



جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الانسانية

القيم الإخبارية في صحافة المواطن

-دراسة تحليلية لعدد من الصفحات الإخبارية عبر موقع فيسبوك في الجزائر-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الدكتور:

عادل الصيد

إعداد الطالبة:

مريم عباس

السنة الجامعية 2022-2023

ملخص:

عالجت هذه الدراسة موضوع القيم الإخبارية في صحافة المواطن، وهي دراسة تحليلية لعدد من الصفحات الإخبارية عبر موقع فيسبوك في الجزائر، وتمت العملية التحليلية بالاعتماد على منهج تحليل المحتوى عن طريق استمارة تحليل المحتوى التي تضمنت جملة من الأسئلة على عينة قصدية من الصفحات الإخبارية للمواطن الصحفي بالجزائر عبر موقع فيسبوك، واستنادا لمواقع عالمية تعمل على ترتيب هذه الصفحات كموقع (Fanpage Karma) والتي تستند لعدد متابعيها فقد تمثلت عينة دراستنا في صفحتي فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة EL-Kala News، أين امتدت العملية التحليلية لما يقارب الستة أشهر ابتداء من شهر أكتوبر 2021 إلى غاية شهر مارس 2022.

عملت الدراسة على تحقيق جملة من الأهداف والتي تتمحور بالدرجة الأولى حول التعرف على القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين وصفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك.

تضمنت الدراسة إطارا منهجيا يضم كل الإجراءات المنهجية والمعرفية التي حددت أهم خطواتها والسبل المتبعة للإجابة على تساؤلاتها، اختتم بالاتجاه النظري الذي ربطنا من خلاله دراستنا وفروضها بفروض نظرية حراس البوابة، ونظرية الإطار الإعلامي، كما تضمنت الدراسة كذلك فصلين توثيقيين تناولنا من خلالهما متغيرات الدراسة بالتفسير والتعريف والتفصيل، لنصل في الأخير إلى إطار تطبيقي تضمن عمليات التحليل الكمي والكيفي لعينة الدراسة المتمثلة في تحليل مضمون الصفحتين الإخباريتين السالفتين الذكر لمدة 6 أشهر معتمدين في ذلك على منهج تحليل المحتوى وخلصت الدراسة لجملة من النتائج التي نذكر منها:

*تفضل صفحة El-Kala News مشاركة الأخبار الاجتماعية عبر صفحاتهم الإخبارية بموقع فيسبوك، بينما تشارك صفحة فخامة الرجل هواري بومدين مع متابعيها الأخبار ذات الطابع السياسي بالدرجة الأولى.

* القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك هي قيم الآنية، والأهمية، أما بالنسبة لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين فهي تفضل انتقاء الأخبار التي تتضمن قيم الوضوح، والآنية.

* لا تذكر صفحة EL-Kala News في منشوراتها عبر موقع فيسبوك المصادر التي تم الاعتماد عليها بناء الأخبار، وهو الأمر المخالف لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين حيث أنها تذكر المصادر التي تم الاعتماد عليها في بناء الأخبار بنسبة 100%.

لم تدخل صحافة المواطن قيم إجبارية جديدة على المشهد الإعلامي من خلال العملية التحليلية لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، بينما خلصت الدراسة التي أجريناها لصفحة EL-Kala News أن صحافة المواطن أدخلت قيم إخبارية جديدة على المشهد الإعلامي تتمثل في قيمة الدعم والتي تمثل دعم توجهات المجتمع، قيمة العاطفة أي الأخبار التي تلامس العواطف الإنسانية، وقيمة التثمين أو تصوير القيم الإيجابية في المجتمع.

*تعد الصور من بين أكثر العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف صفحة فخامة الرجل هواري بومدين عبر موقع فيسبوك هي بإدراج منشور مدعم برابط، أما بالنسبة لصفحة EL-Kala News فإن العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحة عبر موقع فيسبوك هي باعتماد نص مدعم بصورة.

*اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

الكلمات المفتاحية:

صحافة المواطن، القيم الإخبارية، الاعلام الجديد، موقع فيسبوك.

Summary :

This note dealt with the issue of news values in citizen journalism, which is an analytical study of a number of news pages on Facebook in Algeria. Through Facebook, and based on international websites that arrange these pages according to the number of their followers, the sample of our study was represented in the pages of His Excellency the gentleman Houari Boumediene, and the EL-Kala News page, where the analytical science spanned for nearly six months, starting from October 2021 until March 2022.

The study worked to achieve a number of goals, which revolve primarily around identifying the prominent and most used news values in the publications of the page of His Excellency Houari Boumediene and the El-Kala News page on Facebook. The memorandum included a methodological framework that includes all the methodological and cognitive procedures that identified the most important steps and ways to answer its questions, followed by the theoretical framework through which we linked our study and its assumptions to the assumptions of the theory of gatekeepers, the theory of the media framework.

The variables of the study with interpretation, definition and detail, to arrive in the end to an applied framework devoted to all analytical procedures quantitatively and qualitatively, and the study concluded with a number of results that we mention, including:

*The El-Kala News page prefers to share social news through their news pages on Facebook, while the page of His Excellency Houari Boumediene shares with its followers news of a political nature in the first place.

* The most prominent news values used in the El-Kala News page's publications on Facebook are the values of immediacy and importance. As for the page of His Excellency, Houari Boumediene, it prefers to select news that includes the values of clarity and timeliness.

* The EL-Kala News page does not mention in its Facebook publications the sources that were relied upon to build the news, which is contrary to the page of His Excellency Houari Boumediene, as it mentions the sources that were relied upon to build the news 100%. Citizen journalism did not introduce new compulsory values into the media scene through the analytical process of His Excellency Houari Boumediene's page, while the study we conducted for the EL-Kala News page concluded that citizen journalism introduced new news values into the media scene represented in the value of support, which represents support for the trends of society, The value of emotion, that is, news that touches human emotions, and the value of valuing or portraying positive values in society.

* Images are among the most formal elements adopted in building the media material published by the two pages on Facebook. The formal elements approved in building the media material published by His Excellency Houari Boumediene's page on Facebook is to include a publication supported by a link. with a picture. *Arabic is the most used language in the two-page posts on Facebook.

يعرف عالمنا تطورات متسارعة في تقنيات الإعلام والاتصال والتواصل، حيث تنامي مصطلح القرية العالمية "لمرशल ماكلوهان" فوسائل التواصل الاجتماعي فتحت لكل منا نافذة يطل من خلالها افتراضيا على الآخر، من خلال خصائصها التي تتيح لمستخدميها ربط صداقات مع أشخاص من كل الثقافات، فقد أصبح الأفراد يعيشون ضمن عالم منفتح مبني على التواصل السلس، السهل، والسريع ضمن هذه المنابر الافتراضية ; وكنتيجة حتمية للاستعمال الكثيف لهذه الأخيرة فقد أفرزت هذه العملية جملة من الظواهر الجديدة والتي نذكر منها ما سمي بصحافة المواطن، أين أصبح مستخدم هذه التقنيات التواصلية الحديثة نشطا وقادرا على تقمص دور الإعلامي أو الصحفي عبر استخدام الهواتف الذكية وامتلاك حساب بأحد مواقع التواصل الاجتماعي، هاتين الخاصيتين مع تواجده في مكان الحدث وتصويره له باستخدام هاتفه ونشره له عبر حسابة بمواقع التواصل الاجتماعي جعلت منه ناقلا ومصدرا للأخبار، وهو ما يتقارب لحد كبير مع عمل الصحفي المحترف الذي ينتقل لمكان الحدث من أجل تصويره والتقصي حوله ومن ثمة ينشره أو يبثه عبر وسائل الإعلام التقليدية.

ويعد موقع فيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تشهد اشتراكا عالميا واسعا نظرا لسهولة استخدامه وفتح حسابات، ومجموعات، وصفحات، به كما أنه يتمتع بجملة من الخصائص التي نذكر منها خاصية التفاعلية التي تتيح لمستخدميه مشاركة تفاصيل حياتهم اليومية وأخبارهم إلى جانب فتح المجال للاشتراك، وتسجيل الاعجاب، والتعليق على كل ما ينشر، ونتيجة لهذه المميزات وغيرها يعد فيسبوك وسيلة جيدة قد يستخدمها الصحفيون المواطنون لنقل ما ينتجونه من أخبار وتصوير للأحداث وإيصاله لأكثر عدد ممكن من المتابعين والمشاركين، فهم بذلك أصحاب القرار المتعلق بما سينشر عبر صفحاتهم بموقع فيسبوك متقمصين بذلك دور حاس البوابة الإعلامية في وسائل الاعلام التقليدية والذي يقوم بغربة الأخبار والتحكم فيما سينشر، لكن عملية انتقاء الأخبار تمر بعدد من المراحل فالمتحكم الأول فيها هو الشخص الذي سيجمعها من مصدرها الأصلي والعملية الاختيارية التي يتم فيها تفضيل خبر عن الآخر في النشر تتم استنادا لجملة من القيم الإخبارية التي يتبناها الصحفي أو الوسيلة الإعلامية، فوجود بعضها أو كلها في حدث ما يعد بمثابة ما سيزيد من قيمة ووزن الحدث وبالتالي انتقاؤه لينشر.

نتيجة لتنامي دور صحافة المواطن التي أضحت مصدرا هاما للأخبار لمتابعي مواقع التواصل الاجتماعي وحتى للمؤسسات الإعلامية التي صارت تسعى وراء هؤلاء الأشخاص نتيجة لما يتميزون به من أسبقية في نقل الأحداث

من موقعها، من هنا جاءت دراستنا التي ستعمل على تسليط الضوء على هذا النوع الإعلامي غير المهني الجديد والذي تمكن من حجز مكانه في الساحة الإعلامية العالمية.

تهدف هذه الأطروحة بالدرجة الأولى للتعرف على القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في الصفحات الإخبارية التي يمتلكها مواطنون صحفيون، وقد وقع اختيارنا على منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين وصفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك، وهما صفحات تسجلان أكبر عدد من المتابعين عبر موقع فيسبوك في الجزائر أين سجلنا بتاريخ 2022/06/02، 374 ألف متابع لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و77 ألف متابع لصفحة El-Kala News، وفقا لموقع Fanpage Karma.

ونتيجة لأن مصطلح صحافة المواطن لا يزال محط قبول ورفض بين أهل المهنة، فقد واجهتنا في دراستنا جملة من العواقب والصعوبات خاصة وأن المصطلح يعد من المصطلحات الحديثة أين ترتب عنه قلة الدراسات الأكاديمية التي تناولته بالشرح والتفصيل فيما يتعلق بالمفهوم أو الممارسة، كما أن صعوبة التواصل مع القائمين على الصفحات الإخبارية موضع الدراسة يعد صعوبة في حد ذاته حيث حاولنا التعرف على هويتهم الحقيقية وإثراء الدراسة من خلال إجراء مقابلة معهم، لكننا وبالرغم من مراسلتنا لهم في مرات عدة إلا أننا لم نجد أي استجابة.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها اعتمدنا على منهج تحليل المحتوى لملائمته والطبيعة التحليلية للموضوع معتمدين بذلك على استمارة تحليل المحتوى التي تضمنت جملة من الفئات تتلاءم مع تساؤلات الدراسة وتستجيب لأهدافها.

تم بناء هذه الأطروحة وفقا لخطة بحث تتوافق والأهداف المسطرة منها والتي تنقسم إلى ثلاثة أقسام:

مقدمة

الإطار المنهجي

الإطار التوثيقي

الإطار التطبيقي

نتائج الدراسة

خاتمة

تعرض المقدمة تفاصيل هامة حول الموضوع محل الدراسة، تأتي بعدها الإشكالية التي تعرض صورة شاملة للموضوع والهدف منه والتساؤل الرئيسي للدراسة والذي تتبعه التساؤلات الفرعية، كما يقدم الإطار المنهجي جل المراحل المنهجية المتبعة للوصول للأهداف المرجوة، إلى جانب أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، تحديد المفاهيم، عرض المنهج المتبع والأدوات المستخدمة، الدراسات السابقة، وصعوبات الدراسة.

أما عن الإطار النظري فتم من خلال عرض أهم النظريات التي تتركز عليها وعلى فروضها دراستنا والمتمثلة في نظرية حارس البوابة، نظرية الإطار الإعلامي، بينما يضم الإطار التوثيقي فصلين تم من خلالها التفصيل في أهم متغيرات الدراسة، وعن الإطار التطبيقي فقد عرض التحليل الكمي والكمي لنتائج الدراسة لنخلص أخيرا لجملة من النتائج في ضوء الفرضيات والتساؤلات المطروحة وفي ضوء الأطر النظرية المعتمدة، لتختتم الدراسات بنتائج عامة أجابت عن كل التساؤلات وخاتمة كانت بمثابة حوصلة عامة للدراسة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

عرف العالم تطورات عديدة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، نتج عنها بروز أنماط جديدة للعمل الإعلامي على غرار صحافة المواطن، وهو شكل إعلامي غير مهني سمح للجمهور بحجز مكانته في صناعة الخبر وتداوله عبر منصات الإعلام الجديد، حيث وجد الفرد في هذه المنابر الافتراضية فضاء خصبا يمرر من خلاله ما تلتقطه عدسات هاتفه أو ما قد يسمعه من أحداث ومستجدات من الآخرين، بطريقة مباشرة إلى جمهور واسع من رواد مواقع التواصل الاجتماعي، ورغم غياب المهنية والضوابط القانونية والأخلاقية في هذه العملية إلا أنها تعتبر مصدرا معتمدا للعديد من القنوات التلفزيونية لاستقاء كل ما هو جديد من مكان الحدث مباشرة، حيث أن هذه الميزة التنافسية التي تميز صحافة المواطن زادت من انتشارها خاصة عبر موقع فيسبوك الذي يجعل لمستخدمه صوتا بإمكانه أن يُسمعه لجمهور واسع من الأفراد عبر محيطه الاجتماعي أو حتى خارجه، وأمام ضعف الضوابط القانونية في الجزائر وفي العالم أجمع التي تكبح تداول الأخبار والمعلومات عبر هذه المنصات الإلكترونية صارت متنفسا يمرر من خلاله الخبر أو الحدث دون غريلة رؤساء التحرير أو حراس البوابة الإعلامية، وقد أصبحت بعض صفحات فيسبوك في الجزائر مصدرا رئيسيا للأخبار والمستجدات حيث أن مبدأ عملها يعتمد على جمع الأخبار ونشرها معتمدة في ذلك على مبادئ صحافة المواطن، في صورة شبيهة بالعمل الإعلامي المحترف والمهني رغم اختلاف المصادر والقائمين بالاتصال.

ورغم التشابه بين عمل الصحفي المهني وما يقوم به المواطن الصحفي إلا أن هناك العديد من الاعتبارات والاختلافات والتي ربما تصنع الفارق الجوهرى بين الإثنين، حيث أن الصحفي أو الإعلامي المنتمى لمؤسسة إعلامية يعتمد في جمعه وتحريره للأخبار على اعتبارات وقيم إخبارية تتوافق وتوجه المؤسسة الإعلامية وخطها الافتتاحي إلى جانب التزامه بأخلاقيات وقوانين ممارسة العمل الإعلامي التي ينص عليها قانون الإعلام الجزائري لكن بالنسبة لصحافة المواطن نجد أن الصحفي المواطن يعتمد في اختياره أو انتقائه للأخبار التي يسجلها ويعرضها للجمهور على قيم قد لا تتوافق مع القيم التي يركز عليها المهنيون لاعتبارات لها علاقة بالمؤسسات التي ينتمون إليها والضوابط القانونية والأخلاقية التي تحكمهم، ولهذا سنحاول من خلال دراستنا الاطلاع على القيم الخيرية المتضمنة في المواد الإخبارية التي يعرضها الصحفي المواطن عبر صفحات فيسبوك في الجزائر وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

الإطار المنهجي

ما هي القيم الإخبارية التي تركز عليها الأخبار المنشورة عبر صفحتي فخامة الرجل هواري بومدين وصفحة El-Kala News على موقع فيسبوك؟

التساؤلات الفرعية:

* ما هي نوعية الأخبار التي تفضل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة El-Kala News مشاركتها عبر موقع فيسبوك؟

* ما هي القيم الإخبارية الأكثر استخداما في منشورات صفحة صفحتي: فخامة الرجل هواري بومدين و: El-Kala News عبر موقع فيسبوك؟

* ما هي المصادر التي تعتمد عليها هاتان الصفحتان في منشورائهما عبر موقع فيسبوك؟

* ما هي الخصائص الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف هاتين الصفحتين؟

* ما هي اللغة المستخدمة في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك؟

02-فروض الدراسة:

* تفضل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة El-Kala News مشاركة الأخبار الاجتماعية عبر صفحاتهم الإخبارية بموقع فيسبوك.

* القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين وصفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك هي قيم الآنية، والأهمية.

* لا تذكر الصفحتان في منشورائهما عبر موقع فيسبوك المصادر التي تم الاعتماد عليها بناء الأخبار.

* تعد الصور من بين أكثر العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

* اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

03-أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي جعلتنا نهتم بدراسة هذا الموضوع هو المكانة التي حصلت عليها صحافة المواطن حيث أصبحت مصدرا معتمدا للأخبار من قبل العديد من القنوات الإعلامية، بالرغم من أن المضامين الإعلامية للمواطن الصحفي لا تتضمن بالضرورة القيم الإخبارية التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية في تغطياتها الإخبارية، هذا ما جعلنا نهتم بالبحث عن القيم الإخبارية في صفحات المواطن الصحفي، ومن الأسباب التي ساهمت أيضا في إقبالنا على دراسة هذا الموضوع ما يلي:

*حادثة دراسة الموضوع أكاديميا حيث أن الدراسات الأكاديمية لصحافة المواطن قليلة خاصة في عالمنا العربي، أين وجدنا من خلال بحثنا العديد من المقالات المنشورة حول الموضوع في حين نادرا ما نجد دراسة دكتوراه مخصصة لدراسة صحافة المواطن.

*انقسام الآراء بين الإعلاميين والباحثين حول اعتبار صحافة المواطن نوع صحفي جديد في الساحة الإعلامية هذا ما جعلنا نتطلع من خلال دراستنا للتعلم في هذا الموضوع لبناء تصور معرفي مبني على البحث والتقصي حول العمل الميداني للمواطن الصحفي.

*الاهتمام الشخصي بالإعلام الجديد ومخرجاته على غرار صحافة المواطن والتي تعد حسب وجهة نظرنا محط تأثير في المجتمع وبالتالي فهي تستحق منا البحث فيها وتقييمها لجعلها مكسبا إعلاميا مبنيا على ضوابط قانونية.

04-أهداف الدراسة:

إن إجراءنا لهذه الدراسة قام من رغبتنا في تحقيق عدد من الأهداف التي نوجزها في:

*من خلال دراستنا سنحاول التعرف على الأخبار او المواضيع التي تفضل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة El-Kala News مشاركتها عبر موقع فيسبوك.

*التعرف على القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين وصفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك.

* معرفة المصادر التي تعتمد عليها الصفحتان في بناء منشوراهما عبر موقع فيسبوك.

*التطلع إلى الكشف عن قيم إخبارية جديدة أدخلتها صحافة المواطن على المشهد الإعلامي الجزائري.

الإطار المنهجي

* الوصول إلى معرفة دقيقة بالعناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

*الكشف عن اللغة المستخدمة في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

05-أهمية الدراسة:

يمكن أن تساهم دراستنا في زيادة المعرفة حول العمل الصحفي غير المهني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمعروف بصحافة المواطن، من خلال تسليط الضوء على نوعية المواضيع وكيفية عرضها للمتابعين، مع العمل على الغوص في جملة من التفاصيل الأخرى بهدف جعل صحافة المواطن أكثر وضوحا من حيث المفهوم والممارسة، وهذا إضافة إلى السعي للتعريف بأهم القيم الاخبارية المتضمنة في المواد الإعلامية المنشورة عبر الصفحات الإخبارية للمواطن الصحفي بموقع فيسبوك في الجزائر، خاصة وأن الدراسات السابقة حول صحافة المواطن قليلة والموجودة منها غالبا ما تتحدث عن مفهوم ونشأة صحافة المواطن، بينما تكاد تنعدم الدراسات التي تتطرق إلى القيم الإخبارية في صحافة المواطن.

06-مصطلحات الدراسة:

تعرف مصطلحات الدراسة ب "الكلمات أو التعبيرات الغامضة أو التي تفهم بأكثر من معنى باختلاف السياقات التي تستخدم فيها" (جواد، 2001، صفحة 59)، ولكون المصطلحات تفهم بأكثر من معنى سنحاول في دراستنا الاعتماد على أكثر من تعريف لكل مصطلح، حتى نصل إلى تعريف شامل يزيل الغموض حوله ويغطي كل جوانبه. (جواد، 2001، صفحة 52)

أ-القيم الاخبارية:

تعرف القيم لغة بأنها:

القيمة: "ج قِيمٌ: الثمن الذي يعادل المتاح، درجة الأهمية النسبية له". (مسعود، 1992، صفحة 652)

اصطلاحا: يعرفها طهطاوي بأنها "القيمة هي الاعتقاد بأن شيئا ما ذا قدرة على إشباع رغبة إنسانية، وهي صفة للشيء تجعله ذا أهمية للفرد أو للجماعة، وهي تكمن في العقل البشري وليست في الشيء الخارجي نفسه". (بن حسن العريشي و عبد الرحمن محمد الدويسري، 2015، صفحة 77)

الإطار المنهجي

ويعرف الخبر لغة بـ:

الخبر: "هو الكلام المحتمل للصدق والكذب"

ويعرف اصطلاحاً بأنه:

"وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه، فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر تتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر" (العبد الله و شين، 2014، صفحة 161)

وتعرف القيم الإخبارية بـ:

"هي مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم للخبر، وهذه المعايير ليست فردية تنسب إلى صحفي دون سواه، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم" (عبد النبي، الصفحات 39-40) فهي بذلك جملة من المعايير التي يبحث عنها الصحفي في حدث معين لكي يصبح خبراً قابلاً للنشر، ويتفق على هذه المعايير أغلب الصحفيين الذين ينتمون إلى منطقة جغرافية واحدة.

كما تعرف أيضاً بأنها:

"هي الإطار الإدراكي أو الدلالي للحدث لانتقاء الأخبار الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تشكل منها الأخبار" (ابراهيم عبد الرزاق و حسام الساموك، 2011، صفحة 90)

فكلما زاد عدد القيم الإخبارية المتضمنة في حدث ما زاد ذلك من قيمته وفرصه للنشر عبر وسائل الإعلام وانتقائه من بين العديد من الأحداث الأخرى التي ستعد أقل حظاً للنشر بسبب قلة القيم الإخبارية بها.

وفي دراستنا سنعتمد تعريفاً إجرائياً للقيم الإخبارية باعتبارها: مجموعة من المعايير التي يعتمد عليها القائم بالاتصال لاختار حدثاً معيناً من بين أحداث أخرى ويقوم بنشره عبر وسائل الاعلام التقليدية أو الحديثة، وهي التي إذا حضر بعضها أو كلها في حدث ما زادت من قيمة ليصبح خبراً جديراً بالنشر عبر وسائل الاعلام.

الإطار المنهجي

ب- الإعلام الجديد:

يحيل الإعلام الجديد حسب الباحث التونسي "الصادق الحمامي" إلى ظاهرة متعددة الأبعاد كما أن استخداماته الاصطلاحية تتسم بالتنوع الشديد، لعل المعنى الأكثر ارتباطا بالإعلام الجديد يتعلق ببعد الجودة والحداثة (Newness) كمقابل لبعد القدم، وعلى هذا النحو يحيل مصطلح الإعلام الجديد إلى معنى الحركة من إعلام قديم إلى إعلام جديد، ما يجعل مصطلح "الإعلام الجديد" يتصل بمعنى التجاوز والقطيعة بين إعلام الماضي وإعلام المستقبل وفي بعض الأحيان إلى معنى النهاية (فناء الإعلام القديم) والولادة (إعلام جديد) (لونيس، 2012، صفحة بدون صفحة)

فمصطلح الإعلام الجديد أطلق على وسائل الإعلام الجديدة التي ارتبطت أساسا بظهور الانترنت والتطورات التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال.

إعلام جديد: قياسا بالإعلام التقليدي -الذي كان جديدا في وقت سابق- فهذا الإعلام باعتماده على وسائل وممارسات إعلامية غير معروفة سابقا سمي بالإعلام الجديد. (خليل شقرة، 2014، صفحة 54)

وكتعريف إجرائي في دراستنا: الإعلام الجديد هو جملة من التقنيات والمواقع الإعلامية والاتصالية، التي يرجع الفضل في بروزها في الساحة الإعلامية، لظهور الأنترنت وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

ج- صحافة المواطن:

تعرف الصحافة لغة بأنها:

"صحافة/صحافة (مفرد): مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في جريدة أو مجلة" (عمر، 2008، صفحة 1272)

أما اصطلاحا فتعرف الصحافة بأنها:

"المجال أو التخصص أو المهنة التي تقوم على جمع الأخبار والتحقق من مصداقيتها، وتحريرها أو تحليلها وتقديمها للجمهور في الصحف اليومية، أو الدورية، في صفحات قد تكون سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، تربية، بناء على أقسام الجريدة والقسم الذي يعمل ضمنه الصحفي". (العبد الله و شين، 2014، صفحة 187)

الإطار المنهجي

يعرف المواطن لغة بـ:

"مواطن (مفرد): 1- إسم فاعل من واطن. 2- من مشا معك في وطن واحد ناصر النائب مواطنيه.

3- وطني: شخص منتم إلى بلد يتمتع بالحقوق السياسية كافة وحق تولي الوظائف العامة، لكونه مولودا فيها أو حاصلا على جنسيتها يتساوى المواطنون في الحقوق والواجبات. مواطن عادي لا علاقة له بالمؤسسات العامة -مواطن عالمي: من يعتبر كل البلدان وطنا له، من يمكنه العيش في كل البلدان كأنها وطنه. (معنى المواطن في معاجم اللغة العربية قاموس عربي عربي، بلا تاريخ)

مفهوم المواطنة اصطلاحا:

"تعرف المواطنة اصطلاحا بأنها علاقة متبادلة بين الأفراد والدولة التي ينتمون إليها ويقدمون لها الولاء ليتحصلوا فيما بعد على مجموعة من الحقوق المدنية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وتعرف المواطنة أيضا وفقا لدائرة المعارف البريطانية بأنها علاقة بين الفرد والدولة يحددها قانون الدولة بما تتضمنه من حقوق وواجبات" (مروان، 2021)

صحافة المواطن: الصحافة الجديدة المعاصرة التي أصبح فيها المواطن شريكا في صياغة الرسالة الإعلامية، بل أصبح قادرا على أن يصوغ رسالته الإعلامية الخاصة به والتي يقدر أن يوصلها إلى كل سكان الأرض بأسرع وقت وأرخص كلفة، هذه الآلية تعتمد على استخدام الكمبيوتر والانترنت في صناعة وإنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات". (العبد الله و شين، 2014، صفحة 187)

تعد صحافة المواطن ظاهرة مهمة كانت وليدة تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث ساهمت في تحول أدوار عناصر العملية الإعلامية التقليدية التي كان فيها الجمهور هو مستقبل الرسالة والذي أصبح اليوم بمثابة منتج أو مصدر المعلومة أو الخبر، فهو الذي يصوره وينشره عبر المنصات الإلكترونية.

في دراستنا سنتبنى تعريف للدكتور إسماعيل محمود حسن لصحافة المواطن كتعريف إجرائي:

"هو نشاط يقوم به المواطنين من خلال القيام بدور تفاعلي في عملية إنتاج للمضمون الإعلامي من خلال جمع وتحرير وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات والموضوعات المختلفة في شتى المجالات مستخدمين في ذلك صفحاتهم على شبكة التواصل الفايبرسوك وتكون تلك الصفحات إما مغلقة أو مفتوحة أو شخصية التي تجمع الأصدقاء

الإطار المنهجي

والأقارب، مستخدمين في ذلك التكنولوجيا الحديثة بهدف إعلام الآخرين أو تثقيفهم أو تسليتهم بأسلوب مباشر أو غير مباشر، وتلك الوسائل مستقلة وتستجيب لمتطلبات الديمقراطية، وتتيح لأولئك المواطنين التعبير عن آراءهم بحرية". (إبراهيم، 2021، صفحة 152)

د-الفيسبوك:

"كلمة اعجمية مكونة من جزأين: فيس Face وبوك Book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع" (قمحية، 2017، صفحة 57)،

إجرائياً: هو فضاء الكتروني يضمن التواصل والتفاعل بين عدد كبير من الأعضاء.

هـ-صفحات الفايسبوك:

"تمثل الصفحة محاولة لتحديد (المجموعة) أفضل، بنفس الطريقة التي حاول بها الفايسبوك تحديد وصقل "الصدقة عبر الأنترنت بدقة، تعني مجموعة الأفراد الذين يريدون أخذ بعض الأدوار الفعالة في تعزيز مصلحة المجموعة أو غرضها" (ليفنسون، 2015، صفحة 40)

إجرائياً: مجموعة من الأفراد كونوا فريق وفتحوا صفحة تجمعهم عبر الفضاء الافتراضي فيسبوك واختاروا لها موضوع معين أو عدد من المواضيع للعمل عليها.

07-منهج الدراسة وادواتها:

أ-منهج الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن دراسات تحليل المحتوى الرامية إلى التحليل الموضوعي للبيانات التي نتحصل عليها من خلال تحليلنا لصفحات المواطن الصحفي عبر موقع فيسبوك في الجزائر ويعرف منهج تحليل المحتوى عند "بيرلسون" بـ:

" يعرف تحليل المحتوى بأنه أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال" (إبراهيم، 2017، صفحة 197)

الإطار المنهجي

من خلال تعريف "بيرلسون" فإن تحليل المحتوى هو منهجية بحث موضوعية كمية تعتمد على تكميم وحدات البحث الظاهرة في الرسائل الإعلامية لوسائل الاتصال، وفي تعريف يوسف تمار لتحليل المحتوى نجده يلتقي مع تعريف "هولستي" في أن تحليل المحتوى يصف المضمون الظاهر لمواد الاتصال حيث عرفه بقوله:

"هو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطنة، الساكنة منها والمتحركة في شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف" (تمار، 2007، صفحة 11)

وبالرغم من اعتبار أصحاب التعريفين السابقين تحليل المحتوى يهتم بالمضمون الظاهر فقط للمواد الإعلامية، نجد من ذهب إلى أن هذا الأخير يتخطى التحليل الظاهر فقط إلى الوصول للمعلومات الكامنة والغير الظاهرة في المادة الإعلامية فقد قال "هولستي" عن تحليل المحتوى أنه:

"أي أسلوب بحثي يرمي للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصا موضوعيا منظما" (طعيمة، 2004، صفحة 70)

كما أيد "أوسجود" هذه النظرة عبر تعريفه لتحليل المحتوى والذي ينص على:

"تحليل المحتوى إجراء يقوم الفرد بواسطته بعمل استنتاجات معينة حول كل من مصدر الرسالة ومستقبلها في ضوء دلائل معينة تشتمل عليها هذه الرسالة" (طعيمة، 2004، صفحة 70)

فهو بهذا التعريف لتحليل المحتوى تجاوز وصفه الظاهري للرسالة الإعلامية وقدم وصفه للدلالات الكامنة فيها.

