية تحيل الراغبين في نصوصها الكاملة، ومن خلال الجمع بين موقع المدونة وخدمات النشر، يستطيع الصحفيون إرسال تنبيهات إلى كل من يرغبون في قائمة أصدقائهم حول ما ينشرونه من معلومات جديدة، ويمكن بالطبع

¹ عيادي منير، مرجع السابق، ص93.92.

استخدام خدمة النشرات لمنح القراء رؤوس أقلام من المحتويات الجديدة، من دون تطبيق خدمة التدوين على الإطلاق. وهناك طريقة أخرى للترويج للمقالات على شبكة ماي سبيس، وذلك بواسطة تخزين وصلاتها الالكترونية في صندوق أو مربع، "ودجة" على واجهة الملفات التعريف بملامح المستخدمين كي يتمكن القراء في الانتقال إليها مباشرة بدلا من الدخول إلى المدونة الموجودة في ملفات الصحفيين.

قبل أن يصل المقال إلى درجة الاكتمال ويغدو جاهزا للترويج عبر النشرة او المدونة أو "الودجات"، يمكن لشبكة ماي سبي سان تكون أداة قيمة للبحث، فمثلا يبحث أرباب العمل في صفحات الشبكات الاجتماعية للمستخدمين المحتملين من اجل تقصي خلفياتهم وسوابقهم، يمكن للصحفيين أن يمحصوا المعلومات حول الأشخاص الذين يكتبون عنهم بمراجعة صفحاتهم على شبكة ماي سبيس، مع انه لا ينبغي اعتبار كل المعلومات الملتقطة من الشبكات الاجتماعية حقيقة بالنسبة مئة في المئة بطبيعة الحال.

ويمكن أن يكون ماي سبيس كذلك موقعا جيدا للحصول على أفكار لنصوص تثير الاهتمام وللبحث في مقالات حول الموسيقيين، فبما إن ماي سبيس يتيح للموسيقين تخزين ملفات صوتية ذات امتداد "أم.بي.ثري" في مواقعهم كي يمكن الاستماع إلى عزفها، يحتفظ كثير من الفنانين بصفحات مفصلة في ماي سبايس تتضمن عادة سيرا ذاتية كاملة وقوائم بجولاتهم الفنية ومدوناتهم الخاصة، وبذلك يحسن بالصحفيين المختصين في مواضيع التسلية أن يراجعوا مواقع الفرق الموسيقية في شبكة ماي سبيس بصورة متعمقة عندما يكتبون عن تلك الفرق.¹

المطلب الرابع: الاشباكات التي يحققها القائم بالاتصال جراء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي:

➤ أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للصحفيين حرية الرأي والتعبير دون ضغوطات وتهديدات.

➤ التعرف والاطلاع على الأخبار والأحداث الجديدة فور حدوثها وقبل وصولها إلى المؤسسات الإعلامية.

¹ عيادي منير، المرجع السابق، ص93.

➤ ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الصحفيين في تكوين علاقات صداقة في إطار المهنة والتعرف على صحفيين مخضرمين وذوي خبرة بهدف التعلم منهم واكتساب المهارات.

➤ ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي الصحفيين في تكوين الآراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية وهذا بفضل المقالات واللقاءات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ اكتساب القائم بالاتصال للمهارات والبراعة التي تفيده في مجال عمله.

➤ تتيح للصحفيين الحرية في ايداء الرأي والتعليق والتفاعل مع القضايا ولعل هذه الخاصية لا تتوفر إلا في الوسائط الالكترونية.¹

المطلب الخامس: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي:

يقول فيتوريا ساكو: مع مرور الوقت، فرضت شبكات التواصل الاجتماعي نفسها كمصدر للمعلومة قائم بذاته، وبانت الآن جزء لا يتجزأ من الممارسة الصحفية وفي النهاية هي قنوات إضافية، مثلها مثل الهاتف الذي نستعمله للاتصال بمصادر يحتمل أن تسلط الضوء على موضوع ما، هذه الشبكات أصبحت مهمة جدا لتغطية ما يجري في مناطق النزاعات والحروب، لأنه بفضل هذه القنوات أصبح بإمكان الصحفيين الوصول إلى المناطق الجغرافية النائية أو التي يكون السفر إليها مكلفا جدا، في حالة الرغبة في الحصول على شهادات ميدانية، هذه الشبكات أصبحت أيضا وسيلة لإنشاء أول اتصال، وربما العثور على أشخاص موثوق بهم، حتى إذا ما انتقل الصحفي على عين المكان يمكن أن يستعين به في تنقلاته واتصالاته، وقد يحدث أيضا العكس، أي بعد أن يكون الصحفي قد زار المنطقة، وشاهد بنفسه كيف أن الناشطين ينظمون عملهم، ويجمعون معلوماتهم ميدانيا ثم ينشرونها، عندئذ يمكنه أن يختار أكثرها مصداقية وحرفية ليعتمد عليها إذا ما عاد إلى مقر عمله، فيوظف ما يتاح له بفضل تلك المصادر في كتابة مقالاته وانجاز ريبورتاجاته.

لقد تبين لي من خلال تحليل المحتويات المنشورة بواسطة الشبكات الاجتماعية، إن هذه الأخيرة أدخلت دينامية وحيوية على التقارير الصحفية، وبفضلها، أصبحت هذه التقارير

¹ فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها دراسة ميدانية في محافظات غزة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص الاعلام والاتصال، الجامعة الإسلامية-غزة-، 2016/2015، ص 109-110.

أكثر تنوعاً من حيث طرق العرض من حيث مصادر الخبر، ومن حيث ثراء المادة، كما أحدثت انقلاباً على مستوى آليات إنتاج العمل الصحفي، وشبكة توزيع الخبر ونشره، في نفس الوقت، منحت المصادر البديلة فرصة إبلاغ صوتها، ما حطم احتكار المعلومة وحد من تأثير المؤسسات الإعلامية التقليدية الكبرى، خاصة في تغطية مناطق النزعات والحروب، هذا الأمر أدى إلى أخذ المزيد من وجهات النظر في الحسبان، وتوسيع دائرة الاهتمام الصحفي التي باتت أكثر انفتاحاً وشمولية واكتمالاً، ويمكن اعتبار هذه الشبكات ضامنة لمساواة الجميع في الحصول على المعلومة:

- ❖ أولاً: على مستوى إنتاجها، حيث تتعدد الصياغات والتغطيات لنفس الحدث.
- ❖ ثانياً: على مستوى نشرها وتوزيعها، إذا اختلفت الأشكال بحسب تجارب وخبرات الناشطين في تلك الشبكات.
- ❖ ثالثاً: تسمح بإشراك أكبر للجمهور الذي بسهولة ما يتماشى مع المحتوى المتداول لقربه منه ولأنه أكثر واقعية وشفافية.¹

¹ عبد الحفيظ العبدلي، تكامل بين الإعلام التقليدي والوسائط الاجتماعية رغم الإفراط المعلوماتي لازال لصحفي المحترف دوره الحيوي، swi.swissinfo.ch، 10 ماي 2020، 07.00.

