

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة
بعنوان :

**إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل
كمصدر للمعلومة الصحفية (الفايسبوك نموذجاً)
(دراسة مسحية لصحفيي بولاية ورقلة)**

من إعداد الطالبتين:

عائشة بختي

هاجر بالحاج

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- ❖ د / (أستاذ محاضر أ – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
- ❖ د/عبد القادر قندوز..... (أستاذ محاضر ب – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا
- ❖ د / (أستاذ محاضر أ – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

الموسم الجامعي 2018 – 2019

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة
بعنوان :

**إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل
كمصدر للمعلومة الصحفية (الفايسبوك نموذجاً)
(دراسة مسحية لصحفي بولاية ورقلة)**

من إعداد الطالبتين:

عائشة بختي

هاجر بالحاج

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- ❖ د / (أستاذ محاضر أ – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
- ❖ د/عبد القادر قندوز..... (أستاذ محاضر ب – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا
- ❖ د / (أستاذ محاضر أ – جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

الموسم الجامعي 2018-2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

الإهداء

إلى من أوصاني الخالق بهما خيرا

إلى من أضاعت لي درب الحياة، رمز العطاء 'أمي الغالية'

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني، إلى من كلت أنامله ليقدّم لنا

لحظة سعادة 'أبي الغالي'

إلى من جمعتني معهم ظلّمة رحم واحد إخوتي

إلى كل من عائلة "بالحاج وبختي"

وجميع من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

أهديهم ثمرة هذا المجهود

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء
والمرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد
نشكر الله العلي القدير على توفيقه بإتمام هذا العمل، فهو عزوجل
أحق بالشكر والحمد سبحانه وتعالى.

لا يسعنا إلا أن ننسب الفضل لأصحابه، فنخص بالذكر أستاذنا

المشرف الدكتور: قندوز عبد القادر

الذي منحنا الكثير من وقته ولم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه

القيمة فله جزيل الشكر.

إلى كل الأساتذة الذين قدموا لنا نصائحهم القيمة وتوجيهاتهم جزاهم

الله كل خير.

إلى كل من ساهم من بعيد أو قريب في اتمام هذه المذكرة.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل (الموقع فيسبوك) في العمل الإعلامي من خلال المسح الشامل لمراسلي وصحفيي ولاية ورقلة وهذا من أجل الوصول إلى أهداف المتبغاة، طرح الباحثين سؤال الإشكالية كالتالي:

ما مدى استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل (فيسبوك) كمصدر أساسي للحصول على المعلومة الصحفية؟

والتي نتجت عنها التساؤلات التالية:

- ✓ ماهي عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك في العمل الصحفي بولاية ورقلة؟
- ✓ ماهي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية؟
- ✓ ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الصحفيين للفيسبوك في العمل الإعلامي؟
- ✓ ماتأثير استخدام الفيسبوك كمصدر لمعلومة في العمل الإعلامي؟

وإعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي وذلك لمسح مجتمع البحث الذي يتمثل في صحفيين ومراسلين بولاية ورقلة باستخدام أداة الإستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الإستمارة إلى خمس محاور، الأول خاص بالبيانات الشخصية، والثاني خاص بعادات وأنماط استخدام الصحفيين لموقع الفيسبوك، والمحور الثالث دوافع استخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومة، والمحور الرابع يتمثل في الإشباعات المحققة من استخدام الصحفيين لموقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية، والمحور الأخير يتمثل في تأثير استخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية.

وتوصلنا في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ نصف أفراد المبحوثين يستخدمون الإعلام البديل.
- ✓ معظم الصحفيين يفضلون استخدام الفيسبوك.
- ✓ أغلب الصحفيين الجزائريين يستخدمون الفيسبوك كمصدر دائم للحصول على المعلومة الصحفية؟
- ✓ نصف المبحوثين إقترحوا وضع ميثاق لضبط استخدام موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية.

الكلمات المفتاحية:

الإستخدام، الإعلام البديل، موقع الفيسبوك، المعلومة الصحفية

Résumé

Cette étude est à l'objectif de révéler l'utilisation des médias alternatifs par les journalistes algériens (Facebook) dans le travail des médias au moyen d'une enquête exhaustive sur les reporters et les journalistes de l'État de wilaya d'Ouargla. Pour atteindre leurs objectifs, les chercheurs ont posé la question problématique de la manière suivante :

L'utilisation de médias alternatifs par les journalistes algériens (Facebook) comme source principale d'informations sur la presse a entraîné les responsabilités suivantes :

- ✓ Quelles sont les habitudes et les modèles d'utilisation de journalistes algériens pour Facebook dans le travail de presse dans l'État de wilaya d'Ouargla ?
- ✓ Quelles sont les raisons qui poussent les journalistes algériens à utiliser Facebook comme source d'informations pour la presse ?
- ✓ Quelles sont les attentes de l'utilisation de journalistes sur Facebook dans le travail des médias ?
- ✓ Quel est l'impact de l'utilisation de Facebook comme source d'informations dans le travail des médias ?


Dans notre étude, nous avons utilisé la méthode d'enquête pour interroger la communauté des chercheurs représentée par des journalistes et des correspondants dans l'état de wilaya d'Ouargla. En utilisant l'outil d'enquête pour collecter des données auprès des répondants, le questionnaire a été divisé en cinq thèmes, l'un concernant les données personnelles, l'autre les habitudes et les schémas de l'utilisation de Facebook par les journalistes, le troisième concernant l'utilisation par Facebook des journalistes, En tant que source d'informations pour la presse, le dernier thème est l'impact de l'utilisation de Facebook par les journalistes comme source de couverture médiatique.

Dans cette étude, nous avons trouvé les résultats suivants :

- ✓ La moitié des répondants utilisent des médias alternatifs.
- ✓ La plupart des journalistes préfèrent utiliser Facebook.
- ✓ La plupart des journalistes algériens utilisent Facebook comme source d'informations permanente ?
- ✓ La moitié des répondants ont suggéré de mettre en place une charte pour contrôler l'utilisation de Facebook en tant que source d'informations presse.

Les mots clés :

Utilisation, médias alternatifs, Facebook, informations de presse



الفهرس

الصفحة	قائمة المحتويات
I	الاهداء
Ii	الشكر والتقدير
III	الملخص
IV	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
VIII	قائمة الرموز
أ	مقدمة
الفصل الأول الإطار النظري للدراسة	
2	الإشكالية
3	تساؤلات الدراسة
3	أسباب إختيار الموضوع
4	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	تحديد المفاهيم والمصطلحات الدراسة
9	مجالات الدراسة
10	منهج الدراسة
11	مجتمع البحث
12	أدوات جمع البيانات
13	الدراسات السابقة
17	المقاربة النظرية
الفصل الثاني الإطار التطبيقي للدراسة	
24	تمهيد
24	عرض وتحليل جداول

24	المحور الأول : صفات العينة
27	المحور الثاني : عادات وأنماط إستخدام الصحفيين الجزائريين بورقلة
31	المحور الثالث : دوافع إستخدام الصحفيين الجزائريين " للفيسبوك " كمصدر للمعلومة
33	المحور الرابع : ماهي الإشباعات المحققة من إستخدام الصحفيين الجزائريين بمدينة ورقلة للفيسبوك في العمل الصحفي
35	المحور الخامس : تأثير إستخدام الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات في العمل الصحفي
38	خلاصة
38	مناقشة النتائج الجزئية
40	النتائج العامة
41	صعوبات الدراسة
43	الخاتمة
46	قائمة المراجع

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
24	يبيّن توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	01
24	يبيّن توزيع المبحوثين حسب متغير السن	02
25	يبيّن المستوى التعليمي للمبحوثين	03
26	يبيّن المبحوثين حسب مؤسسة العمل	04
26	يبيّن المبحوثين حسب متغير الوظيفة	05
27	يبيّن المبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي	06
27	يبيّن استخدام المبحوثين للإعلام البديل	07
28	يبيّن الأوقات استخدام الفيسبوك من قبل المبحوثين	08
29	يبيّن عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في تصفح الفيسبوك	09
29	يوضح أفضلية مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين	10
30	مدة استخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين	11
31	يوضح دوافع استخدام المبحوثين للفيسبوك كمصدر للمعلومة	12
31	يبيّن استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة لدى المبحوثين	13
32	يبيّن مبررات قلة استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم نادر ما يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومة	14
32	يبيّن الخصائص التي تدفع بالمبحوثين لإستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة	15
33	يبيّن مدى إستفادة المبحوثين من الفيسبوك كمصدر للمعلومة	16
34	يبيّن درجة إعتقاد المبحوثين على الفيسبوك في تكوين إتجاهات إيجابية	17
35	يوضح الصعوبات التي واجهت المبحوثين في استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة	18
35	يوضح التأثيرات المختلفة لإستخدام المبحوثين الفيسبوك كمصدر للمعلومة للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم وجدوا صعوبات عند إستخدامهم للفيسبوك في عملهم الصحفي	19
36	يبيّن آراء المبحوثين حول إعتقاد الفيسبوك كمصدر للمعلومة في العمل الصحفي	20
37	يبيّن إقتراحات المبحوثين لتطوير سبل الإستفادة من موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية	21

قائمة الأشكال البيانية

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
24	يبيّن توزيع الباحثين حسب متغير الجنس	01
24	يبيّن توزيع الباحثين حسب متغير السن	02
25	يبيّن المستوى التعليمي للباحثين	03
26	يبيّن الباحثين حسب مؤسسة العمل	04
26	يبيّن الباحثين حسب متغير الوظيفة	05
27	يبيّن الباحثين حسب متغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي	06

قائمة الملاحق

عنوان الملحق	رقم الشكل
إستمارة الاستبيان	01
يوضح الاستخدامات والاشباكات	02
الملحق رقم 03: الأساتذة المحكمين	03



مقدمة

أحدثت منذ عقد التسعينيات من القرن الماضي تطورات تكنولوجية حديثة أدت إلى نقلة نوعية هائلة وثورة حقيقية في مجال الإعلام والاتصال، ومع الثورة الإتصالية والمعرفية التي لم يشهد العالم يوماً مثلها، بات الإعلام أمام تحديات جديدة أجبرته على تطوير وسائل جمع المعلومات والأخبار وتوزيعها، إذ أنها أنشأت جمهور جديد بمختلف صفاته حيث يبحث عن المعلومة البسيطة والسريعة من خلال شبكة الأنترنت في كافة أرجاء العالم، فتلك النقلة النوعية وهذه الثورة الحقيقية الحاصلة اليوم هو ذلك النمو المتسارع لهذه الشبكة، وهذا بفضل التقنيات المتعددة والمتشعبة مهدت لكافة المجتمعات من تبادل الأفكار والمعارف والخبرات وكذا الأخبار المحلية والمعلومات، لذا أصبح الفرد بإستطاعته أن يستفيد من المحتوى المتاح من خلال هذه الشبكة، فالعلماء المعاصرين أجمعوا على أنها أفضل وسيلة لتحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد والجماعات في البيئة الإلكترونية قوامها التقنية ودعامتها التفاعل.

فالشبكات التواصل الإجتماعي التي برزت من خلال شبكة الأنترنت نجدها قد حظيت بشكل كبير على صعيد العالمي أي أنها أصبحت من أكثر المواقع زيارة في العالم، فالיום أصبحت تعرف بالمكان الثالث الذي يلجأ إليه الفرد فهو مكان إلكتروني خاصة بالنسبة للصحفيين الذين يستخدمون هذه المواقع من أجل الحصول على المعلومة الصحفية أو بالأحرى في عملهم المهني من أجل تطوير الأداء الصحفي وإختصار المسافات .

ولقد ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في تسهيل عمل الصحفيين حيث أصبحت وسيلة فعالة لنقل الأخبار، بالإضافة إلى أنها وسيلة لتواصل مع الجمهور والتفاعل معها ومن بين هذه المواقع نجد "تويتر، فيسبوك، يوتيوب، ماي سبيس" وغيرها .

ولعل الحديث عن مواقع التواصل الإجتماعي يقودنا بالضرورة إلى التطرق إلى إحدى أهم المواقع التي لقيت إقبال مئات الملايين إن لم نقل أن شعبية إستخدامه فاقت حدود المليار ونصف. والحديث يعني بالفيسبوك، هذا الأخير الذي أبان عن دور هام من خلال الإستثمار بالطابعه التواصللي لبناء علاقات صداقة إفتراضية ، كما ظهرت إسهامات الفايسبوك في العديد المجالات والميادين على غرار التجارة والسياحة وغيرها حيث مكن الإستغلال الأمثل لمزايا هذا الموقع المشرفين على هذه الميادين من تحقيق الفاعلية جراء توظيفهم للفيسبوك في أنشطتهم .

فدور الفايسبوك لم يقتصر على الجانب التواصللي فحسب بل تجاوزه ليتحول بمرور الزمن كأحد أبرز قنوات التأثير التي سمحت للجماهير التعبير عن آرائهم بكل حرية، وحشد وتنظيم الصفوف حول قضايا تتعلق بالحياتهم اليومية، وهي قضايا ساهمت شبكات التواصل الإجتماعي وفي مقدمتها الموقع الأزرق، في تغييرها في درجات

متفاوتة حيث نقلت وسائل التواصل الاجتماعي على رأسها الفيسوك في تغييرها بدرجات متفاوتة حيث نقلت وسائل التواصل الاجتماعي الإعلام إلى أفاق غير مسبوقه وأعطت قيمة مضافة إلى الفضاء الإعلامي ليصبح الفيسوك من هاذا المنطلق أحد وسائل الإعلام البديل الذي بدأ يتزاحم في مهامه وسائل الإعلام التقليدي .

وفي هذا السياق أثار إستخدام الصحفيين للفيسوك كمصدر للمعلومة الصحفية حفيضة العديد من المختصين في بحوث الإعلام والاتصال، خصوصا ما شاهده الموقع الأزرق من تنامي خلال السنوات الأخيرة كونه أحد وسائل الإعلام الجديد التي أصبح تأثيراته جلية في تعبئة الراي العام، وبالتالي دخولها إلى حيز المنافسة مع إعلام التقليدي في جلب مختلف شرائح المجتمع، فهاذا الأمر الذي يطرح جملة من التساولات التي تخص جدوى إستخدام مضامين الفيسوك في العمل الصحفي لذا الصحفيين.