وإلى جانب هذه الاختلافات العلمية في تعريف تحليل المحتوى نجد تضاربا في آراء الباحثين حول اعتبار تحليل المحتوى أداة بحث أو منهج للبحث العلمي، وفي دراستنا اعتمدنا عليه كمنهج وليس كأداة من خلال جملة من القنوات التي تشكلت لدينا من خلال الاطلاع على آراء العلماء والباحثين إلى جانب التجربة الشخصية ومن بين من عرفه باعتباره منهج نجد تعريفا "الزيدان عبد الباقي" حيث يرى أن: "تحليل المضمون من وجهة نظره منهج وأداة للوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال وأنه يستخدم في تصوير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية القائمة في المجتمع" (ابراهيم، 2017، صفحة 197)

الإطار المنهجي

وبالنسبة "لبول هنري" و"سارج موسكوفي" فقد حددا تعريف تحليل المحتوى على أنه " مجموعة متداخلة من التقنيات تستعمل أساساً عند تناول الوسائل اللسانية" (تمار، 2007، صفحة 09)

إن الحديث عن مجموع التقنيات التي يقوم عليها منهج تحليل المحتوى واستقلال هذا المنهج بوحده، إضافة إلى الأداة الخاصة به والتي يستند عليها في عملية التحليل والمتمثلة في استمارة تحليل المحتوى، إلى جانب قدرته على وصف المواد الإعلامية شكلا ومضمونا كل هذه العوامل مجتمعة تؤيد تصورنا واعتبارنا لتحليل المحتوى منهج علمي قائم بذاته.

ويقسمه الباحثين إلى:

تحليل المضمون الكمي: ويقوم على إجراءات يتم بموجبها تفكيك النص أو عينة النصوص وترجمة الأفكار والاصطلاحات والرموز التي ترد فيها إلى مدلولات ومؤشرات رقمية يمكن تحليلها والتوصل من خلالها إلى نتائج موضوعية دقيقة. (مصطفى حميد الطائي و خير ميلاد ابوبكر، 2007، صفحة 128)

تحليل المضمون الكيفي: يقوم على إجراءات تمكن الباحث من تحليل النصوص الواردة في مختلف المضامين الإعلامية والسياسية، ضمن خطة منهجية متكاملة تجمع كافة متغيرات الظاهرة المبحوثة في سياق واحد يمكن الباحث من التوصل لنتائج منطقية تزيل الغموض عن الظاهرة المبحوثة أو تحل التعارض بين الخيارات لمتغيراتها. (مصطفى حميد الطائي و خير ميلاد ابوبكر، 2007، صفحة 128)

ومما سبق نخلص أن تحليل المحتوى "هو منهج التحليل الوصفي والاستدلالي للمحتوى الظاهر والكامن للمضامين الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري عن طريق وصف مادة التحليل كيفيا وتحويلها إلى مؤشرات وبيانات رقمية قابلة للعد والقياس"، وتتم عملية التحليل وفقا لجملة من الخطوات المنهجية التي تتمثل في:

يقدم "سمير محمد حسين" تلخيصا للخطوات المنهجية المتعلقة بتحليل المضمون لكننا لن نعتمد في دراستنا على كل الخطوات التي اقترحها وإنما سنختار منها ما يتماشى وأهداف دراستنا إلى جانب إمكانية تغييرنا للترتيب الذي طرحه في هذه الخطوات وفيما يلي نستعرض الخطوات التي سنتبعها في تحليلنا لعينة دراستنا:

01- إختيار تحليل المضمون كأداة وأسلوب لتحليل المعلومات.

02- إختيار المجتمع والعينات التي سيجرى عليها التحليل.

الإطار المنهجي

03-تحديد وحدات التحليل وفئات.

04-القيام باختبارات الثبات والصدق لاستمارة التحليل.

05-القيام بعمليات التحليل.

06-تبويب النتائج وجدولتها.

07-التحليل الإحصائي للنتائج واستخراج المؤشرات الخاصة بالتحليل والقيام بعمليات الاستنتاج والاستدلال والقياس.

08-الإجابة على تساؤلات البحث.

09-طرح أفكار وموضوعات ومشكلات بحثية. (طعيمة، 2004، صفحة 130)

ب-أدوات جمع البيانات (تصميم استمارة تحليل المحتوى)

تحديد فئات ووحدات تحليل المضمون:

أولاً-فئات تحليل المضمون: اتفق العلماء والباحثين على عدد من فئات تحليل المضمون حيث تقسم إلى فئات تهتم بالشكل العام للمضمون محل التحليل وتجييب على التساؤل كيف قيل؟، وأخرى تهتم بالمضمون وتجييب على التساؤل ماذا قيل؟

01-فئات الشكل (كيف قيل):

01-01-فئة شكل تقديم الخبر عبر الصفحة: وتعمل هذه الفئة على الوصول للعناصر الشكلية المستخدمة في الخبر من صور، ورسومات، أو نصوص...

01-02-فئة اللغة: اللغات المستخدمة في الأخبار المنشورة في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة El-Kala News.

01-03-فئة شكل نشر الأخبار عبر الصفحة من الناحية الزمنية: بشكل يومي، أسبوعي، نشر غير منتظم.

الإطار المنهجي

01-04-01 فئة عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد: كم مرة نوقش نفس الموضوع بالصفحة، هل تم ذلك من خلال منشور واحد أو أكثر، من خلال هذه الفئة سنصل لمدى أهمية الموضوع بالنسبة للمواطن الصحفي من خلال تكرار نشره ونشر تبعاته.

01-05-01 نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج عبر الصفحة: من خلال إحصاء عدد الإعجابات، عدد المشاركات، وعدد التعليقات.

02-02 فئات المضمون (ماذا قيل):

02-01-02 فئة الموضوع: سنبحث من خلال هذه الفئة عن المواضيع الأكثر عرضا عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة El-Kala News وتنقسم الى فئات فرعية:

*مواضيع اجتماعية

*مواضيع اقتصادية

*مواضيع سياسية

*مواضيع دينية او عقائدية

*مواضيع رياضية

*أخرى

02-02-02 فئة القيم الإخبارية: المتضمنة في المواضيع المنشورة في الصفحتين عبر موقع فيسبوك والمتمثلة في:

* الجودة.

* المحلية او عنصر المكان او القرب المكاني للخبر.

* التوقيت.

* الأهمية.

* الصراع.

* الضخامة.

* الوضوح.

* التوقع

* المفاجأة.

* الغرابة والطرافة.

* الشهرة او ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع.

* السلبية.

02-03- فئة نطاق المواضيع: النطاق الجغرافي للمواضيع المنشورة في الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

02-04- فئة الجمهور المستهدف: تستهدف هذه الفئة الجمهور الموجه إليه منشور الصفحتين وتقسم إلى: رجال،

نساء، أطفال، شباب، جمهور عام، السلطات العمومية.

02-05- القيم الاجتماعية: المتضمنة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة El-Kala

News عبر موقع فيسبوك، والمتمثلة في:

الإصلاح، المسؤولية الاجتماعية، الأخلاق الحميدة، ...

02-06- فئة الاتجاه: أي اتجاه القائمين على الصفحة إذا كان محايد، مساند لجهة معينة.

02-07- فئة الأهداف: الهدف من المنشور والتي تعمل الصفحتين على بلوغها والمتمثلة في:

* محاولة إيجاد حلول للمشاكل المطروحة في المجتمع.

* طرح قضايا الفساد.

* توفير تغطية شاملة للأخبار وتقديمها للجمهور.

* تسليط الضوء على القضايا التي تمم المجتمع.

* التهويل الإعلامي.

الإطار المنهجي

*كسب عدد كبير من المتابعين على حساب نوعية الاخبار لتحقيق عائد مادي.

02-08-08-02-08-02 فئة الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع: نغني بها ناحية الوضوح والضمنية في عرض الموضوع

والمستخدمة في صفحات المواطن الصحفي الجزائري عبر موقع فيسبوك.

الوضوح: من خلال تقديم أهداف المنشور بطريقة واضحة ومباشرة.

الضمنية: يبقى الهدف ضمني يفهم من سياق المنشور.

إلى جانب الاكتفاء بعرض جانب واحد من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع أو عرض الجانبين المؤيد والمعارض.

02-09-02-09-02-09-02 فئات الشخصيات: تتمثل في الشخصيات التي يتمحور حولها الحدث من ناحية العامة، أو المشاهير.

02-10-02-10-02-10-02 فئة المصدر: أي مصادر الأخبار المنشورة في صفحات المواطن الصحفي الجزائري عبر موقع فيسبوك،

من ناحية الموثوقية، الرسمية، وإن ذكرت أو لم تذكر، أو من ناحية الحضور في مكان الحدث، الإثبات على مصادر

أخرى كوسائل الإعلام ووكالات الأنباء، الاعتماد على شهود عيان.

ثانيا-وحدات تحليل المحتوى:

01-الموضوع: سنعتمد على هذه الوحدة للوصول لكل المواضيع التي ينشرها المواطن الصحفي الجزائري في

الصفحات محل التحليل عبر موقع فيسبوك خلال فترة دراستنا.

02-وحدة الفكرة: في دراستنا سنعتمد على هذه الوحدة للتعلم في الموضوع واتجاه القائم بالاتصال إلى جانب

محاولة فهم القيم المتضمنة فيه.

ج-أدوات الدراسة:

استمارة تحليل المحتوى:

"استمارة تحليل المحتوى عبارة عن أشكال " هندسية " في معظم الحالات، ينجزها الباحث ليصب فيها نتائج

الحسابات التي قام بها على مضمونه، ثم يجمعها ليتم تفرغ محتواها في جداول التحليل الكمي " (تمار، 2007،

صفحة 98)

الإطار المنهجي

في دراستنا اعتمدنا على استمارة تحليل محتوى بمحورين، الأول فئات الشكل (كيف قيل؟)، والثاني فئات المضمون (ماذا قيل؟)، ومن خلال 15 سؤال رئيسي، إلى جانب أسئلة فرعية، سنحاول الإجابة على تساؤلات الدراسة.

08- اختيار المجتمع والعينات التي سيجرى عليها التحليل:

أ-مجتمع الدراسة: يشير مجتمع البحث في كثير من ادبيات البحث العلمي الى:

"مجموع الوحدات التي يمكن ان يتعامل معها الباحث في سبيل جمع بياناته البحثية، وهو بذلك تعبير عن كتلة ليست محصورة ومحددة بالضرورة من حيث عدد او أسماء وحداتها، لكنها محددة من حيث توفرها على سمات ومعايير عامة ومشتركة يركز عليها الباحث في بناء المقاييس الأولية لإطار المعاينة". (جخدل، 2019، صفحة 17)

ويقصد به أيضا "يقصد به جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث، فقد يكون المجتمع من سكان مدينة أو مجموعة من المزارع في منطقة معينة، أو وحدات معرفة بصورة واضحة بحيث يمكن تمييز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع دون غيرها، ويعرف بأنه كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة، فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على البيانات." (بن عبد المؤمن، 2008، صفحة 184)

فمجتمع البحث هو كل المشاهدات او الافراد او الحالات او البرامج او الاحداث التي لها سمات او خصائص موضوع البحث او الدراسة، ويرتبط الوصول لجميع وحداته مجتمع البحث الى حجمه حيث يصعب الوصول اليها في المجتمعات التي تتميز بضخامتها لهذا يركز الباحث في دراسته على المجتمع المتاح له وفقا لإمكانيات البحث الزمانية والبشرية، ولكن بشرط ان يمثل المجتمع المتاح مجتمع المستهدف في الدراسة تمثيلا دقيقا ووفقا للشروط التالية:

01- إختيار العينة يكون من المجتمع المتاح وليس المجتمع المستهدف.

02- يتم اختيار المجتمع المتاح بنفس خصائص وسمات المجتمع المستهدف لصدق التمثيل.

03- يفضل أن ينسب حجم العينة للمجتمع المستهدف وان تم اختيار الحجم منسوبا إلى المجتمع المتاح فيجب أن تزيد النسبة ويظل حجم العينة ثابتا في الحالتين. فالعينة التي يصل حجمها إلى 3000 مفردة قد تمثل بالنسبة للمجتمع المستهدف 1 % لكن بالنسبة للمجتمع المتاح 10% .

الإطار المنهجي

04-تعميم نتائج البحث يجب أن يتصل بالمجتمع المستهدف وليس المجتمع المتاح حيث أن التعميم على المجتمع المتاح لا يمثل إضافة علمية تثري النظرية أو التطبيق. (BC، 2016)

وبالنسبة لدراستنا مجتمع البحث المستهدف هو جميع صفحات المواطن الصحفي الجزائري عبر موقع فيسبوك، اما المجتمع المتاح هي الصفحات التي تمكنا من الوصول اليها، ويرجع عدم تمكنا من الوصول الى كل وحدات المجتمع المستهدف الى عدم التمكن من الوصول الى كل صفحات المواطن في الجزائر نظرا لعددتها غير المعلوم، لهذا سنحاول الوصول الى أكبر عدد ممكن من صفحات المواطن الجزائري عبر موقع فيسبوك معتمدين بذلك على المجتمع المتاح لدينا بعد عمليات البحث الدقيق في موقع فيسبوك.

ب-عينة الدراسة: تعرف العينة بأنها:

"هي مجموعة جزئية من المجتمع أو جزء من المجتمع" (مطلق، 2009، صفحة 28)

كما تعرف بأنها: "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي" (المحمودي، 2019، صفحة 160)

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية التي تعرف بأنها:

"سميت هذه العينة بالعينة القصدية أو الغرضية نظرا لأن الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث" (المحمودي، 2019، صفحة 176)

تمثلت عينة الدراسة في صفحتين إخباريتين لمواطنين، وتمت عميلة الاختيار بطريقة قصدية على أساس صفحات المواطنين الإخبارية الأكثر متابعة في الجزائر وفقا لإحصائيات موقع Fanpage Karma وهو موقع إلكتروني يقدم خدمة تحليل التفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي. (Fanpage Karma, 2022)

ومن خلال الإحصائيات وجدنا أن الصفحة المسماة "فخامة الرجل هواري بومدين"، و صفحة " El-Kala News" من أكبر صفحات المواطن متابعة في الجزائر وفقا للإحصائيات المدرجة في الجدولة التالي:

الإطار المنهجي

الرقم	اسم الصفحة عبر موقع فيسبوك	عدد المتابعين	رابط الصفحة عبر موقع فيسبوك
01	فخامة الرجل هوارى بو مدين	374 ألف متابع بتاريخ 2022/06/02	(20+) فخامة الرجل هوارى بو مدين Facebook
02	El-Kala News	77 ألف متابع بتاريخ 2022/06/02	https://www.facebook.com/ElKalaNews

ومن خلال دراستنا عملنا على تحليل منشورات صفحة فخامة الرجل هوارى بو مدين لفترة قاربت 6 أشهر في الفترة التي تتراوح بين 01 أكتوبر 2021 إلى غاية 24 مارس 2022، وذلك راجع لتوقف الصفحة عن ادراج المنشورات منذ تاريخ 24 مارس 2022، بينما قمنا بتحليل الأخبار المدرجة عبر صفحة El-Kala News لمدة 6 أشهر منذ تاريخ 01 نوفمبر 2021 إلى غاية 30 أبريل 2022.

09- القيام باختبارات الصدق لاستمارة التحليل:

يعد صدق أداة أو استمارة تحليل المحتوى أمر محتوم وجب على الباحث القيام به للتأكد من استيفاء استماراته للأهداف الموضوعية من اجلها، ويتم ذلك عبر الاسترشاد بعدد من الباحثين المتخصصين في مجال الدراسة وقد قدم "هولستي" طريقة لحساب معامل الثبات والذي يطبقه أكثر من محكم واحد بمعنى ثلاثة محكمين أو أربعة، وهذا بالتحديد ما قمنا به، حيث أرسلنا استمارة بحثنا لـ 3 أساتذة من جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، من قسم العلوم الإنسانية تخصص الإعلام والاتصال، وتم ترميزهم على التوالي:

*الدكتورة نايلي نفيسة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية. (أ)

*الدكتورة لبنى رحموني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية. (ب)

الإطار المنهجي

*الدكتور بولعام بلال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية.
(ج)

وبعد استرجاعنا للاستمارات المحكمة قمنا بحساب درجة التجانس بين السادة الأساتذة وفقا للمعادلة التالية:

$$R = N.C/1 + (N-1).C$$

حيث أن R هو معامل الثبات

N عدد المحكمين.

C متوسط الاتفاق بين المحكمين.

وتحسب نسبة الاتفاق بين المحكمين وفقا للمعادلة: عدد العناصر المتفق عليها/ العدد الكلي لعناصر الاستمارة.
(مورسلي، 1987، صفحة 175)

حساب متوسط الاتفاق بين المحكمين (أ) و (ب):

$$0.88 = 92/ 81$$

حساب متوسط الاتفاق بين المحكمين (أ) و (ج):

$$0.84 = 92/ 78$$

حساب متوسط الاتفاق بين المحكمين (ب) و (ج):

$$0.79 = 92/ 73$$

وعليه C = المجموع/3

$$0.83 = 3/0.79+0.84+0.88$$

$$0.83 = C$$

$$R = 3 \times 0.83 / 1 + (4-1) \times 0.83$$

$$R = 0.93$$

الإطار المنهجي

وبذلك فإن معامل الثبات بين المحكمين بلغ نسبة 0.93%، وهي نسبة تفوق النسبة العلمية الموصى بها من طرف العلماء والباحثين لاعتماد أداة التحليل والمقدرة بـ 0.80%.

10- حدود الدراسة:

أ-المجال الزمني: ستمتد دراستنا على مدار 06 أشهر، أي أننا سنقوم بتحليل مضمون صفحات "فخامة الرجل هواري بومدين" و "El-Kala News" لمدة 06 أشهر، بالنسبة لصفحة "El-Kala News" سيكون التحليل محصور بين 01 نوفمبر 2021 إلى غاية 30 أبريل 2022، لكن ونظرا لتوقف صفحة فخامة الرجل هواري بومدين عن نشر الاخبار بتاريخ 24 مارس 2022، سنقوم بتحليل منشوراتها في الفترة الممتدة بين 01 أكتوبر 2021 إلى غاية 24 مارس 2022.

ب-الحد المكاني: سنقوم في دراستنا بتحليل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و "El-Kala News" من موقع فيسبوك في الجزائر.

11-الدراسات السابقة:

اعتمدنا في دراستنا على عدد من الدراسات السابقة التي تناولت بالدراسة أحد متغيرات دراستنا، كما استفدنا منها من خلال اطلاعنا على نتائجها، وفروضها، وأهم المراجع التي اعتمد عليها الباحثين في هذه الدراسات.

11-01-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، لسنة 2011/2012 للباحثة "فوزية عكاك" بعنوان "القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة" دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي-ديسمبر 2007. (عكاك، 2011-2012)

عملت الدراسة على الإجابة على التساؤل الرئيسي المتمثل في ماهية مصفوفة القيم الخبرية التي يصنعها القارئ بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية وماهي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكلها؟

وتمحور أهداف الدراسة حول:

*الكشف عن مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئ بالاتصال في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية.

الإطار المنهجي

* التعرف على السمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في صحف الدراسة من حيث خصائصهم الاجتماعية والمهنية وتوجهاتهم الإيديولوجية.

* التعرف على تصور القائمين بالاتصال لنوعية المعايير التي يستخدمونها في انتقاء ونشر الأخبار الداخلية.

* التعرف على تصور القائمين بالاتصال لدور الصحافة، وتصورهم لمهامهم وأدوارهم الإخبارية والصحفية وللأخلاقيات المهنية المتبعة في المعالجة الإخبارية.

* تحديد العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الخيرية في الأخبار الداخلية.

* رصد العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال لعملهم، ولنوعية العلاقات القائمة بين القائم بالاتصال-المصدر، القائم بالاتصال-السلطة، القائم بالاتصال-الجمهور، القائم بالاتصال-الرؤساء.

اعتمدت الباحثة في دراستها على أداتين عبر تحليل المضمون والاستبيان، الأولى تمت بتحليل الأخبار الداخلية المنشورة في يومي الخبر والشروق اليومي ابتداء من جانفي 2007 إلى غاية ديسمبر 2007، والثانية عبر توزيع استمارة على القائمين بالاتصال في الجريدتين.

وخلصت الباحثة لجملة من النتائج نذكر منها:

* عن نوعية الأخبار التي لا تنشرها صحف الدراسة، فتتعلق أساسا بالأخبار التي تمس بالحياة الشخصية للأفراد، والقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع الجزائري، أو تلك التي تهدد وحدة التراب الوطني، والتي تمس باستقرار المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى أخبار الفضائح والجرائم.

* عن نوعية الأخبار التي تنشرها صحف الدراسة التي يرى القائمون بالاتصال عدم نشرها، انتقد الصحفيون نشر الأخبار الشخصية، والأخبار المثيرة والمبتذلة، والفضائح الأخلاقية، إلى آخر انتقاداتهم للممارسات الإخبارية بصحفتهم، والتي تتنافى أحيانا مع قواعد المهنة وتقاليدها، ولا تتفق مع قيم الصحافة المسؤولة، وتكشف عن عدم رضا الصحفيين عما يقومون به من أعمال، ومن ثم درجة اقتناعهم بما يقدمونه من إنتاج صحفي.

* وعن تصور القائمين بالاتصال للقيم الخيرية السائدة في صحف الدراسة، ولكيفية معالجتها، من خلال إجاباتهم على طريقة نشر بعض الأخبار في صحفتهم، وتصورهم للطريقة التي ينبغي نشرها بها، اتضح أن ثمة تباينا إلى حد ما في الرؤى بين الصحفيين وبين السياسات التحريرية لصحفتهم حول معايير الاختيار ونشر الأخبار، ويظهر ذلك

الإطار المنهجي

في محاولة القائمين بالاتصال تكييف خياراتهم مع التوجهات الأساسية لصحفيهم حيث أجاب صحفيو الجريدتين (الشروق اليومي، والخبر) بـ 70%، و55% على التوالي، أنهم يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي ووجهة نظرهم وآرائهم في حالة وجود تناقض بينهما، مما يفسر استعداد الصحفيين للتنازل عن بعض قناعتهم لصالح المؤسسة التي يعملون بها.

*رتب القائمون بالاتصال دور رئيس التحرير في مقدمة العوامل التي تحدد أولويات النشر، وهو أمر يعكس مركزية السلطة داخل صحف الدراسة، حيث يتحكم رئيس التحرير في تقرير الأخبار المرشحة للنشر.

*وعن موقع الصحفي بين العوامل التي تتحكم في نشر الأخبار، أوضح الصحفيون بأن دورهم محدود في إطار عوامل أخرى ذات أولوية، حيث جاء دور الصحفي في الترتيب الأخير، بعد عوامل أخرى كرئيس التحرير، وسياسة الصحيفة، ورئيس القسم، وطبيعة الأحداث ذاتها، التي تتدخل في تحديد أولويات الأخبار، مما يؤدي إلى تحجيم دور الصحفي وإلى الحيلولة بينه وبين الدعوة لأفكاره واتجاهاته في الصحيفة التي يعمل بها، وهو أمر لا يدفعه إلى الابتكار، ويجعله يؤدي عملاً روتينياً، كما كشفت إجابات الصحفيين عن تراجع دور الصحفي في تقرير نشر المواد الخبرية كما هي، فضلاً عن تعرض المادة الخبرية إلى مراجعات كثيرة، تتفق مع توجهات المسؤولين.

*وعن رؤية الصحفيين للجوانب التي يجب مراعاتها عند انتقاء وجمع الأخبار ونشرها، تبين تركيز القائمين بالاتصال على المبادئ والأخلاقيات المهنية التي تحرص على أن تكون المعلومات من مصدر موثوق به، وعلى الموضوعية، والدقة، والأمانة في نقل المعلومات، في حين كشفت الدراسة الميدانية عن تراجع الاهتمام بمراجعة قيم المجتمع وتقاليدته في عملية انتقاء ونشر الأخبار.

*وعن رؤية الصحفيين لأكثر الأخبار التي تجد طريقها للنشر في صحف الدراسة، اتضح أن الأخبار التي تمس اهتمامات الجمهور واحتياجاته جاءت في المرتبة الأولى، مع تراجع الاهتمام بالأخبار التي تترك تأثيراً اجتماعياً أو سياسياً أو تلك التي لم تنشرها صحافة القطاع العام، كما أوضحت النتائج اهتمام صحفيي الخبر بالأخبار التي ترتبط بسياسة الدولة، في حين يولي صحفيو الشروق اليومي أهمية للأخبار التي ترتبط بسياسة صحيفتهم.

*وعن نوعية القيم الخبرية في صحف الدراسة، اتضح وجود تقارب كبير بين تصور صحفيي الخبر والشروق اليومي للقيم الخبرية، حيث عدت الإثارة والتشويق وما يناسب سياسة الصحيفة، وما يهم عدداً كبيراً من الناس، من القيم المهمة جداً بالنسبة للقائمين بالاتصال في كلا الصحيفتين، كما صنفت قيمة الصلة والقرب، والغربة والطرافة من القيم المهمة إلى حد ما، وفي الوقت الذي اعتبر فيه صحفيو الخبر قيمة الصراخ، وقيم المجتمع فضلاً عن ما يكشف

الإطار المنهجي

انحرافا ما من القيم المهمة جدا، صنفها صحفيو الشروق اليومي على أنها من القيم المهمة، بينما رتب القائمون بالاتصال في جريدة الشروق اليومي قيمة الشهرة على أنها من القيم المهمة، عدت بالنسبة لصحفي الخبر مهمة إلى حد ما.

11-02- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان "مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن" للباحث "إبراهيم بعزيز" جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، للسنة الجامعية 2014/2013. (بعزيز، 2014)

هدفت الدراسة للوقوف على التغيرات والإفرازات التي نجمت عن تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة والأنترنت خاصة، من خلال دراسة صحافة المواطن وانعكاسات هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة على الظواهر الاجتماعية الأخرى والكشف عن تأثيراتها لاسيما في مجال الصناعة الإعلامية، أجريت الدراسة على عينة عرضية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر عام 2014، عبر توزيع 400 استمارة عبر أربع جامعات بكلياتها المختلفة، جامعة الجزائر 1 (كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق، معهد العلوم والتكنولوجيا باب الزوار)، جامعة الجزائر 2 (كلية العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية) جامعة الجزائر 3 (كلية العلوم السياسية والإعلام، كلية علوم التسيير)، وجامعة أحمد بوقرة- بومرداس، بالإضافة إلى المعهد الوطني الإحصاء والتخطيط، وتم استرجاع 300 استمارة فقط، إلغاء 60 استمارة بسبب عدم ملئ بعضها كاملة، بالإضافة إلى تناقض بعض إجابات الباحثين، وفي الأخير فقد كان العدد الإجمالي للاستمارات المدروسة 240 استمارة (بعزيز، 2014)، استخدم فيها الباحث منهج المسح الوصفي من خلال استمارة استبائيته، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج التي نذكر منها:

*تنوع طبيعة دوافع استعمال مواقع التشبيك الاجتماعي.

*تعدد الحاجات والرغبات التي يسعى الباحث لتلبيتها من خلال استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

*تنوع أشكال المضامين المنتجة والمنشورة، زيادة تفاعلية الجمهور ومشاركته في إنتاج المضامين.

*الإنتاج الجماعي للمضامين الإعلامية، تأثير الإعلام الجديد على الرأي العام حيث يرى كثير من الباحثين أن مضامين الإعلام الجديد لها تأثير كبير في كيفية تحديد مواقف وآراء الناس.

*الانعكاسات على قطاع الإعلام فقد تبين أن غالبية الباحثين نقصت مدة تعرضهم واستعمالهم لوسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة المكتوبة...) بفعل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار المنهجي

* زيادة مصداقية الإعلام الجديد في ظل تراجع مصداقية الإعلام التقليدي.

* زيادة الاندماج بين الإعلام التقليدي والجديد حيث بدأت وسائل الإعلام التقليدية العربية بصفة عامة والجزائرية بصفة خاصة (النهار، الشروق، الهقار...) بفتح المجال لمشاركات الجمهور، من خلال دعوتهم لإرسال مضامين ومقاطع وصور ليتم نشرها.

* تشكل مواقع التواصل الاجتماعي نشاطا منافسا لوسائل الإعلام التقليدية، من حيث عدد المستخدمين ونسبة الإعلانات، فارتفاع عدد المستخدمين لمواقع التواصل ونسبة الإعلانات المنشورة فيها، سيؤدي لا محال إلى تراجع نسبتها في الإعلام التقليدي.

* تحول العديد من الصحفيين المحترفين إلى النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

* تعزيز حرية التعبير والنقاش فهذه المواقع تعد منبرا حرا للتعبير والتنقيص عن الذات، وتفريغ المكبوتات والحديث عن الأشياء والمواضيع التي لم تتح للأفراد الفرصة والفضاء للحديث عنها.

* التحول من الحديث عن الحق في الإعلام إلى الحديث عن الحق في الاتصال، أي تحول اهتمامات الأفراد من مجرد إعلامهم بما يحصل، إلى مطالبتهم بضرورة مشاركتهم في عملية الاتصال من خلال إنتاج المضامين وليس مجرد استقبالها واستهلاكها كمتلقين سلبيين.

