دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية : دراسة مسحية استطلاعية
المصدر:	مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية
الناشر:	مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع
المؤلف الرئيسي:	محمدي، خيرة
المجلد/العدد:	ع10
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	جوان
الصفحات:	166 - 178
رقم MD:	835780
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	شبكات التواصل الاجتماعي، وسائل الإعلام، الصحافة، الجزائر
رابط:	https://search.mandumah.com/Record/835780

© 2020 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية : دراسة مسحية استطلاعية.

أ. خيرة محمدي.
*** أستاذة بالمركز الجامعي أحمد زبانة- غليزان.**
البريد الإلكتروني:KHAIRAMH@YAHOO.COM

L'utilisation des réseaux sociaux en tant que source d'informationdansla presse algérienne écrite: une enquête exploratoire.

Résumé:

Cette étude pour déterminer l'importance des réseaux sociaux comme source d'information pour les journalistes algériens, et connaître la qualité des informations qui sont trouvé dans ces sites, et la gratification atteint derrière par conséquent. cette étude et appliquée à un échantillon de 109 unique de journalistes algériens qui travaillent dans les journaux imprimés et situés son siège social dans les villes de Mostaganem et Oran, et nous nous sommes appuyés sur la méthode d'enquête descriptive et un outil de questionnaire dans le domaine de la collecte des données, les résultats les plus importants de l'étude comprennent:Il occupait le site Face book est classé premier en termes de son utilisation dans l'obtention d'informations, et l'information du public à l'avant-garde de l'information que les journalistes encaissent des médias sociaux, et ont trouvé des répondants sur les nouvelles de ces sites via des pages personnelles, et les médias institutions sites et collections de sites.

Mots clés: utilisation- sources d'information- des réseaux sociaux - gratification.

مقدمة:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعيمن الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الأفراد والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، نظرا للتطبيقات التي توفرها للمستخدمين، المتمثلة في مشاركة الصور والفيديوهات وتبادل الأخبار و المعلومات بين الأعضاء والتعليق عليها، فقد بلغ عدد المستخدمين لهذه المواقع في العالم حسب آخر الإحصائيات ما يفوق المليار مستخدم،الأمر الذي جعلها تكتسح أهمية بالغة لدى العديد من شعوب العالم، فصارت تعتمد عليها في استقاء المعلومات وتتبع آخر التطورات الخاصة بالأحداث المحلية والإقليمية

والعالمية، وبذلك خلقت إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل، وسرعة نقل الخبر، وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة.ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت أن تتفاعل مع الأحداث على مدار الساعة، وتنقل الحدث بسرعة فائقة محققة بذلك السبق بالأحداث. فبعدما كان الهدف من إنشائها تحقيق التواصل بين الطلبة في الجامعات و الثانويات تعدى إلى هدف إعلامي، حيث تعمد العديد من المؤسسات الصحفية إلى تشجيع الصحفيين العاملين لديها لامتلاك حساب في موقع الفايسبوك، أو التويتر، وغيرها، بغية مواكبة هذا الانفجار في المعلومات الذي خلقته شبكات التواصل الاجتماعي.

وبناءا على هذا الطرح تتبلور إشكالية دراستنا كالآتي: **ما مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية؟**

وتتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- هل تأتي مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر الصحفية التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون كمصدر للمعلومات؟
- ما هي طبيعة المعلومات التي يعثر عليها أفراد العينة من شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات؟
- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات؟

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

1- تحديد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات بالنسبة للصحفيين الجزائريين، مقارنة بالمصادر الصحفية الأخرى.

2 – معرفة نوعية وطبيعة المعلومات التي ينتقيها الصحفيون الجزائريون من شبكات التواصل الاجتماعي.

3– تحديد دوافع اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

4 – معرفة الإشباعات المحققة للصحفيين الجزائريين من خلال اعتمادهم على المواقع الاجتماعية في العثور على المعلومات.

منهج الدراسة:

اقتضت طبيعة دراستنا وأهدافها استخدام منهج المسح الوصفي، الذي"يعرف على أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد

المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية". **(صابر وخفاجة، 2002: صفحة89)**

عينة الدراسة:

أهم خطوة يقوم بها الباحث خلال دراسته هو اختياره للعينة الممثلة لمجتمع بحثه،وبناءا على ذلك فإن عينة دراستنا عرضية (قصدية)،نظرا لصعوبة الوصول إلى كل الجرائد التي تصدر على المستوى الوطني، فارتأينا التعامل مع الجرائد المتواجدة في مدينتي وهران و مستغانم فقط، لصعوبة التنقل إلى كل ولايات الوطن المتواجدة فيها الصحف من أجل توزيع الاستمارات على أفراد العينة.