الفصل الثالث

الدراسة المنهجية واجراءاتها المنهجية

تمهيد

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

المطلب الأول: الطريقة

المطلب الثاني: الأدوات

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة التطبيقية

المطلب الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة

المطلب الثالث: مناقشة النتائج

خلاصة

تمهيد

بغية الإلمام بموضوع الدراسة وتغطية الجوانب النظرية التي تم تناولها في الفصل النظري، وبهدف الإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية، حاولنا من خلال هذا الفصل إجراء دراسة ميدانية، نسعى من خلالها إلى معرفة الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الاعلامية، ولتحقيق ذلك عمدنا إلى إعداد إستمارة احتوت على مجموعة من الأسئلة التي تشمل محاور الدراسة، وقد وزعت هذه الاستمارات على عينة الدراسة، وانطلاقاً من إجابات أفراد العينة تم تحليل النتائج للتأكد من صحة الفرضيات.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

من خلال هذا المبحث سنحاول التعريف بالطريقة المنتهجة في هذه الدراسة ألا وهي الاستمارة وأيضا معرفة المراحل التي سنقوم بها من خلال إعداد الاستمارة وطريقة توزيعه وفي الاخير سنتطرق الى العينة المدروسة.

المطلب الأول: الطريقة

أولا: اسلوب المسح الشامل

استخدمنا في هذه الدراسة اسلوب المسح الشامل، حيث تم توزيع الاستمارات على جميع عمال مؤسسة اذاعة الوادي، وهي احدى اذاعة الجهوية التابعة للإذاعة الجزائرية انطلقت يوم 21 نوفمبر 1992 بعد ما كانت مشروف سنة 1995 رئيس المشروع أن ذاك خليفة بن قارة، وقد بثت برامجها لأول مرة بأربع ساعات يوميا، واصبح بث الآن يغطي 12 ساعة يوميا، ومديرها الحالي علي جريدي، ومن مهام التي تقوم بها اذاعة الوادي:

- الدفاع عن اللغة الوطنية وتطويرها والنهوض بها.
- تطوير الثقافة الوطنية بجميع مكوناتها وتنوعاتها وترقيتها.
- القيام بالتربية والتعليم والترفيه والثقافة لمختلف الفئات الاجتماعية وتطوير المبادرة لدى المواطنين.
- القيام باستغلال وسائلها الانتاجية وصيانتها وتنميتها، والتكيف مع تطور التقنيات والتكنولوجيا.
- المساعدة في تكوين مستخدميها وتحسين مستواهم.
- المساهمة في تنمية انتاج الاعمال الفكرية وبثها.¹

اما بالنسبة للعينة فتعد العينة الطريقة الأكثر شيوعا في معظم البحوث العلمية، وتعرف بأنها: "جزء من المجتمع، أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي. وبهذه الطريقة يمكن دراسة

¹ سكيبة قشاب، دور اذاعة الوادي في التنمية الثقافية لدى الجمهور المحلي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة واعلام واتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2018/2017، ص 66.

الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه¹، أما عينة الدراسة فقد اقتصر على عمال مؤسسة اذاعة الوادي، وقد تم توزيع 20 استمارة.

المطلب الثاني: الأدوات

يشمل هذا المطلب الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات وكذلك البرامج والأدوات الإحصائية المستعملة في تحليل الدراسة.

الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات

تعتبر الاستمارة من أهم أدوات جمع المعلومات، وتعرف: " بأنها أداة تتضمن مجموعة من الفقرات أو العبارات التقريرية حول مسألة ما تتطلب من الفرد الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحث أغراض البحث"²، وقد تطلب بناء الاستمارة عدة مراحل هي:

1- مرحلة تصميم الإستمارة

تم إعداد الإستمارة خصصت لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، بحيث تغطي هذه المعلومات فرضيات وأهداف الدراسة، وقد إجتهدنا على أن تكون هذه المعلومات واضحة ومفهومة من قبل الأفراد المستجوبين.

شملت المعلومات الواردة في الإستمارة أهم الأسئلة التي يمكن أن تجيب على فرضيات البحث، حيث راعينا أثناء إعداد الإستمارة ترتيب المحاور والأسئلة بما يتناسب مع ترتيب فرضيات الدراسة.

سبقت محاور الإستمارة ديباجة تضمنت موضوع البحث والهدف منه، مع تقديم مختصر للشهادة العلمية المراد الحصول عليها، والمؤسسة الجامعية المانحة لهذه الشهادة والتي ينتمي إليها الباحث، كما تم إعلام الأفراد المستجوبين بأهمية رأيهم في الموضوع ورجائهم للإجابة على أسئلة الإستمارة بدقة وموضوعية، مع التأكيد لهم بأن المعلومات التي يقدموها سوف تحظى بالسرية التامة ولا يتم استخدامها إلا في إطارها العلمي فقط، وفي الأخير تم شكرهم على حسن تعاونهم.

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، الطبعة الثانية، دمشق، سوريا، 2005، ص 168.

² فريد سلام، التقنيات المنهجية الملائمة للبحث الاجتماعي، محاضرات منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، السداسي الأول، 2017، ص 287.

2- محتوى الإستمارة

إحتوت الإستمارة على مجموعة من الأسئلة يقوم أفراد العينة بالإجابة عنها وفق إختيار بديل من 3 بدائل (غير موافق، محايد، موافق)، وقد تم تقسيمها إلى جزئين على النحو التالي: (أنظر للملحق رقم 01).

❖ **الجزء الأول:** يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد العينة ويتكون من أربعة فقرات (الجنس، السن، الوظيفة، الخبرة المهنية).

❖ **الجزء الثاني:** يناقش فرضيات الدراسة وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة محاور كما يلي:

- **المحور الأول:** استخدام القائم بالاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون من 05 فقرات؛

- **المحور الثاني:** توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات، ويتكون من 05 فقرات؛

- **المحور الثالث:** الاشباعات المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون من 05 فقرات.