11-03- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان "سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية -دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم" من إنجاز الباحث "بداني فؤاد" من جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، للموسم الجامعي 2016/2015. (فؤاد، 2016/2015)

طرحنا الدراسة جملة من التساؤلات التي تمثلت في:

* ما هي الخصائص السوسيولوجية لهيئات التحرير بالإذاعة الجزائرية "إذاعة مستغانم وما هو واقع الأداء الإخباري لصحفيي إذاعة مستغانم؟

* ما هي القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية لإذاعة مستغانم وما العوامل التي تؤثر في تحديدها؟ وهل تتوافق وقيم المجتمع المحلي؟

* من هو جمهور الأخبار الإذاعية وما هي مواقفه من الخدمة الإخبارية؟

الإطار المنهجي

وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي الوصفي التحليلي الذي يتمثل في منهج البحث الميداني ومنهج تحليل المحتوى، من خلا عينة تمثلت في جميع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار و التحرير و هذا لمحدودية عددهم و إمكانية دراستهم و تحليل مقابلاتهم حول الموضوع و عددهم 10.

وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج التي نذكر منها:

* أن الصحفي هو ذلك الإعلامي الشاب الذي تخرج من الجامعة بمؤهلات وهو ذلك المجتهد والموظف بتبليغ رسائل الدولة للشعب بالمفهوم الاشتراكي للقائم بالإعلام.

* من بين القيم الإخبارية التي تميز الإعلام الجزائري من خلال الإذاعة نجد الآنية والجدة والطابع الرسمي للأخبار وأنها محلية بدرجة كبيرة ويتم تحديدها واختيارها وفق السياسة التحريرية للإذاعة والتابعة لسياسة السلطة الجزائرية

* يتميز جمهور إذاعة مستغانم بالتنوع وأن فئة الشباب هي الأكثر استماعا ومتابعتا كما أن الجمهور راضي بنسبة معتبرة عن الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانم.

11-04 أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، للسنة الجامعية 2018/2017 للباحث "بن عودة موسى" بعنوان "القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية" دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة، دزاير تي. في، وقناة الخبر) (موسى، 2018-2017)

أجابت الدراسة على التساؤل الرئيسي:

"ما هي أهم القيم الإخبارية التي يركز عليها بناء النشرات الرئيسية في قنوات: الجزائرية الثالثة، الخبر ودزاير تي-في وما هي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها وهل للقائم بالاتصال دور في ذلك؟"

كما عملت على بلوغ جملة من الأهداف:

* تقديم مقارنة علمية حول الجدل القائم عن مصداقية ومهنية القنوات الفضائية الجزائرية فيما يتعلق بتغطية الأحداث في الجزائر.

* تزويد الساحة العلمية الجزائرية بدراسة أكاديمية وعلمية خاصة أن تجربة القنوات الفضائية الجزائرية انطلقت منذ مدة قصيرة وهي في بداياتها الأولى وتنقصها التجربة.

الإطار المنهجي

* معرفة الفروق المهنية التي تصنع الفارق في الاحترافية المهنية بين القنوات التلفزيونية.

* التعرف على طرق تشكيل المضامين العالمية في القنوات الفضائية العمومية والخاصة.

* التعرف على ظروف عمل القائم بالاتصال والعوامل التي تؤثر عليه وتتحكم فيه وعلاقته بالمصدر، المتلقي، السلطة.

استخدم الباحث في الدراسة المنهج المسحي معتمدا على ثلاث أدوات لجمع البيانات وهي الملاحظة من خلال الزيارات التي إلى ميدان الدراسة، لملاحظة بعض السمات التي تميز مجتمع البحث بصفة عامة، وأفراد العينة بصفة خاصة، إضافة إلى ملاحظة العلاقات المتواجدة داخل المؤسسة وذلك من خلال مختلف التعاملات التي تحدث بين أفراد المجتمع المبحوث.

إلى جانب أداة تحليل المضمون بغية العمل على الوصف الكمي الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهري لمادة الاتصال من خلال عينة من النشرات الإخبارية التي تبثها القنوات التلفزيونية الثلاث.

هذا وقد استعان الباحث باستمارة استبائيته وزعت على الصحفيين العاملين بالقنوات التلفزيونية محل البحث.

ومن أهم نتائج الدراسة:

* أظهرت نتائج دراسة تحليل المضمون الخاصة بموضوع القيم الخبرية المتناولة في النشرات الإخبارية التلفزيونية الرئيسية اهتمام قنوات الدراسة بقيم التوقيت، الضخامة والقرب والشهرة بالدرجة الأولى وهذا إذ تحتل قيمة التوقيت المرتبة الأولى في مصفوفة القيم، كما أن هذه القنوات تراعي ضخامة الأحداث والوقائع لنقلها للمشاهد أما قيمة القرب فإن سياسة تحرير الأخبار في القنوات تركز على قيمة القرب أثناء التغطية لجذب اهتمام المشاهد.

* يوجد بعض التشابه في مصفوفة القيم الخبرية وترتيبها في قنوات الدراسة وهذا لتقارب السياسات التحريرية لها رغم اختلاف طابع الملكية.

* معظم الصحفيين يجهلون تعريف القيم الخبرية إلا أنهم يتعاملون بها يوميا وعلى أساسها يقومون بإعداد أخبارهم والتي تعودوا عليها يوميا من خلال ما تمليه عليهم السياسة التحريرية للمؤسسة أو مسؤوليها أو حارس البوابة.

* من خلال طرح السؤال المفتوح على المبحوثين والمتعلق بتعريفهم للقيم الخبرية كشفت إجابات المبحوثين أن معظم الصحفيين يجهلون تعريف القيم الخبرية، حيث لمس الباحث خلط الصحفيين بين القيم الخبرية وعناصر الخبر إذ لم

الإطار المنهجي

يوفق معظمهم في وضع تعريف محدد ودقيق لمفهوم القيم الخبرية، بالمقابل وجد فئة قليلة جدا أعطت تعريفا قريب من التعريف الصحيح للقيم الخبرية.

11-05- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الفلسفة بعنوان:

« Threat, Modeling and Misconceptions: A Coorientational Study of Citizen Photojournalists' and Professional Photojournalists' Values »

التهديد، النمذجة والمفاهيم الخاطئة

دراسة قيم المصورين الصحفيين المواطنين والمهنيين

للباحثة "Tara M.Buehner" بجامعة أكلاهوما، كلية الخرجين لعام 2013. (BUEHNER, 2013)

تهدف هذه الأطروحة إلى استكشاف كيفية إدراك المصورين الصحفيين المحترفين والمواطنين، الذين يجلبون معارف وقيم ومهارات مختلفة إلى حرفة التصوير الصحفي، لأنفسهم، ولبعضهم البعض، وكيف يدركون أنهم يتفوقون مع بعضهم البعض. من خلال مجالات القواسم المشتركة والصراع في مواقفهم حول احتراف الصحافة واحتراف التصوير الصحفي، علاوة على ذلك، يمكن أن تشير الديناميكيات بين الاتفاق والدقة والتفاهم إلى الإعجاب أو عدم الإعجاب بين المجموعات وتعني تهديداً مهنيًا.

كما أجابت الدراسة على جملة من التساؤلات المتمثلة في:

- س 1: ما هي تصورات المصورين الصحفيين المحترفين لعناصر مهنة الصحافة؟
- س 2: ما هي تصورات المصورين الصحفيين المحترفين لعناصر احتراف التصوير الصحفي؟
- س 3: ما هي تصورات المواطنين المصورين الصحفيين لعناصر مهنة الصحافة؟
- س 4: ما هي تصورات المواطنين المصورين الصحفيين لعناصر احتراف التصوير الصحفي؟
- س 5: إلى أي درجة يتفق المصورون الصحفيون المحترفون والمواطنون على تصوراتهم لعناصر احتراف الصحافة؟

الإطار المنهجي

س6: إلى أي درجة يتفق المصورون الصحفيون المحترفون والمواطن الصحفيون على تصوراتهم لعناصر احترام التصوير الصحفي؟

س7: ما مدى دقة تصور المواطنين الصحفيين للمصورين الصحفيين المحترفين ولعناصر الاحتراف الصحفي؟

س8: ما مدى دقة تصور المواطنين الصحفيين للمصورين الصحفيين المحترفين ولعناصر احترام التصوير الصحفي؟

س9: إلى أي درجة تتوافق تصورات المصورين الصحفيين عن مهنية الصحافة مع تصورات المصورين الصحفيين المحترفين لعناصر الاحتراف الصحفي؟

س10: إلى أي درجة تتوافق تصورات المواطنين المصورين الصحفيين حول احترام التصوير الصحفي مع تصورات المصورين الصحفيين المحترفين لعناصر احترام التصوير الصحفي؟

س11: إلى أي مدى يقوم المصورون الصحفيون المواطنون بتقييم جودة الصورة الإخبارية التي تم تصنيفها على أنها التقطت من قبل محترف مختلف عن الصورة الإخبارية بدون تسمية؟

تتألف هذه الدراسة من مسح على شبكة الإنترنت، تتم إدارته ذاتياً، حيث تم توزيع استمارات استبنايه على مجموعتين من المستجيبين -المصورون الصحفيون المحترفون والمصورون الصحفيون المواطنون.

بالإضافة إلى الاستبيان، تم استخدام تقييم الصورة لقياس تصورات المجموعتين عن جودة الصورة الإخبارية، وتم طلب شرح مفتوح لمنح المشاركين فرصة للتعبير عن الأساس المنطقي لتقييمهم للصورة.

تضمنت العينة القصدية مصورين صحفيين من "National Press Photography (NPPA)" والجمعية الأمريكية لمصورى وسائل الإعلام، (ASMP) هو مجتمع أمريكي للمصورين الإعلاميين، مكرس لتعزيز حقوق المصورين، وتوفير التعليم لممارسات تجارية أفضل والمساعدة في ربط المشترين مع المصورين المحترفين) ومن جهة ثانية لدراسة المواطنين الصحفيين تم اختيار عينة من المواطنين المصورين الصحفيين من مجموعات صحافة المواطنين المختلفة على موقع فليكر.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

الإطار المنهجي

تم القيام بدراسة تصورات الصحفيين المحترفين، والمواطنون الصحفيون، لقيم بعضهم البعض مع سؤال أساسي حول ما إذا كان المصورون الصحفيون المحترفون يدركون شعورًا بالتهديد المهني من المصورين الصحفيين المواطنين. تم استخدام ثلاث طرق لفهم هذه التصورات.

أولاً، مسح يقيس المواقف تجاه مهنة الصحافة واحتراف التصوير الصحفي بدراسة اتفاق المجموعتين مع بعضهما البعض، ودقتها في تقييم قيم الآخرين، واتفاقهما الملحوظ (التطابق) مع بعضهما البعض.

ثانياً، تم استخدام تقييم للصور يقيس تصور كل مجموعة لجودة صورة الأخبار لتثليث تصورات المجموعتين عن الصحافة والتصوير الصحفي وكذلك تصورات كل منهما عن الأخرى.

ثالثاً، بعد تقييم هذه الصور، طُلب من المستجيبين أن يشرحوا، بكلماتهم الخاصة، سبب تصنيفهم للصور بالطريقة التي قاموا بها. باستخدام هذه المنهجيات.

تساهم هذه الأطروحة في ثلاثة مجالات رئيسية للأدب.

أولاً، أضاف إلى علم اجتماع الأدب الإخباري من خلال تحديد وشرح مواقف المهنيين والمواطنين حول معيار

عناصر احترام الصحافة والتصوير الصحفي، وكيف تشكل هذه المعايير المحتوى الذي تنشئه.

ثانياً، أضاف إلى الأدبيات الحالية حول علم اجتماع المهن - لا سيما مجال ما يعنيه أن تكون محترفاً، حيث يواجه المصورون الصحفيون قدرًا كبيرًا من عدم اليقين في عملهم وأصبح المواطنون جزءًا أكبر من علم الاجتماع.

ثالثاً، خلقت هذه الدراسة مقياس موثوق يقيس جودة الصورة الإخبارية. تضمن هذا المقياس أبعاد جماليات الصورة وتقنية التصوير وقيم الأخبار من حيث صلتها بالصور الصحفية.

يتمتع المصورون الصحفيون المحترفون والمصورون الصحفيون المواطنون بنفس الموقف العام تجاه العديد من قيمهم، لكن المصورين الصحفيين المحترفين يقومون بعمل ضعيف بشكل خاص في إدراك قيم المواطنين ويعتبرون أنفسهم مختلفين تمامًا عن المصورين الصحفيين المواطنين.

بشكل عام، أظهر المصورون الصحفيون المحترفون من خلال هذه الدراسة أنهم يسعون جاهدين لتمييز أنفسهم عن جحافل المواطنين ومن بينهم المصورون الصحفيون.

لا يجب المصورون الصحفيون فكرة التصوير الصحفي للمواطنين وقد يدركون شعورًا بالتهديد لمهنتهم.

الإطار المنهجي

المصورون الصحفيون المواطنون، من ناحية أخرى، أفضل في فهم قيم المصورين المحترفين، ويشير توافقهم المرتفع نسبيًا إلى أن لديهم دافعًا داخليًا ليكونوا مشاهدين للمصورين الصحفيين المحترفين؛ وبالتالي يجوز للمواطنين احترام تدريب ومهارات المهنيين.

برز الشعور المهدد للمهنية لدى المصورين الصحفيين المحترفين لأنهم قاموا بتقييم الصورة التي تنسب للمواطن بأنها ضعيفة، بينما صنف المصورون الصحفيون المواطنون شرطي الصورة على حالهما.

كما أعرب المصورون الصحفيون المحترفون عن شعورهم بذلك التهديد في ردودهم المفتوحة من خلال الاستخفاف بالتصوير الفوتوغرافي للمواطنين بشكل عام والإشارة إلى عدم أمان وظائفهم في وسطها.

يتمثل أحد أكبر التحديات التي يواجهها المصورون الصحفيون المحترفون في المستقبل في تعريف أنفسهم على أنهم يحملون قيمًا لا يفعلها الآخرون. ومع ذلك، لا يعتبر المصورون الصحفيون المواطنون أنفسهم منافسين للمصورين الصحفيين المحترفين.

11-06-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان

"Citizens and online media participation"

Attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona

المواطنون والمشاركة الإعلامية على الأنترنت "المواقف والدوافع تجاه الصحافة التشاركية وغيرها من الممارسات عبر الأنترنت في لندن وبرشلونة"

من إنجاز Jume Suau Martinez، بجامعة Ramon Llull بإسبانيا عام 2015.

(Martínez, 2015)

عملت الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف التي نذكر منها:

*البحث في كيفية تصور المواطنين للمشاركة الإعلامية عبر الأنترنت، مع التركيز على مواقفهم والدوافع تجاه الخيارات المختلفة التي تقدمها الميديا الجديدة للمشاركة في مواقعهم الإلكترونية.

الإطار المنهجي

*دراسة الخيارات التشاركية التي من خلالها تتبنى وسائل الإعلام الإخبارية مشاركة المواطنين. للبحث عما إذا كانت وسائل الإعلام الإخبارية تفتح مواقعها على الويب لمساهمات المستخدمين، أو تسهل تبادل آراء المواطنين، أو تقيد الصيغ التشاركية.

درس كلا هدي في البحث مشاركة وسائل الإعلام عبر الإنترنت، ولكن من وجهات نظر مختلفة. يرمي الهدف الأول إلى دراسة مواقف المواطنين ودوافعهم تجاه هذه الظاهرة، بينما يعمل الهدف الثاني على تحليل كيفية تكييف وسائل الإعلام الإخبارية لمواقعها الإلكترونية لتشمل مشاركة المواطنين، من ناحية أخرى لبلوغ الهدف الأول للدراسة سيتم البحث عن شيء معقد أو منتشر مثل تصورات المواطنين، الأمر الذي يتطلب منهجية قادرة على فهم انعكاساتهم، ووضع هذه المواقف تجاه مشاركة وسائل الإعلام عبر الإنترنت في سياقها مع قضايا واسعة أخرى مثل المشاركة العامة والمشاركة غير المتصلة بالإنترنت ودور وسائل الإعلام في الحياة اليومية.

من ناحية أخرى، عمل الباحث على التقاط "صورة" لكيفية تفاعل مواقع وسائل الإعلام الإخبارية مع مشاركة المواطنين في لحظة معينة من الزمن. بالتالي، هناك حاجة إلى منهجيات مختلفة من أجل تحليل هذين الجانبين لمشاركة وسائل الإعلام عبر الإنترنت. ولهذا استخدم مجموعة من مناهج البحث التي تعالج المشكلة من زوايا ووجهات نظر مختلفة، من أجل معالجة هدف البحث الرئيسي أ، فإن المنهجية التي تم اختيارها هي بحث مجموعات التركيز عن طريق دراسة مسحية لعينات بؤرية، بالنسبة لهدف البحث "ب"، كانت المنهجية المختارة هي تحليل محتوى مواقع وسائل الإعلام الإخبارية.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج المتمثلة في:

* المشاركون في البحث في برشلونة أكثر من مشاركة هؤلاء في لندن، العوامل الفردية مثل المواقف والدوافع نحو الممارسات التشاركية لوسائل الإعلام عبر الإنترنت، وكذلك العمر، تلعب دوراً هاماً.

* الخطابات المتعلقة بالمشاركة في المجال الإعلامي، تشير إلى احتمالات الانخراط الكبير في محتوى الأخبار بدلاً من إنشاء المحتوى المباشر، ومع ذلك فإن عدم وجود مواقع وسائل الإعلام الإخبارية ذات المساحات المناسبة أدى لاتجاه المواطنين إلى بيئات أخرى على الإنترنت بشكل غير مباشر معارضة للهيمنة السابقة لوسائل الإعلام باعتبارها جهات فاعلة مركزية في المجال العام، فضلاً عن هيمنتهم في اختيار الأخبار وتوزيعها.

الإطار المنهجي

*على الرغم من اعتماد كل من مواقع وسائل الإعلام الإخبارية والشبكات الاجتماعية بشكل متباين على مشاركة المواطنين، من خلال هذا البحث يميل المشاركون إلى تفضيل الأخير، حيث تسمح الشبكات للمستخدمين بعلاقة مستخدم userKuser أعلى.

*هناك اتجاه في وسائل الإعلام البريطانية للسيطرة على التعليقات وإنشاء آليات لتحسين الجودة والحد من الاستخدام غير الملائم أو السلوك المعادي للمجتمع.

*التعليق على الدراسات السابقة:

-الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراستنا تتناول في معظمها متغير القيم الإخبارية، بينما تقل الدراسات التي تتطرق لصحافة المواطن، وهذا راجع لأنه ومن خلال بحثنا فإن صحافة المواطن يعد أحد المفاهيم الحديثة ولهذا يبقى البحث فيها ضمن نطاق المقالات العلمية المنشورة عبر المجلات العلمية، بينما قل هم الباحثون الذين درسوا صحافة المواطن ضمن أطروحات لنيل شهادة الدكتوراه.

-أغلب الدراسات هي دراسات مسحية، وليست دراسات تحليل محتوى، خاصة في الشق المتعلق بتحليل محتوى وسائل الإعلام الجديدة.

-أملت الدراسات بأهم القيم الإخبارية المعمول بها في الصحافة العربية، أو الغربية، ما ساعدنا في تشكيل صورة عامة حولها.

12- صعوبات الدراسة:

تخللت مراحل دراستنا جملة من الصعوبات الشخصية، أو الأكاديمية والتي نذكر منها:

أ-صعوبة التواصل مع القائمين على الصفحات الإخبارية موضع الدراسة، حيث حاولنا التعرف على هويتهم الحقيقية وإثراء الدراسة من خلال إجراء مقابلة معهم، لكننا وبالرغم من مراسلتهم عديد المرات إلا أننا لم نجد أي استجابة.

ب-قلة الدراسات التي عملت على تحليل محتوى وسائل الإعلام الإلكترونية، أو عدم وصولنا إليها نظرا لجملة من الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا، خاصة أنها كانت خلال السنة الأولى والثانية من جائحة كورونا، إلى جانب صعوبة التنقل لمكتبات الجامعات نظرا للظروف الصحية والحجر الذي عملت به الجزائر للحد من الوباء.

13- الإتجاه النظري للدراسة:

الإطار المنهجي

ترتكز دراستنا على عدد من النظريات التي ساهمت في جعلنا نتبنى هذا الموضوع، حيث أنها أسست لبناء أفكارنا وفقا لتوجهات تتوافق وفروض نظرية حارس البوابة، نظرية تحليل الأطر الإعلامية، ونظرية المجال العام، ومن خلال هذا الجزء من الدراسة سنسلط الضوء على هذه النظريات وكيفية ترابطها وموضوع دراستنا من خلال المباحث التالية:

13-01- نظرية حارس البوابة الإعلامية

13-02- نظرية تحليل الأطر الإعلامية

13-01- نظرية حارس البوابة الإعلامية

أنت فكرة هذه النظرية من عمل الحرس الذي يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء، وفي الغالب تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس إدخال من يريد ورد من لا يريد، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير وسائل الإعلام تنطلق من أن الأشخاص العاملين في وسائل الإعلام يتحكمون فيما يصل إلى الناس من مواد إعلامية. (الحضيف، 1998، صفحة 24)

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كبرت ليوين" في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية، وتعتبر دراسات "ليوين" من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها. ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. (عماد مكاي و حسين السيد، 1998، صفحة 176)

"وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح حارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومنها إلى الجمهور" (الطيب، 2014، صفحة 122)

مع بيئة شبكة 2،0 أصبح للمستخدمين دور أكبر في إنتاج وإعادة توزيع القصص الإخبارية على شبكة الأنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك، وأطلق "شوميكر و فوس" (2011) على مثل هذه التصرفات "حراسة البوابة الإعلامية للجمهور" ووفقا لما ذكره (2011)، فإن حراسة الجمهور للبوابات الإعلامية هي عملية يقوم من خلالها المستخدمون "بنشر الأخبار الموجودة بالفعل والتعليق عليها" وفقا لمعايير المستخدم الخاصة حول أهمية الخبر وأحقيته في النشر، وقد هيا "نون" وآخرون (2013) نظرية حراسة الجمهور للبوابات الإعلامية لاستكشاف القنوات التي يستخدمها جمهور تويتر بشكل رئيسي لتصفية محتوى الأخبار ومشاركته. (الدليمي، 2016، صفحة 151)، فجمهور شبكات التواصل الاجتماعي أصبحوا اليوم صناع للمحتوى الإعلامي، مع إمكانية فتح المجال للتعليق والتفاعل وحتى إضافة التفاصيل أول بأول، كما يقومون بانتقاء ونشر الأخبار التي تتوافق وميولهم الشخصية من الزاوية التي تتوافق واتجاهاتهم.

وينسجم مفهوم حراسة الجمهور للبوابات الإعلامية مع مناقشة جود (2009) حول الصحافة البعدية والتي يكون دور المستخدمين بمقتضاها في إعادة معالجة ونشر المحتوى الموجود على الأنترنت قد تم التأكيد عليه بوصفه العمل الأصلي للمستخدم في إطار تغذية صحافة المواطن، بحيث تعيد تشكيل نظام الصحافة الهرمي القائم كما وجد نون وآخرون (2013) أن الأخبار المعاد معالجتها بالمواقع ذات المحتوى الذي يصنعه المستخدم، أو وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الأدوات التي يعتمدها مستخدمو تويتر مقارنة بالأخبار المباشرة التي يتم الحصول عليها من المؤسسات الإعلامية التقليدية، مؤكدا على الدور القوي لمستخدمي الأنترنت العاديين في إعادة نشر وتوزيع الأخبار للعامة على شبكات التواصل الإلكترونية. (الدليمي، 2016، صفحة 151)

في البيئات الإخبارية المستقلة، يحافظ الصحفيون المواطنون على حراسة البوابة والتحرير والسيطرة على القصص من مرحلة جمع الأخبار إلى مرحلة الإخراج النهائي. (Miller, 2019, p. 13)

وفي دراستنا نفترض أن المواطنون الصحفيون ينتقون أخبارا لعرضها عبر صفحاتهم دون أخرى، وهذا ما سنحاول التأكد منه من خلال التساؤل الفرعي رقم 01، كما افترضنا أيضا أنهم يبنون أخبارهم بالاعتماد على قيم إخبارية محددة وذلك في محاولة لإبراز زوايا محددة في الأحداث وبناء أخبار تتوافق وتوجهاتهم وبالتالي غربلتها قبل عرضها لمتابعيهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يعرف "جوفمان" الإطار الإعلامي بأنه: "بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية" (الدليمي، 2016، صفحة 204)

وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها ويظفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة. (عماد مكاي و حسين السيد، 1998، صفحة 347)

وكما يرى "انتمان" المنظر الأبرز لهذه النظرية أن تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال أي أن عملية التأطير تؤثر في: القائم بالاتصال-نص الرسالة-جماهير المتلقين-الإطار الثقافي والاجتماعي. (الدليمي، 2016، صفحة 204)

العوامل المؤثر في الإطار الإعلامي:

هناك خمسة عوامل داخلية وخارجية تؤثر في كيفية تأطير موضوع معين وتتمثل في:

01-العادات والتقاليد الاجتماعية.

02-القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية.

03-جماعات الضغط والمصالح.

04-القيود الصحفية الروتينية.

05-الإبتهاات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين. (الدليمي، 2016، صفحة 211)

تعمل نظرية الإطار الإعلامي للوصول لكيفية عرض الأخبار من قبل وسائل الإعلام شكلا ومضمونا للوصول لتأثيرات محددة في صنعهم لقراراتهم وتوجهاتهم، وبالنسبة لدراستنا ربطنا تساؤلاتنا الفرعية بأهداف النظرية أين عمنا على البحث في مضامين ما ينشر من طرف صفحتي فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة El-Kala News

الإطار المنهجي

شكلا ومضمونا، وذلك وفقا لافتراضنا أن المواطنون الصحفيون بالصفحتين يعتمدون على قيم إخبارية دون أخرى في عملية بناء الأخبار بناء على أطر مادية، نفسية، واجتماعية محيطة بهم تتراوح بين الإيجابية أو السلبية.

الإطار التوثيقي

الإطار التوثيقي

الفصل الأول: القيم الإخبارية

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

تمهيد:

بفضل التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال أصبحنا نعيش في عالم معلوماتي أي ان المعلومات والاخبار أصبحت متاحة من خلال وسائل الاعلام التقليدية كالتلفزيون او الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي من خلال انتقاء الإعلاميين المحترفين للأحداث وبثها او نشرها او من خلال أناس عاديين اختاروا احداثا معينة وصورها ونشروها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذا الانتقاء الذي يمس الاحداث او عملية انتقاء خبر دون اخر يتم بالاعتماد على القيم الإخبارية المتوافق على العمل بها بين أعضاء المؤسسة الإعلامية الواحدة، وقد تختلف القيم المعتمد عليها في انتقاء الاحداث من مؤسسة إعلامية الى أخرى او من منطقة جغرافية ونظام سياسي الى اخر وفي هذا الفصل سنتناول التفصيلات المهمة في توضيح المقصود بالقيم الإخبارية كما سنقوم بعرض مفصل لكل القيم الإخبارية مع شرحها، وسنقدم من خلال هذا الفصل تصور تاريخي لظهور القيم الإخبارية وتطورها عبر السنين ونظرا الى ان القيم الإخبارية تخضع في اختيارها من قبل المؤسسات الإعلامية او الإعلاميين الى عدد من الاعتبارات، سنحاول من خلال الفصل الأول اظهار العوامل المتحكمة في اختيار القيم الإخبارية، وقد قسمنا هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: تعريف القيم الإخبارية.

المبحث الثاني: التطور التاريخي للقيم الإخبارية.

المبحث الثالث: العوامل المتحكمة في انتقاء القيم الإخبارية.

المبحث الرابع: القيم الإخبارية في الأنظمة المختلفة

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

المبحث الأول: ماهية القيم الإخبارية.

من خلال هذا المبحث سنعمل على تقديم تعريف مفصل للقيم الإخبارية عبر التعرّيج على تعريف القيمة، الخبر، والخبر الصحفي، وفي المطلب الثاني سنتناول بالتفصيل القيم الإخبارية المستخدمة في تحرير الأخبار.

المطلب الأول: تعريف القيم الإخبارية

أولاً-تعريف القيمة:

تعرف القيمة لغة:

"مفرد "قيم" لغة من "قوم" و"قام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به".