وقد حددنا التعامل مع حجم عينة مقدرة ب: 109 مفردة من الصحفيين التابعين للصحف المكتوبة والمتواجدة مقراتها بمدينتي مستغانم ووهران، وهي تختلف فهناك جرائد وطنية، وجرائد جهوية، ومكاتب

جهوية متواجدة في مدينة وهران، وتشمل الجرائد التالية:

الجمهورية- صوت الغرب–الوصل–صدى وهران– الشباب الجزائري– البلاغ - المكتب الجهوي لجريدة الشروق(وهران) – المكتب الجهوي لجريدة الخبر(وهران) – المكتب الجهوي لجريدة الوطن (وهران) – quotidien –la jeunesse–le mande au jour d'hui–écho d'Oran–d'Oran . Réflexion

يرجع هذا التقسيم إلى طبيعة كل صحيفة، حيث نجد هناك اختلاف في عدد الصحفيين المتواجدين على مستوى هذه الجرائد، كما يعود ذلك إلى قدرة وصولنا لهاته الجرائد من أجل توزيع الاستمارات على أفراد العينة.

أداة الدراسة:

بما أن دراستنا كمية وصفية تم الاعتماد على أداة الاستمارة، لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بكيفية استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات، إلى جانب معرفة أهم المواقع الاجتماعية التي يستخدمونها ودوافع ذلك.

وتضم استمارة الدراسة أربعة محاور:

- المحور الأول: يتضمن معلومات عن أفراد العينة المدروسة.
- المحور الثاني:استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية.
- المحور الثالث:دوافع استخدم شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية.
- المحور الرابع: الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

الدراسات السابقة:

1/ دراسة **نور الدين هادف تحت عنوان**: (**التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات و الإشباعات: دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية(2010)**،وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الإلكترونية و الإشباعات المحققة من جراء هذا الاستخدام، و أجريت في ثلاث مؤسسات إعلامية يصل مجموع صحفيها إلى 45 صحفي،وأهم نتائجها ما يلي: - لم تعد شبكة الانترنت مصدر معلومات إلكترونيا منفردا بذاته بل تفرعت عنه مصادر معلومات جديدة مستقلة بخصائصها ومميزاتها وطرق استخدامها:(الصحافة الإلكترونية، البريد الإلكتروني مواقع الويب)،لم يرق استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لمصادر المعلومات الإلكترونية إلى المستوى الذي وصلت إليه هذه التقنيات، لا يزل الصحفيون الجزائريون يعتمدون على مصادر المعلومات التقليدية كالعمل الميداني وبرقيات وكالات الأنباء، نظرا لارتباط وسائل الإعلام بالأحداث الوطنية أكثر من الأحداث الدولية.

2/ دراسة **شميسي وداد** بعنوان: (**الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية**، دراسة مقارنة بين القطاع السمعي البصري والمكتوب، 2010.)، وتحددت إشكالية هذه الدراسة في مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الإلكترونية، وأهم النتائج التي توصلت إليها ما يلي:

كشفت النتائج أن استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية من أجل الحصول على الأخبار أحيانا قدرت ب41% و الذين لا يستخدمونها مطلقا كانت نسبتهم،53% وهي نسبة تعكس بعد الصحفيين الجزائريين عن خدمات الإنترنت الحديثة، في حين تمثل نسبة5,1% من الفئة التي تستخدم هذه الشبكات بصفة دائمة، أما فيما يخص ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب استخدام الصحفيين لها فكانت كالآتي: شبكة الفايسبوك، ثم تليها شبكة التويتر، وأخيرا موقع ماي سبيس.

3/ دراسة **عبد الله ممدوح مبارك الرعود** تحت عنوان:(**دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، 2012**)تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول: ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

وأهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي: جاء المجال الثاني "مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ(2.75%)، وجاء المجال الثالث: "التأثير على الرأي العام المحلي و الإقليمي والدولي" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.68%)،

في حين جاء المجال الأول " التهيئة والتحريض على الاحتجاجات" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.67%)، وجاء المجال الرابع " التأثير على وسائل الإعلام التقليدية" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ(2.53%)، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر المؤهل العلمي، الخبرة الصحفية، نوع المؤسسة الإعلامية).