3- مرحلة صدق الإستمارة

قبل اختبار الفرضيات قام الباحث بالتأكد من موثوقية الأداة المستخدمة في القياس، إذ تعكس الموثوقية درجة ثبات أداة القياس: الثبات الداخلي والثبات الخارجي؛ فالثبات الداخلي فيُقصد به مدى اتصاف عبارات القياس بالتناسق الداخلي، أما الثبات الخارجي فيتعلق بدرجة ثبات أداة القياس بمرور الوقت، وقد اقتضت هذه الدراسة على اختبار درجة الثبات الداخلي للاستبانة فقط، وذلك بالاعتماد على تحكيمها من قبل مجموعة من الاساتذة وكذلك حساب معامل ألفا كرونباخ.

أ- التحكيم من قبل الاساتذة

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة وصياغة الأسئلة التي تخدم موضوع الدراسة، تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين بغية التأكد من سلامة بنائه، وتصحيح الأخطاء التي قد تحول دون الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة من البحث، وقد تم الأخذ بالتوجيهات المقدمة من الأساتذة الذين قدموا عدة ملاحظات أهمها:

- إعادة صياغة بعض الأسئلة وتبسيطها حتى تكون مفهومة من طرف الأفراد المستجوبين؛

- تفادي وتجنب استخدام الأسئلة المركبة والطويلة.

ب- حساب معامل ألفا كرومباخ: يظهر الجدول التالي معامل ألفا كرومباخ لمحاور الاستبانة وإجمالي فقراتها:

الجدول رقم (01): معامل الثبات لفقرات الإستمارة (ألفا كرونباخ).

الصدق	الثبات
0.828	0.687

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

فيما بلغ معامل الثبات لمحاور الإستبانة ككل 0.687 وهي قيمة جيدة تزيد عن القيمة المقبولة 0.828 مما يدل على توفر درجة عالية من الثبات الداخلي، وهو مؤشر على قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة.

4- توزيع الإستمارة

بعد الانتهاء من تصميم وإعداد الاستمارة جاءت مرحلة توزيعها على عينة الدراسة، وقد تمت هذه العملية عن طريق الإتصال المباشر بالمؤسسة.

5- مقياس ليكارت

لقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي المكون من ثلاث درجات، وهو مناسب لهذه الدراسة، وذلك لقياس درجة استجابات أفراد العينة محل الدراسة لفقرات الاستمارة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): يبين درجات مقياس ليكارت

الاستجابة	غير موافق	محايد	موافق
الوزن	1	2	3
الدرجة	1-1.66	1.67-2.33	2.34-3

المصدر: من إعداد الطالب.

الفرع الثاني: الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة

أولاً: الأدوات الإحصائية

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل القيام بقراءة ودراسة أجوبة الاستبيان، ومن هذه الأدوات نجد:

1- المتوسط الحسابي المرجح: يعرف بأنه: " مجموع القراءات مقسوما على عددها، وهو اكثر مقاييس المتوسطات إستخداما"¹؛

2- الإنحراف المعياري: الانحراف المعياري هو البعد عن المتوسط، ويعتبر من أهم مقاييس التشتت في الإحصاء وأكثرها إستعمالا، ويعتمد في حسابه على المتوسط، ويعرف بأنه: " الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الإنحراف عن المتوسط"²؛

ثانيا: البرامج المستخدمة في معالجة البيانات:

تم إستعمال برنامج spss v21 والذي يعني برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية، حيث كان في بادئ الأمر يستعمل في دراسات العلوم الإجتماعية، إلا أنه تطور إستخدامه في فروع العلم الأخرى نظرا لحاجة الباحثين له وهو ما تم القيام به في دراستنا هذه

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

سيتم هذا المبحث عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها من خلال توزيعنا للإستمارة ثم مناقشتها.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة التطبيقية

سيتم من خلال هذا المطلب تحليل الخصائص الديمغرافية للعينة محل الدراسة وذلك من الجنس، السن، الوظيفة، الخبرة المهنية، حيث تساعد هذه الخصائص في التحليل في مراحل لاحقة.

1- تحليل خصائص أفراد حسب الجنس

الجدول رقم(03): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

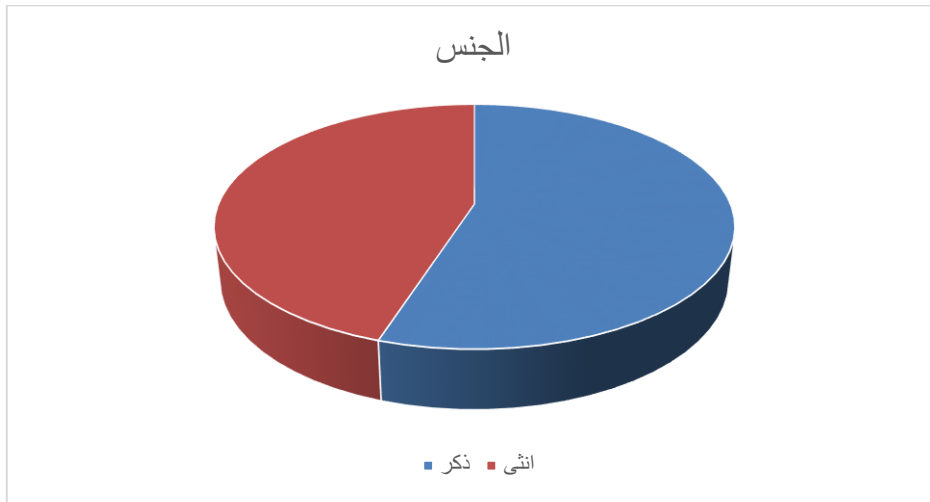
النسبة	التكرار	البيان
%55	11	ذكر
%45	09	انثى
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

¹حامد الشمري، الأساليب الإحصائية في إتخاذ القرار: تطبيقات في منظمات أعمال إنتاجية وخدمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص96.

²هدى برهان سيف الدين، محاضرات الإحصاء في علم النفس، الفصل الخامس، السعودية، 2014، ص13.

الشكل رقم (01): توزيع العينة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل الموالي الذي يوضع توزيع افراد العينة حسب الجنس، نلاحظ بأن اغلبية افراد العينة هم ذكور حيث كانوا بنسبة 55%، اما الاناث فكانوا بنسبة 45%.