وقد إشمملت هذه الدراسة على محورين أساسين فكان المحور الأول للإطار المنهجي والمحور الثاني للإطار التطبيقي، حيث إشملت الإطار المنهجي على مجموعة من العناصر المنهجية لسير الدراسة وفق محددات علمية أكاديمية بداية من الإشكالية، وتليها التساؤلات كما تم إدراج الأهمية والأهداف المراد الحصول عليها في السياق ذاته تم التطرق إلى أسباب إختيار الموضوع إلى جانب ذلك، كما لا تخلو هذه الدراسة من إستخدام مدخل النظري ألا وهو نظرية الإستخدامات والإشباع، كما تم الإشارة إلى الدراسات السابقة والتي إستفدنا منها في إنجاز المذكرة، إضافة إلى ذلك عنصر تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة كما إعمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لمسح مجتمع البحث والمتمثل في المراسلين والصحفيين والمحررين بولاية ورقلة بإستخدام أداة الإستبيان.

أما بالنسبة للإطار التطبيقي تناول القيام بالدراسة مسحية للمجتمع البحث من خلال المسح الشامل لكافة المراسلين والصحفيين والمحررين عبر مختلف الوسائل الإعلامية بولاية ورقلة وذلك بتوزيع مجموعة من الإستمارات الإستبيان التي تخص دراسة إستخدام الصحفيين الجزائريين لموقع الفيسوك كمصدر للمعلومة الصحفية، وفي نفس الإطار تم تحديد إجابات الباحثين بعد تفرغها عن طريق برنامج لتوصل إلى مجموعة من النتائج الجزئية ومنها تقديم إستنتاجات عامة في ضوء نتائج السابقة للحصول على إجابة حول الإشكالية المطروحة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية

تساؤلات الدراسة

أسباب إختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد المفاهيم والمصطلحات الدراسة

مجالات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث

أدوات جمع البيانات

الدراسات السابقة

المقاربة النظرية

1. الإشكالية:

يشهد المجتمع المعاصر تطورات واسعة في كافة جوانب الحياة وخاصة في مجال لإعلام ولإتصال ومع التقدم التقني وتعدد وسائل الإتصال الجديدة و تكنولوجيا، يظهر نوع جديد من لإعلام سمي بالأعلام البديل الذي أحدث قفزة نوعية في مجال الإعلام و الإتصال. فقد أصبح لإنسان قادرا على التواصل مع غيره دون أي حواجز، وفي مناخ تميزه السهولة والسير في إستخدام الوسائل المختلفة.

ومع تطور مواقع التواصل الإجتماعي بكافة أشكالها أصبح من الضروري على الصحفيين والعاملين في مجال لإعلام الإعتماد بشكل مكمل على هذه المواقع، وهذا ليس فقط للحصول على آخر لأخبار أو معرفة الخبر أو المواضيع بل أيضا إلى تكوين علاقات وتطويرها، وهذا مع توفر خاصية التفاعلية وتناميها، كما أحدثت مواقع التواصل لإجتماعي تقاربا للمجتمعات وذلك من خلال تبادل لأخبار والمعلومات بين الأعضاء ومشاركة الصور والفيديوهات، فهذا ما جعل الإعتماد عليها يساعد على إستقاء المعلومات وتتبع الأخبار الخاصة بالأحداث وهذا ما خلق بذلك إعلاما منافسا للإعلام التقليدي في التفاعل وسرعة نقل الخبر.

ف نجد المؤسسات الصحفية تسعى إلى تشجيع صحفييها بإنشاء حسابات في مواقع التواصل الإجتماعي من أجل مواكبة آخر التطورات الخاصة بالأحداث منها الأحداث المحلية والوطنية والعالمية فهي أكثر المواقع إنتشارا، كونها تسمح لمستخدميها أن يتبادل فيما بينهم الرسائل والأفكار، فالصحفي أصبح قادرا على إرسال وإستقبال وتفاعل وبإستطاعته أيضا أن يعلق بكل حرية وسرعة فائقة فهي لم تعد مجرد أداة لتواصل بل أصبحت تساهم في نقل الحقائق والوقائع التي تدور حول العالم بأسره كما تمكنه من التفاعل مع الجمهور الإعلامي وتبادل الآراء مع الصحفيين آخرين في إطار الإعلامي، فإننا إزداد أعداد مواقع التواصل الإجتماعي وإزداد حجم جماهيرها بدرجة ملحوظة وتزايد مستوى التطوير من قبل الصحفيين للأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار والوصول إلى مصادر المعلومات وكذا المنشورات التي يحدثون بها حساباتهم على منصات الفيس بوك والتويتير وغيرها فقد باتت تثير نوعا من الجدل في منافسة هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة لوسائل الإعلام التقليدية ومصادقيتها التي تحظى بها بإعتبارها دعامة جديدة للمعلومة الصحفية فيما تقدمها من سرعة وأنية في نقل الأحداث فهذاذا يكسب للصحفيين والمؤسسات الصحفية الجزائرية خاصة ما يعرف بالسبق الصحفي.

فعند حديثنا على موقع من مواقع التواصل الإجتماعي وتحديدًا موقع "الفايسبوك" نجد أنه أخذ نصيبه الوافر من الإستخدام بعد أن أصبح لزامًا على المؤسسات الإعلامية أن تواكب كل التغيرات التكنولوجية للقرن الحالي كونه قد أتاح للصحفي تمكّنه من إستغلاله بشكل الأمثل في العمل المهني، والإعتماد عليه كمصدر للمعلومة الصحفية تحضى بالمصداقية بعيدًا عن التشويه والتغليب والتحريف .

هاذا ما دفعنا إلى إجراء دراسة مسحية محاولين من خلالها طرح الإشكال الآتي:

كيف يستخدم الصحفيين الجزائريين الإعلام البديل "فايسبوك" كمصدر أساسي للحصول على المعلومة الصحفية ؟

2. تساؤلات الدراسة:

من خلال طرح عدة تساؤلات :

- ✓ ماهي عادات وأنماط إستخدام الصحفيين الجزائريين للفايسبوك في العمل الصحفي ؟
- ✓ ماهي دوافع إستخدام الصحفيين الجزائريين للفايسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية ؟
- ✓ ماهي الإشباعات المحققة من إستخدام الصحفيين الجزائريين للفايسبوك في العمل الإعلامي ؟
- ✓ ما تأثير إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة على العمل المهني الإعلامي ؟

3. أسباب إختيار الموضوع:

تعتبر الدراسة التي نحن بصدد دراستها ألا وهي إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية وتحديدًا موقع من مواقع التواصل الإجتماعي "الفايسبوك" من طرف الصحفيين الجزائريين بورقلة مصدر للحصول على المعلومة الصحفية في العمل الإعلامي، فتعود أسباب إختيارنا لموضوع الدراسة إلى مجموعة من الأسباب الموضوعية وأخرى ذاتية التي دفعتنا للخوض في غمار هذا الموضوع .

1-الأسباب الذاتية

- ✓ الفضول حيث أننا شغوفين لمعرفة كيف يتم التعامل مع موقع من مواقع التواصل الإجتماعي وهو " الفيسبوك " بصفته إعلامًا بديلاً وكيف يتم التصرف مع مضامينه .
- ✓ الإنعكاسات التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي وتحديدًا الفيسبوك .
- ✓ إنتشار إستخدام الفيسبوك والذي غزى جميع الميادين .

2-الأسباب الموضوعية

- ✓ إثراء ميدان علوم الإعلام والاتصال بهذه البحوث العلمية نظر لقلّة هذه الدراسات .
- ✓ معرفة مامدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في رفع الأداء الصحفي .
- ✓ مكانة الدراسة العلمية إذ أصبح موقع الفيسبوك بصفته إعلاما جديدا يلعب دورا في إتاحة المعلومات للصحفيين .

4. أهمية الدراسة :

من خلال طرح إشكالية الدراسة يمكن أن نتصور قدر أهميتها ، فتكمن أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية في تسليط الضوء على مدى إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل خاصة لموقع الفيسبوك في العمل الصحفي أو المهني وهناك أيضا حاجة ماسة إلى دراسة كيفية تعامل هذه الفئة مع تلك الظاهرة الجديدة ومعرفة مدى إستفادتها من خدماتها ، كما تكتسي هذه الدراسة أهميتها من الموضوع في حد ذاته .

نظرا لحدثة الوسيلة محل الدراسة في العمل الصحفي وخاصة الدراسات التي تناولت شبكات مواقع التواصل الإجتماعي خاصة الفيسبوك في العمل الصحفي ، كما تكمن أهميتها أيضا في أنها أفرزت الثورة التكنولوجية إتساعا في إستخدام الأنترنت كوسيلة إعلامية جديدة، ومنه إستخدام هذه المواقع الإجتماعية التي تنطوي تحت مايسمى بالإعلام البديل ، كما تكمن الأهمية أيضا في دراسة المتغيرات المساهمة في ظهور توجهات جديدة على شبكات التواصل الإجتماعي من أشكال الإعلام البديل أو الجديد ومدى إعماده كمصدر للأخبار من طرف الصحفيين الجزائريين .

5. أهداف الدراسة :

- ✓ معرفة عادات وأنماط إستخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومات .
- ✓ التعرف على الدوافع إستخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومات .
- ✓ معرفة الاشباع المحققة من إستخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومات .
- ✓ معرفة تأثير الإعتماد على الفيسبوك كمصدر للمعلومات في العمل المهني للصحفيين .

6. تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة :

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة والأساسية التي يحتاجها الباحث في دراسته ، حيث يتوجب عليه تحديد مفاهيم دراسته بدقة من أجل إزالة الغموض الذي يعلق بذهن المطلع ، لأن المفهوم الواحد يحتمل أكثر من معنى وبما أنه يحمل أكثر من معنى فإن اللبس يحفه من كل جانب مما يجعل ضرورة تحديده هامة .

الإستخدام :

لغة: إستخدمه فأخذ منه ، إستوهبه خادما فوهبه له ، ويقال إستخدمته أي سئلته أن يخدمني¹

إصطلاحا : يقول الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة أن مفهوم الإستخدام يقتضي أولا الوصول الى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا²

✓ إجرائيا: في دراستنا نقصد به عملية تصفح التي يقوم بها الصحفيين الجزائريين لموقع الفايسبوك وعادات وانماط هذا التصفح ، التي يسعى من خلالها إلى إشباع رغباته وحاجاته وتحقيق أهدافه .

✓ الصحفي الجزائري :

قبل التطرق إلى المصطلح وجب الوقوف على مفهوم الصحفي الجزائري ، وقد جاء في قانون الإعلام

07_90 المؤرخ في 3 أفريل 1990 مجموعة من المواد تعرف مهنة الصحفي في الجزائر³ .

المادة 28: الصحفي المحترف هوكل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وإنتقائها ، وإستغلالها وتقديمها ،

خلال نشاطه الصحفي الذي يتخذ مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسا لدخله.

المادة 30: يحدد المجلس الأعلى للإعلام شروط تسليم بطاقة الصحفي المحترف والجهة التي تصدرها ومدة

صلاحيتها وكيفية إلغائها ووسائل الطعن في ذلك .

أما القانون العظوي للإعلام 05_12 المؤرخ في 12 جانفي 2012، في الباب السادس مهنة الصحفي

وآداب وأخلاقيات المهنة وبالتحديد الفصل الأول الذي يتعلق بمهنة الصحفي ، وتبدأ المواد من المادة 73 إلى غاية

المادة 91 ويلاحظ أنه هناك تطابق بين مواد هذا القانون 05_12 و 07_90 .

كما هناك فرقات طفيفة بين المواد من بينها التي من شأنها أن تعرف الصحفي المحترف إذ نجد :

إذ نجد المادة 73 الصحفي المحترف في مفهوم هذا القانون هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها

ومعالجتها ، أو تقييم الخبر لحساب نشرية دورية أو وكالة الأنباء أو خدمة إتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر

الأنترنت ، ويتخذ هذا النشاط مهنته أو مصدرا رئيسا لدخله⁴ .

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار الأحياء التراث العربي ، بيروت، لبنان، 711هـ، الجزء 01، ص 69

² عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال وثورة المعلوماتية، التمثل والإستخدامات، مجلة إتحاد الإذاعات الدول العربية، العدد 02،

ص 13

³ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، أفريل 1990، المواد 29-30-31

⁴ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، نفس المرجع السابق، المادة 73

كما تجدر بنا الإشارة إلى أن هذا القانون وباضبط المادة 74 إلى أن الصحفي المحترف كذلك هو كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز أخبار ، وفقا لما تحدده المادة 80 من هذا القانون¹ .

وعليه كما تعريف إجرائي لصحفي من خلال ماسبق أنه هو الشخص الذي يزاول مهنة الصحافة في إطار قوانين وظوابط معينة ولديه بطاقة مهنية ، ويقوم بعملية تصفح مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات .

✓ الإعلام البديل :

بداية نشير إلى أن "مصطلح الإعلام البديل" أو ما يسمى "بالإعلام الجديد" هو مصطلح حديث النشأة ومثير للجدل، إذ نلاحظ وجود إشكالية قائمة لا تقتصر على غياب التوصيف العلمي المنهجي الدقيق لهذا المصطلح وإنما أيضا تعدد التسميات المرادفة له ، وقد ظهر مصطلح الإعلام الجديد أو الإعلام البديل ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية² .

وهناك عدة تعاريف لهذا الإعلام الذي تعددت وسائله وخصائصه مما إنعكس عليها :

ويعرف قاموس الأنترنت الموجز : تعريف الإعلام الجديد بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموما أو صناعة الصحافة على الأنترنت، وحسب موسوعة الويب فان " تعبير الإعلام الجديد يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر" .

حيث يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بشكل مختصر ويصفه : بأنه "إندماج الكمبيوتر وشبكاته والوسائط المتعددة" وبحسب ليستر فإن الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الإتصال التي تولدت من تزواج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو³ .