والقيمة: الثمن الذي يقوم به المتاع، أي يقوم مقامه، والجمع: القيم مثل سدره وسدر، وقومت المتاع: جعلت له قيمة. (بن حسن العريشي و بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الإجتماعية والقيم، 2015، صفحة 76)

أما اصطلاحاً:

"القيمة هي الأفكار العامة التي يتشارك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو خطأ أو صواب أو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه". (العبد الله و شين، 2014، صفحة 229)

القيمة value كمصطلح فلسفي بمعنى خاص، حديث العهد وعمره لا يتجاوز 50 سنة في الفكر الغربي، وهذا لا يعني أن ما يشير إليه هذا المصطلح لم يكن موجود من قبل فقد كان ما يشير إليه موجوداً ولكنه لم يكن يسمى قيمة، وسمي قيمة استعارة من علم الاقتصاد ولعل الفلاسفة الوضعيين فيما بعد الحرب العالمية الأولى هم أول من تكلموا في موضوع الخير والحسن والشر بأن أطلق عليه كلمة قيمة وربما كان السبب في ذلك هو الرجوع مرة أخرى للتجربة المسماة بقيمة أي شيء. (عجاس، 2020، صفحة 228)

ويعد تعريف "تالكوت بارسونز" في كتابه "الشخصية والبناء" من أكمل التعريفات للقيم والذي عبر عنها كالآتي:

"القيم تصورات توضيحية لتوجيه السلوك في الموقف الانفعالي تحدد أحكام القبول أو الرفض تنبع من التجربة الاجتماعية وتتوحد بها الشخصية، وهي عضو مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، فهي من مكونات الموقف الاجتماعي لأنها تتضمن نظام الجزاءات المرتبط بنظام الأدوار في البناء الاجتماعي كما

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

أما تكون جزءا من لب الشخصية الاجتماعية للفرد، لأنها حصيلة أو نتاج عملية التنشئة الاجتماعية، والقيم قد تكون واضحة تحدد السلوك تحديدا قاطعا أو غامضة متشابهة تجعل الموقف ملتبسا مختلطا" (فتحي الظاهر و أحمد خضر المعماري، 2013، صفحة 33)

أما بالنسبة لعلم الاجتماع يعد تعريف "توماس" و "زنانكي" في كتابهما "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا" من أقدم التعريفات المقدمة للقيم الاجتماعية حيث يعود لهما الفضل في استعمال المصطلح الذي عرفاه بـ:

"أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة كما أن لها معنى محددًا بحيث تصبح في ضوئه موضوعا معينا أو نشاطا خاصا" (فتحي الظاهر و أحمد خضر المعماري، 2013، صفحة 33)

ويشير خليفة (1992) إلى الاهتمام الكثير من الباحثين في فروع المعرفة المتعددة كالفلسفة والتربية والاقتصاد وعلم الاجتماع وعلم النفس بمفهوم القيم واختلفت وجهات النظر بشأن تحديد ما المقصود بها. وترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض حول هذا المفهوم وهذا الاختلاف يرجع الى الأطر النظرية التي انطلق منها أصحاب هذه التعريفات واختلاف مجالاتهم واهتماماتهم البحثية، وقد يكون راجعا أيضا إلى طبيعة الفلسفة التي تحكم نظرة ذلك المجتمع الى الفرد والكون والحياة. (حسن القواسمة و بن علي البلوي، 2015، صفحة 26)

وكما يقول "هوبير فريير" أن معناها أولي وأنه لا يمكن تعريفها إلا بتحصيل حاصل على نحو صحيح أو غير صحيح، فلفظ قيمة "بالتنكير" يدل على شئ له قيمة أولية أوله مشاركة فيها، ولفظ القيمة "بالتعريف" هو الثمن. ويعني هذا في الواقع القيمة التي يمنحها الناس لبعض الأشياء، فهناك معنى متعين للقيمة يدل عليه لفظ "قيمة" بالتنكير، ومعنى مجرد يدل عليه لفظ "القيمة بالتعريف" ولا يمكننا أن نعرف قيمة ما من القيم كما أنه لا يمكننا أن نعرف القيمة فهي ذات معنى غامض وينشأ غموض لا ماديتها حسبما يقول الدكتور عادل العوا. (ميمون، 1980، صفحة 30)

وتعرف كذلك القيم باعتبارها الموازين التي تساعد الافراد في تحديد تفضيلاتهم واختياراتهم من بين البدائل المتاحة امامهم، ومنا يمكن القول إن القيم ما هي الا انعكاس للأسلوب الذي يفكر به افراد ثقافة معينة في فترة زمنية محددة، كما أنها توجه سلوك الافراد واحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب من أشكال السلوك في ضوء ما يصنعه المجتمع من قواعد ومعايير، وقد تتجاوز الأهداف المباشرة للسلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة. (عجاس، 2020، صفحة 229)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

فالقيمة هي حقيقة سلوكية غير خاضعة للقياس، وتختلف القيمة اختلافا جوهريا في المنفعة، فحقيقة القيمة تكمن في العقل البشري وليس في الشيء الخارجي نفسه والقيمة مسألة اعتقاد فالشيء الزائف له قيمة لحظية إلى أن تثبت زيفها والمدركات في مفهومنا من القيمة تكون حيادية فهي ليس خيرة أو شريرة صحيحة أو خاطئة قبيحة أو جميلة، فالأحكام الجمالية مصدرها الإنسان وهو الذي يصدرها وهو ما أشار إليه "وليم شكسبير" بقوله "ليس هناك طيب أو خبيث، ولكن الظن يجعله كذلك" (حسن القواسمة و بن علي البلوي، 2015، صفحة 35)

ثانيا-تعريف الخبر:

لغة: "الخَبْرُ: محرّكٌ: النَّبَأُ، ج: أَخْبَارٌ، جج: أَخْبِيرُ، ورجلٌ خَابِرٌ وخبيرٌ وخبرٌ، ككتِفٍ وجُحْرٍ: عالمٌ به. وأخْبَرُهُ خُبْرُهُ: أنبأه ما عنده". (الفيروزآبادي، 2008، صفحة 434)

اصطلاحا: "هو كل حدث او معلومة جدير بالنشر لاتصاله باهتمامات أكبر جمع من الناس وهو بذلك يحمل جديدا يستدعي انتباه الكثير من القراء لارتباطه بمصالحهم، ولاتصاله بأفكارهم، وهو كذلك كل ما يمكن ان ينجم عنه عواقب او نتائج تشمل عددا ضخما من الناس، على ان يحاط هؤلاء علماً به في وقته واوانه". (الفار، 2014، صفحة 156)

ويقدم الدكتور "محمود أدهم" تعريفا للخبر الصحفي مفاده:

"الخبر هو وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الواقع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد، لافلت للنظر أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالبا أو مستمرة الوقوع أو تأكد أنها ستقع، تتصل- جميعها- بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم وتحقيق الريح المادي لها" (رزاق، 2004، صفحة 24)، وبالرغم من أن هذا التعريف يعد شاملا لكل مقومات الخبر إلا أنه خص الإعلام الصحفي المكتوب، ويقدم الدكتور "فاروق أبو زيد" من خلال كتابة "فن الخبر الصحفي" تعريفا مفصلا للخبر من منظور ليبرالي، ومن منطلق نظرية المسؤولية الاجتماعية، والمنظور الاشتراكي، والمفهوم العربي.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

01-التعريف الليبرالي للخبر:

يذهب الباحثون إلى أنه وخلال عقود طويلة لم يكن للخبر الصحفي سوى تعريف واحد هو:

"الخبر وصف لحادث آني يحظى بالاهتمام" وتجمع أغلب أدبيات الصحافة على أن اللورد "نورث كلف" (1869-1922) هو أول من جدد هذا التعريف منطلقا من قيمة الإثارة الواجب توفرها في الخبر، إذ قال إن الخبر "هو الإثارة والخروج عن المألوف... فعندما يعرض الكلب رجلا فهذا ليس بخبر، أما عندما يعرض الرجل كلبا فهذا هو الخبر" (حسن، 2013، صفحة 12)

ومن أبرز الذين شاركوا في صياغة المفهوم الليبرالي للخبر... "جوزيف بوليتزر" فقد كان يرى:

"أن الخبر يوجد عندما توجد الجودة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة... ويشترط أن تكون هذه الأخبار صالحة لأن تدور حولها الأحاديث بين القراء" (أبوزيد، 1992، صفحة 28)

فالمفهوم الليبرالي للخبر استند على ضرورة توفر عنصر الإثارة في الخبر، وهو المفهوم الذي ساد في النصف الأول من القرن العشرين، وهو الذي تغير في النصف الثاني من القرن ذاته بحث لم يعد يقتصر فقط على عنصر الإثارة، وإنما أضيف إليه البعد الاجتماعي في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. (الخليفي، 2008، صفحة 145)

02-مفهوم الخبر على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية:

من التعريفات الهامة للخبر والتي تدخل في نطاق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التعريف الذي قدمه "رولاندز" مدير مركز التدريب الصحفي التابع لمجموعة تومسون الصحفية والذي عمل فترة طويلة في صحيفة التايمز اللندنية ورأس تحرير صحيفة "الستيرن ميل" اليومية التي تصدر في مدينة "كاردف" عاصمة مقاطعة ويلز البريطانية يقول "إن الخبر هو إفشاء لأشياء أو أسرار لم تكن معروفة" وهو يرى أيضا أن الخبر شيء يريد البعض كتمانها بينما الجميع في حاجة إلى الإعلان عنه. (أبوزيد، 1992، صفحة 36)، فالمنظور الجديد الذي جاء به أنصار هذا الاتجاه هو المنطلق الاجتماعي للخبر بكونه يؤدي وظيفة اجتماعية حين يقدم ما يندرج ضمن حاجات واهتمامات أفراد المجتمع من معلومات أو أحداث كانت طي الكتمان.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

03-المفهوم الاشتراكي للخبر:

يرتبط مفهوم الخبر وفقا لهذا المنظور بالمفهوم الماركسي للصحافة والتي تعرف بأنها:

"عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتنقيحها... ونشرها" (أبوزيد، 1992، صفحة 40) فعملية جمع الأخبار ونشرها للشعب يجب أن تتماشى والمبادئ الماركسية، والخبر في المفهوم الماركسي هو:

"النوع الرئيسي في الإعلام الصحفي والأساس المكون للصحافة وهو الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو يعكس أحداثا معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة" (أبوزيد، 1992، صفحة 41) فالخبر من المنظور الاشتراكي هو أداة لتنمية وبناء الفكر الاشتراكي وفق منطلقات واقعية ترتبط أساسا بقضايا المجتمع.

04-المفهوم العربي للخبر:

يعرف الخبر وفق منظور شامل للعديد من التعريفات الرائدة له في العالم العربي بأنه:

"وصف موضوعي دقيق، أو تقرير صادق لواقعة من الوقائع أو حدث من الأحداث يكون غير معروفا للناس أو لغالبيتهم وهو يحتوي على عناصر الجدة، والفائدة، والضخامة، والصراع والتشويق، والطرافة وغيرها من عناصر القيمة الخبرية أو القيم الإخبارية التي تجعله صالحا لكي يقدم في وسائل الإعلام" (الخليفي، 2008، صفحة 146) ومن خلال هذا التعريف يستند بناء الخبر على جملة من القيم الإخبارية التي تزيد من جاذبيته ولاعتباره جديرا بالنشر عبر وسائل الإعلام.

غير أن العرب لم يضيفوا أي جديد على المفاهيم الغربية للخبر واكتفوا بترجمة التعاريف وإسقاطها على المجتمعات العربية رغم الاختلاف الكبير بينها من حيث التقدم التكنولوجي والنظام السياسي والديمقراطية السائدة في الغرب وهامش الحرية التي تتمتع بها الصحافة الغربية، إضافة إلى هذا فإن الدول العربية تنتمي إلى الدول المتخلفة التي تختلف فيها مهام الصحافة والصحفي عن المجتمعات المتقدمة، لذا لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نقول إن مفهوم الخبر في الدول العربية هو نفسه في الدول المتقدمة. (موسى، 2017-2018، صفحة 75)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

ثالثا-تعريف القيم الإخبارية:

تعرف القيم الإخبارية بأنها:

"المعايير التي إذا ما توفرت كلها أو بعضها في حدث ما زادت في احتمالات الإبلاغ عنه..." (البدراني، 2014، صفحة 81)، فالأخبار تكون في شكلها المبدئي عبارة عن أحدث، أين يعرف العام في كل ثانية نعيشها فيها عددا كبيرا منها، والشيء الذي يجعل من هذه الاحداث أخبارا تستحق النشر وتستحق عناء ايصالها للجمهور هو قيمها الإخبارية، أي ان هناك جملة من المعايير التي اذا وجدنا انها متضمنة او موجودة في حدث ما تزيد من قيمته ليصبح خبرا ينشر او يبث او يذاع عبر وسائل الاعلام، وليس بالضرورة ان يحتوي الحدث على كل القيم الإخبارية المعروفة ليصبح جديرا بالنشر، يكفي ان يتضمن البعض فقط من القيم التي تجعله مهما بالنسبة للمؤسسة الإعلامية او للجمهور.

وتعرف الباحثة الجزائرية وريدة بو ملياني القيم الإخبارية بأنها:

"مجموعة معايير ذاتية وموضوعية غير مكتوبة تفهم من طرف المحترفين في وسائل الاعلام في عملية جمع وانتقاء الاخبار، وتشارك فيها جميع المؤسسات الإعلامية الا ان الاخذ بها يختلف من مؤسسة الى أخرى، وتعد بني معقدة لما تحملها من معان أيديولوجية ولأنها أيضا تخضع لنوعية واذواق الجمهور مما يعطيها صفة التغيير والتطور" (القيسي، 2013، صفحة 75)

فالقيم الإخبارية معايير متفق عليها بين اهل مهنة الاعلام ويتم التعرف عليها من قبل الإعلاميين سواء عن طريق التكوين او من قبل مؤسساتهم الإعلامية او الخبرة في عملية جمع وانتقاء الاخبار، وبالرغم من الاتفاق على هذه القيم الا ان كل اعلامي او كل مؤسسة إعلامية تعتمد في عملها على قيم إخبارية دون أخرى وهذا راجع الى جملة من العوامل المتحكمة في اختيار القيم الإخبارية التي سنتطرق لها في المبحث الثالث من هذا الفصل.

كما تعرف القيم الإخبارية بأنها:

"كل ما يطلق على اختيار وبناء وتمثل الاخبار وتشكيلها معا لخلق ما يفيد للصحافة والإذاعة، وهي ليست صفة خاصة للصحفيين أو لأساليبهم وإنما هي نتيجة لتفاعل العديد من العوامل التي تسهم في بناء مستلزمات القصة الإخبارية..." (البدراني، 2014، صفحة 82)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

بالرغم من وجود العديد من التعريفات المهمة للقيم الإخبارية، إلا أن اختيارنا وقع على هذا التعريف بالذات لأنه فصل في نقطة مهمة تفيدنا في دراستنا وهي أن القيم الإخبارية ليست صفة خاصة للصحفيين بل هي نتيجة لتفاعل العديد من العوامل التي تسهم في بناء مستلزمات القصة الإخبارية، أي أن القيم الإخبارية ليست إضافة يقدمها الصحفي أو المؤسسة الإعلامية للحدث فتزيد من قيمته، بل هي عوامل موجودة فعلا في الحدث، والصحفي أو الشخص العادي أو المؤسسة الإعلامية يقرر ما هو الحدث الذي يراه جديرا بالنشر بالاعتماد على عدد القيم الإخبارية الموجودة فيه أو حتى ماهية القيم الإخبارية الموجودة في الخبر ومدى توافقها مع الاعتبارات الشخصية أو المهنية للناسر أو الوسيلة الإعلامية، لكننا هنا لا نستطيع القول أن ناشر الخبر إذا كان شخصا أو وسيلة إعلامية لا يزيد من قيمته، فلو نشر الرئيس الأمريكي خبرا عبر صفحته الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، سيهتم عدد كبير من الأشخاص بهذا الخبر لكن لو نشر نفس الخبر عبر صفحة سياسي غير معروف من أحد دول العالم الثالث ربما لن يهتم به إلا عدد قليل من الأشخاص كما أن الخبر المذاع عبر قنوات BBC ليس بنفس قيمة الخبر الذي يذاع عبر محطة عربية غير معروفة دوليا حتى لو كان نفس الخبر المنشور وفي نفس الوقت، أي أن الشخص أو الوسيلة الإعلامية التي تنشر خبرا معيناً قد تزيد من قيمة الخبر، لكنها ليست المسؤولة عن كل القيم الإخبارية المتضمنة في حدث ما.

أن نشر أي خبر لا يعتمد بالدرجة الأولى حتما على توفره على أكبر قدر من القيم الإخبارية فقط، إنما يقوم على وزن كل قيمة إخبارية، فلو حصلنا على خبر يتضمن عددا كبيرا من القيم الإخبارية لكن وزن كل واحدة منها ضعيف فإنه يفضل نشر خبر آخر يضم عددا قليلا من القيم الإخبارية لكن وزن كل قيمة فيه مرتفعة. (ربيع، 2005، صفحة 63)

ويقول الدكتور سليمان صالح:

"إن عملية انتقاء ونشر الأخبار في جميع الصحف ووسائل الإعلام في العالم كله تتم طبقا لمعايير تم وضعها في الغرب، وأطلق عليها القيم الإخبارية، ويتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر" (القيسي، 2013، صفحة 75)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

ويقسم بعض الباحثين القيم الإخبارية إلى فئتين:

1-القيم الإخبارية الأساسية:

وهي القيم التي لا بد أن تتوفر في الخبر ولا يكون الحدث خبرا بدونها، ومنها الجودة، الحالية الأهمية.

2-القيم الإخبارية التفضيلية: وهي القيم التي يعني توفرها في خبر ما يزيد نسبة ترجيح نشره أو اذاعته فهي معايير يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر والحكم بصلاحيته للنشر أو الإذاعة ومنها: القرب، الضخامة، الغرابة الشهرة الصراع. (البدراني، 2014، صفحة 84)

المطلب الثاني: القيم الإخبارية المستخدمة في تحرير الأخبار

01-القيمة الفورية: تعد قيمة الفورية او الانية او الحالية من أبرز وأهم القيم الواجب توافرها في حدث ما حتى تزيد قيمته ليصبح خبرا قيما، فالخبر لا بد ان يتميز بالجدة حتى يجذب انتباه الجمهور من خلال تقديم كل جديد يهمه وتزيد أهمية قيمة جدة الخبر في الاعلام الالكتروني مقارنة بالاعلام التقليدي، حيث ان هذه الأخيرة يمكنها تغطية فقدان الخبر لعامل الجودة او الحالية بتقديم المزيد من التفاصيل الدقيقة او التعمق في حيثيات الخبر. (البدراني، 2014، صفحة 84)، كما أن الطبيعة الإنسانية التي تميل إلى حب المعرفة والاطلاع على كل ما هو جديد حول الآخرين أو فيما يتعلق بالحيث الذي نعيش فيه تزيد من قيمة الخبر المتضمن للمستجدات في لحظة حدوثها، فالخبر الجديد يذهب بريقه بمجرد تداوله في قناة تلفزيونية أو جريدة، ولا يعني ذلك أن كل ما له علاقة بالماضي أو حدث منذ فترة لا يعد خبرا، فقد يهتم الجمهور بأحداث الماضي إذا جاءت في شكل أخبار أي أن هناك ما نسميه بالخبر القديم الجديد (الخليفي، 2008، صفحة 148) ومثال ذلك خبر عن اكتشاف أدلة مادية تدين المستعمر الفرنسي بالقيم بجرائم حرب، في هذه الحالة الخبر قديم جديد يحظى باهتمام الجمهور الجزائري.

02-الأهمية: تنطوي هذه القيمة تحت التساؤل الذي مفاده: هل يهتم الجمهور بهذا الحدث؟، ان الإجابة التي يتحصل عليها الإعلامي لهذا السؤال هي التي ستحدد قيمة هذا الحدث ووزنه، وبطبيعة الحال ما دام السؤال المطروح متعلق بالجمهور وجب على الإعلامي الإحاطة بطبيعته وخصائصه وميوله واهتماماته من خلال دراسات الجمهور فكلما زادت أهمية الحدث لدى الجمهور المستهدف أصبح خبرا مهما قيما يستحق النشر. (شرف، 2000، الصفحات 114-115)، كما أن عنصر الأهمية يتوافر للخبر نتيجة لتوافر أكثر من عنصر من عناصر القيمة الخبرية به كالشهرة والضخامة والصراع والغرابة والحدائث والتوقيت والقرب، فكلما توفر للخبر أكبر قدر ممكن من

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

هذه العناصر كلما كان أكثر أهمية عن غيره من الأخبار. (الخليفي، 2008، صفحة 154)، فقيمة الخبر تزيد بكونه محط اهتمام الجمهور، وهو الشيء الذي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقه من خلال وضع الأحداث في قالب يجعل منه مهما وملفتا للانتباه، ويكون الخبر كذلك عندما يمس الحياة الإنسانية بطريقة مباشرة كالحديث عن الأمن، أو الأكل، أو الشرب بطريقة إيجابية أو سلبية، فخير تلوث مياه الشرب في منطقة معينة بسبب اكتشاف جراثيم مضرّة للإنسان يعد مهما بالنسبة لمن يعينهم الأمر، كما يمكن أن يكون الخبر مهما باعتباره إيجابيا كخبر انخفاض أسعار المواد الغذائية بنسبة 30%.

03-القرب: ترتبط هذه القيمة الإخبارية بمدى قرب أو ارتباط موضوع الخبر بالجمهور سواء تعلق الأمر بالقرب الجغرافي للحدث من الجمهور، أو القرب العاطفي.

01/03-القرب الجغرافي: يحظى الخبر الحاصل ضمن النطاق الجغرافي للجمهور المستهدف بأهمية على حساب الخبر البعيد جغرافيا، فعنصر المحلية مثلا يزيد من قيمته كخبر انفجار وقع في المدينة التي توجه لها القناة مضامينها الإعلامية يعد حدثا جديرا بالنشر، على عكس خبر انفجار وقع في دولة مجاورة، ويرجع ذلك لأن هذا النوع من الاخبار يمس حياة الأشخاص بشكل مباشر أكثر من الاخبار الخارجية التي قد لا تؤثر عليهم. ويقول الدكتور محمود أدهم:

"وهكذا نجد أنك كلما اقتربت بقارتك من محيط اهتماماته... من حجرته، وشقته وبيته وشارعه وحيه ومدينته... كلما ازداد اقترابك من تحقيق "المحلية" التي هي جوهر "القرب" وبالتالي زاد اقترابك من الصفحات، واحتلالك لمساحتها..." (أدهم، 1987، صفحة 552)

02/03-القرب العاطفي: يعني وجود رابط عاطفي بين الخبر وبين المتلقين وأسلوب حياتهم كرابط النوع، الدين، العرق. (البدراي، 2014، الصفحات 85-86)، فخير فوز ملاكم جزائري ضد آخر يهودي يعد خبر مهما ينشر ويشر عبر جميع وسائل الإعلام الجزائرية نظرا لموقف الجزائريين المساند للقضية الفلسطينية، بينما قد يعد الخبر غير مهم بالنسبة لوسائل الإعلام الأجنبية التي لا تهتم بالشأن الرياضي خاصة.

04-الاثارة: الاثارة هنا تكون من خلال تضمن الخبر لبعض العناصر التي تحرك غرائز الافراد الدفينة كالجنس والجريمة والفضائح، وبالرغم من اعتبار الصحافة الغربية تضمن هذه المثيرات في الخبر تزيد من قيمته، نجد ان المجتمع الإسلامي يرفض تسليط الضوء على الاخبار التي تعارض قيمه الدينية والمجتمعية. (الضبع، 2011، صفحة 129)، لكن

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

الأخبار العادية حول حالة الطقس لا يعد خبراً مثيراً للاهتمام بالنسبة للجمهور مقارنة بخبر عن إعصار قوي سيمس المنطقة خلال الأيام القليلة المقبلة، كما يهدف التركيز على الأخبار ذات الطابع المثير والشاذ وغير المؤلف إلى تحقيق أهداف تجارية عن طريق زيادة التوزيع لكنه أيضاً يهدف إلى تحقيق أهداف أيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجمهور عن مشاكلهم الحقيقية. (ربيع، 2005، صفحة 75)، فقد تسعى المؤسسة الإعلامية لتسليط الضوء على خبر معين بزيادة التفاصيل التي قد تدخل في نطاق الفبركة بغرض لفت انتباه الجمهور لحدث معين للتغطية على أحداث أخرى.

05- التوقيت: يختلف الباحثون في اعتبار هذه القيمة قائمة بذاتها، بين من يعتبرونها جزءاً لا يتجزأ من قيمة زمن نشر الخبر، وترتبط هذه القيمة بالاختيار الجيد لتوقيت عرض الخبر، فمثلاً اختيار شهر رمضان لعرض خبر حول افتتاح سوق خضر يومية في المدينة، حيث اننا نعلم ان في شهر رمضان يزيد الطلب على المواد الاستهلاكية، او اختيار الدخول المدرسي للإعلان عن افتتاح مدرسة خاصة جديدة، ففي هذه الحالة لو تم الإعلان عن افتتاح المدرسة في منتصف الفصل الدراسي يقل الاهتمام بالخبر. (الضبع، 2011، صفحة 119)، كما يسلط الضوء على هذه القيمة الإخبارية من ناحية تناسب توقيت وقوع الحدث مع الوسيلة الإعلامية التي من شأنها نشره او بثه فالأحداث التي تقع وتنتهي في زمن وجيز تتناسب والصحف اليومية أو النشرات الإخبارية التلفزيونية الدورية، بينما تتناسب الاحداث التي يستمر وقت وقوعها أو تبعاتها لفترة، مع البرامج الأسبوعية أو الشهرية، كأخبار الحروب على سبيل المثال التي تستمر هي وتنتجها على مختلف الأصعدة لفترة من الزمن مما يجعل منها مادة خصبة للتداول عبر مختلف وسائل الاعلام.

06- الغرابة والطرافة: يعني ان يتضمن الخبر احداث عكس ما ألفوه، كنشر خبر حول القاء القبض على قائد شرطة المدينة. (القيسي، 2013، صفحة 79)، وهذا الأسلوب غير الملتمزم قد يثير مشاعر الكره والسخط والغضب ضد الصحيفة لتماديها في البحث عن الغرابة أو الطرافة دون تقدير لمسؤوليتها الصحفية في العمل على حماية قيم المجتمع وتقاليدته. (مدكور، 2002، صفحة 46)، فتكرار الأحداث بشكل روتيني يجعل منها مملة وبذلك تنبع حاجة الأفراد لأخبار جديدة تعد غريبة من منظورهم تلي رغبتهم في الاطلاع على ما هو غير معتاد وجديد.

07- التشويق: ان عنصر التشويق في خبر معين يزيد من حاجة الافراد لمتابعة التطورات والمستجدات الحاصلة كنشر خبر حول سرقة أكبر بنك مؤمن ومحروس في البلاد، في هذه الحالة يزيد شوق الجمهور الى التعرف عن هوية السارقين

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

وكيفية اختراقهم للنظم الأمنية في البنك. (القيسي، 2013، صفحة 78)، ومن عوامل التشويق التي يمكن إضافتها للخبر وبالتالي الزيادة من قيمته الخبر هي:

*الاهتمام بالمقارنات المختلفة.

*إضفاء صفة المحلية على الأخبار الأجنبية.

*البحث عن الجوانب الإنسانية في خبر من الأخبار.

*البحث عن عنصر المفاجأة، وضربات الحظ، ولعب الأقدار.

*تقريب الأخبار من مجالات الأهمية بالنسبة للقراء.

*تحويل الكلمات إلى أرقام تحدد النسب والكميات والمسافات. (أدهم، 1987، صفحة 556)

08-قيمة التأثير المستقبلي المحكم أو التوقع: ان إمكانية تأثير الخبر على حياة الافراد في المستقبل بالإيجاب او السلب تزيد من قيمته فمثلا إذاعة خبر يفيد بان الأطفال معرضون للإصابة بفيروس كورونا او كوفيد19 دون اعراض جانبية، لا يكون له اثر كبير على الجمهور على عكس خبر الأثر السلبي الناتج عن الإصابة بالفيروس عند الأطفال والذي سينتج عنه مستقبلا حدوث العقم عند اغلب الأطفال الذين حملوا الفيروس. (البدراي، 2014، صفحة 88)

09-قيمة ورود الشخصيات البارزة او الشهرة: يميل الناس الى الاهتمام بالأخبار التي تتحدث عن الشخصيات البارزة في المجتمع لاسيما الممثلون وابطال الرياضة او حتى الافراد الذي حققوا شهرتهم من خلال أعمالهم الطيبة او السيئة. (ابراهيم عبد الرزاق و حسام الساموك، 2011، صفحة 93)، فورود خبر عن سرقة شقة لا يعد بتلك الضخامة أو الأهمية على عكس حادثة سرقة شقة أحد كبار الفنانين، حيث يعد الخبر الثاني جديرا بالنشر في الصفحات الأولى ومحط اهتمام بتغطية المستجدات أو تطورات القضية، أما شهرة المؤسسات والدول فيرجع تأثيرها إلى ما قد يكون لهذه الجهات في ذهن الجمهور من وزن سياسي واقتصادي أو غيره قد يتوافق أو لا يتوافق مع الحقيقة، وقد تكون المسألة في أحيان كثيرة مجرد انبهار مشابه للذي تحدثه حياة وتصرفات المشاهير. (السيد، 1988، صفحة 16)، فخير تسمم عدد من الأشخاص بتناول وجبة في أحد فروع مطاعم "ماكدونالدز" الشهيرة لا يقارن من حيث الأهمية بالنشر مع خبر تسمم عدد من الأفراد بسبب تناول وجبة في مطعم شعبي في أحد المدن.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

كما يمتد عنصر الشهرة في بعض الأوقات إلى الجماد والحيوان أيضا وذلك عندما ترتبط ببعض القيم التاريخية أو الفنية أو الرياضية أو بعض الرموز ذات الدلالة (أدهم، 1987، صفحة 560)، ومثال ذلك خبر اكتشاف نوع من الغزال النادر بالصحراء الجزائرية، فهذا الخبر لديه جاذبية خاصة تجعل منه ذا أهمية بالنشر مقارنة بأخبار أخرى.

10-قيمة الضخامة: ترتبط هذه القيمة الإخبارية بحجم الافراد او حجم الجمهور الذي يتأثر بالخبر فكلما زاد حجمهم او عددهم زادة قيمة الخبر واهميته للنشر. (القيسي، 2013، صفحة 77)، فخير انخفاض أسعار السيارات في الجزائر يعم أغلبية أفراد المجتمع مقارنة بخبر زيادات في أجور عمال مصنع معين في نفس الدولة، وتأتي أهمية تفسير النتائج المترتبة على حدث ما من أن أثار هذا الحدث قد لا تظهر بشكل مباشر، أو أن الفرد العادي قد لا يدرك خطورة عواقبها، فالزيادة الطفيفة في سعر إحدى العملات الرئيسية تعني المزيد من الأعباء على الدول المستدينة، وقد تعني إضافة ضرائب جديدة أو زيادة أخرى في الأسعار، وكلها تنعكس على الفرد العادي، أما نشر الخبر مجردا فإنه لا يعني شيئا في حد ذاته. (السيد، 1988، صفحة 17)

11-قيمة الصراع: ان وجود عنصر الصراع في الخبر يزيد من جاذبيته لدى الجمهور الذي يتميز بحب الاستطلاع والرغبة في المعرفة. (مدكور، 2002، صفحة 45) فعلى سبيل المثال لو اجرت الجزائر وتونس مباراة ودية في كرة القدم لن تكون مهمة ومؤثرة لدى جمهور البلدين كما هو الحال بالنسبة لمباراة ودية بين الجزائر ومصر، حيث ان هاتين الأخيرتين في صراع دائم حول الفوز بالمراتب الأولى في المنافسات الرياضية، عنصر الصراع هنا سيزيد من قيمة الحدث وتناوجه، ويمثل عنصر الصراع نزعة إنسانية أو غريزة بشرية، حيث تتضمن الحياة ألوان متعددة من الصراع وهي التي تعطي لبعض جوانب الحياة طابعها الدرامي، فتركيز الأخبار الصحفية على عنصر الصراع ما هو إلا مجرد انعكاس لافتنان النفس البشرية بهذا الشيء نفسه، والافتنان الإنساني بالصراع قد يكون ببساطة ناتج عن إثارة متولدة عن الاندماج والتقمص وتنفيس عاطفي من جانب الأفراد في المجتمع. (ربيع، 2005، صفحة 73) فالبشر يميلون لمعرفة نتائج الصراعات القائمة من حولهم بمختلف أنواعها سواء كانت صراعات بين القبائل أو صراعات الدول الكبرى والتي يمكن أن تكون عبارة عن حروب دامية أو صراعات سياسية اقتصادية، كما يمكن أن يكون الصراع بين الإنسان والفيروسات كما هو الحال بالنسبة لما شهده العالم في محاربة فيروس كورونا، في جميع هذه الأحوال وغيرها يقوم عنصر الصراع بحسم الأمر وتقرير نشر خبر أو استبعاده، وكذا تقرير المساحات التي سيحتلها، والتي قد تتراوح بين مجرد سطور قليلة في حالات الصراع الصغيرة العادية، وبين احتلال صفحة أو أكثر... وحتى احتلال جميع الصفحات وارتباط المواد التحريرية الأخرى بها -بشكل من الأشكال- ولفترة طويلة، هي فترة نشوب الحرب وربما

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

بعد انتهائها، حيث تبقى الصحف تتحدث عن وقائعها، وتنشر الأخبار المتصلة بأحداثها كلما جد جديد يرتبط بها، أو بذكرياتها، أو بنتائجها. (أدهم، 1987، صفحة 563)

12- قيمة الاستمرارية: الاخبار التي تكون لها تبعات او تطورات مهمة بالنسبة للجمهور تعد قيمة للنشر، فعند نشر خبر في الصفحات الأولى من الجريدة باعتباره خبرا ذا وزن واهمية فقد يبقى يتميز بنفس القدر من الأهمية لفترة من الزمن خاصة إذا تبعته تطورات مهمة في مجرى الاحداث، في هذه الحالة تستمر الصحيفة في تخصيص مساحة لهذا الخبر نظرا لما يتضمنه من عناصر جذب للقراء. (السيد، 1988، صفحة 32)، كالأخبار التي تبعت الحرب الروسية الأوكرانية وتبعاتها على الدول واقتصادها والأزمات التي أحدثتها كأزمة ندرة المواد الطاقوية في أوروبا.