التحديد الإجرائي للمفاهيم:

1- شبكات التواصل الاجتماعي: عرفها **د/شريف درويش اللبان** بأنها: خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم ،أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.

وعرفها الدكتور **سعد البطوطي** في كتابه**" التسويق السياحي"** بأنها: مواقع ويب أنشئت بغرض جمع المستخدمين وأصدقاء العمل و الدراسة ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، والمحادثة الفورية، والبريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو، والصور، والتدوين. **(هتيمي، 2014: صفحة 83،84)**

2- الاستخدام: نقصد بالاستخدام في دراستنا استعمال الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، والكيفية أو الطريقة التي يستخدمون بها هذه المواقع.

3- الدوافع:يندرج الدافع في وظيفة علاقة السلوك وبفضله تتحول الحاجات إلى أهداف وخطط ومشاريع، بحيث أن بعض العلاقات مع بعض الأشياء تكون مطلوبة أو ضرورية للعمل، وتعرف موسوعة علم النفس الدوافع على أنها تبدأ من متغيرات الواقع داخل شبكة من العلاقات. **(هادف، 2008: صفحة 23)**
نقصد بهذا المصطلح في دراستنا بالأسباب التي دفعت الصحفيون الجزائريون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، والحاجات والرغبات التي يريدون تلبيتها وإشباعها من خلال ذلك.

4- الإشباعات : و يعني الإشباع في **نظرية التحليل النفساني** خفض التنبيه والتخلص من التوتر إن تراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة، و يستعمل مرور كلمة الإشباع مرادفه" لخفض الدافع"، "وبلوغ الهدف"، و حل المشكلة " " وإعادة التوازن" وغيرها. **(حجاب، 2003: صفحة 220)**، و

مفهوم الإشباع في دراستنا يعني: تلبية حاجات الصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

5- الصحفي: الصحفي بكسر الصاد أو فتحها، هو المزاول لمهنة الصحافة، أو هو كل من اتخذ الصحافة مهنة له يمارسها على سبيل الاحتراف أو شبه الاحتراف، ويشمل العمل الصحفي التحرير في الصحف و إخراجها، وتصحيح موادها وإمدادها بالأخبار والتحقيقات والمقالات والصور والرسوم. **(الخليفي، 2005: صفحة 20)**

نقصد بالصحفي إجرائيا، كل شخص يعمل لحساب جريدة وطنية، أو جهوية، أو المكتب الجهوي لجرائد وطنية تتواجد على مستوى مدينة وهران و مستغانم، ناطقة باللغة العربية أو الفرنسية، ويقوم بوظيفة البحث عن الأخبار، والمعلومات، وتغطية الأحداث، والوقائع على المستوى الوطني و الجهوي ثم جمعها، ومعالجتها في شكل مقالات صحفية، كما يمكن أن يكون صحفيا كل مراسل يربطه عقد مع الجريدة التي يعمل لحسابها.

6- مصادر المعلومات:مصدر المعلومات، هو تلك الأداة التي تحصل من خلالها الصحف على الأخبار والمعلومات وللصحيفة مصدران رئيسيان للأخبار: المصادر الذاتية، وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار، مثل المندوب الصحفي وهو ذلك الشخص الذي تنتدبه الجهة الإعلامية كوكيل أو نائب أو ممثل لها لجلب المعلومات والأخبار من أماكنها، وعليه فهو يتوجه يوميا إلى الأماكن الموكل إليه تغطيتها إعلاميا من طرف رئيس التحرير. **(عثمان، 200: صفحة 68)**

المدخل النظري للدراسة: مدخل الاستخدامات و الإشباعات:

وهذا النموذج يعتبر أن المتلقي هو نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية ويحاول أن يخبرنا عن سلوكهم الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال. كما يرى أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا اتجاهها، ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمور كثيرة وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير. **(خليل، 2006:صفحة 140)**و تكمن العلاقة بين مدخل الاستخدامات و الإشباعات وموضوع دراستنا في اعتبار أن دراستنا تحاول الكشف عن مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وكذا معرفة دوافع استخدامهم لها،و الإشباعات المحققة من جراء هذا الاستخدام فارتأينا تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات على دراستنا لأننا رأينا أن فروض هذا المدخل وأهدافه تتطابق مع تساؤلات دراستنا وأهدافها.