كما يشير المفهوم أيضا " إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر وإستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة والوسائط المتصلة والغير المتصلة بالأنترنت "

التعريف الإجرائي :

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، نفس المرجع السابق، المادة 74

² وسام عبد الرحمان مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط01، الأردن، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2012، ص 61-62

³ وسام عبد الرحمان مشاقبة، المرجع نفسه، ص 64-65

نقصد بالإعلام البديل هوذلك الإعلام الموازي للإعلام الرسمي ، يعنى بتقديم الأخبار والمعلومات وتحليلها والتعليق عليها .

مصادر المعلومات :

لغة : هو ما يصدر عنه الشيء وهي كلمة مشتقة من فعل صدر ويصدر صدرا ومصدرا عن الماء ونحوه : رجع عنه، إنصرف صدر : الأمر صدرا وصدورا : وقع وتقرر ، والشيء عن غيره : نشأ ، ويقال فلان يصدر عن كذا أي يستمد منه و عن المكان الورد : صدرا .وصدر : رجع وإنصرف و_ إلى المكانتهى إليه و_ فلانا : رجع وصرفه . و_أصاب صدره¹ .

والمصدر عموما عند علماء اللغة هو صيغة إسمية تدل على الحدث فقط.

إصطلاحا:مصادر المعلومات هي كل الوسائل والقنوات التي يمكن نقل المعلومات منخلالها إلى المستقبل .

وهي جميع المواد التي تشتمل على معلومات يمكن الاستفادة منها لأي غرض من الأغراض كما أنها كافة المواد المطبوعة كالكتب والدوريات وتقارير البحوث ووثائق المؤتمرات إضافة إلى مواد والمعلومات غير المطبوعة كا المواد السمعية والمواد البصرية والمواد السمعية البصرية وغيرها كما تعكس الحاجات أو المشاكل التي يجب حلها والسيطرة عليها.

لقد إستخدم الإنسان منذ بدء الخليقة أنمطا مختلفة من مصادر المعلومات لتوثيق أنشطته تمثلت في الحجارة والطين والعظام والجلود والبردي والورق وصولا إلى الإلكترونيات الحديثة وقد إعتمد الإنسان عبر هذه الحقبات التاريخية أساليب وأشكال متعددة من مصادر المعلومات التي تشكلت في حصيلتها الرصيد الفكري للحضارة الإنسانية ونفس الشيء يقال عن المجال الإعلامي الذي إستخدم هو الآخر هذه الأصناف من المصادر عند جمع المادة الصحفية ويمكن تقسيم مصادر المعلومات الإعلامية إلى نوعين أساسيين هما :

وقد عرف المصدر في قاموس المكتبات والمعلومات بأنه أي وثيقة أو مادة تقدم المعلومات مفيدة لأي شخص، سواء أكان كاتباً، أم باحثاً، أم مستفيداً².

1 المصادر التقليدية :

¹ محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دط ، الأردن- عمان ،دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 312-313

²Teresa lesher ، yassar abdl- motey- dictionoiy of library and information science.inglih – arabic and arabic -englih index ،le caire: daoi el kitebel hadith ، 2008 ، p 431.

وهي المصادر الذي تعود الصحفي إستقاء المعلومات منها منذ البدايات الأولى للصحافة أو هي تلك المصادر التي يحصل منها الصحفي على الخبر مباشرة مثل كبار الشخصيات ونجوم الحياة الإجتماعية والبيانات والنشرات والمؤتمرات الصحفية فضلا عن كل الهيئات الحكومية والغير حكومية والجمعيات والمنظمات وخدمات الطوارئ والعلاقات الشخصية لصحفي في حد ذاته ، وبرقيات وكالات الأنباء وغيرها ...

كما نستطيع تعريف مصادر المعلومات التقليدية بأنها مكان إنتاج ، لإمتلاك أو بث معلومات حصرية أو مصاغة في قالب نهائي . وهذه المصادر يمكن أن تكون داخلية أو خارجية بالنسبة للمؤسسة فقد تكون أشخاصا(مصادر معلومات شفوية)، هيئات أو وثائق صادرة عن هذه الأخيرة أو حتى من مصالح معلوماتية كبرقيات وكالات الأنباء وهو ما يجعل الكثير من مصادر المعلومات تشكل مرجعا أساسيا للمؤسسات الإعلامية المختلفة¹.

2 المصادر الإلكترونية الحديثة :

وهي مختلف تكنولوجيات الإتصال الجديدة خاصة منها الأنترنات والهاتف النقال والوسائط الالكترونية الدقيقة CD – ROM التي بإمكانها تخزين المعلومات وتسمح بتبادلها بكل سهولة وكل هذه التقنيات تمخضت عن الثورة المعلوماتية الضخمة وعن التطور الهائل في مجال الاتصالات والحاسبات الالكترونية².

✓ **التعريف الإجرائي** :نقصد بمصادر المعلومات كافة المنابع التي يستقي الإعلامي منها يوميا معلوماته ، ومصادر المعلومات التي خصها هذا البحث بالدراسة وهو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي ألا وهو الفيسبوك إذ سهل تلقي وإرسال وتبادل المعلومات بفضل إحتوائه للوسائط المتعددة (نص ، صوت ، صورة ، فيديو)

✓ **المعلومة الصحفية** : (Information) هي قاعدة أساسية لإنطلاق الصحفي والإعلامي في كتابتهما لتقاريرهما الصحفية وإعلامية وهي أي معلومات تلعب دور المحرك الرئيسي والمعين الذي لا ينضب لنمو وتطور العمل الإعلامي ، كما تؤثر المعلومات الإعلامية بشكل واضح ومباشر على تشكيل وبلورة ثقافات المجتمعات الانسانية المختلفة³.

✓ **التعريف الإجرائي**: المعلومة الصحفية بالنسبة لصحفي هي المادة الخام التي يبني بها أي عمل صحفي وبدونها يفقد المجال الإعلامي لمعناه الحقيقي .

¹ مصطفى مزيش، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية : دراسة ميدانية بجامعة منصورى قسنطينة ، رسالة دكتوراه، 2009، ص 78.

² محمد جمال الفار، مرجع سابق، ص 316.

³ أشرف فهمي خوخة، الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجماعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص44.

✓ **الفيسبوك:** يعرف قاموس الإعلام والإ **Dictionar of media and communication** فيسبوك على " أنه موقع خاص لتواصل الإجتماعي أسس سنة 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة لهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹.
 فإيسبوك Facebook أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والإعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه ، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع لتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع عبر التواصل مع مواقع التواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ستة سنوات من عمره أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم².
 ✓ **التعريف الإجرائي:** هو موقع من مواقع التواصل الإجتماعي يسعى لتكوين أصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة ، كما يسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة وجيزة .

7. مجالات الدراسة

✓ **الحدود البشرية:** تمت هذه الدراسة على جميع الصحفيين والمراسلين المتواجدين عبر تراب ولاية ورقلة الذين يعملون في القطاع الإعلامسواء مؤسسات عمومية أو خاصة .
 ✓ **الحدود المكانية:** تمثلت الحدود المكانية لدراستنا في المؤسسات ولاية ورقلة والمتمثلة في دار الصحافة التي بها العديد من الصحفيين ، ووكالة الأنباء ، وكذلك مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الجهوية التي تضم هي الأخرى مجموعة من الصحفيين إضافة إلى المراسلين .
 ✓ **الحدود الزمانية:** إنطلقت هذه الدراسة التي هي بعنوان " إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر منمصادر المعلومة الصحفية (الفيسبوك نموذجا) في 20 أكتوبر 2018 وهذا بعد تحاورنا مع الاستاذ المشرف وإتفاق على موضوع الدراسة ، ليتم الشروع في الإنجاز كلا من الإطارين المنهجي والتطبيقي ، بالنسبة للجانب التطبيقي والدراسة الميدانية فقد إنطلقت من شهر مارس.

8. منهج الدراسة

¹Marcel dans (،2009): **Dictionar of media and communication**، ME.Sarpe، New york، p117.

²خالد غسان، يوسف مقداي، **ثورة الشبكات الإجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط 01، عمان ، 2013، ص 34-

للقيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات منظمة وعقلانية لبلوغ نتيجة ما، وذلك بتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة .

فالمنهج عموماً هو الطريقة المتبعة للإجابة عن أسئلة التي تثيرها إشكالية الدراسة أو البحث كما أن إختياره من قبيل الصدفة أو لميل رغبة الباحث لمنهج دون آخر بل أن موضوع الدراسة وأهدافها يفرضان طبيعة المنهج المناسب لهذا الإختيار الدقيق والذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر لنتائج المتوصل إليها¹. ويعرف المنهج بأنه " الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة موضوع البحث.

في حين يعرفه آخرون على أنه " مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف، أو العبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة² .

وبما أن موضوع الدراسة يتمحور حول إستخدام الصحفيين الجزائريين لإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية (الفيسبوك أمودجا) فإننا إعتدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعد منهج تحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال البحث الضاهر والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود .

ولقد عرفه دوقان عبيدات : "بأنه المنهج الذي يقوم على المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.

حيث يعرف برجس منهج المسح بأنه دراسة علمية لظروف المجتمع وإحتياجاتهم بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الإجتماعي³.

¹ حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظريات المعاصرة، ط 03، دار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2004، ص293.

² فاطمة عوض صابر مرقيت ، اسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، القاهرة، 2002، ص 86.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، ط1 مؤسسة الوراق، عمان، الأردن ، 2000، ص 129.

ويعرف على أنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين تم إختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى إستنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة¹.
وقد إعتدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي لتعرف والكشف عن سمات وخصائص موقع الفيسبوك وعلاقة هذه الظاهرة بصحفيي ولاية ورقلة والكشف على البيانات والمعلومات الخاصة بهم ، ومعرفة دوافع إستخدامهم لهذا الموقع كمصدر للمعلومات والإشباعات المحققة لديهم من جراء هذا الإستخدام وهذا لوصف حجم ونوع الإنطباع الذي خلقتة هذه الظاهرة لدى الصحفيين الجزائريين بولاية ورقلة.

8. مجتمع البحث

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة من حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه وقد يواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي مجتمع البحث الذي سيجري عليه دراسته .

فيقصد بمجتمع البحث كل الأفراد والأشياء والأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث²، ويعرف أيضا أنه ذلك المجتمع الذي يشمل عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة ، وبما أن دراستنا جاءت بعنوان إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية (الفيسبوك نموذجاً) ويتمثل في الصحفيين المتواجدين في مدينة ورقلة ووقع إختيارنا لهذا المجتمع نتيجة الإعتبارات التالية : إمكانية الوصول إلى المجتمع المراد دراسته وسهولة التعامل ميدانيا³ .

فا مجتمع بحثنا يشمل أولئك المراسلين الصحفيين في القطاعين العام والخاص على مستوى مدينة ورقلة والبالغ عددهم 49 مفردة من بينهم مراسلين وصحفيين ومحررين ، ولكن تم إسترجاع 32 مفردة . والسبب الرئيسي وراء نقصان العدد هو أن منهم من كانوا في مهمات .

حيث تحصلنا على 15 مفردة متكونة من صحفيين و 7 محررين ، و 8 محررين في كل من القطاعين العام (الإذاعة والتلفزيون، وكالة الأنباء) والخاص (دار الصحافة) .

¹ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 282.
² ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، دط، عمان، 2000، ص 137
³ محمد عبيدات، محمد أبو نهار عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل التطبيقات ، الجامعة الاردنية، د ط، د ب ، 1999، ص 84

10. أدوات جمع البيانات:

إن الهدف الأساسي للبحث العلمي هو الإجابة عن مجموعة من التساؤلات المطروحة عن مشكلة ما كما أن نجاح هذا البحث مرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي إستخدمت في جمع البيانات فهذه الأدوات Techniques هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن إستخدامه لمنهج معين .

وبناء على إشكالية الدراسة وما تسعى إليه الأهداف إستلزم الجانب الميداني من هذه الدراسة الإستعانة بأداة الإستبيان لجمع البيانات :

أ. **الإستبيان** : أحد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول على معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو إتجاهاتهم ودوافعهم ومعتقداتهم ، وتأتي أهمية الإستبيان بوصفه أدوات لجمع المعلومات مع كل ما يتعرض له من إنتقادات، مقارنة بالمقابلة والملاحظة فإن الإستبيان قليل التكلفة والجهد والوقت ، فانه يتألف من إستمارة تحتوي مجموعة من الفقرات المصاغة صياغة إستفهامية حيث يقوم كل مشارك في عينة الدراسات بالإجابة عنها بنفسه دون مساعدة من أحد أو إستشارة أحد¹.

ويعتبر الإستبيان من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا وإستخداما في منهج المسح ، وذلك لإمكانية إستخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد ، يتجمعون أو لا يتجمعون في مكان واحد . ويحتاج الإستبيان الكثير من الجهد والوقت للحصول على معلومات دقيقة وموضوعية².

ـ بناء وإختبار الإستبيان :

قمنا بتصميم إستمارة الإستبيان إنطلاقا من طبيعة الموضوع ، وراعينا عند وضع أسئلتها موافقتها لغرض الدراسة وأهدافها ، كما حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الإستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها .

وقد مرت إستمارة الإستبيان بمراحل عدة أولها عرضها على الأستاذ المشرف ، ثم على مجموعة من الأساتذة المحكمين وهذا بهدف معرفة مدى وضوح الأسئلة للإجابة من طرف المبحوثين ، ثم صياغة أسئلة الإستبيان في شكلها النهائي وتم تقسيمها إلى خمسة محاور كالآتي :

1 أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، 26.
2 سيف الإسلام سعد عمر: الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية ط01، دار الفكر، دمشق، 2009، ص87.

المحور الأول : يتمثل في المعلومات الشخصية للمبحوثين (الجنس ، السن ، المستوى التعليمي ، مؤسسة العمل ، الوظيفة ، الخبرة المهنية ، يمتد من السؤال رقم و(1) إلى السؤال رقم (6).

المحور الثاني : ويتمثل في عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين بورقلة لموقع " فيسبوك " ويمتد من سؤال رقم (7) إلى سؤال (11) .