13- قيمة الصفة: يتعلق الامر هنا باعتبار بعض الدول او بعض الشخصيات يندرجون ضمن خانة الصفة بالنسبة للجمهور، فالأولوية تعود في تغطية الاخبار الى الدول او الأشخاص الذين يشغلون الصفوف الأولى كدول العالم الأول بالنسبة لدول العالم الثالث والمشاهير على حساب الأشخاص العاديين. (البدراي، 2014، صفحة 90)، وهي قيمة تقترب في مفاهيمها من قيمة الشهرة ولكنها ترتبط أساسا بالأشخاص ومكاناتهم في المجتمع.

14- قيمة الاهتمامات الإنسانية: كل انسان له جملة من الاحاسيس الداخلية المختلفة كالخوف او الكره او الشفقة او الحب، كل هذه العواطف او المشاعر الإنسانية وغيرها تحركها بعض الاخبار دون غيرها، وكلما تمكن الخبر من تحريك أكبر قدر من مشاعر الافراد زادت قيمته الإخبارية، فمثلا نشر خبر غرق قارب مهاجرين سوريين لن يكون له ذلك الاثر على المشاهدين كإرفاق الخبر بصورة من الحدث لرضيع رتمه أمواج البحر بعد غرق القارب لان صورة ذلك الملاك الصغير الميت ستؤثر بجملة من عواطف كره الحرب والشفقة على حال اللاجئين السوريين. (الضبع، 2011، صفحة 126)، وقد يجتمع الحب والكره فيوقت واحد عند مطالعة خبر معين مثل خبر استشهاد فلسطينية في عملية فدائية ضد الإسرائيليين، هذا الخبر من شأنه تحريك مشاعر التقدير والحب والأسى على رحيل الشهيدة العربية وهي في ريعان شبابها، وفي الوقت نفسه سيحرك مشاعر الكراهية والسخط ضد الإسرائيليين وممارساتهم غير الإنسانية ضد العرب. (مدكور، 2002، صفحة 51)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

المبحث الثاني: التطور التاريخي للقيم الإخبارية.

بالرغم من ان الاهتمام الواضح بدراسة القيم الإخبارية كان خلال ستينيات القرن الماضي الا ان دراستها والحديث عنها يمتد الى ابعد من ذلك، فخلال القرن السابع عشر وتحديدًا في عام 1676 دعا كريستيان وايز الى أهمية الفصل بين الاخبار الحقيقية والزائفة، أي القيام بعملية غربلة اثناء انتقاء واختيار الاخبار الجديرة بالنشر، وفي عام 1690 قدم توبيا بويسر بحثًا أكاديميًا عن الصحف في المانيا ومن خلال ما توصل اليه دعا الى ضرورة الاختيار بين الاحداث الكثيرة وانتقاء الجديرة بالمعرفة منها، واعتبر "بويسر" الاخبار الجديرة بالنشر هي تلك التي تتميز بالروعة والغرابة واخبار الكوارث الطبيعية والمكتشفات الجديدة، وقضايا الحروب والسلم، واخبار الأسماء الكبيرة. (جواد، 2001، صفحة 54)

وفي سنة 1695 قدم الألماني "كاسبر ستيلر" تصورات مهمة في البحث حول القيم الإخبارية، قائلا: "على كتاب الأخبار التمييز بين ما هو مهم وما هو تافه" وذكر القيم الإخبارية التالية: الجدة والطرافة، قرب المكان، التأثير، الأهمية، السلبية. (جواد، 2001، صفحة 54)

ومن الباحثين الذي فصلوا في القيم الإخبارية كان "وولتر ليبمان" من خلال كتابه الشهير "الرأي العام" الصادر سنة 1922، وقد ميز "ليبمان" بين الواقع وبين الفهم الذاتي او الصورة المتخيلة لهذا الواقع، وعدد القيم الإخبارية في:

وضوح الحدث، الغرابة والدهشة، القرب الجغرافي، التأثير الشخصي، الصراع. (جواد، 2001، صفحة 54)

وفي البحوث الحديثة كان "ولبر شرام" من رواد دراسي طرق اختيار وانتقاء الاخبار، والذي يقول:

"أعتقد انه غني عن البيان ان المرء عندما يختار نبأ ما يتوقع ثوابا ما"

والثواب قد يكون مباشر او فوري وقد يكون متأخر، ويتعلق الثواب المباشر بالانباء التي تتحدث عن الجريمة والفساد والحوادث والنكبات والرياضة واللهو والاحداث الاجتماعية وما يرتبط بالجانب الإنساني، اما الانباء ذات الثواب المتأخر فتتعلق بانباء الشؤون العامة والشؤون الاقتصادية والمشكلات الاجتماعية واللوم والثقافة والصحة. (جواد، 2001، صفحة 55)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

المبحث الثالث: العوامل المتحكمة في انتقاء القيم الإخبارية.

من خلال ما سبق نلاحظ ان الباحثين قدموا الكثير من القيم الإخبارية التي يمكن ان توجد بعضها او كلها في حدث معين فتزيد من قيمته للنشر، لكن المؤسسات الإعلامية او الإعلاميين او حتى الأشخاص العاديون لا يكتفون في انتقاء الاخبار بالقيم المتضمنة فيها فقط بل هم مقيدون ومجبرون على احترام او مسايرة جملة من الاعتبارات الدينية او الاجتماعية او الثقافية او السياسية او حتى الفردية في انتقاء الاخبار، وهذه الاعتبارات تعتبر عوامل متحكمة في اختيار وانتقاء الاخبار الصالحة للنشر.

01-الجمهور: يعرف الجمهور انه:

"مجموعة من الناس يتابعون وسائل الاعلام ويتلقون رسائلها، وهم يجمعهم مكان واحد ومصالح واحدة وقيادة واحدة وظروف بيئية واحدة، ويمكن توجيههم والسيطرة عليهم وإسقاط المعلومات والأخبار عليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه." (العبد الله و شين، 2014، صفحة 143)

ان هذا التعريف ينطبق على الجمهور في فترة زمنية سابقة خاصة في الشق المتعلق بانه موجه ومسيطر عليه، حيث ان السيطرة المطلقة على الجماهير من قبل وسال الاعلام وهي النظرة التي تبنتها بعض النظريات القديمة على غرار نظرية الحقنة تحت الجلد هي نظرة مرهونة بالظروف القائمة في تلك الفترة، لكن عالمنا المعاصر وافرازاته من تطورات في تقنيات وتكنولوجيات الاعلام والاتصال قدمت للأفراد مساحات افتراضية عبر مواقع الانترنت للتعبير من خلالها وابداء آرائهم الإيجابية او السلبية تجاه المضامين الإعلامية او حتى انتاج مضمون اعلامي وبثه عبر المنصات الالكترونية.

هذه المساحة التي حصل عليها الجماهير بفضل تكنولوجيات الاعلام والاتصال زادت من هيمنتهم وسيطرتهم على المضامين الإعلامية التي تلي او تشبع حاجاتهم، وأصبح الإعلاميين ووسائل الاعلام مجبرين على اعتماد دراسات للجمهور بشكل أكبر ووسع لمعرفة متطلباته وقيمته وحاجاته، فعلى سبيل المثال لو قامت قناة موجهة لجمهور عربي مسلم ببث خبر يمس بالقيم الدينية داخل هذا المجتمع، سيلاقي الخبر والقناة النفور والنبد الاجتماعي، أي ان أي خبر مهما كانت قيمته الخيرية وما تضمنه من جديد لن يكون مقبولاً في مجتمع معين من دون احترام ومراعات قيم هذا الأخير، فالقيم الخيرية لن تكون معيار لأحقية الخبر للنشر اذا كانت تتضمن قيم غريبة او منبوذة عند افراد المجتمع.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

كما تعتبر نسب المشاهدة او عدد الافراد المستهدفين بالأخبار عامل مهم يتحكم في تحديد القيم الإخبارية، فقد يجد الصحفي خبرين بقيم إخبارية متعددة، لكن قبل اختيار الخبر الاصح بالنشر يجب الإجابة على السؤال:

أي الخبرين مهم بالنسبة للجمهور؟ بطبيعة الحال تعتمد الإجابة على هذا السؤال على المعرفة الجيدة بطبيعة الجمهور من قبل الصحفيين والوسائل الإعلامية، ويتم ذلك من خلال عمليات دراسات الجمهور، فقد يكون أغلب جمهور قناة رياضية غير مهتم بأخبار الرياضيين الدوليين وينصب كل اهتمامهم على الرياضيين المحليين، هنا يعتمد الصحفي في عملية انتقائه للأخبار على الاخبار التي تتضمن أكبر قيم إخبارية تجذب جمهور الوسيلة الإعلامية وتلبي احتياجاتهم وفي هذه الحالة يراعى الصحفي قيمة القرب الجغرافي في انتقائه للأخبار التي سيقوم بعرضها للجمهور على حساب قيمة الشهرة مثلا، هذا لا يعني ان لا يهتم الصحفي او القناة بالخبار التي تمه فئة قليلة من جمهور القناة بل تقدم الاخبار المهمة والتي تجذب اكبر عدد من الجمهور الى جانب الاخبار الأقل امية لكن لكل خبر مساحة على حسب حجم الجمهور الذي سيجذبه.

02-السلطة السياسية:

تنشط المؤسسات الإعلامية داخل نطاق جغرافي لدولة معينة، فهي بالتالي تخضع لقوانينها وتعمل تحت سلطة سياسية إما ديمقراطية تمنح هامش حرية واسع في تداول الأخبار واختيار وفقا للقيم التي تتماشى واتجاه الصحفي أو المؤسسة الإعلامية، كما يمكن أن تكون السلطة السياسية غير ديمقراطية تفرض على العمل الإعلامي نوع من التضييق، فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تحت رحمة السلطة السياسية ما يفرض عليها التماشي والتكيف معها وعدم مخالفتها لضمان استمرارها وتفادي فرض القيود عليها وهذا ما يؤثر على النقل الموضوعي والصادق للحقيقة للجمهور. (موسى، 2017-2018، صفحة 107)

03-العوامل الأخلاقية والمهنية:

يرى البعض أنه من الصعب فصل القيم الذاتية للصحفي عند قيامه بمهامه فهو في كل الأحوال لا يستطيع أن يتجاوز أو يتخلى عن أيديولوجيته وعن قيمه وأراءه الشخصية خلال مراحل العملية الإخبارية، وهو ما خلص إليه دراسة بعنوان "تأثير الاعلام على الرأي والحياة المدنية" للباحثين "ماكس هومز"، "لانس روبرت"، "سبيرو كيوسيس"، "واين وانتا" استخدم "دافيد ماينبخ وايت" مفهوم "الحراسة" لوصف عملية اخراج الخبر من قبل أي محرر في جريدة يومية ، و يشير "وايت" إلى أن "أليد جيبتس" قد رفض بعض الأخبار لأنها لم تكن جذابة أو لأنه لا يهتم بمثل هذا النوع من الأخبار ثم انتهى إلى أن عملية اتخاذ القرار مسألة شخصية إلى حد بعيد و باختصار

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

تعتبر الخلفية الشخصية عاملاً رئيسياً في عملية الحراسة، (نجاعي و جفافة، 2021، صفحة 891) لكن بعض الباحثين أشاروا أنه بإمكانه فصل ذاتيته والعمل إذ التزم بالموضوعية والنزاهة والصدق في نقل الحقيقة دون تحريف أو تزييف ونقل وجهات النظر المختلفة حول الأحداث والوقائع وتقديم الأدلة الملموسة والقرائن كالصور والتصريحات حول الحدث، إن للقواعد المهنية والأخلاقية تأثير كبير على الصحفي أو الإعلامي وبالتالي فهي تؤثر أيضاً بدرجة كبيرة في القيم الإخبارية. (موسى، 2017-2018، صفحة 115)،

04- فلسفة او سياسة الوسيلة الاعلامية: تلك السياسة بمثابة الدستور أو المرشد الذي يوجه عمل محري الصحيفة في كل النواحي وتتضمن الحدود والمبادئ التي من خلالها تقوم الصحيفة بأداء وظيفتها كوسيلة للاتصال بالجمهور (الضبع، 2011، صفحة 135)

فعلى سبيل المثال لو تحدثنا عن جريدة تمثل الحزب الحاكم في البلاد وخطها الافتتاحي يدعم النظام القائم، بطبيعة الحال لن نجدها تنشر تحقيقاً عن ممارسات مالية مشبوهة لاحد اهم وجوه النظام القائم، او قناة دينية لن تختار خبراً مفاده ان نجمة سينمائية مشهورة انفصلت عن زوجها رجل الاعمال الشهير وذلك بالرغم من وجود جمهور كبير يهتم لمثل هذا النوع من الاخبار الا ان الخط الافتتاحي او فلسفة الوسيلة الإعلامية يدفعها الى غربة الاخبار واختيار ما يتوافق وسياستها الإعلامية، وتحت تأثير سياسة الصحيفة يتعمد المخبر في بعض الأحيان أن يدخل السياسة في قصة يكتبها واثقا من أن ذلك يرضي رؤساءه، وتكون النتيجة أن تخرج القصة عن نظامها الموضوعي ويجلب لنفسه اللوم على حسن نيته، وأخيراً يكشف أن السياسة لا تؤثر الا في عدد قليل من الأخبار، وحتى في هذه الحالة يجب أن يلاحظ أولاً الحقيقة في عرض الخبر. (أدهم، 1987، صفحة 557)

05- ضغوط الناشرين او مالكي القناة: في أغلب الأحيان تتوافق المواد الإعلامية التي ينقلها الإعلامي او الصحفي مع اتجاهات الناشرين او مالكي القناة الإعلامية التابع لها.

لهذا يفرضون على أنفسهم رقابة ذاتية حيث يتم معالجة الاخبار بما يتلاءم مع اراء مالكي الوسيلة التي لا تكون مكتوبة في كثير من الأحيان- واتجاهاتهم، وان لم ينتبه المحرر الى ذلك فانه سيقوم به بعد اصدار أوامر له بالالتزام بالسياسة التحريرية للوسيلة. (البدراي، 2014، صفحة 92)، وبهذا يلتزم الصحفي في عملية انتقائه للأخبار بالقيم الإخبارية المفروضة عليه أو المتفق عليها ضمن المؤسسة الإعلامية التابع لها، فهو مجبر لا مخير على انتقاء أخبار دون أخرى بما يليب تطلعات وحاجات وسياسة هذه المؤسسة.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

06-الخليط او المزيج الاخباري: تتنوع الاخبار بين الجادة والخفيفة والمحلية او الإقليمية والدولية، وامام هذا التنوع الاخباري تقوم القنوات الإعلامية بمحاولة تحقيق التوازن في نشر كل أنواع الاخبار حتى تحقق رغبات وميول الجمهور. (البدراي، 2014، صفحة 92)، وبالتالي فان عملية انتقاء الاخبار لا تستند فقط للقيم المتضمنة فيها بل تستوجب عملية جمعها التنوع في المضامين وفي الأنواع الخبرية لتغطية رغبة أكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين والتطلع لاستقطاب متابعين جدد.

المبحث الرابع: القيم الإخبارية في الأنظمة المختلفة

تتباين أنظمة الحكم الركائز العقائدية والاجتماعية بين مختلف الدول وتختلف بمرور الزمن، وهذا الاختلاف يشكل جملة من الآثار التي قد تترتب عليها توجهها معيناً في الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، وحتى الإعلامية والتي تكون مجردة على الانسياق وراء ما يفرضه المحيط الذي تعمل ضمنه، وهو الامر الذي له الأثر على انتقاء الاخبار وتباين العملية أين تختلف من النظام الليبرالي، الى النظام الاشتراكي، وحتى بالنسبة للدول العربية وخصوصيتها العقائدية أو السياسية.

المطلب الأول: القيم الإخبارية في النظام الليبرالي

تتبعكس عملية انتقاء الاخبار وفقاً لقيمتها الإخبارية على المبادئ العامة للمجتمع الليبرالي، أين تراعي الحرية والمصلحة الفردية، ويسود اتجاهين رئيسيين في التغطية الخبرية في هذه المجتمعات:

الأول اتجاه مهني بحت: بمعنى التعامل مع الخبر دونما قيود أو شروط، الخبر من أجل الخبر والنجاح المهني والمنافسة الخبرية.

الثاني اتجاه يسعى الى الربح: والترويج للصحيفة وجلب المعلنين من خلال الخبر، ثم ظهر مؤخراً اتجاه ثالث في إطار هذه الفلسفة يحاول التخفيف من حدة الاتجاهين السابقين، ويؤكد على الوظيفة الاجتماعية للأخبار، وصالح الجمهور والفائدة المجتمعية من نشر الاخبار بصرف النظر عن النجاح المهني والكسب المادي. (عبد النبي، صفحة 46)، ويتصف الخبر في هذا النظام بكونه:

* أن يتوافر فيه الجدّة.

*أن يقدم فائدة تخدم الحياة الاجتماعية لمجموعة من الناس.

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

* أن تتوافر فيه التشويق والإثارة.

* أن تعطي الأخبار فرص لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية.

* أن تمدّ الأخبار معلومات عن الماضي لتمكّن الناس من فهم العالم الذي يعيشه. (مهدي، 2020)

وبعكس ذلك فحسب الباحثين في المجتمعات الرأسمالية تنتشر الأخبار التي تتضمن القيم الخيرية التي تسعى إلى البحث عن كل ما من شأنه استهواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ وهي الأخبار التي تتعلق بالغرائز والكوارث والحوادث وبالذات وما يصاحبها من خسائر في الأرواح والممتلكات والأخبار التي تخاطب المشاعر الإنسانية أو تشبع الاحتياجات الإنسانية، كذلك الأخبار الخاصة بكل ما هو غريب أو غير مألوف (عكاك، 2011-2012، صفحة 143)، وبهذا فقد انسقت هذه الدول وراء التسويق للأخبار التي تضمن الربح المادي بالدرجة الأولى مبتعدين بذلك كل البعد عن المبادئ التي ينادون بها والتي ترمي لتحقيق مصلحة الأفراد بالدرجة الأولى، في محاولة منها للسيطرة على سوق الإعلام العالمي.

المطلب الثاني: القيم الإخبارية في النظام الاشتراكي

تعد وسائل الاعلام في هذه الأنظمة عبارة عن أداة في يد السلطة الحاكمة تستخدمها للتسويق لسياستها والترويج لها حيث شدد لينين مباشرة بعد اعتلائه عرش الحكومة على ضرورة السيطرة على الصحافة لخدمة مصالح الحكومة وحصر مهامها في ثلاثة مهام رئيسية وهي: دعاية جماعية، محرك جماعي، ومنظم جماعي، هذا ما جعل النظام الإعلامي تابعا للنظام السياسي (موسى، 2017-2018، صفحة 125)، وبالرغم من بعض الاختلافات في طبيعة الظروف الداخلية التي تميز كل دولة ضمن هذا النظام من ناحية السياسة الداخلية وتوجهاتها في مختلف المجالات على غرار المجال الإعلامي إلا أنها تتفق في جملة القيم الإخبارية التي تعتمد عليها في العملية الإعلامية والتي تحمل منظور ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الوسيلة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية لواقعة ما، فالقيم الخيرية للوسيلة يحددها كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها. (عكاك، 2011-2012، صفحة 143)

الإطار التوثيقي-الفصل الأول: القيم الإخبارية-

المطلب الثالث: القيم الإخبارية في الأنظمة المختلطة

هناك العديد من دول العالم التي لا تنهج نهج أحد النظامين السابقين وإنما تتخذ من الدمج بين بعض مفاهيمها ضمن مبادئها العامة وفي أغلبها هي دول ما أطلق عليها بالدول النامية أو دول العالم الثالث والتي عانت في معظمها من الاستعمار الغربي الذي استنفذ خيراتها وكبح عجلة النمو بها مما جعلها وحتى بعد استرجاع حريتها تابعة لتلك الدول سواء تكنولوجيا، أو اقتصاديا، وحتى علميا، أين تقوم دول العالم الثالث باستيراد العلوم وتبني المفاهيم والأفكار الغربية وهو الحال بالنسبة للإعلام عموما ولعملية انتقاء الأخبار، لكن الباحثين بها وطبيعة الظروف السائدة أجبرت المؤسسات الإعلامية على خلق وتحيين بعض القيم الإخبارية بما يتوافق والظروف القائمة أين تقتضي الحاجة إلى التنمية والتغيير وبناء الإنسان في المجتمعات النامية ضرورة ربط عمليات الإعلام في هذه المجتمعات بسياسات التنمية القائمة والمفترضة، بحيث يعمل الإعلام على دعم وتعزيز هذه السياسات وتحقيق الإجماع والمساندة الشعبية لها وتقوية شعور الأفراد بالانتماء والمشاركة في برامج التنمية والتغيير مع المحافظة على القيم والتقاليد والمعايير الثقافية الأصيلة. (عبد النبي، صفحة 56) وبعد الاطلاع على العديد من الأبحاث والدراسات التي تناولت القيم الإخبارية في الدول النامية ودول العالم الثالث يمكننا حصرها في: التنمية، المسؤولية الاجتماعية، التثقيف، التكامل الوطني أو الوحدة الوطنية.

الفصل الثاني: صحافة المواطن

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

تمهيد:

أبرز التطور العلمي في تكنولوجيات الاعلام والاتصال جملة من المفاهيم والاشكال الإعلامية الجديدة التي أصبحت واقع يجب الإقرار بوجودها وفعاليتها في المجتمع، ومن بين تلك المفاهيم الهامة في الحقل الإعلامي خصوصا ما يعرف بصحافة المواطن، وان كان هذا المصطلح محل نقاش واخذ ورد بين أهل الاختصاص، حيث يرى البعض ان هذا المصطلح غير صحيح ولا يصلح إضفاء مهنة الصحفي الا للصحفيين المهنيين الذين يتخذون من هذه المهنة مهنتهم الرئيسية وهم في الغالب متفرغون لجمع الاخبار ونقلها عبر وسائل الاعلام التابعين لها، غير ان فئة ثانية تقر بصلاحيته تداول مصطلح المواطن الصحفي وهي وجهة النظر التي نتبناها في دراستنا من منطلق الشبه الكبير بين ما يقوم به الصحفي العادي والمواطن الصحفي، فبالرغم من غياب عنصر المهنية عند هذا الأخير الا انه حقق نفس النتيجة التي يرمي اليها الصحفي العادي والتي هي إيصال الخبر الى أكبر قدر من الجمهور عبر وسيلة اعلامية باستخدام نفس التقنيات والوسائل، ونظرا لأداء المواطن الصحفي أصبح محل انظار اهم المحطات الإعلامية في العالم من خلال اعتمادها عليه في جمع بعض المعلومات او حتى تثبيتها من خلال فيديوهات مصورة من طرف المواطنين الصحفيين.

وفي هذا الفصل قمنا بطرح ثلاث مباحث معنونه كالآتي:

المبحث الأول: الإعلام الجديد الماهية والخصائص

المبحث الثاني: ماهية صحافة المواطن، وأشكالها

المبحث الثالث: التطور التاريخي لصحافة المواطن

المبحث الرابع: الطابع الاجتماعي لصحافة المواطن

المبحث الخامس: العوامل المتحكمة في صحافة المواطن

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ارتبط ظهور صحافة المواطن بالتطور الحاصل في وسائل الإعلام، من خلال ظهور الأنترنت والتطورات التي أنتجتها في تقنيات ووسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، فهي أحد الأشكال الصحفية غير المهنية التي ساهم الإعلام الجديد في بنائها، وبذلك فإننا قبل التفصيل في صحافة المواطن ونشأتها وأشكالها وجب علينا تقديم صورة عامة عن تعريف الإعلام الجديد وخصائصه التي ساهمت في زيادة انتشار صحافة المواطن.

المبحث الأول: الإعلام الجديد الماهية والخصائص

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. (مفلح العلي، يوسف، و خلدون أحمد، 2016، صفحة 26)

وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، على أرضية جديدة لهذا الإعلام فهو الإعلام الرقمي Digital Media لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرها، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر، ويطلق عليه الإعلام التفاعلي Interactive Media طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الأنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. (صادق، صفحة 30)

وبتعدد الأسماء التي نسبت لهذه الظاهرة الإعلامية الجديد تعددت التعريفات أين لا نجد تعريفا واحدا متفقا عليه فقد اجتهد الكثير من الباحثين في تعريف الاعلام الجديد لكن اغلبهم التقوا في نقطة التطور التكنولوجي الحاصل في تقنيات الاعلام والاتصال ويوجد من يعرف الإعلام الجديد New Media بأنه:

"يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالأنترنت" (مفلح العلي، يوسف، و خلدون أحمد، 2016، صفحة 26) ففي هذه الحالة نسب الاعلام الجديد الى العامل التقني البحث الذي انتشر وتطور كنتيجة افرزها ظهور الانترنت وتطورها وانتشارها.

يعرف أيضا قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الاعلام الجديد بشكل مختصر بوصفه:

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

"اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" ويعرفه "ليستر Lister" بأنه "باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو" (صادق، صفحة 31)، فالإعلام الجديد هو نتيجة تزاوج تقنيات موجودة بالفعل يستند عليها الاعلام التقليدي وتقنيات حديثة، فالإعلام ووسائله القديمة هو ظاهرة موجودة بالفعل والانترنت والكمبيوتر ظاهرات او تقنيات اتصال حديثة، فعلى سبيل المثال يعود ظهور القنوات التلفزيونية لسنوات عديدة سبقت ظهور الانترنت لكننا اليوم نملك قنوات تلفزيونية الكترونية.

وتضع كلية "شريدان" التكنولوجية تعريفا عمليا للإعلام الجديد يشابه ويتقارب الى حد بعيد مع تعريف "ليستر" بوصفه:

"كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الاعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته" 16 (علي حجازي، 2017، صفحة 16)

ويعرف كذلك وفقا لموسوعة الويب العروفة باسم "ويوبديا" بأنه:

"العديد من الاشكال المستحدثة من نظم الاتصال الالكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة، فاذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الاعلام الجديد، نلمس الفرق بين ديناميكيتها وفي حالة التغيير المستمر الذي تتصف به، يشير التعبير أيضا الى قابلية اجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض" (صادق، صفحة 32)

وبالنسبة "للبيهاني" و "البرغوثي" فإن الاعلام الجديد:

"هي عملية عرض العالم الجديد بكل ابعاده العقلية والسياسية والاقتصادية من دون حاجات الى عبارات مثل أصبح الاعلام حاجة حيوية للكيانات الجماعية والمجتمعات، ذلك ان الاعلام لم يصبح كذلك، بل كان كذلك

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

منذ كان، أما تقنيات بثه واستيداعه واسترجاعه فهي تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنساني الذي يجعل كماليات اليوم ضروريات الغد" (علي حجازي، 2017، صفحة 16)

من خلال التعريفات السابقة نجد ان مفهوم الاعلام الجديد ليس موحدًا لكنه مترابط في عديد النقاط، ويمكننا أن نرجع عدم الاتفاق في التعريف لجانب حداثة المفهوم والممارسة التي لا تزال حديثة نسبيًا امام التطورات المتسارعة التي تشهدها في التقنيات والظواهر التي تنتج عنها.

أما عن الخصائص التي يتميز بها الاعلام الجديد فهي عديدة ويتفق عليها الباحثين والتي سنفصل فيها من خلال المطلب الموالي.

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي بجملة من الخصائص التي نذكر منها:

01-المرونة: حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها. (شقرة، 2014، صفحة 57)، فوسائل الإعلام الجديد فتحت للمستخدمين فضاء لا متناهي يضم جملة من مصادر المعلومات المختلفة والتي يمكن الوصول إليها في كل مكان وزمان وبطرق مجانية في أغلب الأحيان.

02-اللاجمهورية: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد. (كافي، 2016، صفحة 287)، فبرغم من الجماهيرية الواسعة التي حققتها وسائل الإعلام الجديدة إلا أنها بالمقابل تمنح للمستخدم نوع من الخصوصية من خلال استقبال الرسائل بطريقة فردية وخاصة.

03-التفاعلية: أي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة ومستقبلها، إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من مجرد متلق سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته. (كافي، 2016، صفحة 288) فجمهور وسائل الإعلام الجديد أصبح بدوره منتجا للمضامين الإعلامية، وناقلا للأخبار بفضل التقنيات والوسائل الحديثة المتاحة على غرار الهواتف الذكية.

04-الحرية الواسعة: جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية والخارجية التي تمه الوطن والمواطن، وتفتح عيون المواطنين على

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

كثير من الأمور التي كانت مبهمة وغامضة ومحرم عليهم معرفتها. (شقرة، 2014، صفحة 56)، فقد حرر هذا التطور في وسائل الإعلام والاتصال الأفراد من القيود التي تفرض على وسائل الإعلام التقليدية من قبل النظم والحكومات، وأمام ضعف الرقابة القانونية عليها في العالم أجمع أصبحت منبرا بهامش حرية أوسع للتعبير عن الآراء وتداول الأخبار.