2/الجانب النظري للدراسة

1.2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

كان موقع **(theglobe .com)** أول مواقع التواصل الاجتماعي ظهورا في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات وذلك عام 1994، ثم تلاها موقع **(geocities)** في العام نفسه، وتلاها موقع **(tripod)** بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات، والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة.**(الدبيسي، و الطاهات، 2013: صفحة 70)**، وكذلك شبكة **six dagress.com** التي منحت للأفراد المتفاعلين في إطارها فرصة طرح لمحة عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وفي عام 1995 صمم **"راندي كونرادز"** موقع classmates.com، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء وزملاء الدراسة على الالتقاء واستمرار الصداقات،كما تم إنشاء مواقع أخرى مثل:live journal، وموقع 1999 cyworldالذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryze الذي يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية.

ويعتبر الموقع الأمريكي MySpace بداية لتدشين الجيل الثاني ثم تتابع ظهور العديد من مواقع التواصل

مثل:hi5،Diaspora،Bebo،asmallworld،yammer،irc،xing، tagged،plaxoorkutning، linkedin.

إلا أن المنافسة القوية بين الشبكات الاجتماعية أفرزت نماذج ناجحة أبرزها face book، youtube،twitter واستطاعت استغلال خصائص web2 في إدراج عناصر متميزة بها، مثل خاصية الفيديو والصور والمحادثة الفورية والمشاركة الآنية للأفكار والحالات الاجتماعية.

ومع ظهور الجيل الثالث للأنترنت3G صاحبه ظهور مواقع تواصل جديدة مثل +Google و instagram. **(خليفة، 2017: صفحة 47،48)**

2.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

-موقع الفايسبوك: يعد واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي والذي أطلقه **مارك زوكربرغ**، وكان وقتها طالب في جامعة هارفارد الأمريكية عام 2004، وأعطاه الاسم face book ومعناه **"كتاب الوجوه"**، كان الاشتراك فيه يقتصر في البداية على جامعة هارفارد، لكن الموقع حقق شعبية كبيرة لدرجة أنه توسع بسرعة إلى بقية الجامعات والكليات ثم المدارس الثانوية، ثم الشركات. لكن أكبر تحول جاء في عام 2006 عندما تخلى الفايسبوك عن ضرورة امتلاك العضو حسابا إلكترونيا صادرا عن المدرسة أو الشركة ،مما ساعد على فتح أبوابه أمام أي مستخدم على أن يزيد عمره 13 سنة ولديه عنوان بريد إلكتروني يعمل، وفي عام 2007 كان معدل أعمار مستخدمي موقع الفايسبوك تقريبا 35

سنة وأكبر في بعض الأحيان، وذلك بعد انضمام الآباء والأجداد إلى المراهقين والطلاب في الموقع. **(السعدي، 2016: صفحة 163)**

-موقع تويترtwitter: هو موقع اجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر، يسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصاه 140 حرف للرسالة الواحدة مباشرة عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفايسبوك، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني.

- موقع ماي سبيس(MySpace): شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، ويقدم خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو على المجموعات البريدية، وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في **سانتا مونيكا بكاليفورنيا**. **(الدليمي، 2011: صفحة 69)**

- موقع اليوتيوب(You tube): هو أكبر موقع على شبكة الانترنت، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين. **(الهلباوي، 2014: صفحة 8)**

- موقع لنكدان(linkedin): هو أحد المواقع المضافة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، مؤسسه **"جيفوينر"** في ديسمبر 2002، ويستخدم أساسا لإقامة الشبكات المهنية، حيث يمكن للأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة والذين يعملون في شركات مختلفة أن يلتقوا مع غيرهم من المتخصصين من أجل تبادل الخبرات. **(الفيصل، 2014: صفحة 370)**

3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: تشترك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية أبرزها:

- الملفات الشخصية/ الصفحات الشخصية(profile page): من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، أصدقاؤه، والصور الجديدة التي حملها إلى غير ذلك من النشاطات.

- إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات وتحميل مئات الصور وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

- **المجموعات المفضلة:** تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعات اهتمام بمسمى معين وأهداف محددة، وتوفر لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بEvents أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين والغائبين.
- **الصفحات الإعلانية:** ابتدعت هذه الفكرة شبكة الفايسبوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة، حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين. ويقوم الفايسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان. **(الوردان، 2015: صفحة 14،15)**

النتائج العامة:توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يمتلك فيها الصحفيين الجزائريين حسابا، هي شبكة الفايسبوك بنسبة70.74%، ثم تليها شبكة التويتر بنسبة 22.22%، وبعدها موقع اليوتيوب بنسبة 3.5%، وأخيرا موقع ماي سبيس بنسبة 0.25%.
- احتل موقع الفايسبوك المرتبة الأولى من حيث استخدام الصحفيين له كمصدر للمعلومات بنسبة 56.14%، يليه كلا من موقعي التويتر و اليوتيوب بنسبة 13.16%، ثم ماي سبيس بنسبة 0.88%.
- من أكثر مصادر المعلومات التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون هي المصادر التقليدية بنسبة 29.1%، ثم يليها استخدام المواقع الإخبارية بنسبة 15.1%، وفي المركز الثالث شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 11.6%، لتأتي كلا من الصحافة الإلكترونية ومحركات البحث في المركز الرابع بنسبة 5.8%، وفي المركز الخامس البريد الإلكتروني بنسبة 4.7% ،وفي المركز الأخير مجموعات الأخبار بنسبة 2.3%.
- نوع المعلومات التي يحصل عليها الصحفيين الجزائريين هي: معلومات عامة بنسبة 27.09%، اجتماعية بنسبة 18.22%، ثقافية بنسبة 15.76%، سياسية بنسبة14.28%، الاقتصادية والرياضية بنسبة 11.33%.
- يتصفح الصحفيون الجزائريون شبكات التواصل الاجتماعي ذات صفة مواقع إخبارية بنسبة 62.93%، مواقع شخصية بنسبة 19.83%، ثم مواقع المجموعات بنسبة 15.52%.
- عبر أفراد العينة على أن المواقع الإخبارية المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي تزودهم بالأخبار الحصرية بنسبة 52.94%، وأحيانا بنسبة

41.18%، و هناك من أجاب بأنها لا تزودهم بالأخبار الحصرية بنسبة 5.88%.
- يعثر الصحفيون على المعلومات من الشبكات الاجتماعية عن طريق : أصدقاء صحفيون متواجدون على هذه الشبكات بنسبة 47.97%، ومؤسسات إعلامية لها حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 30.08%، ومجموعات على هذه الشبكات بنسبة 16.26%.
- يتأكد الصحفيون من المعلومات التي يعثرون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق مراسلين في منطقة الحدث بنسبة 39.17%، أصدقاء صحفيون بنسبة 36.67%، المصادر الخاصة بنسبة 9.17%، المقارنة والتحري بين المواقع بنسبة 6.67%، الاتصال بمن تتعلق بهم المعلومة بنسبة 6.67%.
- تتمثل صعوبات استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية في:
تشكيك المؤسسة في مصداقية ما تقدمه من معلومات بنسبة 48%.
الاعتماد على المصادر التقليدية للمعلومات بنسبة 20%.
- تتمثل دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات في: تحقيق الأخبار الفورية بنسبة 28.06%، الإلمام بالأحداث وبتفاصيلها بنسبة 23.30%، تدعيم وتنويع المواد الصحفية بنسبة 22.30%، عدم التواجد في مكان الحدث بنسبة 17.27%، تكلفة اشتراكات وكالات الأنباء بنسبة 3.06%.
- تحقق شبكات التواصل الاجتماعي إشباعا بدرجة متوسطة بنسبة 59.3%، وبدرجة ضعيفة بنسبة 25.6%، و بدرجة عالية بنسبة 11.6%.
-تحقق شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين إشباع مهني بنسبة 25%، معرفي بنسبة 20.31%.
- تتمثل أسباب تحقق الإشباع بدرجة ضعيفة من شبكات التواصل الاجتماعي في: التأكد من المصادر الخاصة بنسبة 24.69% ، طبيعة المعلومة تحتم استخدام مصادر أخرى بنسبة 13.58 %، التشكيك في مضامين هذه الشبكات بنسبة 11.11%.
- يعتبر الفايسبوك من أكثر الشبكات التي تحقق الإشباع عند استخدامه كمصدر للمعلومات بنسبة 59.43%، ثم يليه التويتر بنسبة 16.04%، و موقع اليوتيوب بنسبة 12.09%، أما موقع ماي سبيس فلا يحقق أي إشباع.
- يرى الصحفيون الجزائريون أن مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العثور على المعلومات بمؤسستهم: متوسط وذلك بنسبة 60.5%.
- عبر الصحفيون على أن أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ضعيف في مؤسستهم يرجع إلى الاعتماد على التنقل إلى موقع الحدث بنسبة 12.99%، فقدان هذه الشبكات للمصداقية بنسبة 10.39%.