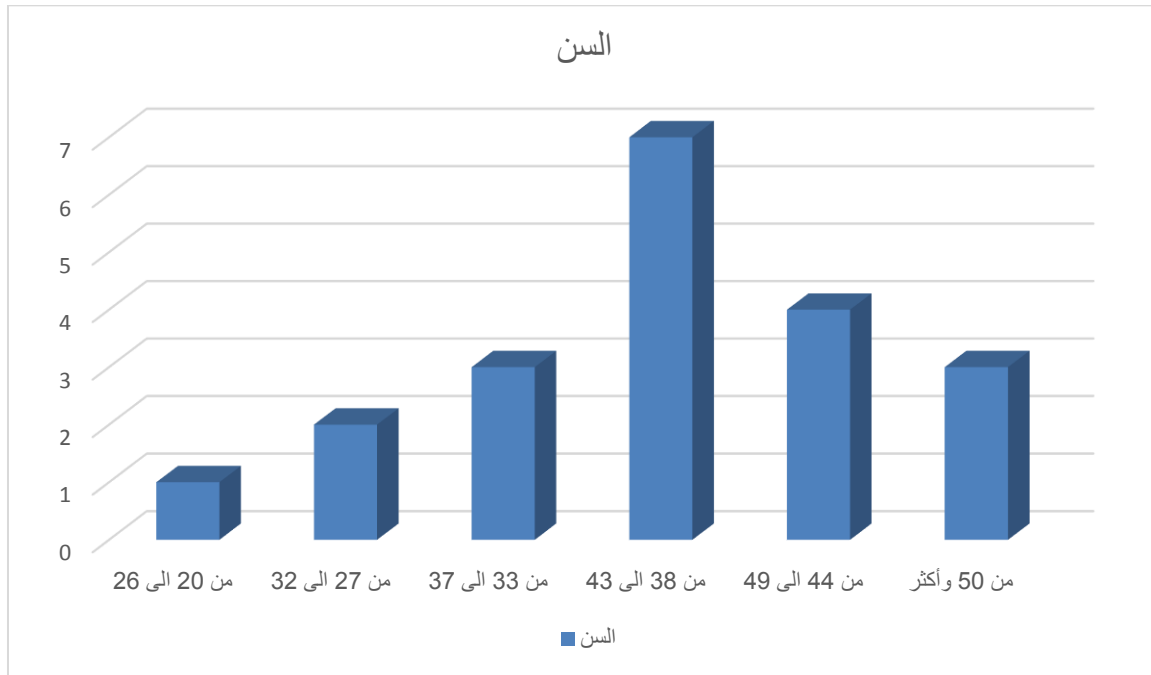
2- تحليل خصائص أفراد العينة حسب السن

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة المئوية	التكرار	البيان
5%	01	من 20 الى 26
10%	02	من 27 الى 32
15%	03	من 33 الى 37
35%	07	من 38 الى 43
20%	04	من 44 الى 49
15%	03	من 50 وأكثر
100%	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل الموالي الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن، ان اكبر فئة عمرية هي من 38 الى 43 سنة بنسبة 35%، تليها الفئة من 44 الى 49 سنة بنسبة 20%، وبعدها الفئتين من 33 الى 37 سنة وأكثر من 50 سنة بنسبة 15% لكلاهما، ثم الفئة من 27 الى 32 سنة بنسبة 10%، وفي الأخير الفئة الأولى من 20 الى 26 سنة 5%.

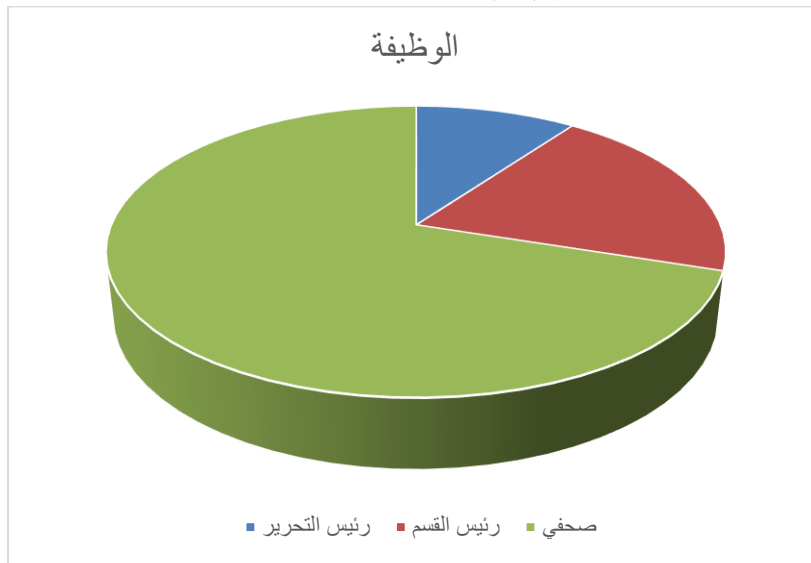
3- تحليل خصائص أفراد العينة حسب الوظيفة

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	البيان
10%	02	رئيس التحرير
20%	04	رئيس القسم
70%	14	صحفي
100%	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (03): توزيع العينة حسب الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل الموالي الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة، أكبر وظيفة لأفراد العينة هي صحفي بنسبة 70%، تليها رئيس القسم بنسبة 20%، ورئيس التحرير بنسبة 10%.

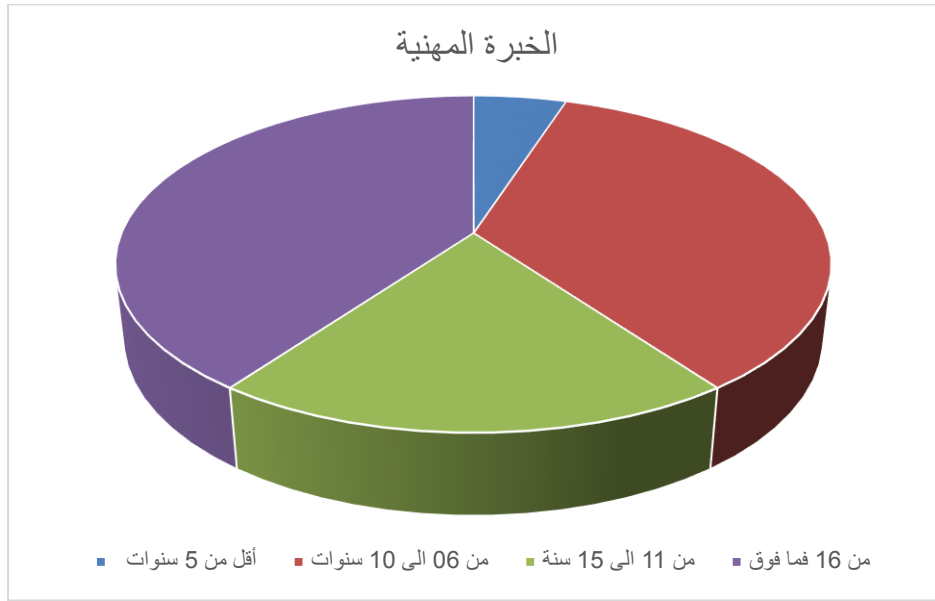
4- تحليل خصائص أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
5%	01	أقل من 5 سنوات
35%	07	من 06 الى 10 سنوات
20%	04	من 11 الى 15 سنة
40%	08	من 16 فما فوق
100%	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (04): توزيع العينة حسب الخبرة المهنية.