المحور الثالث : دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومة ويمتد من السؤال رقم (12) إلى السؤال رقم (13)

المحور الرابع : الإشباع المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين بورقلة لموقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة في العمل الصحفي ويمتد من سؤال رقم 14 الى سؤال رقم 15

المحور الخامس : تأثير استخدام الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومة في العمل الصحفي ويمتد من سؤال رقم 16 الى سؤال رقم 21

وقد خضعت إستمارة الإستبيان قبل توزيعها على مفردات مجتمع البحث للمراجعة والتمحيص من قبل مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة ورقلة:

- أستاذ محاضر الزاوي محمد الطيب . أستاذ مساعد أ
- أستاذ محاضر بودريالة عبد القادر . أستاذ مساعد ب
- أستاذ محاضر الغوتي .أستاذ مساعد ب
- أستاذ محاضر بن زطة سليم .أستاذ مساعد ب¹

11.الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: وهي مذكرة قدمت لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الطالبة خديجة بلاني بعنوان " إعتماذ الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للمعلومات " دراسة ميدانية على عينة من صحفيين من مدينتي قسنطينة وأم البواقي ،بجامعة العربي بن مهيدي ونوقشت خلال الموسم الجامعي 2017- 2018.

هذفت هذه الدراسة على مدى إعتماذ الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر من مصادر الحصول على المعلومات ؟ وما أثر ذلك على أدائهم المهني

¹الأساتذة المحكمين: د زاوي محمد الطيب، بو درباله عبد القادر، زياني الغوتي ، بن زطة سليم (أساتذة بقسم العلوم الإتصال)

- وتفرع منه التساؤلات التالية :
- ماهي عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ماهي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات .
- ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.
- مامدى مصداقية المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين ؟
- ما تأثير الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة على الأداء المهني للصحفيين الجزائريين؟
- وهذا عن طريق دراسة عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من صحفيي مدينة قسنطينة وأم البواقي، ونظرا لصعوبة الوصول إلى جميع مفردات مجتمع البحث تم إختيار عينة قصدية عدد أفرادها 40 مفردة .
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- أوضحت الدراسة أن أغلب الصحفيين الجزائريين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 82,5%.
- يستغرق أفراد العينة أكثر من ثلاث ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.
- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون استخدام الفيسبوك ثم التيوب ثم تويتر بينما ينعدم استخدام لينكدن .
- غالبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من عامين .
- غالبية الصحفيين الجزائريين يعتبرون أن وكالة الأنباء هي المصدر الأول للمعلومات تليها المواقع الإخبارية المتخصصة ثم القنوات الفضائية ، وحتلت كل من المدونات ومواقع التواصل لإجتماعي المراتب الأخيرة .
- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الدمج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- معظم الصحفيين الجزائريين لا يواجهون صعوبات عند إعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار عملهم بنسبة، 577%
- 46.498% من الصحفيين الجزائريين يعتقدون أن الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الإعلامية تعتبر مكسبا لمهنة الصحافة .

الدراسة الثانية:

- وهي مذكرة قدمت لإستكمال متطلبات شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال من إعداد بوبكر بو عزيز بعنوان إستعمال وسائل الإعلام الإجتماعية كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر) بجامعة باتنة 1، نوقشت خلال الموسم الجامعي 2016-2017

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم وجوانب وتطبيقات مواقع التواصل لإجتماعي ليس في إطار دراسات علوم الإعلام والاتصال فقط ولكن في مجمل ما يحيط بالظاهرة الإعلامية الجديدة من مفاهيم وتطورات مختلفة . وطرحته دراسته الإشكالية التالية :

مامدى إعتداد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي في الحصول على الأخبار ؟

تفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية :

➤ كيف يتمثل الصحفيون الجزائريون مواقع التواصل الإجتماعي ؟

➤ ماهي دوافع وأهداف الصحفيين الجزائريين من إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي فيالمجال الإعلامي ؟

➤ ماهي الإشباعات المحققة للصحفيين الجزائريين من وراء إستخدامهم مواقع التواصل الإجتماعي في مجالهم

الإعلامي ؟

➤ هل هناك علاقة إرتباطية عكسية بين تعدد محتوى مواقع التواصل الإجتماعي ومدى إقبال الصحفيين

الجزائريين على هذه المواقع ؟

➤ ماهي درجة المصادقية التي تحظى بها الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

➤ هل توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الصحفيين الجزائريين بإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ورؤية الصحفيين الجزائريين لمصادقية هذه المواقع ؟

➤ مامدى تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الممارسة المهنية للصحفيين الجزائريين ؟

وخلصت الدراسة إلى ما يلي :

- إلى أن معظم الصحفيين الجزائريين لديهم إهتمامات إتجاه إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي
- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون إستخدام الفيسبوك ثم اليتوب ثم التويتير بينما ينعدم إستخدامهم لمواقع لينكدن وماي سبيس .
- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الإنخراط في مجموعات إعلامية ثم إجتماعية وسياسية وثقافية وترفيهية على الترتيب .

من أبرز الأهداف الرئيسية لإستخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي هي:

- الحصول على الأخبار وإعادة نشرها.
- إستخدامها في الحوارات والدردشة .
- تبادل الآراء مع الصحفيين الأخرين .

- إرسال التعليقات والتعليقات عليها.

إلا أن هناك فئة قليلة من الصحفيين إستخدموا مواقع التواصل الإجتماعي بهدف :

- تحميل ومشاهدة الصور والفيديو .
- التسلية ولألعاب .

وتوصلت الدراسة أيضا إلى أن نصف الصحفيين لا يعتمدون على مواقع التواصل الإجتماعي في عملهم 51.92% في حين أن نسبة 48.08% أجابو بأنهم يعتمدون عليها.

✓ أما نسبته 57.70% من الصحفيين الجزائريين قاموا بمشاركة جمهورهم لحوارات عبر موقع التواصل الإجتماعي ، في حين أن نسبة 42.30% لم يسبق وأن قاموا بذلك .

✓ جل الصحفيين الجزائريين لا يعتبرون مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار وذلك بنسبة 92.3% وهذا ما يظن مصداقية هذه المواقع حيث إعتبر ما نسبته 94% من الصحفيين أن مصداقية مواقع التواصل الإجتماعي متوسطة أو منخفضة.

✓ لم يتلقى الصحفيين محل الدراسة تكوينا في كيفية إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 92.30% إلى أن هناك أقلية نسبتها تقدر 7.7% إستفادوا من الدورات التكوينية .

✓ إعتبر ما يزيد عن 46% من الصحفيين الجزائريين أن الحرية التي تدعمها مواقع التواصل الإجتماعي مكسب لمهنة الصحافة، فيما رأى ما نسبته 30% أن مواقع التواصل الإجتماعي تعتبر تهديد المهنة الصحافية وإقصاء للمصادر التقليدية أما ربع الصحفيين محل الدراسة أي 25% فيبدو أن الأمر لم يستقر لديهم حول تكوين نظرة واضحة عن أهمية مواقع التواصل الإجتماعي من عدمها أين أجابوا بي لا أدري.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد عرضنا لدراستين السابقتين تمكنا من تسجيل ما يلي:

إن الدراستين السابقتين ذات أهمية كبيرة فهما تشتركان مع دراستنا في المتغير الأول وهو إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل ، (مواقع التواصل الاجتماعي) إعتما الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل لإجتماعي كمصادر للمعلومات، والمتغير الثاني الأداء الإعلامي، إستخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل في الأداء الإعلامي.

فمن خلال الإطلاع على مجموعة الدراسات السابقة ، حاولنا الإستفادة منها في جوانب التالية:

- 1 . كيفية إختيار وضبط عنوان الدراسة.

2 . التعرف على أهم المناهج وأساليب المستخدمة من خلال الدراسات السابقة ، بإضافة إلى أدوات المستعملة في جمع المعلومات .

3 . التعرف على المدخل النظري المناسب لدراستنا .

4 . التعرف على أدوات جمع المعلومات (الإستمارة) وكذا التعرف على أهم الأسئلة التي ساهمت في بلورة وصياغة أسئلة الإستمارة الخاصة بدراستين .

5 . الإستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة .

12. المقاربة النظرية:

تمثل النظرية قالباً فنياً منتظماً يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من المتغيرات وتساعد العلاقة بين هذه المتغيرات في تقديم تفسير منهجي . كذلك تكتسي المقاربة النظرية أهمية كبيرة في البحث العلمي وتعد مرحلة ضرورية لا بد منها، حيث من شأنها أن تساعد الباحث في تنظيم بحثه وبناء فرضياته والوصول إلى نتائج دقيقة حتى وإن كانت هذه النظرية محدودة وغير دقيقة .

وفي دراستنا هذه سانسط الضوء على واحدة من النظريات الإتصال المكتسبة والمرتبطة بموضوع بحثنا إرتباطاً وثيقاً ومن شأنها أن تخدمه، وتتمثل في نظرية الإستخدامات والإشباعات .

نظرية الإستخدامات والإشباعات:

لغة: الإستخدام: من إستخدم إستخداماً ، وإستخدمه أي إتخذه خادماً ، والرجل إستوهبه خادماً¹ .

إصطلاحاً: الإستخدام: يقدم "ماكرو" تعريف الإستخدام حيث يقول: أن الإستخدامات الإجتماعية هي أنماط تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم وتفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقاً وتعيد إنتاج وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها .

لغة: الإشباع: هي مأخوذة من الشبع والشبع ، وتدل على إمتلاء في الأكل وغيره ، وإمرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتهن، وثوب شبيع الغزل أي الكثير ، وشبيع العقل أي وافر، وتشبع من يرى أنه شبعان . ويعني أيضاً التوفية وبلوغ حد الكمال .

إصطلاحاً:

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار الأحياء التراث العربي ، بيروت، لبنان، 711هـ، الجزء 01، ص 69

هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع ، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك ، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض لتنبيهه والتخلص من التوتر.¹

ونظرية الإستخدامات والإشباع في الإصطلاح الإعلامي: مثار إختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة إستجابة لدوافع الحاجات الفردية، وأورد مساعد الحيا تعريفا إصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه ماتحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من إستجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة².

ونظرية الإستخدامات والإشباع، تقتضي بأن تحديد ماهية شئ ما لا يبدأ أن يتم من خلال إستخدامه، وبذلك يمكن تحديد مدى إسهام وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة للمجتمع من خلال تحديد كيفية إستخدام الجمهور لهذه الوسيلة³.

فروض النظرية:

وضع الباحثون الأسس العلمية والفروض الأساسية التي إنطلقت من النظرية نفسه وذلك بعد أن إتضححت المداخل الرئيسية لنظرية عند هاؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية لنظرية، ولأن نظرية الإستخدامات والإشباع قامت على إفتراض الجمهور النشط على عكس نظريات التأثير السابقة ، التي قامت على إفتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة قالت بقوة وسائل الإعلام على الجمهور، مثل نظرية الرصاصة ، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة إيجابية على الجمهور ، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلي حاجاته النفسية والإجتماعية ، لدى وضع كاتز وزملاؤه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية إستخدام لوسائل الاتصال ، والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الإستخدام⁴.

¹خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في إستخدامات والإشباع، طلبة جامعة منتوري، قسنطينة مذكرة ماجستير، 2006، ص11.

² هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان الأردن، 2008، ص 141

³ مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية- دراسة في الإستخدامات والإشباع- دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1 ، القاهرة، مصر، ص 109 - ص 110

⁴ منال مزاهرة، نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 181.

✓ إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الإتصال وإستخدامه في وسائل الإعلام ، يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي لهم توقعاتهم.

✓ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة ، وإختيار وسائل الإعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه ، وتحدده الفروق الفردية.

✓ التأكيد على أن جمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال ، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الجمهور.

أصول ونشأت النظرية:

إن البحث حول إستعمال وسائل الإتصال تحت عنوان (الاستعمالات والرضا أو الإستخدامات والإشباع) جلب إهتمام الكثير منالباحثين الذين أردوا التعرف على:

ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟ بدلا من : ماذا تفعل الوسائل بالجمهور ؟

ومن هاذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات إستخدام الراديو والصحف حيث إفترضت عالمة الإتصال هيرتا هيرزج وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج ومسابقات : (تنافسية، ترويية، التقدير الذاتي، رياضية، إشباع مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصح) ومن ناحية ثانية إستنتج الباحث ساتثمان دوافع إهتمام بالإستماع للموسيقى الجادة والراديو، ولازارسفيلد وولف عن تطور الطفل بالفكاهة ، بينما لاحظ بيرلسون من تحليل موقف ثماني صحف عن الصدور لمدة إسبوعين بسبب إضراب عمال توزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور مالذي إفتقده بسبب غياب هذه الصحف ، وتوصل إلى أن ماتقوم به من أدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع ليومي هذا وقد ظهرت هذه النظرية للأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " إستخدام وسائل الإتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن جهة آخر كاتز وبلومر " فإن مدخل الإستخدامات والإشباع يعني مايلي:

✓ الأصول الإجتماعية والسيكولوجية .

✓ الإحتياجات التي يتولد عنها .

✓ توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر آخر تؤدي إلى:

✓ أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها : إشباعات للإحتياجات ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة¹.

عناصر النظرية:

تتركب نظرية الإستخدامات والإشباعات مجموعة من المفاهيم والعناصر المكونة لها وهي:

الجمهور النشط: حيث يؤكد باحثوا الإستخدامات والإشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين ، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام، وقد حدد جونتر أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط التالية:
الانتقائية: فالجمهور وفقا لنظرية الإستخدامات والإشباعات لديه القدرة على إختيار لوسائل ومضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والإجتماعية والتي تعكس إهتماماتهم وتفضيلاتهم المختلفة بالإضافة الى أنالجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل إنتقائي مايتعرض له من وسائل.

العمدية: حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

المنفعة: إستخدام جمهور وسائل الإعلام لوسائل ومضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع الحاجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

عدم السماح بوظيفة التأثير: الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد ، كما يؤكد باحثو هذه النظرية أنه إيجابي ونشط ويوجه إختيارته بناء على إحتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، ولأقرب هو تأثير المحدود لوسائل الإعلام.