05-الانترامية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها. (كافي، 2016، صفحة 287) فالتواصل أصبح غير مرتبط بالآنية أو الاتصال المباشر بين أطراف العملية الاتصالية، حيث أصبحت مرنة غير مرتبطة بالمكان ولا الزمان.

ومن خلال الخصائص سالفه الذكر نستنبط جملة من الوظائف للإعلام الجديد والمتمثلة في:

1. سرعة نقل المعلومات مع وضوح مصدرها.
2. وضوح المعلومة او الخبر المنوي نقله دون لبس، وفي نفس الوقت دون إطالة.
3. احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجودا فيه في كل مكان، بما يضمن عدم الانحياز التام لجهة دون أخرى.
4. إتاحة المجال للجمهور لإبداء رأيه فيما يعرف بالبحث المتبادل. (علي حجازي، 2017، صفحة 22)

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المبحث الثاني: ماهية صحافة المواطن

ذكرنا من خلال ما سبق ان صحافة المواطن هي وليدة التطورات التكنولوجية الحاصلة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال، فهذا النوع الإعلامي الجديد ظهر بفعل هذه التطورات لكنه أيضا استفاد منها لكي ينمو ويتطور وينتشر فبتطور وانتشار اشكال التواصل عبر الانترنت زاد بزوغ صحافة المواطن في الأفق الإعلامي العالمي، كما ساهمت التطورات سالفة الذكر في امتداد أساليب عمل المواطن الصحفي سواء عبر التعليق او نشر الفيديوهات المصورة، والحقيقة أن المواطنين العاديين أصبحوا مصادرًا للمعلومات الخام سواء للجمهور أو حتى لوسائل الاعلام، حيث أصبح هذا المصدر مديعا للنصوص أو الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لذا فان هذه التطورات الحاصلة في التقنيات او في تكنولوجيات الاعلام والاتصال تمكنت من الغاء الوساطة التي كانت تلعبها وسائل الاعلام التقليدية في وقت سابق بين ما يعيشه المواطن على ارض الواقع وما تصوره ومن ثمة تنشره بعد غربلته، اين اصبح المواطنون قادرون على تغطية الاحداث ونشر المحظور والتحدث بعلانية وهو ما سيساهم في تحقيق الديمقراطية.

المطلب الأول: مفهوم صحافة المواطن

يعد هذا المفهوم كما قلنا سلفا حديث الظهور والنشأة حيث يرتبط ظهوره حسب اغلب الباحثين بظهور الانترنت وتطور تقنيات ووسائل الاعلام والاتصال، ولفهم المعنى الحقيقي للمصطلح سنحاول تجزئته الى العناصر المكونة له (الصحافة-المواطن).

أولا-تعريف الصحافة:

من خلال دراسة قدمها كل من "جان شارون" و"جان دي بانفيل" من جامعة "لافال" تتعلق بتحولت الصحافة، قدموا تعريفا لها واصفين إياه بأنه مجردا وعاما بما يكفي لتطبيقه على جميع المواقف، بغض النظر عن الاحداثيات المكانية او الزمانية، فتعرف الصحافة حسبهم بأنها:

"مجموعة مؤسسية من الممارسات الخطابية الوسيطة التي تهدف إلى وصف أو تعديل البيئة الطبيعية والاجتماعية، فالصحافة هي نوع من الخطاب، وبشكل أكثر تحديدا، عملية إنتاج هذا النوع من الخطاب، أي الإجراءات الروتينية المتخذة لإنتاج فئة معينة من الرسائل، هذا الخطاب له مراجع حقيقية موضوعية، أحداث العالم المادي أو الاجتماعي، ويهدف إلى وصفها أو تعديلها. (CHARRON، 2002، صفحة 11)

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

إن العمل الصحفي يحمل الطابع المؤسسي الذي يجعل منها مهنة تخضع لقواعد يعمل وفقها منتجو الرسائل الإعلامية، هذه القواعد التي يمكن أن تحد من الحرية في تغطية الخبر أو نشره وهو ما سيؤثر كذلك على الموضوعية في طرح القضايا عبر وسائل الاعلام المختلفة.

وتعرف الصحافة كذلك بأنها:

"فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الجمهور وتوجيهه والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها، ووصف نشاطها، ثم تسليتها وملء أوقات فراغها، وعلى هذا فالصحافة هي مرآة تعكس صورة الجماعة وآراؤها، وقد عرف "محمود عزمي" الصحافة بأنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الخيرة الناضجة، مفعمة ومنسابة إلى مشاعر القراء من خلال صحف دورية" (العيناي، 2020، صفحة 39)

فالصحافة تتسم بصفة الدورية في النشر في إطار زمني محدد مسبقا بشكل يومي إما صباحا أو مساء، أسبوعي أو حتى شهري، أين يتم نشر الوقائع بما يتماشى وحاجات الجمهور المستهدف ورغباته وميوله من خلال تغطية كل الاخبار التي تندرج ضمن محيطه الذي يعيش به بالدرجة الأولى.

ومن المنظر المهني تعرف الصحافة بكونها:

"الصحافة كمهنة ترتبط بالشخص الذي اختار مهنة الصحافة ومنها اشتقت كلمة صحفي، أي الشخص الذي يقوم بالحصول على المعلومات وكتابة المقالات والتقارير وكافة الفنون الصحفية الأخرى، وهي مهنة ترتبط بالصناعة والتجارة وذلك من خلال عمليات الطباعة والتصوير والتوزيع والتسويق والاعلان" (العيناي، 2020، صفحة 41)

فمن المنظور المهني للصحافة يعتبرها بعض الباحثين عبارة عن فن، والصحفي يكون موهوب بالفطرة يكتسب العديد من المهارات المتصلة بالإقناع وطلاقة اللسان والجادبية التي تمكنه من جمع الاخبار من مصادرها وايصالها بطرق تستوفي الغرض من عرضها.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ثانياً-تعريف المواطن:

يعرف المواطن بأنه:

"المواطن هو الإنسان الذي يستقر في بقعة أرض معينة وينتسب إليها ويكون طرف في علاقة بين الأفراد والدولة يحددها قانون الدولة" (تعريف المواطن، 2022)

ويعيش الفرد في منطقة محددة يكتسب صفة المواطنة حيث يتوجب عليه جملة من الواجبات أمام العديد من الحقوق كالمساوات والعدل في المال العام وفي الحق في الحياة الكريمة والجنسية الى جانب العديد من الحقوق الذي يضمنها له البلد الذي ينتمي إليه.

ويعرف المواطن كذلك ب:

"جزء من نسيج المجتمع السياسي له حقوق وعليه واجبات، وثمة ثلاثة عناصر أساسية تتداخل في تشكيل مصطلح المواطن وهي القانوني والسياسي والاجتماعي أو النفسي" (الرواشدة، 2021)

فالكل مواطن روابط إما قانونية، اجتماعية، سياسية، أو حتى نفسية يجب توفرها بعضها على الأقل أو كلها لتصح تسميته ويتعلق الامر بالخصوص بالروابط القانونية التي إذا لم تتوفر لن يكتسب المواطن جنسية البلد الذي ينتمي إليه كالازدياد في البلد أو العيش به لفترة محددة قانونا وفقا لجملة من الاعتبارات القانونية التي يمنح الفرد من تجاوزها.

وتعرف دائرة المعارف البريطانية المواطنة بكونها:

"علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق، وتدل ضمنا على مرتبة من الحرية على ما يصاحبها من مسؤوليات، وهي على وجه العموم تسبغ على المواطن حقوقا سياسية مثل حق الانتخاب وتولي المناصب العامة" (الخال و بن عمر، 2021، صفحة 7)

فالمواطنة تمنح الفرد الحرية داخل وطنه ضمن إطار قانوني محدد في دساتير أو القوانين التشريعية للدولة، حيث أن ممارسة الحق في الحرية على غرار حرية التعبير يكفله ويحدده القانون المعمول به.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ثالثاً-تعريف صحافة المواطن:

ساهمت الانترنت في مشاركة المعلومات بين الملايين من مستخدميها وجعلت منه أمراً سهلاً ومتاحاً في غضون ثوان قليلة، ونتيجة لذلك يتبادل الملايين من الصحفيين غير المحترفين تجاربهم عبرها، مما يعرقل عمل المؤسسات الإعلامية ويحدث خللاً في أجندتها نتيجة عجزها عن تغطية بعض الأخبار خاصة على المستوى الدولي، وهذا ما كان واضحاً في أوقات الأزمات كتقارير شهود العيان في 11 سبتمبر أو القمع العنيف للمتظاهرين خلال الانتخابات الرئاسية الإيرانية عام 2009 المثيرة للجدل، ومن ثم فإن العديد من الصحفيين والأكاديميون يشيدون بصحافة المواطن باعتبارها شكلاً أكثر شفافية وديمقراطية للصحافة. (Jurat, 2011, p. 6)، من حيث تميزها بتغطية الأحداث كما هي وبطريقة مباشرة بعيداً عن القيود التي تفرضها المؤسسات الإعلامية على الصحفيين والمرتبطة أساساً بالروابط القانونية، سياسة الدولة، وسياسة الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها، وأمام غياب كل هذه العوامل الرقابية على عمل المواطنون الصحفيون تتحقق بذلك الحرية والديمقراطية في تغطية وتداول الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعتبر البعض "صحافة المواطن" الأخبار والمعلومات الغير صادرة عن إرث أو منظمة إعلامية تقليدية كالصحف أو راديو أو شبكة التلفزيون، بينما يعتبره البعض الآخر مجموعة أدوات تفاعلية لمنافذ الأخبار بجميع أنواعها "لتسخير قوة الجمهور" (Moeller, 2009, p. 6)، أين اختلفت الأدوار التقليدية للعملية الاتصالية، فقد أصبح الجمهور يعمل عمل منتج الرسائل الإعلامية، أو المعلق عليها إلى جانب قدرته على تغطية الجوانب التي لم تتمكن المؤسسات الإعلامية من بلوغها.

ويعد مصطلح (صحافة المواطن) من أكثر المصطلحات المثيرة للجدل ويعود ذلك إلى حداثة من جهة، واختلاف الباحثين حول معناه وأهم وسائله من جهة أخرى غير أن الباحثين والمتخصصين يتفقون في نهاية المطاف على أن المواطن الصحفي هو ذلك الشخص الذي يمكنه أن يشارك رأيه ومشاهداته للعالم أجمع، دون الحاجة لأن يحمل شهادة في الإعلام، أو أن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم، فقد أشار الدكتور "جمال الزرن" إلى أن صحافة المواطن هو مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن، ويرى أن مفهوم صحافة المواطن يعتمد على:

- شبكة الإنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية.
- اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتدادا لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة. (عامر، 2020، صفحة 172)

ونظرا لان المصطلح حديث الظهور نجد ان تعريفه بشكل دقيق لا زال محل دراسات واجتهادات من الباحثين والدارسين وقد حصلنا على بعض التعاريف التي فصلت في المصطلح ومن بينها تعريف "ليمان" لصحافة المواطن: "المواقع التي تنشر مساهمات الناس الذين لا يجدون وظائف من خلال وكالات الانباء لكنها تؤدي وظيفة مشابهة "هؤلاء الصحفيون المواطنون" يقدمون لنا معرفة هي عبارة عما يحدث في الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها، وقد يقدمون لنا صورة للعالم أغنى من التي نحصل عليها من وكالات الانباء المألوفة" (شومان، 2012، صفحة 5)

فالمواطنيين الصحفيين وفقا لتعريف "ليمان" هم أشخاص يتقنون مهنة الصحافة لكن الفرق بينهم وبين الصحفيين هو الانتماء الى المؤسسات الإعلامية، غير ان نقطة الحرية او عدم الخضوع لأي مؤسسة قد تساهم في حرية جمع وتداول المعلومات والاطار دون خضوعها للرقابة او الغرلة من قبل حراس البوابة، فالمواطن الصحفي هو حارس البوابة في هذه الحالة وهو الحر في انقاء الاخبار وعرضها بالصورة التي تعكس وجهة نظره.

و يقدم الباحثان "Nguyen, A. & Scifo" تعريفا مختصرا واضحا لصحافة المواطن والذي مفاده:

"عندما يستخدم الأشخاص المعروفون سابقا باسم الجمهور الأدوات الصحفية التي يجوزتهم لإعلام بعضهم البعض، فهذه هي صحافة المواطن" (Nguyen, 2018, p. 256)

كما تعرف كذلك بـ:

"التقارير الإخبارية المستقلة التي يقدمها في كثير من الأحيان هواة من مسرح الحدث، والتي تنشر عالميا من خلال وسائل الاعلام الحديثة، عن طريق شبكة الانترنت في الأغلب الاعم (مثلا عن طريق مواقع تبادل الصور او اشربة الفيديو، والمدونات، والمدونات الصغيرة، ومنتديات الانترنت، ولوحات الإعلانات، والشبكات الاجتماعية، وملفات البث الرقمي، وما الى ذلك)" (الجمعية العامة للامم المتحدة، 2010، صفحة 23)

دائما ما يرتبط الحديث عن صحافة المواطن بالحرية والاستقلال في عرض الاخبار عبر وسائل الاعلام الحديثة وهذا ما يمكننا ارجاعها الى ضعف الرقابة القانونية العالمية على الفضاء الالكتروني مقارنة بالرقابة التي تواجهها المؤسسات

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

الإعلامية والصحفيين خلال عملهم وبالرغم من تباين نسبة الرقابة على العمل الإعلامي من نظام سياسي لآخر أو من منطقة جغرافية لأخرى إلا أنها موجودة لأمثلة.

فهو بذلك: مواطن، أو مجموعة من المواطنين، يلعبون دورًا نشطًا في عملية تحصيل ونقل الأخبار والمعلومات وتحليلها ونشرها. والقصد من هذه المشاركة هي توفير مصدر مستقل وموثوق ودقيق وواسع النطاق للمعلومات ذات الصلة التي تتطلبها الديمقراطية. (Moeller, 2009, p. 7)

المطلب الثاني: المداخل الرئيسية لتبني مفهوم صحافة المواطن

رغم أن التطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال زاد من انتشار صحافة المواطن إلا أن هذه التطورات التقنية لم تكن العامل الرئيسي لظهور صحافة المواطن حيث أن هناك من يرى أن ظهورها ارتبط بظهور المدونات الإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية، وهناك من ربط الظهور الفعلي لها بالتفجيرات والهجمات على الولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001 وهذا ما أكده "جيلمور" Gillmor من خلال قوله:

" إن الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جليا عقب أحداث 11 أيلول 2001، رغم أنها لم تختع في ذلك اليوم بالذات" (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 05)، حيث أدلى شهود عيان بتفاصيل دقيقة للحادث، من خلال مدوناتهم الشخصية عبر الأنترنت، وقد اختلفت عن تلك الروايات التي قدمتها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية وغير الرسمية.

وعلى الرغم من هذه الحقيقة المثبتة تاريخيا، إلا أن هناك ثلاثة توجهات أخرى حول الطريقة التي ظهرت بها صحافة المواطن، وكيفية تحولها إلى مفهوم شائع الاستخدام والممارسة، وهي:

أولا- المداخل الأولى:

ربط أنصار هذا المدخل عملية تبني مفهوم صحافة المواطن بالانتهاكات الحقوقية للقضايا الإنسانية بأمريكا اللاتينية خلال ثمانينات القرن الماضي، حيث ظهرت مساهمات أستاذة الإعلام الكولومبية الأصل "روديغير كليمنسيا Rudiger Clemencia" والتي اعتبرت أول من استخدم مفهوم إعلام المواطن عام 2001، لتصف العمليات التي يقوم بها المواطنون للمشاركة في مجتمعاتهم المحلية من خلال استخدام وسائل اتصال مستقلة تعتمد

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

على الموارد المتاحة. (شومان، 2012، صفحة 5)، حيث ذهب أنصار هذا المدخل إلى ضرورة تبني واستعمال وسائل الإعلام الجديد لتحقيق الديمقراطية، من خلال تقديمها للمعلومات الصحيحة والشفافة، ونقل أصوات من لا صوت لهم، إذ اعتبرت وسائل الإعلام التقليدية في هذه الحالة أداةً في يد السلطة الحاكمة لا تعبر عن إرادة الشعوب.

ثانياً-المدخل الثاني:

ربط هذا المدخل تبني مفهوم صحافة المواطن بالانتقادات الواسعة التي عرفتها وسائل الإعلام، حيث ربط بين إعلام وصحافة المواطن وبين صحافة المجتمع المدني التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الثمانينات من القرن الماضي، كرد فعل طبيعي على الانتقادات الواسعة لما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار ووظائف تقليدية، مثل نقل أخبار النخب وطرح قضايا لا تهم المواطن العادي. (شومان، 2012، صفحة 07).

وانتقد أنصار هذا المذهب وسائل الاعلام التقليدية من حيث عدم توخي الموضوعية في تغطية الأحداث وعدم إشراك المواطن العادي في النقاش عبر وسائل الإعلام التقليدية لحل مشاكله وقضاياه، ليضطر بعدها الجمهور إلى البحث عن منافذ إعلامية بديلة لنقل صوته وحصل ذلك من خلال ما عرف في ذلك الوقت بصحافة المجتمع المدني من خلال التعبير عن رأيه واهتماماته عبر بعض الصحف والإذاعات.

ثالثاً-المدخل الثالث:

يربط هذا المدخل بين إعلام المواطن وبين مجتمع الشبكات في عصر المعلومات، بحسب الأطروحة الشهيرة لعام الاجتماع "مانويل كاستيل Manuel Castile"، حيث اهتم بالإعلام في إطار المجتمع الشبكي، أين تحدث عن المواطن الرقمي الذي يقاوم إعلام المؤسسات الكبرى، وتسمح له تكنولوجيا الاتصال والانترنت بممارسة الإعلام الشخصي الذي ينقل سلطة الاتصال من مؤسسات الأخبار الكبرى (المؤسسات الإعلامية) إلى المواطن بشكل موحد وعبر العالم (شومان، 2012، صفحة 10)، فوفقاً لهذا الاتجاه تعد صحافة المواطن نتيجة حتمية لظهور الأنترنت التي ساعدت الأفراد للتولوج إلى عالم الإعلام وبناء إعلام جديد منافس للإعلام التقليدي.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ورغم أن هذه الاتجاهات الثلاثة السالفة الذكر قد تبنت مفهوم صحافة المواطن رغم اختلافها حول الفترة التاريخية الحقيقية لظهور هذا النوع الإعلامي غير المهني، إلا أنه توجد اتجاهات أخرى ناقشت نقطة صلاحية أو عدم صلاحية تداول المفهوم معتمدة في عرضها على كفاءة الأداء.

*الاتجاه الأول:

حيث أن الاتجاه الأول يبالغ في الاحتفاء بالآثار الإيجابية لإعلام المواطن ويره وسيلة للتعبير الحر عن الآراء وتحقيق الرقابة الشعبية، بل واعتباره وسيلة للتغيير الاجتماعي. (بن زعير، 2021)، إذ جعلت صحافة المواطن الديمقراطية في متناول الجميع من خلال نقدها لوسائل الإعلام التقليدية كبداية لنقد حال الديمقراطية، وبالتالي التأكيد على مقدرتها للقيام بذاات الوظائف والأدوار، وبشكل مختلف على مستوى المنهج والخلفية (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 18)

*الاتجاه الثاني:

فيما ظهر اتجاه ثان يعارض فكرة إعلام المواطن، ويؤكد ضرورة الاحتراف والمهنية، ويطعن في دقة ومصداقية محتواه مستدلا بوقائع ارتكب فيها مدونون انتهاكات لحقوق الملكية والخصوصية وعدم الدقة وترويح الشائعات. (بن زعير، 2021)، حيث أن المواطنون الصحفيون لا يراعون في عملهم الضوابط المهنية أو الأخلاقية فبينما يقدم البعض منهم الحقائق كما هي، يروج البعض الآخر للشائعات والأخبار الكاذبة، فعلى سبيل المثال رافق انتشار فيروس كورونا في بداياته عدد لا يحصى من المعلومات والأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي زادت الوضع سوءاً، وهو ما أكده روجر موسى في مقال نشره بمجلة "نيوستيتسمان" من خلال قوله "إنه وفي الوقت الذي نخشى فيه على العالم وأهله، فإنه يبدو أن هناك جوعاً خلال هذه الأزمة للتحقق الموثوق بها والتي تطمئن كل هؤلاء الذين أصابتهم الهستيريا بفعل المعلومات غير الدقيقة التي تعج بها وسائل التواصل الاجتماعي" (فيروس كورونا: هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر والخوف؟، 2020)

فهناك من ينظر لصحافة المواطن بأنها ممارسة سلبية للإعلام، ذلك أن الصحفيين المحترفين يراعون في أداء مهامهم مسؤوليات رسمية وأخلاقية يعملون في نطاقها خلال أداء مهامهم، ذلك إلى جانب القوانين الضابط للممارسة الصحفية التي تفتقر لها صحافة المواطن مما جعلها محط انتقاد.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

كما يرى مؤيدي هذا الاتجاه أيضا أن المراسل المواطن ليس بالصحفي المحترف لأن الصحفي المحترف يتمتع الصحافة ويمارسها في إطار قانوني محدد يتميز بجزائره لبطاقة صحفي، أما المواطن المراسل فهو شخص متطوع لنشر ما يسمعه ويشاهده في شبكة الأنترنت أو غيرها، وذلك من خلال الالتزام الذاتي والمسؤولية الاجتماعية. (تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، 2016، صفحة 24)

*الاتجاه الثالث:

وينطلق أصحاب الاتجاه الثالث من فرضية أنه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية تستغني عن تكنولوجيا الاتصال والأنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وبالمثل لا وجود لمؤن أو ناشط على الأنترنت يستغني عن وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي فإن فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة (بن زعير، 2021)، حيث يرى بعض الباحثين أن صحافة المواطن ليست إعلاما بديلا يغني عن الوسائل التقليدية أو منافسا لها، وإنما هو أداة مكملة للإعلام التقليدي، وأي مؤسسة إعلامية لم تستثمر في هذا النوع من الإعلام الجديد ستفقد لا محالة الكثير من جماهيرها ولهذا يندر في الوقت الراهن وجود أي مؤسسة من مؤسسات الإعلام غير منخرطة في عملية التوسع على هذا الطريق الذي يتم التحرك فيه باتجاهين بين المؤسسات الإعلامية ومستخدميها، الذي خلقت الوسائل الرقمية (الجمعية العامة للأمم المتحدة، 2010، صفحة 24)

أوجه التشابه والاختلاف بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية:

1. أوجه التشابه: من بينها نذكر:

*لعل وجه التشابه الأساسي بين الصحافة التقليدية وصحافة المواطن تتمحور حول تشابه أداء كلا الطرفين في عملية جمع ونشر الأخبار، حيث يقوم العمل الصحفي على تصوير الأحداث وبنها لجمهور واسع عبر وسيلة إعلامية، وهو نفس المبدأ الذي يعتمده المواطن الصحفي في عمله حيث يصور الحدث ويثته من خلال وسائل الإعلام الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي.

*يغطي الصحفيون المواطنون الأخبار السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الرياضية، وهو الحال بالنسبة للصحافة التقليدية.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

2. أوجه الاختلاف: وتتمثل أساسا في

* لا ينتمي المواطن الصحفي إلى مؤسسة إعلامية تجعل منه مجبرا على احترام سياستها أو خطها الافتتاحي كما هو الحال في الصحافة التقليدية، حيث يمارس نشاطه دون أي قيود والضوابط الوحيدة المتحكمة في أدائه هي وجهات نظره تجاه القضايا، العرف الذي يتبناه، وأخلاقه الشخصية.

* يتميز عمل المواطن الصحفي بالمرونة في الأداء، حيث لا يحتاج أن يمرر عمله على محررين أو رؤساء تحرير على عكس الصحافة التقليدية، وهذه الميزة زادت من سرعة نشره للأخبار فور حدوثها.

* تتميز ظاهرة الإعلام الجديد بالديناميكية والتغير المستمر، ويقدر عالٍ من التفاعلية وما بعد التفاعلية، بظهور مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية، وتجسد هذه المرحلة انقلابا للنموذج الاتصالي التقليدي بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم. (بن زعير، 2021)

* يدعي العديد من الأكاديميين والمنظمات المهنية أن الصحفيين ذو الجودة العالية يحمون الجمهور من استهلاك المعلومات المظلمة من قبل الالتزام بالمبادئ التوجيهية الأخلاقية للصحافة عند إنتاج محتواها، وهناك القلق من أن منشئي المحتوى الفرديين قد لا يلتزمون بهذه المبادئ السامية. (Miller, 2019, p. 2)

* يمكن أن تقدم صحافة المواطن أصواتا ووجهات نظر مختلفة عن تلك التي تقدمها الصحافة التقليدية، حيث يوسع المواطنون الصحفيون الروايات من خلال تجاوز حراس بوابة الأخبار الموجودون في الصحافة التقليدية بفضل اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي. (Miller, 2019, p. 4)

* تتميز صحافة المواطن من خلال أبحاثها بنقد وسائل الإعلام التقليدية، وتأكيد قدرتها على القيام بنفس الوظائف والأدوار بشكل مختلف على مستوى المنهج والخلفية كونها لا تسعى للربح وترفض الخلفية المؤسسية ورهانات اقتصاد السوق (بن بوزيان و ثابت، 2021، صفحة 1000).

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ومن خلال هذه الاختلافات ينبثق تساؤل حول إلى أي مدى يمكن أن نطلق على ما يمارسه المواطن العادي في هذا المجال صحافة؟

لعل أهم عامل أو وجه اختلاف انطلق منه المعارضون لمفهوم صحافة المواطن هو ارتكازهم على غياب عنصر المهنية، وعند بحثنا عن المهنة وجدنا أن مجمل أدبيات سوسيولوجيا العمل أو المهن تضع شروطاً أربعة لنشاط يزاوله الأفراد كي يسمى مهنة، وهي:

- شرط شكلي (حيازة شهادة علمية او مهنية).

- احتكار النشاط الذي تمارسه فلا يسمح لغير أصحاب المهنة بمزاولة هذا النشاط (الطب لا يمارسه إلا الأطباء، الهندسة لا يمارسها إلا المهندسين...)

- امتلاك ثقافة وأخلاقيات يمكن فرض احترامها باعتماد وسائل الإكراه التي تمنحها إياها الدولة.

- تشكيل مجموعة حقيقية وفعلية. (البقالي، 2018، صفحة 1992)

ولو أسقطنا هذه الشروط على مهنة الصحافة نجد أنها ضعيفة الحجة حيث أن الصحافة كما عرفناها سابقاً في بداية دراستنا هي:

"المجال أو التخصص أو المهنة التي تقوم على جمع الأخبار والتحقق من مصداقيتها، وتحريرها أو تحليلها. وتقديمها للجمهور في الصحف اليومية، أو الدورية، في صفحات قد تكون سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية تربية، بناء على أقسام الجريدة والقسم الذي يعمل ضمنه الصحافي". (العبد الله وشين، 2014، صفحة 187) ولو قارنا هذا التعريف بتعريف العمل الطبي الذي يعرف انه:

"ذلك العمل الذي يقوم به شخص متخصص من أجل شفاء الغير ويجب أن يستند ذلك العمل على الأصول والقواعد الطبية المقررة في علم الطب" (الدين، 2013، صفحة 59)

من خلال تعريف المهنتين نجد أن الأولى ارتبطت بالعمل أو الأداء بينما التعريف الثاني يركز على الشخص الذي يقوم بالمهنة والشروط الواجب توفرها فيه التي تتوافق والقواعد المقررة في علم الطب، بينما العمل الصحفي ينطوي

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

على قيام أي شخص ينتمي إلى مؤسسة إعلامية بجمع الأخبار وتقديمها للجمهور دون إدراج أي شروط أخرى لأداء هذه المهنة.

وعند ذهابنا لتعريف الصحفي عند المشرع الجزائري على سبيل المثال نجد أنه يعرفه ب:

"يعد صحفيا محترفا في مفهوم هذا القانون العضوي، كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الأنترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2012، صفحة 28) في هذا التعريف لا يربط المشرع الجزائري بين وجوب حصول الشخص على شهادة متخصصة في الإعلام ليصبح صحفي محترف حيث اكتفي ببعض الشروط المتمثلة في التفرغ للعمل الإعلامي واتخاذ مهنة وحيدة أي عدم المزاوجة بين مهنة الصحافة ومهنة أخرى في آن واحد، وعليه ومما سبق فمهنة الصحفي لا تقتصر فقط على أصحاب التخصص، فإذا كان الشخص لا يصبح طبيبا إلا إذا درس الطب، والمهندس عليه أن يتخرج من كلية الهندسة، فماذا عن الصحفي؟ لا يعني هذا أن الصحفيين لا يمتلكون أي كفاءة بل يعني أن هذه الكفاءة غير محددة بوضوح، وجزء منها يكتسب في الميدان. (البقالي، 2018، صفحة 1992)

المطلب الثالث: أشكال صحافة المواطن

تعددت الأشكال أو المنصات الافتراضية التي يعتمد عليها المواطن الصحفي لعرض وتقديم ما جمعه من أخبار ومعلومات وتتمثل هذه الأشكال في:

01- المدونات الإلكترونية (Blogs):

تعرف بانها: "مواقع الكترونية يمتلكها أفراد(غالبا)، ومؤسسات، وجماعات تتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائما إيجاد سبق صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة، مما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة، ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيب كرونولوجي، ويمكن للقراء والمستخدمين التعليق عليها" (الرحية، 2020، صفحة 7)، من خلال هذا التعريف نخلص ان المدونة تتميز ب:

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

- أ- الأنية في نشر الاخبار، الى جانب استغلال هامش حرية التعبير المتاح من خلال الفضاء الافتراضي لنشر الآراء والتعليقات والمعلومات والاخبار التي قد تكون محضرة على المواقع الإعلامية الرسمية.
- ب- امتلاك خاصية المجال المفتوح للتعليق والتفاعل من قبل المتصفحين.