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل الموالي الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية، ان اكبر فئة للخبرة المهنية هي من 16 فما فوق بنسبة 40%، تليها من 6 الى 10 سنوات بنسبة 35%، ثم من 11 الى 15 سنة بنسبة 20%، وفي الأخير اقل من 5 سنوات بنسبة 5%.

المطلب الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة، وذلك بحساب المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية واتجاه كل فقرة لكل محور وذلك اعتماداً على مقياس ليكارت الخماسي (أنظر الملحق رقم 04)

1- تفسير وتحليل اتجاهات الأفراد نحو المحور الأول "استخدام القائم بالاتصال مواقع التواصل الاجتماعي"

الجدول رقم (07): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول.

الإتجاه	الإتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	0.667	2.70	80%	16	10%	02	10%	02	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة.
موافق	0.489	2.85	90%	18	05%	01	05%	01	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين.
موافق	0.639	2.75	85%	17	05%	01	10%	02	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لجمع والاطلاع على الاخبار والمعلومات الجارية.
موافق	0.681	2.60	70%	14	20%	04	10%	02	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل مع جمهور اعلامي حقل الاعلام والاتصال المهتم بالقضايا الاعلامية.
موافق	0.883	2.40	65%	13	10%	02	25%	05	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي على تعقيبات الآخرين عن الاحداث والقضايا الاعلامية.
موافق	0.671	2.66	المجموع						

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss)، الملحق رقم (02).

بالإعتماد على نتائج الأدوات الإحصائية المبنية أعلاه في الجدول رقم 08، يبين لنا أن كل أراء أفراد العينة كانت إيجابية استخدام القائم بالاتصال مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي لفقرات المحور الأول، حيث حصلت الفقرة رقم 02 على اعلى متوسط حسابي 2.85 بانجراف معياري 0.489 حيث يدل على ان المجيبين يوافقون على " استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين

الصحفيين"، تليها الفقرة 03 وذلك بمتوسط حسابي 2.75 وانحراف معياري 0.639 وهذا يدل على موافق المجيبين على "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لجمع والاطلاع على الاخبار والمعلومات الجارية"، ثم الفقرة رقم 01 بمتوسط حسابي 2.70 وانحراف معياري 0.667 مما يدل على موافقة افراد العينة على "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة"، أما المرتبة ما قبل الأخيرة فكانت للفقرة 04 حيث تنص على "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل مع جمهور اعلامي حقل الاعلام والاتصال المهتم بالقضايا الإعلامية" بمتوسط حسابي 2.60 وانحراف معياري 0.681، وفي المرتبة الأخيرة الفقرة 05 بمتوسط حسابي 2.40 وانحراف معياري 0.883 حيث تدل على موافقة المجيبين على أن "استخدم شبكات التواصل الاجتماعي على تعقيبات الآخرين عن الاحداث والقضايا الإعلامية".

أما بالنسبة للمحور ككل، فبلغ المتوسط الحسابي 2.66 والانحراف المعياري 0.671 أي ان إتجاه المحور الأول هو موافق، ومنه فان القائم بالاتصال يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الإعلامية.

2- تفسير وتحليل اتجاهات الأفراد نحو المحور الثاني "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات "

الجدول رقم (08): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني

الإتجاه	الإتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
محايد	0.912	1.90	35%	07	20%	04	45%	09	اوظف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات.
محايد	0.968	1.90	40%	08	10%	02	50%	10	سبق ونشرت معلومات وخبر مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	0.489	2.85	90%	18	05%	01	05%	01	اذا توفر خبر حول موضوع معين اقوم بالبحث عن المزيد عنه في مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	0.826	2.45	65%	13	15%	03	20%	04	اتحقق من المعلومات او الخبر الذي حصلت عليه من مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	0.489	2.85	90%	18	05%	01	05%	01	هناك معايير مهنية احترمها عندما استقي المعلومات والايخبار من مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	0.736	2.39	المجموع						

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss)، الملحق رقم (02).

بالإعتماد على نتائج الأدوات الإحصائية المبنية أعلاه في الجدول رقم 10، يبين لنا أن كل أراء أفراد العينة كانت إيجابية حول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات، ويتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي لفقرات المحور الثاني، حيث حصلت الفقرة رقم 03 و 05 حيث حصلنا على اكبر متوسط حسابي 2.85 وانحراف معياري 0.489 وهذا يدل على موافق افراد العينة على " اذا توفر خبر حول موضوع معين اقوم بالبحث عن

المزيد عنه في مواقع التواصل الاجتماعي" و"هناك معايير مهنية احترمها عندما استقي المعلومات والايخبار من مواقع التواصل الاجتماعي"، وفي المرتبة الثانية الفقرة رقم الرابعة بمتوسط حسابي 2.45 وانحراف معياري 0.826 وهذا يدل على موافقة افراد العينة على "اتحقق من المعلومات او الخبر الذي تحصلت عليه من مواقع التواصل الاجتماعي"، ومن ثم الفقرتان الأولى والثاني بمتوسط حسابي 1.90 لكلاهما وانحراف معياري 0.912 و0.968 بالترتيب حيث يدل على اتجاه محايد "اوظف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات" و"سبق ونشرت معلومات وخبر مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي" أما بالنسبة للمحور ككل، فبلغ المتوسط الحسابي 2.39 والانحراف المعياري 0.736 أي ان اتجاه المحور الثاني هو موافق، ومنه فان القائم بالاتصال يوظف المواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات.

3- تفسير وتحليل اتجاهات الأفراد نحو المحور الثالث "إشباع المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي"

الجدول رقم (09): يبين المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية المحور الثالث

الإتجاه	الإتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	0.598	2.60	65%	13	30%	06	05%	01	تحفزي مواقع التواصل الاجتماعي للعمل الجيد.
محايد	0.865	2.30	55%	11	20%	04	25%	05	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين ادائي الصحفي.
موافق	0.616	2.80	90%	18	-	-	10%	02	اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري.
محايد	0.967	1.75	35%	07	05%	01	60%	12	يمكن ان تغني مواقع التواصل الاجتماعي عن مصادر اخرى للحصول على المعلومات.
موافق	0.813	2.35	55%	11	25%	05	20%	04	جعلت مواقع التواصل الاجتماعي القائم بالاتصال يشعر بانه عنصرا فعالا في المؤسسة الاعلامية.
موافق	0.7718	2.36	المجموع						

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss)، الملحق رقم (02).