الإستغراق: وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النتائج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها النقد الموجه لنظرية :

✓ إدعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على الإحتياج فقطوهو أمر ربما يكون مبالغ فيه ، حيث أن هناك عوامل إجتماعية وإقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقها فهذه العوامل تحد من إستفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة².

¹ حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد ، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط01، مصر 2011، ص

² مديحة جبيطاني، إستخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والإتجاهات، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010، ص 38-39.

- ✓ كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشاط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها، كما أنه يلغي مبدأ حرية الإختيار ، فليس كل سلوك إتصالي يوجهه حافظ، فالكثير من السلوك الإتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدده وجود وسيلة إتصالية واحدة، ولا يوجد أمامه أي مجال لرفض أو الإختيار للمضمون لإتصالي المعروض.
- ✓ إن هناك جدلا وتساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإتصالية والكيفية ، التي يتم فيها القياس ، وزمن الإستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض .
- ✓ إن المدخل لم يفرق بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور ، والإشباع التي تحقق عند المشاهدة ، علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ إنتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها .
- ✓ لم يشرح المدخل درجة إيجابية في السلوك الإتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشاط بوضوح ، حيث أنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثنائها أو بعدها .
- ✓ عدم الإتفاق على مصطلحات النظرية ، ومن ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع .
- ✓ دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الإنترنت ، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.

الانتقادات الموجه لهذه النظرية:

لقد واجهت هذه النظرية العديد من الإنتقادات نوضحها في النقاط التالية:

- وجود خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم (الحاجة، الإستخدام، الإشباع)
- تجاهل منظري لهذا المدخل الخلفيات الإجتماعية للجمهور وكيفية تفسير وسائل الإعلام.
- أن هذه النظرية تركز على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف من منظور فردي.
- الإعتماد على إستجابات أفراد الجمهور ونتائجها كأداة على الحاجات الأساسية¹.

الإستفادة من النظرية في الدراسة:

إن الجمهور في نظرية الإستخدامات والإشباع يسعى إلى تحقيق إشباعاته ورغباته عن طريق وسائل الإعلام، ويختار ما يتناسب مع تحقيقه لهذه الأهداف والفرد يقبل عليها بدافع منه لتلبية الوسيلة لإحتياجاته وعرضها لمضامين تتوافق مع إحتياجاته النفسية وضروفه، والنظرية كذلك تكشف على مدى إستخدام الأفراد للوسائل وإشباعها للأتماط والدوافع التي يقبل عليها وأهم التغيرات في العديد من الجوانب.

¹ منال مزاهرة، نفس الرجوع، ص 254

سنحاول في دراستنا إستخدام الصحفيين للإعلام البديل كمصدر أساسي للمعلومة الصحفية وبالتحديد موقع الفايسبوك في العمل المهني أو الإعلامي، وسنتعرف على إستخدامات الصحفيين لموقع الفايسبوك في إنتقائه للمعلومات. ففي دراستنا قمنا بإختيار نظرية الإستخدامات والإشباعات لمعرفة توجهات الصحفيين الجزائريين بتحديد صحفيين ولاية ورقلة ومدى إستخدام الفايسبوك في عملهم الإعلامي أي هل تلبيه الإشباعات والرغبات نحو هذه الوسيلة أم عكس ذلك؟

الفصل الثاني

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل الجداول

مناقشة النتائج الجزئية

النتائج العامة

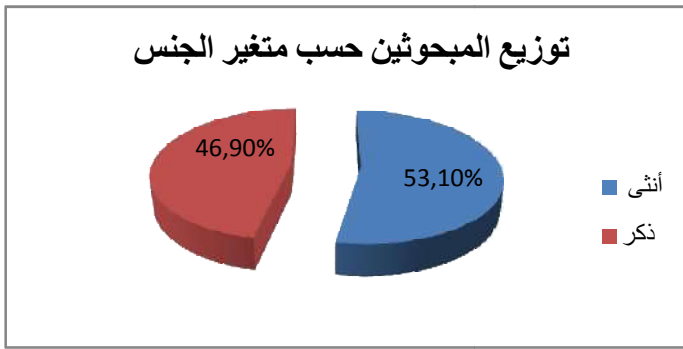
تمهيد:

بعدما تعرضنا للإطار المنهجي لدراسة سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى الجانب التطبيقي بعبارة أهم مراحل البحث ، فمن خلاله يجسد ماتم جمعه منهجيا في منظور إحصائي يسمح لنا بعرض وتحليل وتفسير معطيات وذلك بإعتماد جداول تكررية بسيطة ومركبة ، لتتوصل بعد القيام بتحليلها إلى نتائج نهائية تجيب لنا عن إشكالية الدراسة والتساؤلات المطروحة لنصل في الأخير إلى إستنتاج عام.

عرض وتحليل جداول

المحور الأول : صفات العينة

جدول رقم (1) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس :

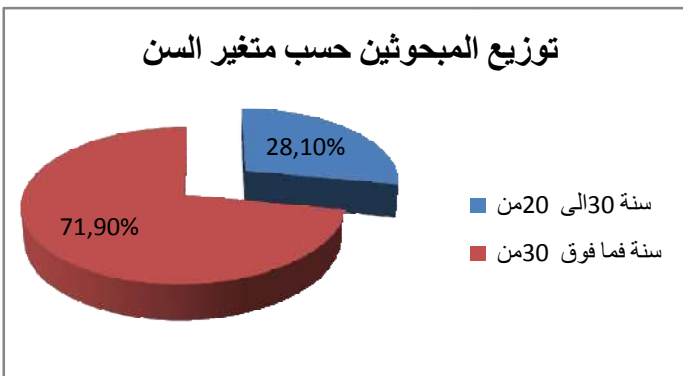


الجنس	التكرار	النسبة
أنثى	17	53.1 %
ذكر	15	46.9 %
المجموع	32	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن هناك عدم تساوي بين عدد أفراد العينة من حيث الجنس، مع تفوق طفيف للإناث بنسبة 53.1 أي ما يعادل 17 مفردة فيما بلغت نسبة الذكور 46.9 أي 15 مفردة، أي بفارق مفردتين وهو فارق بسيط للغاية. وتأتي هذه النتائج لتؤكد إقحام العنصر النسوي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية بولاية ورقلة حيث أصبح ضرورة من ضروريات العمل الصحفي.

جدول رقم (2) : يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن :

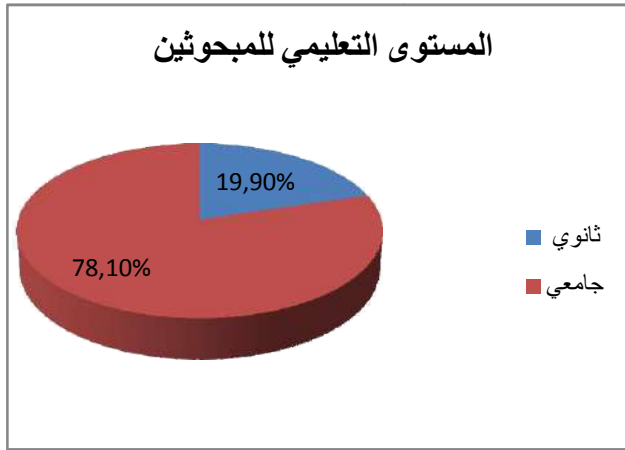


السن	التكرار	النسبة
من 20 إلى 30 سنة	9	28.1 %
من 30 سنة فما فوق	23	71.9 %
المجموع	32	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

تظهر النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة هم من الفئات العمرية الشابة (من 30 سنة فما فوق) كما يتبين أن فئة (من 20 الى 30 سنة) هم أقل من الفئة السابقة وهذا يعود الى رغبة المؤسسات الإعلامية في إمتلاك كادر بشري ذو خبرة في هذا الميدان وهذا ما يلاحظ جليا في القطاع الإعلامي العام (الإذاعة والتلفزيون) مع عدم حظر الفئات الشابة للولوج لهذا الميدان، كما أننا نلاحظ أن المؤسسات الإعلامية الخاصة جل صحفيها ومراسليها هم شبان وهذا تشجيعا منهم لهذه الفئة .

جدول رقم (3) : يبين المستوى التعليمي للمبحوثين :

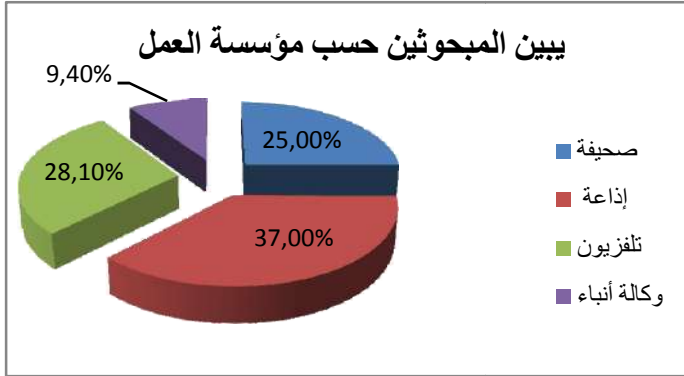


المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي	7	19.9 %
جامعي	25	78.1 %
المجموع	32	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يعد المستوى العلمي أو الشهادة العلمية المتحصل عليها عامل وشرطا أساسيا في ميدان الإعلام نظر لما تكتسبه الشهادة الجامعية من أهمية في إكتساب مهارات جديدة وسرعة في التحكم وفي مواكبة التطورات التكنولوجية ، والنتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تظهر أن 78.1 % من الصحفيين متحصلين على مستوى جامعي بنسبة أي 25 مفردة ، وبلغت نسبة مستوى الثانوي 19.9 % . وتعزى هذه النتائج إلى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تعطي إهتماما أكبر لذوي الشهادات الجامعية وهذا لأنهم ذوي خبرة وكفاءة أكثر من غيرهم في هذا الميدان مما أوجب الإستعانة بهم في هذا الجانب ، كما أن هذا لا يمنع من مشاركة الصحفيين ذوي مستوى التعليم الثانوي وهذا نظرا لأنهم إقتحموا هذا المجال منذ سنين طويلة أين لم يكن يستوجب الدخول لهذا المجال الشهادة الجامعية.

جدول رقم (4) : يبين المبحوثين حسب مؤسسة العمل :

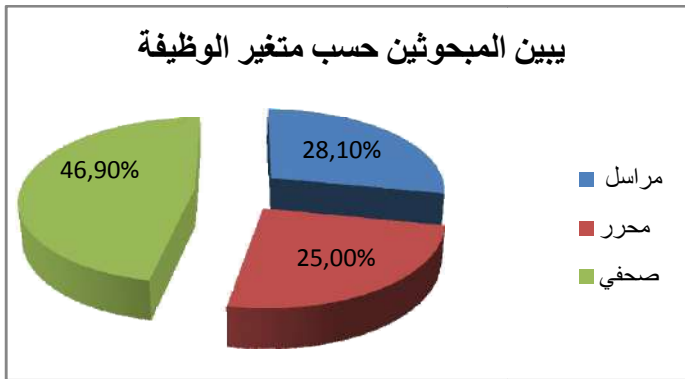


مؤسسة العمل	التكرار	النسبة
صحيفة	8	% 25.0
إذاعة	12	% 37.0
تلفزيون	9	% 28.1
وكالة أنباء	3	% 9.4
المجموع	32	% 100

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يبيّن الجدول أعلاه أفراد العينة حسب مؤسسة عملهم حيث نلاحظ أن أكبر نسبة عادت للعاملين في إذاعة بنسبة 37.5% ثم تلاها التلفزيون بنسبة 28.1% ثم تلتها الصحيفة بنسبة 25% وأخيرا وكالة الأنباء بنسبة 9.4%. ويعود إرتفاع نسبة أفراد العينة المنتمون إلى الإذاعة الى عدم تمكننا من الوصول الى كافة الصحفيين العاملين بالتلفزيون لأن منهم من كانوا في عطلة ومنهم من كانوا في مهمات . أما بالنسبة إلى الصحفيين العاملين بالصحف والذين بلغت نسبتهم 25.0% فإنهم إذ ما قرناهم بامؤسسة الإذاعة والتلفزيون لاحظنا أن هذه الأخيرة نُحظى على كم أكبر من الصحفيين بالمقارنة مع القطاع الخاص، ونرصد أقل نسبة لصحفيين في وكالة الأنباء إذ بلغ عددهم 9.4% وهذا راجع لأن الصحفيين بها قلة وتعتمد على المراسلين المنتشرين خارج الولاية بكثرة.

جدول رقم (5) : يبين المبحوثين حسب متغير الوظيفة :



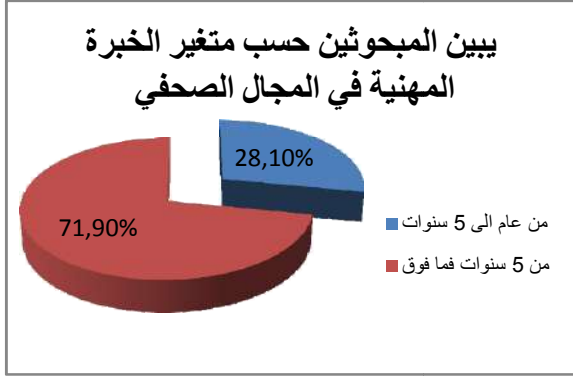
الوظيفة	التكرار	النسبة
مراسل	9	28.1
محرر	8	25.0
صحفي	10	46.9
المجموع	32	100

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

تشكل الوظيفة التي يتبناها الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية ذات أهمية كبيرة وقد أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن نسبة الصحفيين 46.9% وذلك لأن الصحفيين أكثر اعتمادا من طرف المؤسسات الإعلامية خاصة

القطاع العام، يليها المراسلون بنسبة 28.1 % ويكتسي المراسل أهمية كبيرة داخل المؤسسات الإعلامية نظرا لدوره الكبير في إيصال الأخبار بكل شفافية وموضوعية، أخير المحررون بنسبة 25.0 % يعتمد عليهم بشكل أساسي في الصحف ووكالة الأنباء

جدول رقم (6) : يبين المبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي :



النسبة	التكرار	الخبرة المهنية في المجال الصحفي
28.1 %	9	من عام إلى 5 سنوات
71.9 %	23	من 6 سنوات فما فوق
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

توضح النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه والخاصة بتوزيع الصحفيين حسب متغير الخبرة المهنية في المجال الصحفي أن معظم الصحفيين الجزائريين بولاية ورقلة قد فاقت خبرتهم المهنية أكثر من 5 سنوات بنسبة 23 %، فيما عادت أقل نسبة للخبرة المهنية من عام إلى 5 سنوات و يعود هذا إلى ما ذكرناه سابقا في متغير السن حيث أن أغلب الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية هم في الثلاثينيات أو ما فوقها، وهذا سبب كافي ليجعلهم أشخاص ذوي خبرة مهنية كافية في هذا المجال، وهذا راجع لقدم المؤسسات الإعلامية بورقلة خاصة القطاع الإعلامي العام.