ومن خصائص المدونة:

- ساهمت المدونات في تعزيز المزجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم "الصحفيون المواطنون".
- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن الى صحفي يجمع الاخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع. (يوسف كافي، 2016، صفحة 101)

02-شبكات التواصل الاجتماعي (Social networks):

تعرف بانها:

"هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض". (يوسف كافي، 2016، صفحة 109)

وتبرز العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تختلف من حيث التسميات وعدد المستخدمين ومن أهمها:

... Facebook, Twitter, Youtube

أ-موقع فيسبوك (Facebook):

"هو واحد من مواقع شبكات الصداقة الأكثر شعبية، والذي تم إنشاؤه أصلاً كمنتدى لطلاب الجامعات حيث لا يزال مستخدماً بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين، يهدف في المقام الأول لمساعدة الناس في بناء وجودها على الانترنت والشبكات الاجتماعية، وبشكل أكثر تحديداً من خلال معاملته المختلفة، ويعمل الافراد على الفيسبوك لإشباع الحاجات المختلفة الشخصية والاجتماعية، فهو يجعل من الممكن للناس البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى او الحاليين، إضافة الى او نظرة على الصور، لتكوين صداقات جديدة، الى المتعة لتبادل المعلومات حول الذات والتعلم عن المناسبات الاجتماعية" (يوسف كافي، 2016، صفحة 119)

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ساهم موقع فايسبوك في زيادة انتشار عمل المواطنين الصحفيون من خلال خصائصه المتعددة ولعل اهم هذه الخصائص بالنسبة لصحافة المواطن هي سرعة وكثافة انتشار الاخبار او الفيديوهات المعدة من طرف المواطنين الصحفيين والذين اعتمدوا على موقع فايسبوك لإيصالها لأكثر عدد من الجمهور.

بالنسبة للصحفيين غير المحترفين (الذين يساهمون في صحافة المواطنين الناشئة)، تمثل شبكة الفاييسبوك أرض أحلام ففي مقدور الناس العاديين ان يديموا مدونة باستخدام خدمة الملاحظات وان ينشؤا مجموعة ينشرون فيها صوراً وخلاصات إخبارية كما لو كانت من عملهم الخاص، وهكذا يمنح الفاييسبوك منفذاً وصوتاً للشخص المتوسط الذي يريد ان يقول شيئاً. (يوسف كافي، 2016، صفحة 127)

ب-موقع تويتر (Twitter):

يعرف موقع تويتر بأنه: "موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة-وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مئة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة-ويمكن ارسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر او على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال" (خليل شقرة، 2014، صفحة 75)

ج-مواقع بث الصور وتسجيلات الفيديو:

"هي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة (Podcasting) أو مرئية ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جداً لدرجة أنها أصبحت تتيح مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها يوتيوب (Youtube)، وماي فيديو (My video). (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 7)

يعتبر اليوتيوب من أكبر المواقع المختصة في بث تسجيلات الفيديو وأشهرها على الإطلاق، كان قد بدأ بصعوبة نتيجة تكاليف البرمجة والاستضافة، وأصبح اليوم موقعا لا يمكن السيطرة عليه ومتابعة كل ما ينشر فيه.

أسسه موظفين سابقين في (Paybal) بعد رغبتهما بمشاركة مقطع فيديو ثور في حفلة، أطلق الموقع عام 2005 وفي أقل من عامين اشترته غوغل بمبلغ 1.65 مليار دولار وهو مبلغ أكثر من رائع لجهد استمر عامين فقط، ومع

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

القدرة على تحميل عدد لا نهائي من مقاطع الفيديو القصيرة والتي يتم تحميلها بزمن سريع أصبح يوتيوب أداة الفيديو الأسرع تأثيراً ونقلاً للأحداث للملايين عبر العالم. (لونيس، 2012، صفحة بدون صفحة)

إن التطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وما تولد عنه من وسائل جديدة لنقل المعلومات وخاصة منها تلك الموثقة في شكل فيديوهات سمح للأفراد العاديين باستغلال هذه المنصات الإلكترونية التي تفتح المجال لكل لفتح مواقع أو قنوات خاصة على غرار قنوات يوتيوب، هذه المميزات جعلت المواطنين الصحفيين يعتمدون على موقع يوتيوب لنقل المحتويات التي يصورونها وعرضها بطريقة مجانية ودون الخوف من حذف مقاطع من مناشيرهم.

03-مواقع التحرير الجماعي:

وهي مواقع تقوم على إنتاج ونشر المعلومة على الأنترنت حيث يسمح لزوار المواقع بإدخال إضافة أو تعديل على المنشور، ومن ثمة فإن هذه التقنية تتيح الفرصة لظهور مشروعات كبرى قائمة على المشاركة التطوعية من عدد كبير من الأفراد، ومن أشهر هذه المواقع نذكر موسوعة ويكيبيديا الحرة. (حاجة، 2020، صفحة 653) وتعرف أيضا بأنها:

"مواقع التحرير الجماعي الويكي: Wikis هي مواقع تعتمد على برمجيات Wiki التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي يتيح إمكانية التعديل والتنقيح، وأشهرها موسوعة ويكيبيديا (wikipedia). (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 8)

تتيح مواقع التحرير الجماعي لكل الأشخاص إمكانية تحرير معلومات أو معارف جديدة كما هو الحال في موقع ويكيبيديا، وبالرغم من ضعف مصداقية هذه المواقع كمصدر للمعلومات إلا أنها منتشرة ومعروفة وتقدم تصورات عامة حول الافكار والمعلومات.

04-المواقع الإخبارية التساهمية:

وهي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة. (بن بوزيان و ثابت، 2021، صفحة 1000)

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المبحث الثالث: نشأة صحافة المواطن

تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التقني وانتشار المعلومات بسرعة فائقة، وظهرت صحافة المواطن لتشكل ظاهرة إعلامية جديدة مثيرة لكثير من الجدل، وبنفس الوقت أصبحت وسيلة هامة لاكتمال المشهد الإعلامي وانتقال الخبر من المصادر التي يصعب الوصول إليها عن طريق الوسائل التقليدية.

في الحقيقة لا يوجد تحديد دقيق متفق عليه للتوقيت والمكان اللذين نشأت صحافة المواطن فيهما، لكن يمكننا استعراضاً قراءة تاريخية لنشأة صحافة المواطن: حيث يؤكد "جيلمور (Gillmor) على أن صحافة المواطن نشأت بداية في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور المدونات، حيث قال: "بأن الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جلياً عقب أحداث 11/أيلول/2001 رغم أنها لم تخترع في ذلك اليوم البشع بالذات (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 4).

لكن الغالبية يتفقون على أن الظهور الفعلي لهذا النوع من الصحافة كان إبان إعصار "تسونامي" الذي وقع في شهر ديسمبر من عام 2004 حيث إن المواد التي تناقلتها وسائل الإعلام الجماهيرية في كافة أرجاء العالم كانت تركز على المعلومات والصور التي التقطها المواطنون العاديون هناك، وكان اعتماد تلك الوسائل الإعلامية على شهود العيان المتواجدين في المكان والذين عاشوا اللحظات الكارثية التي شهدتها المنطقة وقاموا بتسجيلها. (عياش، 2021، صفحة 707)

في حين يؤكد (Lee) بان أول جريدة ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية (PublickOccurrences) " في 16/9/1690، والتي توقفت عن الصدور بعد عددها الأول، وكانت الأخبار تطبع على ثلاث صفحات متوسطة الحجم فيما تترك الصفحة الرابعة فارغة، لتمكين القراء من إضافة أخبارهم الخاصة عليها قبل تمريرها لقارئ آخر. يستدل مما تقدم أن ظاهرة "صحافة المواطن قد بدأت تاريخياً في الولايات المتحدة الأمريكية نهاية القرن العشرين مع ظهور المدونات، وتزايد دورها، وأهميتها بين الأعوام 2003 و2005، ومع إطلاق وسائل اتصال جديدة كالفيسبوك واليوتيوب، والتي خلقت مناخاً جديداً للحصول على المعلومة والصورة. (الرحية، صحافة المواطن، 2020، صفحة 5).

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

عرف السرد العلمي لنشأة صحافة المواطن الكثير من الاختلافات في أصل هذا المصطلح ومكان ظهوره الفعلي على أرض الواقع، وقليلون هم الباحثين الذي اتفقوا على رأي واحد، كما ان الممارسة الفعلية لصحافة المواطن اختلفت من حيث الظهور بين العالم الغربي والعالم العربي، ومن خلال دراستنا سنقوم بعرض التطور التاريخي لظهور صحافة المواطن عند الغرب وفي العالم العربي، لكننا في البداية سنحاول الوصول لأهم العوامل التي ساهمت في ظهور صحافة المواطن في العالم.

المطلب الأول: ظهور صحافة المواطن عند الغرب

اعتبر بعض الباحثين صحافة المواطن قديمة الظهور حيث أعادوها إلى ما قبل ظهور الابتكارات التكنولوجية في أواخر القرن العشرين وأوائل القرن الحادي والعشرين، فصحافة المواطن وفقا لهذا الاتجاه كانت موجودة لفترة أطول من مهنة الصحافة نفسها، حيث أن مدرسة الصحافة الأولى في العالم فتحت أبوابها عام 1908 بالولايات المتحدة الأمريكية، لكن الصحف كانت موجودة قبل قرون بالرغم من عدم وجود صحفيين محترفين، والأشخاص الذين تولوا عملية جمع الأخبار في تلك الفترة هم المواطنون الصحفيون وهم أولئك الذين لديهم خلفيات مختلفة في ممارسة مهنة الصحافة على الرغم من عدم وجود خلفية صحفية "رسمية". (Hughes, 2010, p. 6)

ويذهب البعض إلى ربط ظهور صحافة المواطن عند الغرب بظهور المدونات بالولايات المتحدة الأمريكية، وهناك من ربط الظهور الفعلي لها بالتفجيرات والهجمات على الولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001 وهذا ما أكده "جيلمور" Gillmor من خلال قوله "إن الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جليا عقب أحداث 11 أيلول 2001 رغم انها لم تختع في ذلك اليوم بالذات" (الرحية، 2020، صفحة 05)، حيث ادلى شهود العيان بتفاصيل دقيقة للحادث من خلال مدوناتهم تميزت وتناقضت مع تلك الروايات التي صرحت بها وسائل الاعلام، وفي عام 2003 نشأة مدونات الحرب War blogs التي يتحدث من خلالها الجنود الأمريكيون عن حرب العراق بصفتهم فاعلين في بناء الحدث وشهود عيان. (بلعيد، 2016، الصفحات 38-39)، في حين أن "الان" Allan ربط ظهورها بموجة تسونامي التي ضربت جنوب اسيا في كانون الأول 2004 حيث أصبحت صحافة المواطن المشهد الأبرز في تلك الكارثة من خلال التنقل الكبير للفيديوهات المسجلة بواسطة كاميرات التسجيل. (الرحية، 2020، صفحة 05)، كما كان لموقع "Oh My News" بكوريا الجنوبية مساهمة كبرى في تطور صحافة المواطن، وان شمل فريق هذا الموقع الاخباري من صحفيين مهنيين الا انه كان يبشر مقالات المواطنين. (بلعيد، 2016، صفحة 39)، فانطلاقة صحافة المواطن ارتبطت ببداية تداول الأشخاص غير الصحفيين للأخبار عبر

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

منشورات ومضامين تلي الحاجات المعرفية للجمهور بطرق أفضل من تلك المضامين التي تنشرها وسائل الاعلام والتي قد تكون صورة لتوجه الوسيلة الاعلام وليس صورة حقيقية للحدث، وزاد التطور العلمي لتكنولوجيات الاعلام والاتصال من انتشار هذا النوع الإعلامي غير المهني من خلال اجتياح مواقع التواصل الاجتماعي لكل الحدود والفواصل من خلال توفيرها خاصية الانتشار العالمي.

المطلب الثاني: ظهور صحافة المواطن في العالم العربي

لعل ما يعرف بثورات الربيع العربي التي انطلقت عام 2011 بتونس ثم انتقلت الى باقي الدول العربية أحد اهم الأسباب الرئيسية التي ساهمت في ظهور صحافة المواطن في العالم العربي.

ولعل رغبة البعض في تسمية الربيع العربي بثورة الفاييسوك هي نابعة من الايمان بان صحافة المواطن هي التي ساهمت في انتشار المعلومات بانتفاضة أهالي ولاية سيدي بوزيد التونسية حين فرضت الرقابة الحكومية على الاعلام الرسمي مهمة التضليل. (بلعيد، 2016، صفحة 39)، فالرقابة التي استخدمتها السلطة الحاكمة في تلك الفترة على الاعلام كسرت من خلال تداول الاخبار وتناقلها بين المتظاهرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتصوير الاحداث وبثها او عرضها لأكثر عدد من التونسيين الذين استطاعوا التكاثف والتجمع للمطالبة بالسقاط النظام عبر صحافة المواطن، اما في مصر ربما بدأت بوادر صحافة المواطن بالظهور قبل عام 2011، ففي عام 2010 أنشئت صفحة عبر موقع فيسبوك لعدد من الشباب المصري البعيد كل البعد عن العمل الإعلامي، وكان الهدف الأول لهذه الصفحة هو نقل الاخبار من أبناء الشعب الى الشعب كاسرين بذلك قيود العمل الإعلامي الحكومي من اجل تقديم صورة شفافة عن الأوضاع السياسية الحقيقية في البلاد، سميت الصفحة بـ "رصد" وهي اختصار للأحرف الأولى لثلاث كلمات راقب وصور ودون وقد قام رواد الصفحة بتقديم تغطية إعلامية لانتخابات مجلس الشعب المصري، وتمثل هدف الصفحة الأول في اطلاع الناس على حقيقة ما يجري في الشوارع المصرية والكشف عن عمليات الاحتياال التي كانوا يعتقدون انها شابت الانتخابات، ثم بدأت الشبكة الإخبارية الرقمية رصد التي اعتمدت على ما اعتبروه انه قيام مواطنين صحافيين بنشر اخبار بلدهم، كانوا هم الناس ويتمون اليهم واصبحوا هم صوتهم وعملوا تحت شعار "من الناس واليهم". (فهيم، 2019)، مع امتداد ثورات الربيع العربي ومحاولات الشعوب العربية تغيير أوضاعها السياسية القائمة كانت صحافة المواطن هي عدسة عاكسة صور انتفاضات المواطنين الى المواطنين.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المبحث الرابع: الطابع الاجتماعي لصحافة المواطن

صحافة المواطن هي أحد أوجه مشاركة أفراد المجتمع في صناعة الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي فهي أداة في يد الأفراد لتسليط الضوء على القضايا التي تمه المجتمع والتي ربما يحضر نشرها عبر وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي فهي تتمتع بجملة من الخصائص التي سنتطرق إليها في المطلب الأول من هذا المبحث كما تؤدي كذلك أدوار ذات طابع اجتماعي تتراوح بين الإيجابية والسلبية وهذا ما سنسلط عليه الضوء من خلال المطلب الثاني من هذا المبحث.

المطلب الأول: خصائص صحافة المواطن

تتميز صحافة المواطن عن الصحافة العادية بجملة من الخصائص التي نذكر منها:

- 01- بإمكان أي مواطن عادي البحث عن الأخبار والمعلومات، وأن يصير مصدرا لها.
- 02- أهم مميزات صحافة المواطن تتلخص في كونها مجانية لأن الصحفي لا يتقاضى أجرا على ما ينقله من أخبار، وممارسة هذا النشاط لا يكلفه الكثير من المال والوسائل. إضافة إلى طابع الحرية والاستقلالية التي يتميز بها هذا النشاط، لأن الصحفي المواطن لا ينتمي لأية مؤسسة إعلامية تفرض عليه إتباع سياسة معينة، أو الالتزام بإخضاع مادته للغربة والرقابة. وهذا الأمر من شأنه أن يجعل منها منبرا حرا للرأي ووسيلة أكثر شفافية وديمقراطية للتعبير ويكون لها بذلك مساهمة فعالة في كشف الفساد.
- 03- يعتبر السبق الصحفي والاتصال المباشر بالأحداث الموضوعية بمثابة حقل إنماء هذا النوع من الإعلام.
(حاجة، 2020، الصفحات 650-651)
- 04- التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير، إذ تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى الجماعة، وتقوم صحافة المواطن بقلب المعادلة والاعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين.
- 05- المشاركة الشخصية، فتعتبر الديمقراطية المتحركة عملا فرديا تطوعيا غير خاضع لتوجيهات منظمات معينة بل للقطاعات السياسية للفرد خلافا للوسائل الاتصالية التقليدية. (بن بوزيان و ثابت، 2021، صفحة 1000)

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المطلب الثاني: المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن

ترتكز المسؤولية الاجتماعية على مشاركة كل أفراد المجتمع في العمل بما يضمن الصالح العام ويصب في مصلحة كل أفراد، وتعد وسائل الإعلام الإلكترونية وظواهرها الجديدة على غرار صحافة المواطن أحد أهم الوسائل التي قد تعمل على تغيير المجتمع بطريقة إيجابية أو سلبية، حيث تحقق ثورة الاتصال الانفتاح الذي يؤدي إلى اكتشاف نقاط الضعف والخلل في بنية العلاقات المتبادلة بين الشعوب والأمم والحضارات والثقافات المختلفة، فانفصال أدوات الإنترنت الجديدة عن أي قيم أو ضوابط مجتمعية، أصبح عنصر جذب للشباب الساعي إلى الحضور المجتمعي بشكل معين، وتكوين طباع وصفات مختلفة، فهذه الأدوات أتاحت للشباب الظهور بالشخصية المجتمعية التي يريدها ويصورها خياله، حتى إن كانت في مجتمع افتراضي فهو يتعامل على هذا الأساس، لأن هذا المجتمع يوفر له كافة أشكال التفاعل وأوجه الحرية التي يفتقدها في حياته الواقعية. (زعير، 2011)

تؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية مراعاة وسائل الإعلام لعادات وتقاليد المجتمع وأعرافه، بما يضمن الحفاظ على سلامته وصيانة مقدراته، ويتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني في ضرورة قيام الوسائل بتقديمها لتغطية ومعالجة متوازنة للموضوعات والأنشطة المختلفة في إطار عدم التحيز وعرض المعلومات والحقائق وتمييزها عن الآراء بما يرسى دعائم الديمقراطية ويضمن مشاركة الرأي العام من خلال إفراح المساحة للجميع للتعبير عن اهتماماتهم المختلفة، ويعد استقبال مواقع الصحف لصحافة المواطن جزء من هذه المشاركة المسؤولة. (المقصود، 2017، صفحة 114)، وبذلك يمكن أن تلعب صحافة المواطن دور إيجابي في المجتمع من خلال تقديم الحقائق كما هي لأفراد المجتمع دون غرلة أو تزييف، إضافة إلى اعتبارها وسيلة هامة لفتح الأبواب كل القضايا التي تم المجتمع والتي يمكن أن تكون محضور على وسائل الإعلام التقليدية تغطيتها أو الخوض فيها، وهذا وقد تمثل صحافة المواطن كذلك وسيلة يعتمد عليها لتنمية الوعي الاجتماعي وزع روح المواطنة من خلال ما تنشره من قضايا اجتماعية تدعم من خلالها التضامن والتكافل الاجتماعي، ورغم التخوف الذي يبديه البعض من الباحثين من تأثيرات ثورة الاتصال، فإن هناك من يدافع ويؤيد ذلك الاتجاه، حيث يرون أن آثار ثورة الاتصال تفيد في الانفتاح الذي يؤدي إلى اكتشاف نقاط الضعف والخلل في بنية العلاقات المتبادلة بين الشعوب والأمم والحضارات والثقافات المختلفة. (زعير، 2011)

ومن خلال ما سبق فإنه يمكن لصحافة المواطن أن يكون لها دورا رئيسيا عبر أدواتها في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع وإكسابهم عادات حميدة وسلوكيات صحيحة، كونها تعتبر ظاهرة إعلامية تستهدف فئة كبيرة من المجتمع، وخاصة فئة الشباب التي تعتبر الأكثر تأثيرا في المجتمعات عامة لما تمتلكه من حيوية في العمل وقدرة على

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

التغيير نحو الأفضل، من خلال خلق بيئة مثالية للتفاعل والنقاش وطرح الآراء تجاه القضايا المختلفة في المجتمع، إضافة إلى تشجيعهم على القيام بالأنشطة الاجتماعية والثقافية التي من شأنها تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم من أجل تكوين مواطن صالح عبر غرس وتنمية المعايير الاجتماعية في نفوسهم (صيام، 2012، صفحة 73).

المبحث الخامس: العوامل المتحكمة في صحافة المواطن

يرتبط ظهور صحافة المواطن وانتشارها بجملة من الظروف والتطورات العالمية التي كانت بمثابة الدافع الذي ساهم في جعل المواطنين العاديون يتوجهون نحو هذا المنفذ الإعلامي للحصول على الأخبار أو إرسالها، مستغلين في ذلك التطورات التي شهدتها تقنيات الاعلام والاتصال وانتشار الأنترنت، وبفضل الجيل الجديد من تطبيقات وخدمات الأنترنت على غرار مواقع الويب 2.0، فتح المجال الواسع أمام الأفراد لإنتاج المحتوى ذاتيا، إلى جانب فتح فضاءات للتفاعل المتبادل مما شكل نقطة تحول في جملة من القيم على غرار الحرية في التعبير التي شهدت افراجا كبيرا مقارنة بما آلت اليه في بعض الدول قبل هذه التطورات الحاصلة في التكنولوجيا والتقنية وأساليب التواصل، التي أثبتت جدارتها في تغيير أساليب التواصل وتبادل الأخبار والمعلومات بين الأفراد، وحتى الديمقراطية التي أصبحت بمثابة النقطة السوداء التي تثقل عاتق وسائل الاعلام التقليدية حين العمل بها أو الحياد عنها مما جعلها محط انتقاد واسع بين الجمهور، مما جعل صحافة المواطن تظهر بصورة منفتحة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية.

المطلب الأول: العوامل التقنية

إن التطور التكنولوجي في تقنيات الاعلام والاتصال يعد بمثابة نقطة فاصلة في عالم الاعلام والاتصال الذي ازدهر وزاد تطوره ونموه بشكر كبير جدا، كما كان لهذه التطورات تبعات كبيرة على مكونات العملية الإعلامية على غرار الجمهور الذي أصبح قادرا على تغيير المسار التقليدي للأخبار، فجمهور اليوم أصبح إيجابي متبنيا للعمل الاعلام من خلال تغطية الاحداث ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو الامر الذي يعود الفضل فيه لظهور الأنترنت وما أفرزته من مواقع للتواصل الاجتماعي، التي فتحت المجال أمام صحافة المواطن لتحل في بعض الأحيان محل الصحافة التقليدية وتزاحمها على السبق الصحفي.

فالانتشار الكبير لتقنيات الاعلام والاتصال وتزايد التطبيقات الناجمة عن تطورها فتح المجال لوسائل الاعلام التقليدية للتوجه نحو صحافة المواطن، باعتبارها منافذ جديدة لإيصال المحتوى الإعلامي بما يتناسب والمستخدمين الجدد، أم بفتح المجال أمام المواطنين العاديون للمساهمة في إنتاج المحتوى الإعلامي، أي جعل من هذا الوجه الإعلامي غير

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المهني بمثابة أداة تستفيد منها دون تحويلهم لمنافسين لها، وحتى من قبل المواطنين أنفسهم سواء باستقبال المعلومات أو بإرسالها. (الرحية، 2020، صفحة 19)

ومنذ ظهور ما يسمى بالثورة الرقمية في منتصف التسعينات، وصلت الأنترنت الى المجال العام بعد أن كانت منذ حوالي ثلاثين عاما محصورة الى حد ما في شبكات الجامعات التقليدية، إن ظهور مصطلح صحافة المواطن كان معاصرا لتطور الأنترنت وبشكل أكثر تحديدا، انطلقت فكرة الصحافة التشاركية كما يطلق عليها بعض الباحثين مع رواج الويب 2.0 وما تبعه من تسهيلات للنشر عبر الأنترنت من خلال المدونات أو المنصات المتخصصة، أين أصبح لدى الأفراد إمكانية التفاعل مع الآخرين لإنتاج وتوزيع المحتوى. (DJEFAFLA, 2019, p. 13)

استثمرت وسائل الاعلام في التكنولوجيا الرقمية وقدمت تواجدا عبر الأنترنت منذ تسعينات القرن الماضي، فقد شهدوا ولادة مواقع بديلة سمية بممارسة صحافة المواطن، والتي تعمل على تطوير النقد لوسائل الاعلام واستنكار موقفها المهيمن وولائها للعالم السياسي والاقتصادي والتحيزات التي تنتهجها في معالجة الاخبار من خلال حراس البوابة الإعلامية، فبفضل هذه التقنيات الحديثة تعزز دور المواطن من خلال السماح له بالمشاركة في تحسين الديمقراطية، وقد زاد ظهور وبروز صحافة المواطن من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي اتاحت المجال امام المستخدمين لاستعمال هذا الفضاء في نشر وإذاعة الاخبار، وبهذا ولدت صحافة المواطن أو الصحافة التشاركية والتي عرفت كذلك بصحافة الهواة في منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين في عملية إنشاء المعلومات والأخبار ونشرها على الوسائط الرقمية. (Pignard-Cheynel, 2018)

كانت الفكرة الأصلية للصحافة التشاركية أو صحافة المواطن هي إنتاج المعلومات من قبل الجميع ومع ذلك كان ظهور الويب 2.0، وصقل الأدوات التكنولوجية التي جعلت البعد التشاركي ممكنا، ثم بدت ممارسة الصحافة وكأنها تفتتح على فئات جديدة من الناس، الذين لم يعودوا راضيين عن كونهم مستهلكين للمعلومات، ولكنهم يشاركون في إنتاج المحتوى. (REBILLARD, 2008, p. 355)

إن جمع ونشر المحتوى من خلال قنوات الاتصال المتنوعة، وجملة الخصائص التي تميز بها الاعلام الجديد على غرار التفاعل والمشاركة، وتمكن الأفراد من إنشاء محتوى ونشره، إضافة الى التقنيات الرقمية الجديدة كالهواتف الذكية كل هذه العوامل مجتمعة عادت الطريق أما صحافة المواطن لتزدهر وتتطور وتنتشر.

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

المطلب الثاني: العامل السياسي

غالبًا ما تكون وسائل الإعلام وسيلة في يد السلطة الحاكمة خاصة بالنسبة لدول العالم الثالث التي تتخذ منها أداة لتلميع صورتها وللترويج لسياساتها، ومثال ذلك نجد الجزائر لا تزال وإلى غاية كتابة هذه الأسطر تحتكر قطاع السمع البصري، وتفرض سلطتها على الإعلام المكتوب من خلال جانب توزيع الإعانات المادية والإعلانات التجارية كما أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تعد أجنبية بحكم كونها لم تنشأ بموجب قوانين الإعلام الجزائرية، وتنشط هذه القنوات من خلال مكاتبها التي تفرض الدولة عليها عقوبات من خلال سلطة ضبط الاعلام السمع البصري في حال قيامها بأي تجاوزات، والقناة التلفزيونية العمومية بقيت ملك للدولة منذ نشأتها، وبالتالي فالمشهد الإعلامي الجزائري يعاني نوع من الضبابية من ناحية حرية التعبير وتداول الأخبار، وبالتالي وفي مثل هذه الحالة احتاج المواطنون لمنابر إعلامية بديلة توفر هامش أكبر للحصول على الأخبار أو نقلها، وتعد صحافة المواطن المتنفس الأهم الذي فتح المجال أمام المواطن العادي للبحث عن آلية الدفاع عن مبادئه الخاصة ومصالحه، ومعاييره الذاتية، ومحاولة إسماع صوته لباقي الجمهور بهدف إنشاء توعية عامة، وبنفس الوقت محاولة الوصول للنخبة الحاكمة بهدف إيصال رأيه بطرق غير مباشرة. (الرحية، 2020، صفحة 20)

المطلب الثالث: العامل الاقتصادي

لعبت الظروف الاقتصادية للمواطنين عبر العالم دور بارز في اعتماد صحافة المواطن كوسيلة لنقل الواقع الاقتصادي المعاش، فأمام سخط المواطنين من ظروف معيشتهم ومثال ذلك ثورات الربيع العربي التي اتخذ المواطنون من مواقع التواصل الاجتماعي سبيل لربط مواعيد المظاهرات وتصوير قمع المتظاهرين ومن ثمة نشرها، فالظروف الاقتصادية المزرية هي التي أتاحت المجال لبروز هذه الظاهرة الإعلامية.

كما يتعلق الأمر كذلك بعملة الاقتصاد والسرعة في تداول الأموال والسلع، وهذا يتطلب السرعة في نقل المعلومات التي تعد هي الأخرى سلعة اقتصادية تتعاطم أهميتها يوما بعد يوم، بمعنى آخر إن عملة نظم الاعلام والاتصال قد حققت فوائد عدة للقوى الاقتصادية أبرزها: عملة الأسواق، وتنمية النزاعات الاستهلاكية، إضافة إلى توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية وغيرها. (الرحية، 2020، صفحة 23)

كما أن التحول أو نزوح العالم من الاعلام التقليدي الى الاعلام الرقمي زاد من حظوظ انتشار صحافة المواطن فظهور الاعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى انخفاض عدد قراء الجرائد الورقية أو حتى الاطلاع على مواقعهم عبر الأنترنت على سبيل المثال وبالتالي فقدان هامش معتبر من الربح المادي، كما أن المعلنين أصبحوا

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

يفضلون عمل الإعلانات التجارية عبر الصفحات الأكثر متابعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدل نشرها في وسيلة اعلام تقليدية، وبالتالي أصبحت الساحة الإعلامية الالكترونية أكثر اغراء للمواطنين الصحفيين الذين كلما زاد عدد متابعيهم وزاد نشاطهم كبرت مداخيلهم المادية.

المطلب الرابع: العامل المهني

رغم النقد الموجه إلى الميديا الاجتماعية، من حيث غياب الدقة أحيانا وغياب المصدقية أحيانا أخرى في نشر الأخبار، ناهيك عن عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية المتبعة من قبل وسائل الاعلام الكلاسيكية، فإن الواقع يؤكد منافسة هذه الوسائط الحديثة للوسائل الكلاسيكية، ثم إن البعض ذهب إلى القول بأن الميديا الجديدة تلعب الدور في إعادة ترتيب الاولويات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بل ان عدم اهتمام وسائل الاعلام الكلاسيكية بجميع الآراء وأحيانا عدم التعبير عن مشاغلهم، دفع المواطنين للانتقال من واقعنا الحقيقي الى الواقع الافتراضي. (بلعيد، 2016، صفحة 41)، فحياد وسائل الاعلام التقليدية عن لعب دورها الأساسي في المجتمع والمتمثل في تسليط الضوء على القضايا التي تم الافراد وتقديم اعلام موضوعي وشامل، أتاح الفرصة أمام صحافة المواطن لشغل مكانة ضمن الساحة الإعلامية العالمية.