بالإعتماد على نتائج الأدوات الإحصائية المبنية أعلاه في الجدول رقم 12، يبين لنا أن كل آراء أفراد العينة كانت إيجابية حول الاشباكات المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع الاجتماعي، ويتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي ل فقرات المحور الثالث، فقد احتلت الفقرة 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.80 وانحراف معياري 0.616 وهذا يدل على ان افراد العينة موافقون على "اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري" وفي المرتبة الثانية الفقرة 01 بمتوسط الحسابي 2.60 وانحراف المعياري 0.598 حيث يدل هذا على ان افراد العينة موافقون "تحفزي مواقع التواصل الاجتماعي للعمل الجيد" وفي المرتبة الثالثة الفقرة الخامسة والتي تنص على "جعلت مواقع التواصل

الاجتماعي القائم بالاتصال يشعر بانه عنصرا فعالا في المؤسسة الإعلامية" بمتوسط حسابي 2.35 وانحراف معياري 0.813، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة الثانية "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين ادائي الصحفي" بمتوسط حسابي 2.30 وانحراف معياري 0.865 حيث يدل على ان افراد محايدين حول هذه الفقرة، وفي المرتبة الأخيرة الفقرة 04 "يمكن ان تغني مواقع التواصل الاجتماعي عن مصادر اخرى للحصول على المعلومات" حيث جاءت بمتوسط حسابي 1.75 وانحراف معياري 0.967 وكان اتجاهها محايد.

أما بالنسبة للمحور ككل، فبلغ المتوسط الحسابي 2.36 والانحراف المعياري 0.771 أي ان اتجاه المحور الثالث هو موافق، ومنه فان الإشباعات المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج:

من خلال ما تم مناقشته في المطلب السابق، سنتطرق فيما يلي الى اهم النتائج التي تم التوصل لها:

- اتضح لنا ان استخدام القائم بالاتصال مواقع التواصل للتواصل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين وذلك بغية تطوير وزيادة مهاراته أو لتبادل الاخبار، وكذلك لجمع والاطلاع على الاخبار والمعلومات الجارية وهذا من شأنه جعل الصحفي مواكب وسباق للأخبار الجديدة، وكذلك يستخدم القائم بالاتصال مواقع التواصل الاجتماعي للحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة وهذا أيضا من شأنه اكتشاف نقاط القوة للصحفي ومحاولة تعزيزها ونقاط الضعف ومحاولة علاجها واخذ الخبرة والنصائح منهم.

- وقد يستخدم القائم بالاتصال مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع للمعلومات اذا توفر خبر حول موضوع معين يقوم بالبحث عن المزيد عنه في مواقع التواصل الاجتماعي ومحاول المعرفة اكثر للخبر ونقسي اخر تطوراتها، ويستخدمها كمصدر جميع للمعلومات بغية التحقق من المعلومات أو الخبر الذي تحصل عليه.

- للقائم بالاتصال معايير مهنية يحترمها عندما يستقي الاخبار والمعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي.

- من الاشباعات المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي انها اثرت على الممارسة المهنية للصحفي، وقامت بتحفيز القائم بالاتصال للعمل الجيد وذلك من خلال التأكد وتحري الاخبار، كما جعلت القائم بالاتصال يشعر بأنه عنصرا فعالا في المؤسسة.
- نلاحظ من خلال إجابات افراد العينة ان الصحفيين مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة.
- أدت مواقع التواصل الاجتماعي الى تحسين بين المؤسسة و جماهيرها خلال نقبل آرائهم ونزول لدى رغباتهم.
- من بين سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على المؤسسة تأثير على مصداقية الاخبار.
- اهم الدوافع التي تؤدي بالصحفيين الجزائريين الى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي التعرف على وجهات النظر الجديدة حول القضايا والبحث عن معلومات جديدة والحصول على الاخبار الفورية، بالإضافة الى تدعيم وتنويع المواد الصحفية.

الخصائفة

الخاتمة

ان بظهور شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها أدت الى تغيير مضمون وشكل الاعلام الجديد، فخلقت نوعا من الحيوية والتفاعلية في التواصل بين الافراد، حيث مكنت الافراد من النشر وتحرير باعتبارهم عنصرا فعالا في هذه الشبكات، هذه الخصائص سمحت الشركات في عرض منتجاتها وكذلك في التواصل مع الجماهير ومعرفة آراءهم حول المؤسسة، اما المؤسسات الإعلامية لم تكن بعيدة حول الساحة فقد استغلت هذه الشبكات في خدمة مصالحها والمتمثلة في استخدام هذه الشبكات كمصدر للمعلومات، وانطلاقا من ذلك فإننا عملنا في هذه الدراسة على معرفة استخدام المؤسسة الإعلامية وعاملها لشبكات التواصل الاجتماعي نظرا لما تمتلكه هذه المواقع من أهمية إعلامية جعلتها تكون نافذة إعلامي على العالم والجسر الرابط بين الصحفي والجمهور

قائمة المراجع المحتويات

1-الكتب

- 01- بطرس حلاق، ادارة المؤسسات الاعلامية، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
- 02-بطرس حلاق، امل دكاك، مدخل الى وسائل الاعلام - إدارة المؤسسات الإعلامية، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 03- حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق، ط 1، دار القلم، دمشق، 2020.
- 04- خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر 2008.
- 05- طاهر حسو الزبياري، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات، والنشر والتوزيع، بيروت، 2011.
- 06- مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة في موقع الفايسبوك، ط1، دار ألفا للوثائق، الجزائر، 2016.
- 07-حامد الشمرتي، الأساليب الإحصائية في إتخاذ القرار: تطبيقات في منظمات أعمال إنتاجية وخدمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 08-حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته، ط1، الدار المصرية، مصر، 2008.
- 09-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1، سرية للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 10-خليفة هبة محمد، مواقع التواصل الاجتماعي، منتديات اليسير للمكتبات وتقنية المعلومات، مصر، 2009.
- 11-سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، الجمهورية اللبنانية، 2017.
- 12-سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية وسائل التواصل الاجتماعي، دار الرابة لنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 13-عبد الرحمان بغدادی، جمهورية الفايسبوك السلطة الافتراضية دراسة استطلاعية لعصر ما بعد الحداثة، دار بغدادی لنشر والطباعة والتوزيع، 2014.