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين بورقلة

جدول رقم (7) : يبين استخدام المبحوثين للإعلام البديل

النسبة	التكرار	إستخدام الإعلام البديل
50.0 %	16	دائما
40.6 %	13	أحيانا
9.4 %	3	نادرا
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يبين الجدول أعلاه معدل استخدام الإعلام البديل لدى المبحوثين فقد جاءت دائما في أعلى الترتيب وذلك بنسبة 50.0 % أي ما يعادل 16 فردا ، ثم يليها أحيانا بنسبة 40.6 % أي ما يعادل 13 فردا ، وأخيرا جاءت نادر بنسبة 9.4 % أي ما يعادل 3 أفراد .

تأتي هذه النتائج لتبين أن نصف الصحفيين يستخدمون الإعلام البديل دائما في عملهم الاعلامي وهذا راجع إلى أنهم يدرون أهميته وكذلك سرعته في تداول المعلومة (نص ، صوت ، صورة) مما جعلها تبدو أمرا لا بد منه في مهنتهم الإعلامية، فاستغلت من قبلهم كمصدر إعلامي يمد الجماهير بالفيديوهات والمقالات، وهذا ما جعلها أداة تشد إليها الأنظار من قبل الأفراد والمؤسسات الإعلامية من أجل الاستفادة منها .في حين أن من إستخدمها نادر لم يقلل من قيمتها بل إن إستعماله لها ليس مكثف ولأن رؤساءهم أو لأنهم لم يروا فيها مصدرا موثوقا للحصول على المعلومة . في حين أن الذين إستخدموها نادر كانوا قلة وهم ممن يمتلكون حسابات على الفيسبوك و لكنهم نادرا وإن يأخذوا منه معلومة تخص عملهم الاعلامي.

جدول رقم (8) : بين الأوقات استخدام الفيسبوك من قبل المبحوثين :

النسبة	التكرار	الفترة المفضلة
28.1 %	9	صباحا
15.6 %	5	زوالا
56.3 %	18	مساء
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يفضلون استخدام الفيسبوك مساء بنسبة 56,3 % أي ما يعادل 18 فردا، بعدها صباحا بنسبة 28.1 % أي 9 أفراد، زوالا بنسبة 15.6 % أي ما يعادل 5 أفراد. تأتي هذه النتائج لتوضح أن غالبية الصحفيين يفضلون المساء لتصفح الفيسبوك، وهذا راجع الى أنهم في بقية الأوقات يكونون منهمكين في عملهم ومهماتهم وأفضل وقت في هذه الحالة هو المساء ، أما الذين فضلوا الولوج إليه صباحا فهم ممن يكونون داخل العمل مما يتيح لهم فرصة الإطلاع عليه بين فينة وأخرى لمعرفة آخر المجريات والمستجدات ولاستقبال الملفات المرسله من طرف زملاء العمل أو المراسلين وغيرهم، أما زوالا هو الوقت الأقل تصفحا من قبل الصحفيين نظرا لأنه وقت الخروج من العمل والراحة .

جدول رقم (9) : يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في تصفح الفيسبوك

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من 1 ساعة	13	40.6 %
من 1 ساعة إلى 4 ساعة	13	40.6 %
أكثر من 4 ساعة	6	18.8 %
المجموع	32	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معظم الصحفيين يفضلون تصفح الفيسبوك أقل من 1 ساعة بنسبة 40.6 أي ما يعادل 13 فردا و من 1 ساعة إلى 4 ساعات بنسبة 40.6% أي ما يعادل 13 فردا ، أي يتساوى الصحفيين الذين يفضلون قضاء أقل من ساعة في تصفح الفيسبوك مع الصحفيين الذين يفضلون تصفحه من 1 ساعة إلى ساعات، تليها أكثر من 4 ساعات بنسبة 18.8 % أي 6 أفراد.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن هناك من الصحفيين من يستغرقون فقط أقل من ساعة لتصفح الفيسبوك وهم الذين يعملون خارج مكاتبهم وليس لديهم الوقت الكافي لتصفحه ، كذلك تجدر الإشارة أن نسبة من قضوا في الفيسبوك أقل من ساعة تساوا مع من يقضون فيه من 1 ساعة إلى 4 ساعات، هؤلاء هم من يعملون داخل مكاتبهم المجهزة بأجهزة حاسوب تعمل طيلة اليوم مع توفر الأنترنت ف بالتالي لديه الوقت الكافي لتصفحه متى والمدة التي يريد.

جدول رقم (10) : يوضح أفضلية مواقع التواصل الإجتماعي حسب المبحوثين

الترتيب	التكرار	النسبة
فيسبوك	12	37.5 %
تويتر	8	25.0 %
أنستغرام	6	18.8 %
يتيوب	5	15.6 %
Linkdin	1	3.1 %
المجموع	32	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه ترتيب إستخدام الصحفيين لمواقع التواصل الإجتماعي لدى المبحوثين ، إحتل الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 37.5 وفي المرتبة الثانية تويتر بنسبة 25 وفي المرتبة الثالثة أتى أنستغرام بنسبة 18.8 ثم يتيوب في المرتبة الرابعة بنسبة 15.6 ثم لينكدين في المرتبة الخامسة بنسبة 3.1.

وتظهر النتائج أن الفيسبوك هو الموقع الأكثر تفضيلا لدى المبحوثين ويعود هذا لقدم هذا الموقع عن بقية المواقع الأخرى ، ولسهولة إستعماله وخدماته المتنوعة وسهولة تكيفه مع الأهداف المؤسسات الإعلامية، وبالنسبة لتويتر الذي يتيح العديد من التطبيقات التي تختلف عن بقية مواقع التواصل الإجتماعي كتغريدات المشاهير وتعليقاتهم وتدويناتهم ، ثم الأنستغرام التي من أبرز وظائفها إظهار الصور، أما اليتيوب بعباره الموقع الأكبر لعرض وتحميل الفيديوهات من أجل الإستفادة منها كمرجع للبرامج ، بينما يكاد يعدم إستخدام موقع لينكدن بسبب أن هذا الموقع يختص بالفئات الجامعية .

جدول رقم (11) : مدة إستخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين

النسبة	التكرار	مدة إستخدام الفيسبوك
25.0 %	8	أقل من 5 سنوات
75.0 %	24	أكثر من 5 سنوات
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يمثل الجدول أعلاه السنين التي قضاها التي قضاها الصحفيين في إستخدام الفيسبوك وكانت أكبر نسبة لصحفيين الذين إستخدموها لأكثر من 5 سنوات بنسبة 75.0 % ، أما الصحفيون الذين إستخدموا الفيسبوك لأقل من 5 سنوات فكانت نسبتهم 25.0 % .

ويمكن تفسير هاته النتائج بأن الفيسبوك من أقدم مواقع التواصل الإجتماعي ، بالإضافة إلى أنه في حالة تحديث دائم حتى وصل إلى ما هو عليه الآن ، وهذا ماجذب إليه العديد من الصحفيين

المحور الثالث : دوافع إستخدام الصحفيين الجزائريين " للفيسبوك " كمصدر للمعلومة

جدول رقم (12) : يوضح دوافع إستخدام المبحوثين للفيسبوك كمصدر للمعلومة

النسبة	التكرار	دوافع الإستخدام
37.5 %	12	التفاعل مع الجمهور
28.1 %	9	مواكبة التطورات الجديدة
21.9 %	7	الإطلاع على ما هو جديد
12.5 %	4	تحقيق السبق الصحفي
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه دوافع إستخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومة حيث حاز التفاعل مع الجمهور على أكبر نسبة 37.5 % ، ثم جاءت بعدها مواكبة ما هو جديد بنسبة 28.1 % ، تلاها الإطلاع على ما هو جديد بنسبة 21.9 % ، وجاء في ذيل الترتيب تحقيق السبق الصحفي بنسبة 12.5 % . وهذا دليل على أن الصحفيين يولون أهمية كبيرة لتواصل مع الجمهور، بغية معرفة آراءهم حول مواضيع التي يتم طرحها من قبلهم و إنشغالهم وهذا قصد السمو بالمؤسسة الإعلامية ولتطوير الأداء الإعلامي .

جدول رقم (13) : يبين إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	الخيارات
43.8 %	14	دائما
21.9 %	7	غالبا
34.4 %	11	نادرا
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

توضح النتائج الواردة في الجدول أعلاه إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة لدى الصحفيين حيث تظهر هذه النتائج أن نسبة 43.8 % قد إستخدمت الفيسبوك كمصدر للمعلومة بشكل دائم، و 34.4 % قد إستخدموه بشكل نادر، وأن 21.9 % يستخدمونه غالبا للحصول على المعلومة .

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن أهمية الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومة تتزايد إذ تحول كمصدر من

المصادر المهمة للحصول على المعلومة.

جدول رقم (14) : يبين مبررات قلة إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم نادر ما يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومة

المتغيرات	النسبة	التكرار
لأني أستخدام وسائل إعلامية أخرى	3	27.3 %
لأني لا أمتلك حسابا على موقع الفيسبوك	1	9.0 %
ليس لدي وقت لمتابعة الفيسبوك	2	18.1 %
لأني لا أراه موقعا مناسباً للحصول على المعلومة	5	45.5 %
المجموع	11	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه مبررات قلة إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة بالنسبة للصحفيين إذ نسبة 45.5% من الصحفيين لا يرون موقع الفيسبوك موقعا مناسباً للحصول على المعلومة، تلاها 27.3 % كانوا يستخدمون مواقع إعلامية أخرى ، وما نسبته 18.1 % ليس لديهم وقت لمتابعة الفيسبوك ، فيما 9.0 % لا يمتلكون حسابا على موقع الفيسبوك.

جدول رقم (15) : يبين الخصائص التي تدفع بالمبحوثين لإستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة

الخصائص	التكرار	النسبة
الآنية والسرعة	13	40.6 %
حرية النشر وتبادل المعلومات	8	25.0 %
المصداقية	5	15.6 %
الموضوعية في الطرح	2	6.3 %
العمق والشمول	2	6.3 %
سهولة الإستخدام	1	3.1 %
توفر الوسائط المتعددة	1	3.1 %
المجموع	32	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه الخصائص التي تدفع بالصحفيين لإستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية حيث جاءت الآنية والسرعة في أعلى الترتيب بنسبة 40.6 % ثم تلاها حرية النشر وتبادل المعلومات بنسبة 25.0 % ثم المصدقية بنسبة 15.6 % ، ثم الموضوعية في الطرح والعمق والشمول بنسب متساوية أي 6.3 % . وأخيرا سهولة الإستخدام وتوفر الوسائط المتعددة أيضا بنسب متساوية.

ويظهر جليا من خلال هذه النتائج أن الآنية والسرعة من أهم الخصائص التي دفعت بالصحفيين إلى إتخاذ الفيسبوك مصدرا من مصادر المعلومات حيث لا يحتاج إرسال المعلومة أو تلقيها والبحث عنها إلى زمن طويل.

المحور الرابع : ماهي الإشاعات المحققة من إستخدام الصحفيين الجزائريين بمدينة ورقلة للفيسبوك في العمل الصحفي

جدول رقم (16) : يبين مدى إستفادة المبحوثين من الفيسبوك كمصدر للمعلومة

النسبة	التكرار	مدى الإستفادة
21.9 %	7	عالية
53.1 %	17	متوسطة
25.0 %	8	منخفضة
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه مدى إستفادة الصحفيين من الفيسبوك في العمل الصحفي حيث أن ما نسبته 53.1 % كانت إستفادتهم من الفيسبوك كمصدر للمعلومة متوسط، في حين أن ما نسبته 25.0 % كانت إستفادتهم منه منخفضة ، وأخيرا نسبة 21.9 % كانت إستفادتهم منه عالية.

ونبرر هذه النتائج أنه معظم الصحفيين قد إستفادوا من الفيسبوك كمصدر للمعلومة في عملهم الصحفي وهذا لما تقدمه من أخبار ومعلومات وإطلاع لصحفي في مجال عمله وتفاعل مع الجمهور والتقرب منهم.

جدل رقم (17) : يبين درجة اعتماد المبحوثين على الفيسبوك في تكوين اتجاهات إيجابية

منخفضة		متوسطة		عالية		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
18.8	6	46.6	15	34.4	11	التعرف والإطلاع على الأخبار والأحداث الجديدة
31.3	10	40.6	13	28.1	9	إكتساب مهارات جديدة في مجال العمل
12.5	4	53.1	7	34.4	11	إتاحة حرية الرأي و التعبير
21.9	7	43.8	14	34.4	11	ساعدتك في تكوين آراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية
18.8	6	59.4	19	21.9	7	ساعدتك في تبني آراء الجمهور
15.6	5	46.9	15	37.5	12	ساعدتك في إكتساب أصدقاء جدد في إطار المهنة
% 100	32	%100	32	%100	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه الإشباعات المختلفة التي يمكن أن يحققها الصحفيين من جراء إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة ويتضح جليا أنه هناك تباين في الإشباعات المتعلقة بإكتساب أصدقاء جدد في إطار المهنة بنسبة 37,5 % ، تلاها إتاحة حرية الرأي والتعبير بالإضافة إلى مساعدتهم في تكوين آراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية و التعرف والإطلاع على الأخبار والأحداث الجديدة بنسب متساوية 34.4 % ، وأخيرا إكتساب مهارات في مجال العمل بنسبة 28.1%.