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال دراستنا هذه، معالجة موضوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية، وانطلاقا من هذه الإشكالية حاولنا التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث أنها منظومة تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، و على أهم المواقع الاجتماعية، بما فيها الفايسبوك ، التويتر، موقع اليوتيوب، و ماي سبيس، و فليكر، فكل هذه المواقع تمثل منصة لعرض مختلف الأخبار والصور والفيديوهات، الخاصة بالأحداث التي يشهدها العالم، وليس ذلك فحسب بل مشاركتها مع الآخرين والتعليق عليها.

ومن ناحية أخرى سعت دراستنا إلى اكتشاف خصائص هذه المواقع ومجالات استخدامها، كالتواصل والتعبير عن الذات، تخزين البيانات، وتشكيل تجمعات افتراضية، إلى غير ذلك من الخصائص.

إضافة إلى انعكاسات هذا الاستخدام على العمل الإعلامي، فلاحظنا بأنها من جهة تساهم في إثارة العديد من القضايا، التي لا يتناولها ربما الإعلام التقليدي، حتى أنها أصبحت مصدرا مهما في استقاء الأخبار، ولكن في نفس الوقت نرى بأنها تفتقد للاحترافية الصحفية.

ومن زاوية أخرى استعرضت دراستنا أهم المصادر التي يستخدمها الصحفيون في الحصول على المعلومات، حيث تنقسم إلى مصادر تقليدية وإلكترونية، وأيضا صحافة المواطن كشكل جديد من مصادر المعلومات.

وتوصلنا في الأخير، إلى أن واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية تتحكم فيه عدة عوامل، أهمها تفضيل معظم الصحفيين الاعتماد على المصادر التقليدية للخبر، بما فيها الاتصال بالشخصيات الرسمية، التواجد في مكان الحدث، أو استقاء الأخبار من وكالات الأنباء، إضافة إلى تشكيكهم في مصداقية ما تقدمه من مضامين، الأمر الذي يجعلهم عاجزين عن استيعابها كمصدر للمعلومات مثلها مثل المصادر الأخرى.

قائمة المراجع:

1) أبو إصبع، صالح خليل. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط5. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

2) ابراهيم مروان عبد المجيد. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. ط1. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع .

3) حجاب محمد منير. (2003). الموسوعة الإعلامية. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

4) خليفة إيهاب. (2017). حروب مواقع التواصل الاجتماعي .ط1. دار العربي للنشر والتوزيع.

5) الخليفي طارق سيد أحمد. (2005). معجم مصطلحات الإعلام. انجليزي عربي. ط1. مصر: دار المعرفة الجامعية.

6) الدليمي عبد الرزاق محمد. (2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجية الرقمية. ط1. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

7) رفاعي عادل و الوردان فهد. (2015). هاوية الانحراف والجريمة عى شبكة الانترنت. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

8) السعدي مؤيد نصيف جاسم. (2016). فلسفة التواصل في موقع الفايسبوك .ط1. الجزائر: ألفا للوثائق.

9) صابر فاطمة الزهراء ، و ميرفت علي خفاجة. (2002). أسس البحث العلمي.

10) عثمان نعمات. (2006). الخبر ومصادره في العصر الحديث. ط1. مصر: دار المعرفة الجامعية.

11) الفيصل عبد الأمير. (2014). دراسات في الإعلام الإلكتروني.ط1.العين: دار الكتاب الجامعي.

12) هادف نور الدين. (2008). التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال. الاستخدامات والاشباعات .الجزائر.

13) هتيمي حسين محمود. (2014). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي .ط1. دار أسامة للنشر.

14) الهلباوي عبد الفتاح ماجدة. (2014). الإعلام الإلكتروني ودوره في الإعلام الدولي .ط1. الإسكندرية: مكتبة وفاء القانونية.