- 14- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، الطبعة الثانية، دمشق، سوريا، 2005.
- 15- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن، عمان، 2014.
- 16- علي غربي، ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط 2، دار الفائز للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- 17- علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، الجامعة الإسلامية، دن، 2015.
- 18- محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009.
- 19- مروى عصام صالح، الإعلام الالكتروني، الاسس والأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015.
- 20- هدى برهان سيف الدين، محاضرات الإحصاء في علم النفس، الفصل الخامس، السعودية، 2014.
- 2-المذكرات والاطروحات**
- 21- خديجة بلاني، اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بمدينتي قسنطينة وأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة واعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي، 2017.2018.
- 22- محمدي خيرة، استخدام صحفيي الجرائد المطبوعة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من صحفي مدينة وهران ومستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة واتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2014.2015.
- 23- احمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري "دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيمية للأفراد" طلبة جامعة المسيلة "نموذجاً"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2013.

- 24-السعيد عزة وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين"الفييس بوك انموذجا" دراسة ميدانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2014.2015.
- 25-السعيدي حنان، وضيف فاطمة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي " موقع فيسبوك نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح "ورقلة"، 2014.2015، ص39.
- 26-بلبالي مصطفى، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحفية دراسة وصفية على عينة من الصحافيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، 2013، ص39.
- 27-بوبر بوعزيز، استعمال وسائل التواصل الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة1، 2016.2017.
- 28-بوزيد شيماء، سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة استقطابها الجمهور دراسة تحليلية لبرنامج (11) mb، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي، 2016.2017.
- 29-خديجة مرزقة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة الاعلامية - دراسة ميدانية على اعلامي مؤسسة الشروق نيوز الخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهدي، ام البواقي، 2015/2014.
- 30-سعودي أمال، القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية إذاعة الجزائر من مسيلة-نموذجا- ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف- المسيلة-، 2016.

- 31-سكينة قشاب، دور اذاعة الوادي في التنمية الثقافية لدى الجمهور المحلي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة واعلام واتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2017/2018.
- 32-سمية كامل أبو ماضي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في تغطية قضية الانقسام الفلسطيني "دراسة تحليلية ميدانية مقارنة"، مذكرة ماجستير في تخصص الصحافة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، 2015.
- 33-صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي - دراسة ميدانية في جريدة الشرق الجمهوري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر الوادي، 2011/2012.
- 34-عبد الرحمان عمار، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب-أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، 2015.2016.
- 35-عبد الله محمود الرعود، دور شبكات التواصل في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة لنيل شهاة الماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011.2012.
- 36-عيادي منير، اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار-دراسة وصفية لعينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة مكتوبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014.2015.
- 37-فاتن قرين، سعاد بويدرن، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الاعلامية - دراسة ميدانية باذاعة جيجل - انموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2016/2017.
- 38-فاطمة بن سديرة، مسؤولية القائم بالاتصال من منظور الإعلام الإسلامي-دراسة تاصيلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2016.2017.

39-فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها دراسة ميدانية في محافظات غزة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص الاعلام والاتصال، الجامعة الإسلامية-غزة-، 2016/2015.

40-فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة- دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012.2011.

41-كاتب فارس، عقون دنيا، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري "دراسة وصفية مسحية على عينة من الشباب-أم البواقي-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-، 2016.2015.

كاتب فارس، عقون دنيا، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري 42- دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب - ام البواقي، مذكرة لنيل الماستر في علوم والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016/2015.

43-محمد البشير محمودي، الوظيفة الاتصالية لادارة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية - دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر - بسكرة، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، 2020/2019.

44-وليد يوسف، ابراهيم جلاوجي، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية "دراسة وصفية لعينة من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية بالمسيلة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة-المسيلة-، 2013.

3-المحاضرات

45-فريد سلام، التقنيات المنهجية الملائمة للبحث الاجتماعي، محاضرات منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، السداسي الأول، 2017.

4-المواقع الالكترونية

46-أروى بريجة، أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، <https://mawdoo3.io>.

47-عبد الحفيظ العبدلي، تكامل بين الإعلام التقليدي والوسائط الاجتماعية رغم الإفراط

المعلوماتي لازل لصحفي المحترف دوره الحيوي، swi.swissinfo.ch.

الملاحق



الملحق رقم 01: الاستمارة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية



قسم : الاعلام

تخصص: سمعي بصري

استمارة الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

تحية طيبة

في إطار التحضير لإعداد مذكرة الماستر بعنوان "الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الاعلامية" وبغرض إتمام هذه الدراسة أستسمحكم أن تفضلوا بالمشاركة في إثراء هذا الموضوع من خلال الإجابة على الأسئلة الموجودة بهذه الاستمارة وهذا من أجل التعرف على آرائكم في هذا المجال، حتى نتوصل إلى نتائج دراسة موضوعية نلتمس من سيادتكم الإجابة على جميع الأسئلة بكل عناية ووضوح .

كما أحيطكم علما أن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي كما يتشرف الطلبة بتزويدكم بنسخة من هذا البحث أو نتائجه في حالة اهتمامكم به إما عن طريق الاتصال المباشر أو عن طريق البريد الإلكتروني.

تحت إشراف الأستاذ المؤطر:

من إعداد الطلبة:

تركي كمال

بلي ابراهيم

الرجاء إبداء رأيكم بوضع إشارة (✓) داخل المربع المناسب

الجزء الأول: بيانات وصفية

1. الجنس

أنثى ()

ذكر ()

2. السن:

من 20 الى 26 () من 27 الى 32 () من 33 الى 37 () من 38 الى 43 ()

من 44 الى 49 () من 50 وأكثر ()

3. الوظيفة:

رئيس تحرير () رئيس قسم () صحفي ()

4. الخبرة المهنية

أقل من 5 سنوات () من 06 الى 10 سنوات ()

من 11 الى 15 سنة () من 16 فما فوق ()

الجزء الثاني: أسئلة الاستبيان

المحور الأول: استخدام القائم بالاتصال مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	غير موافق	محايد	موافق
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للحوارات والنقاشات الفكرية مع رجال المهنة.			
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتراسل وتكوين الصداقات مع المهنيين الصحفيين.			
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لجمع الاطلاع على الاخبار والمعلومات الجارية.			
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل مع جمهور اعلامي حقل الاعلام والاتصال المهتم بالقضايا الاعلامية.			
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي على تعقيبات الآخرين عن الاحداث والقضايا الاعلامية.			

المحاور الثاني: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات:

العبارات	غير موافق	محايد	موافق
اوظف مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر جمع المعلومات.			
سبق ونشرت معلومات وخبر مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي.			
اذا توفر خبر حول موضوع معين اقوم بالبحث عن المزيد عنه في مواقع التواصل الاجتماعي.			
اتحقق من المعلومات او الخبر الذي تحصلت عليه من مواقع التواصل الاجتماعي.			
هناك معايير مهنية احترامها عندما استقي المعلومات والاخبار من مواقع التواصل الاجتماعي.			