ويمكن تفسير هذه النتائج، إذ أن أعلى نسبة جاءت لتؤكد أن الصحفيين يستخدمون الفيسبوك من أجل إكتساب أصدقاء جدد في إطار المهنة وهذا من أجل الحصول على المعلومة من بناء هكذا علاقات ، فمن خلال هذه العلاقات يستطيع الصحفي الإطلاع على أخبار بعيدة عن بيئته من خلال أناس هم أهل لذلك والتأكد من مدى صحتها من خلالهم وتجنبهم مشقة التنقل إلى أماكن وقوع الأحداث.

ومن الواضح أن الفيسبوك قد سمح بإشباعات إتاحة حرية الرأي والتعبير و مساعدتهم في تكوين آراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية وكذلك التعرف والإطلاع على الأخبار والأحداث بالتساوي لدى

الصحفيين، إذ أنه لا شك في أن للفيسبوك دور عظيم في إتاحة حرية الرأي والتعبير إذ يتيح لهم فضاء إلكتروني يتميز بهامش كبير من حرية إبداء الرأي والتعليق كونه بعيد عن رقابة السلطة كذلك أمكن من خلال موقع الفيسبوك تكوين آراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية والتعرف على عمق هذه الأخيرة وعلى جوانبها، والاطلاع على آخر الأخبار والأحداث حول القضايا الإقليمية والدولية بل حتى تلك التي تقع في أرجاء الوطن.

المحور الخامس : تأثير إستخدام الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات في العمل الصحفي

جدول رقم (18) : يوضح الصعوبات التي واجهت الباحثين في إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة

الخيارات	النسبة	التكرار
نعم	11	34.4 %
لا	21	65.6 %
المجموع	32	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على SPSS

يوضح الجدول أعلاه الصعوبات التي واجهت الصحفيين في إستخدام الصحفيين الفيسبوك كمصدر للمعلومة إذ أن مانسبته 65.6 % أجابوا بأنهم لم يواجهوا صعوبة في إستخدام الفيسبوك، في حين أن نسبة 34.4 % كانت لديهم صعوبة في إستخدامهم للفيسبوك.

وهذا راجع إلى أن الفيسبوك لا يتطلب مجهودا فكريا لإنشاء صفحة أو النشر أوالتدوين ومشاركة المحتوى.

جدول (19) : يوضح التأثيرات المختلفة لإستخدام الباحثين الفيسبوك كمصدر للمعلومة للباحثين

الذين أجابو بأنهم وجدوا صعوبات عند إستخدامهم للفيسبوك في عملهم الصحفي

نوع الصعوبة	التكرار	النسبة
عدم الثقة في المصدر	5	50.0 %
رفض إعتمادها من قبل المسؤولين	3	36.0 %
لا تعدها مصدرا كافيا للحصول على المعلومة	2	18.0 %
المجموع	11	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على SPSS

يوضح الجدول أعلاه الصعوبات التي واجهت الصحفيين عند إستخدامهم للفيسبوك كمصدر للمعلومة إذ جاء عدم الثقة في المصدر في أعلى الترتيب بنسبة 50.0% ، تلاها رفض إعتمادها من قبل المسؤولين بنسبة 36.0% ، وأخيرا لا تعدها مصدرا كافيا للحصول على المعلومة بنسبة 18.0% .

تأتي هذه النتائج لتوضح أن أبرز صعوبة واجهت الباحثين عند إستخدامهم للفيسبوك هي عدم الثقة في المصدر وهذا راجع إلى تخوفهم من مصدقية المعلومات المنشورة على صفحة الفيسبوك، أما مبررات الذين قالوا برفض إعتمادها من قبل المسؤولين برروها بحجة أن مسؤوليهم لا يعدون المعلومات الغير ورادة من غير مراسليهم بأنها معلومات أكيدة وسليمة وأن المعلومات لا يتم أخذها من صفحات لا يعرف من الناشر عليها وماهي مآربهم أما الذين إعتبروها مصدرا غير كافي للحصول على المعلومة كانت حجتهم في ذلك أن الناشرين على صفحات الفيسبوك عند تقديمهم للمضامين الإعلامية لا يحيطون بجميع جوانب الموضوع المنشور ولا ربما كان هناك تحيز وعدم موضوعية الناشر.

جدول رقم (20) : يبين آراء الباحثين حول إعتماذ الفيسبوك كمصدر للمعلومة في العمل الصحفي

النسبة	التكرار	العبارة
25.0 %	8	مكسب للمهنة الصحفية
59.4 %	9	تهديدا للمهنة الصحفية
6.3 %	2	إقصاء للمصادر التقليدية
9.4 %	3	لا أدري
100 %	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على SPSS

يوضح الجدول أعلاه آراء الصحفيين حول إعتماذ الفيسبوك كمصدر للمعلومة في العمل الصحفي حيث أجاب ما نسبته 59.4% بأن الفيسبوك يعتبر تهديدا للمهنة الصحفية ، وتلتها نسبة 25.0% إعتبروه مكسبا للمهنة الصحفية ، ثم ما نسبته 9.4% أجابوا بلا أدري ، وأخيرا نسبة 6.3% إعتبروه إقصاء للمصادر التقليدية.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الصحفيين الذين إعتبروا الفيسبوك تهديدا لمهنة الصحافة رأوا فيه أنه تهديد إذ ما لم يتم التعامل معه كما ينبغي من حيث تمحيص هذه المعلومات والتأكد من صحتها، أما الذين رأوه مكسبا وهذا

لطابع الحرية الذي يتسم به الفيسبوك وسهولة الحصول على المعلومة ، أما الذين أجابو بلا أدري هم فئة الصحفيين الذين لم يستقروا بعد على نظرة واضحة عن أهمية الفيسبوك من عدمه.

جدول رقم (21) : يبين إقتراحات المبحوثين لتطوير سبل الإستفادة من موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية

النسبة	التكرار	العبارة
31.3	10	تدريب الصحفيين على إستثمار هذا الموقع
56.3	18	وضع ميثاق لضبط إستخدام هذا الموقع كمصدر للمعلومة
12.5	4	التحقق من مصداقية هذه المعلومات عن طريق الإعتماد على أكثر من مصدر
% 100	32	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على spss

يوضح الجدول أعلاه إقتراحات الصحفيين لتطوير سبل الإستفادة من موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة، حيث أن مانسبته 56.3% إقتروا وضع ميثاق لضبط إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة ، بينما إقترح 31.3% تدريب الصحفيين على إستثمار هذا الموقع، أما 12.5% إقتروا التحقق من مصداقية هذه المعلومات عن طريق الإعتماد على أكثر من مصدر، وهذا يعني أن جل الصحفيين قد أجمعوا على وضع ميثاق لضبط إستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومات .

خلاصة :

نستخلص من عرض وتفريغ وتحليل معطيات الدراسة المسحية لبيانات الإستمارة والتعليق على الجداول حتى الوصول إلى مجموعة من النتائج التي تدعم الجانب المنهجي ،وهي مقسمة إلى محاور ، الأول عادات وأنماط إستخدام الصحفيين لموقع الفيسبوك في العمل المهني ، والثاني دوافع إستخدام الصحفيين للفيسبوك في العمل المهني ، والثالث الإشباع المحققة من إستخدام الصحفيين للفيسبوك في العمل المهني ، وأخير يتمثل في تأثير إستخدام الصحفيين للفيسبوك في العمل المهني ، ثم إستخلاص نتائج لكل تساؤل على حدى ثم الخروج بنتائج عامة.

النتائج النهائية للدراسة :

مناقشة النتائج الجزئية

تتلخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة في :

- ✓ أوضحت النتائج أن 40.6% يستخدمون الإعلام البديل دائما
- ✓ أوضحت الدراسة أن ما نسبته 56.3% يفضلون تصفح الفيسبوك مساء
- ✓ معظم الصحفيين يفضلون تصفح الفيسبوك من أقل من 1 ساعة ، ومن 1 ساعة إلى 4 ساعات بالتساوي بنسبة 40.6%.
- ✓ غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الفيسبوك ثم تويتر ثم يوتيوب ثم أنستغرام بينما يكاد يندم إستخدام موقع لينكدين .
- ✓ غالبية الصحفيين يستخدمون الفيسبوك من أكثر من 5 سنوات بنسبة 75.0% .
- من أبرز الأهداف الأساسية لإستخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومة :
- ✓ التفاعل مع الجمهور 37.5% .
- ✓ مواكبة التطورات الجديدة 28.1% .
- ✓ الإطلاع على ماهو جديد 21.9% .
- ✓ تحقيق سبق الصحفي 12.5% .
- ✓ أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومة
- ✓ غالبية الصحفيين الجزائريين لم يجدوا صعوبات في إستخدامه للفيسبوك كمصدر للمعلومة بنسبة 65.6% .

- ✓ غالبية الصحفيين إقترحوا وضع ميثاق لإستخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية بنسبة 56.3 % .
- ✓ أغلب الصحفيين يستخدمون الفيسبوك كمصدر دائم للمعلومة الصحفية بنسبة 43.8 %
ينعدم إستخدام موقع لينكدين .
- وفيما يخص التساؤل الثاني : حول دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية فقد تبين أن :
- ✓ أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك لتفاعل مع الجمهور بنسبة 37.5 % .
- ✓ يستخدم المبحوثين الفيسبوك لتمييزه بالآنية والسرعة بنسبة 40.6 %
- ✓ ما نسبته 21.9 % من المبحوثين كانت إستفادتهم عالية من إستخدامهم للفيسبوك في عملهم الإعلامي .
- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة : (دراسة بوبكر بوعزيز)
- مذكرة "بوبكر بوعزيز " بعنوان إستعمال وسائل الإعلام الإجتماعية كمصادر للأخبار. دراسة ميدانية على صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر .
- ولقد توصلت دراسته إلى :
- أن أفراد العينة في الدراسة السابقة لديهم إهتمامات إتجاه إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي بصفة دائمة مانسبته 32.7 % وهو الشيء المشترك في دراستنا ، إذا يستخدم الصحفيون الإعلام البديل دائما بنسبة 50% معرفتهم بأهميته وسرعته وضرورته في عصرنا هذا، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (7) .
- نجد أن أفراد العينة في الدراسة السابقة يفضلون إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في المنزل بنسبة 36.5% في حين أن في دراستنا هذه لم نولي لمكان الإستخدام أهمية وقد تم إهماله .
- نجد أن أفراد العينة في الدراسة السابقة يفضلون إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي المسائية والليلية، وهذا ما يتوافق مع دراستنا إذ يفضل المبحوثين إستخدام الفيسبوك مساء بنسبة 56.3 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم (8) .
- أن أفراد العينة في الدراسة السابقة يفضلون إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لأكثر من 3 ساعات وهو الشيء الذي يتوافق مع دراستنا إذ ما نسبته 40.6 % يفضلون إستخدام الفيسبوك لمدة تتجاوز 4 ساعات وهذا ما يوضحه الجدول رقم(9).

- أغلبية أفراد العينة في الدراسة السابقة يفضلون استخدام الفيسبوك ثم تويتر بينما ينعدم استخدام موقع لينكدين ، وهو الشيء المشترك في دراستنا إذ يفضلون الفيسبوك بنسبة 37.5 % ثم تويتر ثم يوتيوب ثم الأنستغرام ثم لينكدين وهذا ما يوضحه الجدول رقم (10) .
- غالبية الباحثين فاقت مدة استخدامهم للفيسبوك 5 سنوات بنسبة 75 % .
- غالبية الباحثين يستخدمون الفيسبوك من أجل إكتساب إصدقاء جدد في إطار المهنة بغية الإطلاع والوصول إلى القضايا والأحداث إختصارا للوقت والجهد وذلك بنسبة 37.5 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم 17.
- أما فيما يخص آراء الباحثين حول إعتقاد الفيسبوك كمصدر للمعلومة في العمل الصحفي فقد إعتبره غالبيتهم بأنه تهدد للمهنة الصحفية وهذا تخوفا من أن لا يتم نشر معلومات موثوق بها على الفيسبوك كذلك غير معروف إلى أي مدى تتحلى مضامينه بالموضوعية والدقة وهذا ما يوضحه الجدول رقم (20).
- غالبية الباحثين إقتروا وضع ميثاق لضبط استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة وهذا لتطوير سبل الإستفادة من موقع الفيسبوك .

النتائج العامة :

بعد الدراسة المسحية لموضوع استخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية (الفيسبوك نموذجاً) والتي أجريت على الصحفيين والمراسلين و المحررين في كل من القطاع العام (إذاعة وتلفزيون ، وكالة الأنباء) و القطاع الخاص (دار الصحافة) ومن خلال التحليل والنتائج الجزئية المتوصل إليها فقد إتضح للباحثين مايلي :

فيما يخص التساؤل الأول : حول عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك في العمل الصحفي، قد تم الإجابة عنه من خلال:

- ✓ نصف أفراد الباحثين يستخدمون الإعلام البديل دائما.
- ✓ أن نصف الصحفيين يفضلون تصفح الفيسبوك مساء.
- ✓ معظم الصحفيين يفضلون تصفح الفيسبوك من أقل من 1 ساعة ، ومن 1 ساعة إلى 4 ساعات بالتساوي بنسبة نصف الباحثين.

✓ غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الفيسبوك ثم تويتر ثم انستغرام بينما يكاد ينعدم استخدام موقع لينكدين.

وفيما يخص التساؤل الثاني : حول دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية فقد تبين أن :

✓ أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك لتفاعل مع الجمهور.

✓ أغلب الصحفيين يستخدمون الفيسبوك كمصدر دائم للمعلومة الصحفية.

✓ نصف الأشخاص المبحوثين يستخدمون الفيسبوك لتمييزه بالآنية والسرعة.

✓ نسبة قليلة من المبحوثين كانت إستفادتهم عالية من إستخدامهم للفيسبوك في عملهم الإعلامي.

أما التساؤل الثالث : الإشباع المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك في العمل الاعلامي ظهر جليا أن:

✓ ثلث المبحوثين أجابوا بأن إستفادتهم من الفيسبوك كمصدر للمعلومات كانت عالية.

✓ نصف المبحوثين يعتمدون على الفيسبوك في إكتساب أصدقاء جدد في إطار المهنة.

أما بالنسبة التساؤل الرابع : حول تأثير استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة على العمل المهني الإعلامي إتضح أن:

✓ غالبية الأفراد المبحوثين لم يجدو صعوبة في استخدام الفيسبوك كمصدر للمعلومة.

✓ ثلث المبحوثين واجهوا صعوبات في إستخدامهم للفيسبوك كانت بسبب عدم الثقة في المصدر.

✓ نصف المبحوثين إعتبروا أن استخدام الفيسبوك يعتبر تهديدا للمهنة الصحفية.

✓ نصف المبحوثين إقتروا وضع ميثاق لضبط استخدام موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومة الصحفية.

صعوبات الدراسة :

أثناء إعدادنا لدراستنا واجهتنا صعوبات نذكر منها:

✓ صعوبة إسترجاع الإستمارات من قبل الصحفيين المبحوثين.

✓ صعوبة الوصول إلى بعض الصحفيين المبحوثين.

✓ إعتبار توزيع الإستمارة لدى بعض المؤسسات شأنا يمس سير المؤسسة الإعلامية ورفض التجاوب معنا.

خاتمة

يعد الإعلام البديل أكبر ثورة في عالمنا التكنولوجي مند ظهوره إلى غاية اليوم لما يمتاز به من خصائص عدة متنوعة من سهولة التواصل وسرعة نقل المعلومات، حيث لعب هذا الأخير دور كبير في صحوحة حرية التعبير التي كسرت الفيضة الخانقة على كافة وسائل الإعلام من قبل الدولة، حيث أصبح من الصعب السيطرة على الأخبار عبر الأنترنت بسبب الإستعانة بتوفير كافة المعلومات من مصادر خارجية، ومع بداية الألفية الثالثة حدث تحول كبير في مسار هذا الإعلام أو هذه المواقع حيث أصبحت من الوسائل التي يستعين بها الصحفي للحصول على كافة المعلومات والأخبار حيث أصبحت منير أحر للممارسة المهنية وكذا التعريف بالعمل الصحفي، فهذه المواقع عملت في تغير وتفاعل بين الصحفيين فأصبح البعض منهم يستغني على المصادر التقليدية واللقاءات المباشرة في طبيعة عملهم من شأنه أن يختزل الوقت في جمع المعلومات والأخبار والإطلاع على ماهو جديد .

وفي دراستنا سعينا إلى إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل وبالتحديد موقع من مواقع التواصل الإجتماعي الفايسوك كمصدر للمعلومة الصحفية محاولين الكشف على مدى إستخدام الصحفيين لموقع الفايسوك الذي أصبح له دور كبير ومهم في مجاهم الإعلام من خلال التزويد بالأخبار الأنية وكذا إجراء مقابلات صحفية دون تنقل إلى جانب إستطلاع على الرأي العام.

كما أننا حاولنا من خلال دراستنا إستجلاء إستخدام موقع الفايسوك في الأداء الإعلامي للصحفي الجزائري بولاية ورقلة، حيث أنه تم التوصل إلى أن موقع الفايسوك يستخدم بالنسبة دائمة من قبل الصحفي ما يسمح لهم في عملية النشر الصحفي.

كما حاولنا من خلال دراستنا إستظهار إعتقاد المراسلين الصحفيين بولاية ورقلة على معلومات الفايسوك كمصدر للأخبار والمعلومات، وهذا ما يؤدي بنا تحديد دور المواقع في إنجاز تلك المادة الإعلامية، فقد حاولنا أيضا تسليط الضوء على المعلومات المتداولة عبر الفايسوك وتأثير تداولها لدى الصحفيين على مصداقية الخبر الصحفي.

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة في ختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لإستكشاف مدى إستخدام الصحفي لمواقع التواصل الإجتماعي تحديدا الفايسوك في عملهم المهني، بحيث لا ندعي بأننا بلغنا نتائج تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي الفايسوك من الصحفي، إلى أننا نستطيع القول أن كل ما قمنا به خلال الدراسة هو

أنا حاولنا توضيح بعض الجوانب من إستخدام هذا الموقع من قبل الصحفيين م مهدين بذلك السبيل للباحثين
أخرين للإستكشاف جوانب لم نتعرض لها في دراستنا.

قائمة

المراجع

المعاجم والموسوعات :

- 1/ إبن المنظور، لسان العرب ،دار الإحياء التراث العربي، بيروت لبنان الجزء 01،711هـ.
 - 2/المنجد في اللغة والإعلام، منشورات دار المشرق، الطبعة 29، بيروت، 1986.
 - 3/الفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، دط، الأردن عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع 2014.
 - 4/حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 القاهرة 2004.
- الكتب :
- 5/الصاوي محمد، مبارك محمد، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، د ط، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1990.
 - 6/العادلي مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية، دراسة في الإستخدامات والإشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة مصر .
 - 7/المزاهرة منال، نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع ط1، عمان 2012.
 - 8/الهيثي هيثم، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع ط1، عمان الأردن 2008.
 - 9/بوخنوفين عبد الوهاب، الأطفال والثورة المعلوماتية، التمثل والإستخدامات، مجلة إتحاد الإذاعات الدول العربية، العدد 02.
 - 10/بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2000.
 - 11/حجاب محمد منير، الأسس العلمية، لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر القاهرة 2006.
 - 12/حسن السيد ليلي ومكاوي حسن عماد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، مصر 2011.
 - 13/حسن محمد، درسات المناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
 - 14/خندقجي محمد عبد الجبار، خندقجي نواف عبد الجبار مناهج البحث العلمي، منظور تربوي معاصر، ط1، عالم الكتب الحديث، بيروت 2012.
 - 15/خوخة أشرف فهمي، الصحفيون ومصادر الأخبار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2007.
 - 16/زيدان عمر محمد، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، مصر الجزائر.

- 17/ سعد عمر سيف الإسلام، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر، دمشق 2009.
- 18/ عبد الرحمان مشاقبة وسام، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع 2012.
- 19/ عبيدات محمد أبونجار عقله محمد مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل التطبيقات، الجامعة الأردنية، د ط 1999.
- 20/ عليان رحي مصطفى، غنيم عثمان محمد، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، دط، عمان 2000.
- 21/ عوض صابرميرفت فاطمة، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة 2002.
- 22/ عبد المجيد إبراهيم مروان، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000.
- 23/ غسان خالد مقداد يوسف، ثورة الشبكات الإجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2013.
- 24/ مصباح عامر، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 25/ مكايي حسن عماد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، مصر 2011.

مراجع أجنبية:

- 26/ Marcel dans (2009): Dictionar of media and communication، ME.Sarpe، New York.
- 27/ Teresa lesher ، yassar abdl- motey- dictionoiy of library science and information.inglih –arabic and arabic -englih index ،le caire: daoi el kitebel hadith ، 2008 .

المذكرات:

- 28/ خديجة بلاني : إعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للمعلومات، قيم علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، 2017.2018.
- 29/ بومخيلة خلاف: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في الإستخدامات والإشباع، طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير 2006.

30/ بوبكر بوعزيز: إستعمال وسائل الإعلام الإجتماعية كمصادر للأخبار، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة، 2016.2017.

31/ مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية : دراسة ميدانية بجامعة منصور قسنطينة ، رسالة دكتوراه، 2009.

32/ مديحة جيطاني، إستخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والإتجاهات، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010.

نصوص وقوانين:

33/ قانون الإعلام، 3 أفريل 1990، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

34/ قانون العضوي للإعلام، 12 جانفي 2012 الباب السادس، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

الملاحق

الملحق رقم 01: إستمارة الاستبيان



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



إستمارة حول :

إستخدام الصحفيين الجزائريين للإعلام البديل كمصدر للمعلومة الصحفية
(الفيسبوك نموذجاً)

دراسة مسحية على صحفيي ولاية ورقلة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ :

عبد القادر قندوز

إعداد الطالبتين :

عائشة بختي

هاجر بالحاج

ملاحظة : بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

المحور الأول : معلومات شخصية

(1)- الجنس : أنثى ذكر

(2)- السن :

(3)- المستوى التعليمي :

ثانوي جامعي

(4)- مؤسسة العمل :

صحيفة إذاعة تلفزيون وكالة أنباء

(5)- الوظيفة :

مراسل محرر صحفي

(6)- كم سنوات الخبرة المهنية لديك في المجال الصحفي :

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين بورقلة

7)- هل تستخدم الإعلام البديل ؟

دائما أحيانا نادرا

8)- ما هي الأوقات التي تفضلها لاستخدام " الفيسبوك " :

صباحا مساء زوالا

9)- كم ساعة تفضلها يوميا في استخدام "الفيسبوك" :

أقل من 1 سا من 1 سا إلى 4 سا أكثر من 4 سا

10)- رتب حسب الأفضلية مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها :

" فيسبوك" تويتر يوتيوب أنستغرام hkdin

11)- الفيسبوك من المواقع المهمة منذ متى وأنت تستخدمه :

المحور الثالث : دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين "للفيسبوك" كمصدر للمعلومة

12)- لماذا تستخدم "الفيسبوك" ؟

- التفاعل مع الجمهور في إطار العمل
- مواكبة التطورات التكنولوجية
- الاطلاع على كل ما هو جديد
- التواصل مع الأصدقاء
- تحقيق السبق الصحفي

13)- هل تستخدم "الفيسبوك" كمصدر للمعلومة :

دائما غالبا نادرا

14)- إذا كنت تستخدمها نادرا لماذا :

- لأنني أستخدم وسائل إعلامية أخرى
- لأنني لا أملك حساب على موقع "الفيسبوك"
- ليس لدي وقت لمتابعة موقع "الفيسبوك"
- لأنني لا أراه موقعا مناسباً للحصول على المعلومة

15) - ما هي خصائص موقع "الفيسبوك" التي جعلتك تستخدمه كمصدر للحصول على المعلومة :

- الآنية وسرعة التغطية
- حرية نشر وتبادل المعلومات
- المصداقية
- الموضوعية في الطرح
- العمق والشمول
- سهولة استخدام "الفيسبوك"
- توفر الوسائط المتعددة صور، فيديو، نص
- سهولة الحفظ والاسترجاع

المحور الرابع : ما هي الاشباع المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين بمدينة ورقلة لموقع "الفيسبوك" في العمل الصحفي

16) - حدد مدى استفادتك مدى استفادتك من "الفيسبوك" كمصدر للمعلومة في عملك الإعلامي :

- عالية متوسطة منخفضة

17) - حدد درجة إعتماذك على "الفيسبوك" في عملك كمصدر للمعلومة الصحفية :

درجة الاعتماد			العبارة
منخفضة	متوسطة	عالية	
			التعرف و اطلاع على الأخبار والأحداث الجديدة
			إكتساب مهارات جديدة في مجال العمل
			إتاحة حرية الرأي والتعبير
			ساعدتك في تكوين آراء وتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية
			ساعدتك على تبني آراء الجمهور
			ساعدتك في تكوين أصدقاء جدد في إطار المهنة

المحور الخامس : تأثير استخدام "الفيسبوك" كمصدر للحصول على المعلومات على العمل الصحفي

18- هل واجهت صعوبة عند استخدامك موقع "الفيسبوك" ؟

نعم لا

19- إذا كانت إجابتك بنعم حدد نوع هذه الصعوبات

- عدم ثقتك في المصدر
- رفض اعتمادها من قبل المسؤولين في العمل
- لا تعده مصدرا كافيا للحصول على المعلومة

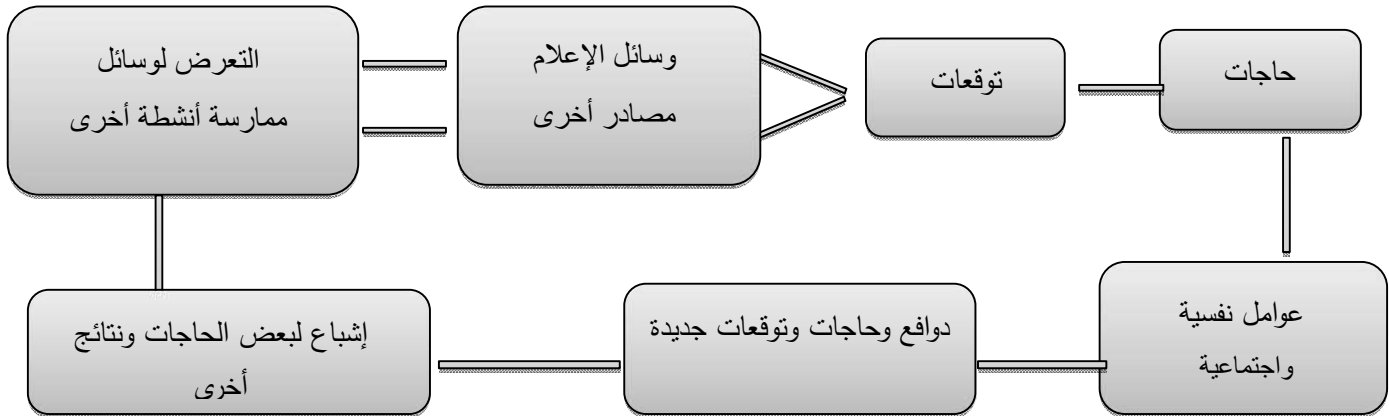
20- هل تعتقد أن الاعتماد على موقع "الفيسبوك" كمصدر للمعلومة :

- مكسبا للمهنة الصحفية
- تهديد لمهنة الصحافة
- إقصاء للمصادر التقليدية
- لا أدري

21- ما هي اقتراحاتك لتطوير سبل الاستفادة من موقع "الفيسبوك" كمصدر للمعلومة الصحفية:

- تدريب الصحفيين على استثمار هذا الموقع
- وضع ميثاق لضبط استخدام هذا الموقع كمصدر للمعلومة
- التحقق من مصداقية هذه المعلومات عن طريق الاعتماد عن أكثر من مصدر

الملحق رقم 02: يوضح الاستخدامات والاشباعات



الملحق رقم 03: الأساتذة المحكمين

الجامعة	الرتبة	اسم الاستاذ	الرقم
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ مساعد (أ)	الزاوي محمد الطيب	01
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ مساعد (ب)	بودريالة عبد القادر	02
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ مساعد (ب)	زياني الغوثي	03