المحاور الثالث: إشباع المحققة من استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي:

العبارات	غير موافق	محايد	موافق
تحفزني مواقع التواصل الاجتماعي للعمل الجيد.			
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين ادائي الصحفي.			
اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري.			
يمكن ان تغني مواقع التواصل الاجتماعي عن مصادر اخرى للحصول على المعلومات.			
جعلت مواقع التواصل الاجتماعي القائم بالاتصال يشعر بانه عنصرا فعالا في المؤسسة الاعلامية.			

الملحق 02: مخرجات SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	15

Statistics

	N	
	Valid	Missing
الجنس	20	0
السن	20	0
الوظيفة	20	0
المهنية الخبرة	20	0
المهنة رجال مع الفكرية والنقاشات للحوارات الاجتماعي التواصل شبكات استخدم	20	0
المهنيين مع الصداقات وتكوين للتراسل الاجتماعي التواصل شبكات استخدم الصحفيين.	20	0
والمعلومات الاخبار على والاطلاع لجمع الاجتماعي التواصل شبكات استخدم الجارية.	20	0
الاعلام حفل اعلامي جمهور مع التفاعل الاجتماعي التواصل شبكات استخدم الاعلامية بالقضايا المهتم والاتصال.	20	0
والقضايا الاحداث عن الآخرين تعقيبات على الاجتماعي التواصل شبكات استخدم الاعلامية.	20	0
المعلومات جمع كمصدر الاجتماعي التواصل مواقع اوظف.	20	0
الاجتماعي التواصل مواقع مصدرها وخبر معلومات ونشرت سبق.	20	0
التواصل مواقع في عنه المزيد عن بالبحث اقوم معين موضوع حول خبر توفر اذا الاجتماعي.	20	0
الاجتماعي التواصل مواقع من عليه تحصلت الذي الخبر او المعلومات من اتحقق.	20	0
التواصل مواقع من والاخبار المعلومات استقي عندما احترامها مهنية معايير هناك الاجتماعي.	20	0
الجيد للعمل الاجتماعي التواصل مواقع تحفزني.	20	0
الصحفي ادائي تحسين في الاجتماعي التواصل مواقع ساهمت.	20	0
الجزائري للصحفي المهنية الممارسة على الاجتماعي التواصل مواقع اثرت.	20	0
على للحصول اخرى مصادر عن الاجتماعي التواصل مواقع تغني ان يمكن المعلومات.	20	0
في فعلا عنصرا بانه يشعر بالاتصال القائم الاجتماعي التواصل مواقع جعلت الاعلامية المؤسسة.	20	0

Frequency Table

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	11	55.0	55.0	55.0
Valid انثى	9	45.0	45.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
26 الى 20 من	1	5.0	5.0	5.0
32 الى 27 من	2	10.0	15.0	20.0
37 الى 33 من	3	15.0	10.0	30.0
Valid 43 الى 38 من	7	35.0	30.0	60.0
49 الى 44 من	4	20.0	25.0	85.0
وأكثر 50 من	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الوظيفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
تحرير رئيس	2	10.0	10.0	10.0
Valid قسم رئيس	4	20.0	15.0	25.0
صحفي	14	70.0	75.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المهنية الخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سنوات 5 من أقل	1	5.0	5.0	5.0
Valid سنوات 10 الى 06 من	7	35.0	35.0	40.0
سنة 15 الى 11 من	4	20.0	15.0	55.0
فوق فما 16 من	8	40.0	45.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المهنة رجال مع الفكرية والنقاشات للحوارات الاجتماعي التواصل شبكات استخدم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
Valid محايد	2	10.0	10.0	20.0
موافق	16	80.0	80.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الصحفيين المهمين مع الصداقات وتكوين للتراسل الاجتماعي التواصل شبكات استخدم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
Valid محايد	1	5.0	5.0	10.0
موافق	18	90.0	90.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الجارية والمعلومات الاخبار على والاطلاع لجمع الاجتماعي التواصل شبكات استخدم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
Valid محايد	1	5.0	5.0	15.0
موافق	17	85.0	85.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاعلامية بالقضايا المهتم والاتصال الاعلام حقل اعلامي جمهور مع التفاعل الاجتماعي التواصل شبكات استخدم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
Valid محايد	4	20.0	20.0	30.0
موافق	14	70.0	70.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاعلامية والقضايا الاحداث عن الآخرين تعقيبات على الاجتماعي التواصل شبكات استخدم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	5	25.0	25.0	25.0
Valid محايد	2	10.0	10.0	35.0
موافق	13	65.0	65.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المعلومات جمع كمصدر الاجتماعي التواصل مواقع ووظف

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	9	45.0	45.0	45.0
Valid محايد	4	20.0	20.0	65.0
موافق	7	35.0	35.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاجتماعي التواصل مواقع مصدرها وخبر معلومات ونشرت سبق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	10	50.0	50.0	50.0
Valid محايد	2	10.0	10.0	60.0
موافق	8	40.0	40.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاجتماعي التواصل مواقع في عنه المزيد عن بالبحث اقوم معين موضوع حول خبر توفر اذا

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
Valid محايد	1	5.0	5.0	10.0
موافق	18	90.0	90.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاجتماعي التواصل مواقع من عليه تحصلت الذي الخبر او المعلومات من اتحقق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	4	20.0	20.0	20.0
Valid محايد	3	15.0	15.0	35.0
موافق	13	65.0	65.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاجتماعي التواصل مواقع من والاخبار المعلومات استقى عندما احترامها مهنية معايير هناك

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
Valid محايد	1	5.0	5.0	10.0
موافق	18	90.0	90.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الجيد للعمل الاجتماعي التواصل مواقع تحفزي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	1	5.0	5.0	5.0
Valid محايد	6	30.0	30.0	35.0
موافق	13	65.0	65.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الصحفي ادائي تحسين في الاجتماعي التواصل مواقع ساهمت

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	5	25.0	25.0	25.0
Valid محايد	4	20.0	20.0	45.0
موافق	11	55.0	55.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الجزائري للصحفي المهنية الممارسة على الاجتماعي التواصل مواقع اثرت

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	2	10.0	10.0	10.0
Valid موافق	18	90.0	90.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المعلومات على للحصول اخرى مصادر عن الاجتماعي التواصل مواقع تغني ان يمكن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	12	60.0	60.0	60.0
Valid محايد	1	5.0	5.0	65.0
موافق	7	35.0	35.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاعلامية المؤسسة في فعلا عنصرا بانه يشعر بالاتصال القائم الاجتماعي التواصل مواقع جعلت

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق غير	4	20.0	20.0	20.0
Valid محايد	5	25.0	25.0	45.0
موافق	11	55.0	55.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