كما أن أزمة تدني ثقة الجمهور في وسائل الاعلام التقليدية، أين يعتقد العديد من الباحثين أنه وبعد فترة الازدهار التي عاشتها الصحافة في العديد من البلدان خاصة في الفترة الممتدة بين سبعينات وثمانينات القرن الماضي، إلا أنها وبعد جملة التغيرات الاجتماعية، السياسية، والاقتصادية يمكننا وصف العقدين التاليين بأتهما عقدين من خيبة الأمل، حيث أضحت الضرورة الربحية تطغى على جودة إنتاج المعلومات، كما أن شبكة الأنترنت مهدت الطريق أمام المواطنين الصحفيين لسد الثغرات التي أحدثتها الإعلام التقليدي. (NEVEU, 2009, p. 93)

مستقبل صحافة المواطن في ظل التطورات الرقمية الراهنة:

على الرغم من التصريحات المتزايدة بأن العصر الرقمي يبشر بفرص جديدة للتعددية الإعلامية، وتعزيز مبدأ المواطن الصحفي، والحق في الوصول إلى المعلومات، إلا أن الواقع يبقى أنه ليس كل الأصوات متساوية وليس كل الأصوات مسموعة، فعلى العكس من ذلك أثبتت الملاحظات أن العديد من الفئات في المجتمعات المختلفة لاتزال تعاني في مجال التمكين المعلوماتي والحق في الممارسة الإعلامية (Luce, 2017, p. 77).

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ورغم ذلك تتزايد سطوة صحافة المواطن يوما بعد يوم، خاصة مع النمو الهائل في معدلات استخدام الميديا الاجتماعية، حيث تزايدت الرغبة لدى المهمشين في تحدي تمهيشهم. في سياقات مختلفة - من جميع أنحاء العالم - وقد ساعدت أشكال مختلفة من صحافة المواطنين المجتمعات المهمشة على كسب صوت الجمهور وتمكينه، سواء تعلق الأمر بالأقليات العرقية، الحركات النسوية، أو سكان الضواحي، ومناطق الظل، وبشكل أكبر من هم في معتزك الحركات الاجتماعية المعولة، والتي يتزايد ظهورها في المجتمعات نامية بسبب المشكلات الاقتصادية والاجتماعية البارزة (Davies, 2014, pp. 243- 258).

وبالنظر إلى طبيعة الممارسة الصحفية في ظل التحولات الرقمية، وهي تبين لنا كيف تتجه الممارسة الصحفية الحرة إلى مزيد من التحولات والتمكين للمواطنين العاديين في مجال تشاركية المعلومات وحرية تلقيها، نلاحظ انقسامًا في مسألة صحافة المواطن ومستقبلها:

فشق من أنصار الصحافة التقليدية لا يرى مستقبلا لهذا النوع من الصحافة، ويصعب بالنسبة له أن تلتقي الصحافة التقليدية بمؤسساتها وسياساتها التحريرية مع الكتابة الذاتية وصحافة المدونات، غير أن أصحاب المدونات يرون في تحالف كل من "صحافة المواطن" و "صحافة الصحفي" مكسبا للديمقراطية ولكلا الاتجاهين، فكل أسلوب صحفي بإمكانه أن يطور الآخر ويدفع به إلى المزيد من الكفاءة والنجاعة المهنية والأخلاقية. (بن طبة، 2018، صفحة 18)، ومع التطور السريع الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال سيزيد سيل المعلومات المتداولة عبر المواقع الالكترونية والتي ينشرها المواطنون، وبالرغم من أننا لا نستطيع الجزم بأن الصحافة التقليدية ستكتسح صحافة المواطن او العكس صحيح.

لكن مما لا شك فيه أن هذه الأخيرة صنعت لها مكانا مميزا في مجال الإعلام والاتصال، قديما قالوا إن الإعلام رفع الحواجز والحدود أمام الدول والشركات والمؤسسات والشبكات الدولية والاقتصادية والإعلامية والثقافية، ولكن صحافة المواطن جعلت العالم بيت من زجاج، لا يمكن أن تحفي خبر أو حدث عن إنسان. (تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، 2016، صفحة 25)، كما أن التطور المتسارع الحاصل في تكنولوجيات الاعلام والاتصال زاد من الخلط بين ما يقوم به الصحفي المحترف والمواطن الهاوي لذلك غدا الخلط كبير بين الصحفي والمدون، بين الصحفي والكاتب، بين الصحفي والناشط السياسي على شبكة الانترنت ويبدو أن لائحة الخلط

الإطار التوثيقي-الفصل الثاني: صحافة المواطن-

ستكبر مع الانفجار التكنولوجي الذي سيغير جميع المفاهيم السابقة في عالم الصحافة خصوصا أن هذا الانفجار لم يرافقه تطور على مستوى البحث العلمي والأكاديمي. (البقالي، 2018، صفحة 1995)

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي

تمهيد:

يُعنى هذا الفصل بعمليات التحليل الإحصائي والمنهجي لعينة الدراسة، أين يضم جل الجداول التحليلية إضافة إلى تحليل نتائج، كما قمنا وعلى غرار الفصول السابقة إلى تقسيم الإطار النظري لعدد من المباحث المتمثلة في:

* المبحث الأول: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

* المبحث الثاني: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة EL-Kala News.

المبحث الثالث: نتائج التحليل في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة.

* المبحث الرابع: النتائج العامة لدراسة صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

* المبحث الخامس: النتائج العامة لدراسة صفحة EL-Kala News

* المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة.

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

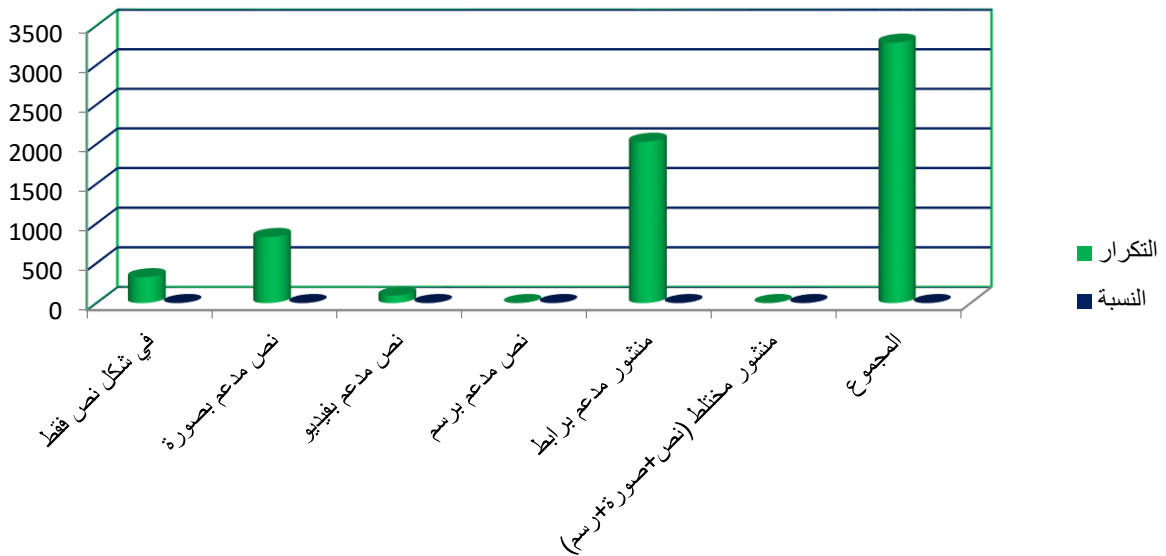
المطلب الأول: شكل تقديم المادة الخبرية في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

01- شكل تقديم الخبر بالصفحة

جدول رقم 01 يبين شكل تقديم الخبر بالصفحة:

الرقم	شكل تقديم الخبر بالصفحة	التكرار	النسبة
1	في شكل نص فقط	326	10%
2	نص مدعم بصورة	833	25%
3	نص مدعم بفيديو	93	3%
4	نص مدعم برسم	0	0%
5	منشور مدعم برابط	2034	62%
6	منشور مختلط (نص+صورة+رسم)	0	0%
7	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 01- شكل تقديم الخبر بالصفحة



الإطار التطبيقي

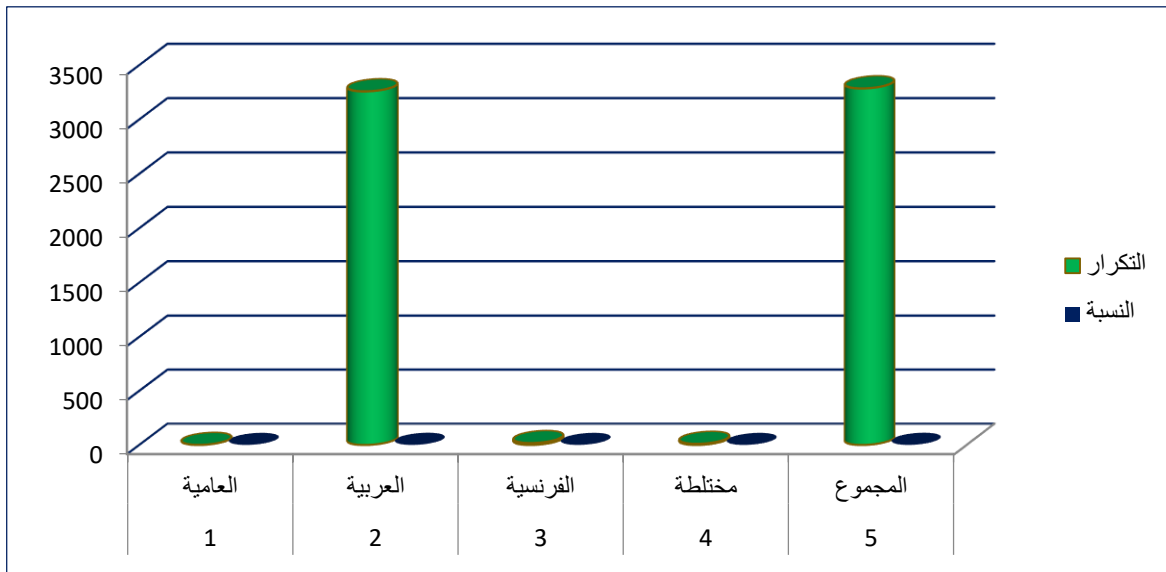
يتضمن الجدول والشكل الأول من الأعمدة البيانية شكل تقديم الخبر عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين حيث بحثنا عن الخبر من ناحية الشكل وما يتضمنه من صور، أو نصوص، أو رسومات، أو روابط، ومن خلال عمليات التحليل توصلنا إلى أن القائمين على الصفحة كثري الاعتماد على المنشورات المدعمة بروابط تقود المستخدم مباشرة للمصدر الرئيسي للخبر بنسبة 62%، تلاه إدراج الأخبار في شكل صور مدعمة بنص يشرح ويوضح ما تتضمنه الصور عبر عدد من الأسطر بنسبة 25%، وبالنسبة للأخبار المدرجة في شكل نص فقط بلغت نسبتها 10% من نسبة الأخبار محل التحليل، حيث أن الصفحة لا تعتمد كثيرا على هذا الشكل في إدراجها، كما توصلنا إلى اعتمادها على الفيديوهات المرفقة بنصوص بنسبة 3%.

ويمكن إرجاع سبب الاعتماد الكبير للقائمين على الصفحة على نشر الأخبار مرفقة بروابط تقود للخبر، والتي لاحظنا خلال عملية التحليل أن أغلب هذه الروابط ترتبط بصفحات رسمية عبر موقع فيسبوك لمؤسسات إعلامية إلى أنهم غير قادرين على توفير أخبار ينتجونها ذاتيا فيلجؤون لمصادر أخرى لاستيراد الاخبار، وهذا ما سنتأكد من دقته من خلال الجداول التحليلية القادمة.

كما توصلنا إلى أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقوم بإدراج الأخبار في شكل صور مدعمة بنص يعمل من خلاله القائمين على الصفحة على شرح وتوضيح ما تتضمنه الصور من خلال عدد من الأسطر، لكن الأمر الذي يجدر ذكره هنا هو أن الصفحة لا تنوه للمصور وإن كانت الصورة تعد إنتاجا ذاتيا أو مقتبسا، وإن كانت تمثل فعليا مكان الحدث أو هي مجرد صورة تم تحميلها من محركات البحث، كما لا تعتمد الصفحة كثيرا على إدراج الأخبار في شكل نص فقط وهذا يمكن إرجاعه إلى اعتبار الصورة أو الفيديو وسيلة لإثبات صدق ما كتب أو نشر.

جدول رقم 02 اللغة المستخدمة في المنشور.

الرقم	اللغة المستخدمة في المنشور	التكرار	النسبة
1	العامية	0	0%
2	العربية	3259	99%
3	الفرنسية	17	1%
4	مختلطة	10	0%
5	المجموع	3286	100%



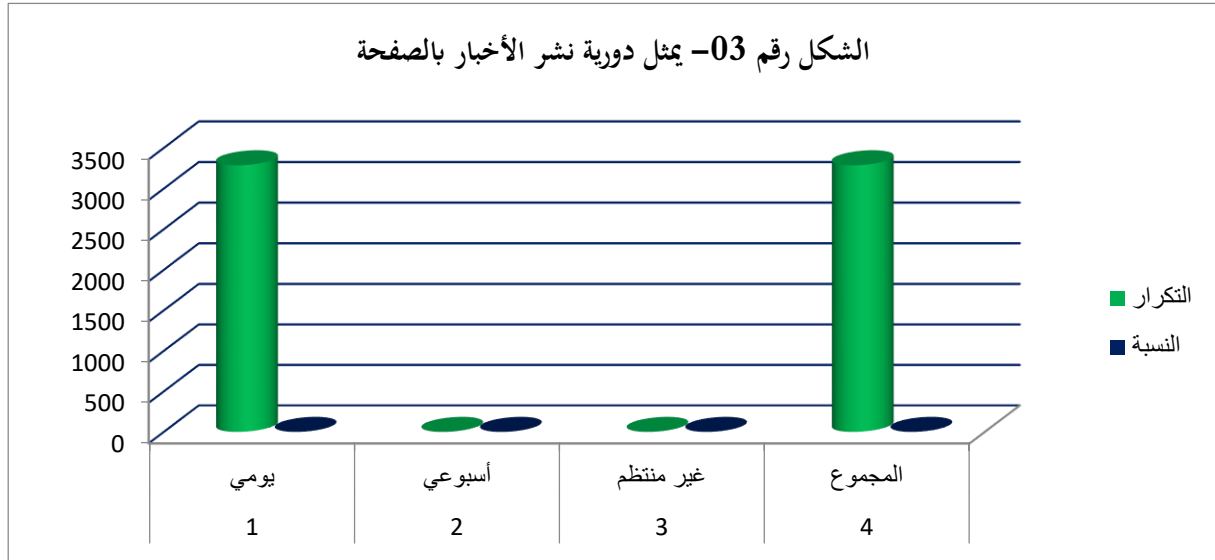
أثبتت عملية التحليل للغة المستخدمة في الأخبار المدرجة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين أن اللغة العربية هي اللغة الغالبة على جميع الأخبار تقريبا بنسبة 99%، وهذا ما تصوره الأعمدة البيانية، وعبر ملاحظتنا خلال العملية التحليلية وجدنا أن المواطنين الصحفيين بالصفحة يدرجون أخبارا من إعداد مؤسسات إعلامية جزائرية ناطقة باللغة العربية، وفي حالة إنتاج الأخبار ذاتيا يعتمد أيضا القائمون على الصفحة على اللغة العربية وهي اللغة الرسمية الأولى للمجتمع الجزائري والمفهومة لدى جمهور عريض، وهذا ما توصلت إليه أيضا الباحثة "سمية بورقعة" من خلال دراسة بعنوان "تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام"، على

الإطار التطبيقي

عينة عشوائية حيث اعتمدت على نشر استبيان الكتروني على صفحاتها عبر موقع فيسبوك للعامّة أين تفاعل معه 150 شخص من مستخدمي موقع فيسبوك ، ومن خلال طرح التساؤل حول اللغة التي يفضل استخدامها لطرح مختلف قضايا المجتمع عبر موقع فيسبوك كانت النتيجة أن أغلب أفراد العينة والمقدرة بـ 35% يفضلون استخدام اللغة العربية الفصحى لطرح أهم قضايا المجتمع عبر موقع فيسبوك (بورقعة، 2021، صفحة 383)، كما سجلنا عدم استخدام اللغة العامية للمجتمع مع العلم أن أغلب الناس يمتلكون حسابات بموقع فيسبوك لكن يتواصلون عن طريق العامية أو الأمازيغية والتي تعد اللغة الرسمية الثانية في الجزائر، إلى جانب الاعتماد القليل على ادراج أخبار باللغة الفرنسية وهي اللغة المفهومة عند شريحة واسعة من المجتمع الجزائري ونخص بالذكر تلك الفئة التي تلقت تعليماً فرنسياً في حقبة الاستعمار الفرنسي، هذا ما يجعلنا نقول أن الصفحة موجهة بمواضيعها ولغتها المستخدمة للشعب الجزائري الذي يتقن اللغة العربية الفصحى، وهي صفة تحد من حجم الجمهور الذي يعد النقطة الفاصلة في زيادة انتشار الصفحة.

جدول رقم 03 يمثل دورية نشر الأخبار بالصفحة

الرقم	دورية نشر الأخبار بالصفحة:	التكرار	النسبة
1	يومي	3286	100%
2	أسبوعي	0	0%
3	غير منتظم	0	0%
4	المجموع	3286	100%



كما هو موضح من خلال النسب المئوية والأعمدة البيانية يتم نشر الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين بصفة يومية، بمعدل 18 خبر في اليوم وذلك بنسبة 100%، فقد لمسنا النشاط الكثيف للمواطنين الصحفيين في انتقاء أخبار من مؤسسات إعلامية جزائرية ونشرها عبر الصفحة يوميا، فالصفحة توفر تغطية آنية لكل الأخبار والمستجدات المتعلقة بالقضايا الوطنية الجزائرية محليا ودوليا، كما تقوم في بعض الأحيان بإدراج أخبار عالمية ودولية، ويعمل التكثيف في تداول الأخبار لضمان التنوع الإخباري والوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين ونيل رضاهم وإعجابه بالصفحة، أو استقطاب متابعين جدد يسعون وراء معرفة كل ما هو جديد فيما يتعلق بالشأن الوطني خاصة، كما يعمل ذلك أيضا على إبقاء الصفحة دائمة الظهور لدى متابعيها بفضل نشاطها الكثيف، وبالتالي جعلهم يعتمدون عليها كمصدر للأخبار إلى جانب خلق ثقة في كونها ستقدم لهم كل ما هو جديد، فوفقا لموقع

الإطار التطبيقي

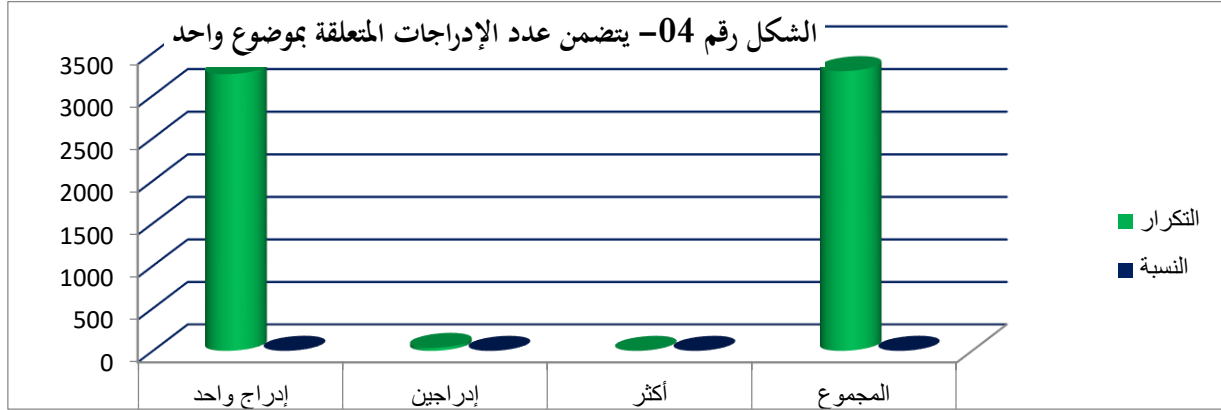
الجزيرة.نت فإن 4.48 مليار شخص يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (بحسب إحصائيات شهر جويلية 2021) ويشكل عددهم حاليا نسبة 56.8% من سكان العالم، كما يستخدم الشخص العادي أو يزور بنشاط ما متوسطه 6.6 منصات وسائط مختلفة كل شهر، ويقضي ما يقارب ساعتين و30 دقيقة باستخدام وسائل التواصل يوميا أين يتصدر فيسبوك أبرز مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بـ 2.85 مليار مستخدم نشط شهريا (الدقموني، 2021) أما هذه النسب العالية تبقى الصفحة عبر موقع فيسبوك مجرة على زيادة نشاطها لضمان مكانتها وللاحتفاظ بمتابعيها، لكن هذا الكم من المشورات أو الإدراجات يمكن أن لا يحقق الهدف منها إذا كانت المواضيع أو الأخبار المدرجة لا تنطوي ضمن اهتمامات الجمهور المشترك أو المتابع للصفحة وذلك ما سنقيسه من خلال تعدادنا للتفاعل مع الأخبار من حيث الإعجابات، التعليقات، والمشاركات والتي سنتطرق لها من خلال الجداول القادمة.

الإطار التطبيقي

4- عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد.

جدول رقم 04 يمثل عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد.

الرقم	عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد	التكرار	النسبة
1	إدراج واحد	3251	99%
2	إدراجين	35	1%
3	أكثر	0	0%
4	المجموع	3286	100%



يمثل الجدول التحليلي والأعمدة البيانية رقم 04 عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، ومن خلال ما هو موضح حصلنا على نسبة 99% بالنسبة للأخبار التي تم إدراجها مرة واحدة في الصفحة، ونسبة 1% للأخبار التي تم تداولها مرتين، فعلى سبيل المثال يتم نشر الأخبار الوطنية كالزيارات الرسمية والدولية مرة واحدة، وفي حالات قليلة جدا يتم التطرق لنتائج أو تبعات الحدث، فتكرار نشر الخبر أو تبعاته يرتبط بتقدير حجمه أو أهميته من وجهة نظر القائمين على الصفحة، ومن خلال النتائج لا حظنا أن الصفحة تهتم بتنوع الأخبار على حساب تقدير أهميتها فبالرغم من مرور بعض الأخبار التي تعد بالغة الأهمية وتندرج ضمن أولويات الجمهور على غرار زيارة رسمية لعدة أيام لدولة أجنبية، تقوم الصفحة في هذه الحالة بعرض الخبر مرة واحدة دون الحديث مرة أخرى عن أهم ما جرى على هامش الزيارة خلال اليوم الثاني أو الثالث فالتغطية الإعلامية للخبر في هذه الحالة تكون سطحية وغير محترفة ولا تقدم الخبر من جميع زواياه، فصفحة فخامة الرجل هواري بومدين تسعى

الإطار التطبيقي

وراء تحقيق السبق على حساب التفصيل في الأخبار ومجريات الأحداث والتي تدخل هي الأخرى ضمن المستجدات التي تم جمهورا عاما، أو خاصا.

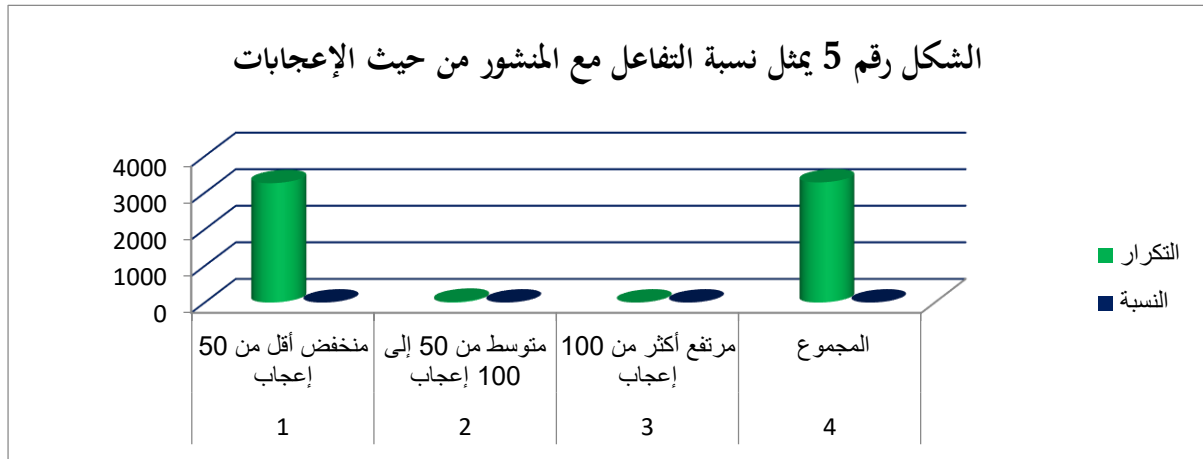
5- نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج.

5-01- من حيث عدد الإعجابات.

جدول رقم 5 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد الإعجابات

الرقم	نسبة الإعجابات مع الموضوع المدرج	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل من 50 إعجاب	3264	99%
2	متوسط من 50 إلى 100 إعجاب	22	1%
3	مرتفع أكثر من 100 إعجاب	0	0%
4	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 5 يمثل نسبة التفاعل مع المنشور من حيث الإعجابات



من خلال العملية التحليلية لنسبة التفاعل مع المنشور من قبل المتابعين لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين وفيما يتعلق بعدد الإعجابات المسجلة في المنشورات توصلنا إلى أن نسبة الإعجابات حول مختلف الأخبار منخفضة تقل عن 50 إعجاب بنسبة 99%، وكانت متوسطة تتراوح بين 50 و 100 إعجاب بنسبة 1%، وتدل هذه النسب المسجلة على أن الجمهور المتابع والمشارك في الصفحة قليل التفاعل وهذا ما يقودنا إليه النسب المنخفضة للإعجابات، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن المواضيع المنشورة عبر الصفحة لم تمل اهتمام أو إعجاب المتابعين ولم تكن مستفزة كفاية لجعلهم يسجلون رضاهم أو رفضهم لما ينشر، وهذا ما يؤيد وجهة نظرنا السابقة حين حديثنا عن

الإطار التطبيقي

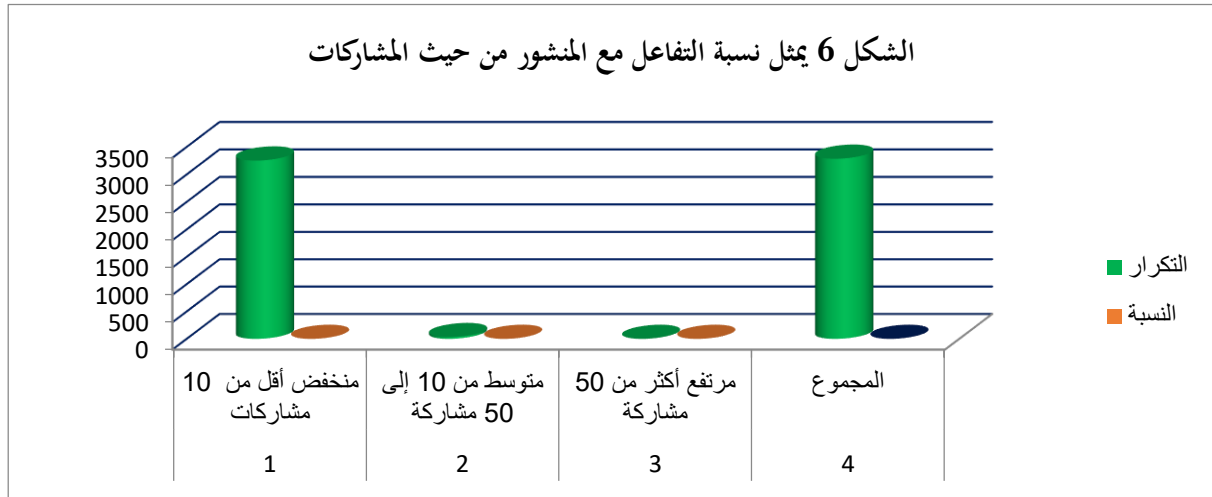
جودة الأخبار التي تقدمها الصفحة من ناحية الاحترافية والشمول في تغطيتها، لكننا يمكننا أيضا أن نعتبر جمهور الصفحة سلبا يتابع ولا يتفاعل والدليل العدد الكبير الذي تسجله الصفحة عبر موقع فيسبوك من المشتركين مقارنة بقلة عدد الإعجابات بما ينشر من خلالها، فزيادة عدد المتابعين يعتبر دليلا على اهتمام الجمهور بما ينشر من خلالها عبر موقع فيسبوك، وهو كذلك ما أثبتته الباحثة "سليم معيزة" من خلال دراسته المعنونة بـ "دور صحافة المواطن في توجيه الرأي العام الجزائري سياسيا-الحراك الشعبي أمودجا-دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الأنترنت في الجزائر-" أين خلص أنه ورغم وجود تفاعل من طرف المتابعين لصحافة المواطن إلا أن هناك فئة لا بأس بها تكتفي بالتصفح فقط، وتفضل البقاء محايدة. (سليم، 2022، صفحة 444) وهذا التوافق في النتائج بين دراستنا والدراسة السالفة الذكر يدل على أن نمط المتابعة والتفاعل لدى متابعي صفحات المواطن الصحفي يعد متشابها مهما اختلفت المواضيع أو المضامين المنشورة.

الإطار التطبيقي

5-02- من حيث عدد مشاركات المنشور.

جدول رقم 6 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد مشاركات المنشور.

الرقم	من ناحية عدد المشاركات	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل من 10 مشاركات	3253	99%
2	متوسط من 10 إلى 50 مشاركة	33	1%
3	مرتفع أكثر من 50 مشاركة	0	0%
4	المجموع	3286	100%



يمثل الجدول والأعمدة البيانية 6 نسبة التفاعل مع الأخبار المدرجة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، من حيث مشاركة الخبر، وقد سجلنا انخفاضا كبيرا في نسب مشاركة الأخبار قدرت بـ 99%، كما سجلنا نسب مشاركات متوسطة بتعداد من 10 إلى 50 مشاركة للأخبار بنسبة 1%، فيما لم نسجل مشاركات للأخبار تفوق 50 مشاركة، وهذا ما يدعم فكرتنا التي طرحناها خلال تحليلنا للجداول السابقة، والتي تنص على أن الجمهور المتابع لصفحة فخامة الرئيس هواري بومدين جمهور سلبي إن صح القول، يقوم بمتابعة الصفحة دون إظهار نشاطه الذي تجسده التعليقات، والمتابعات، والمشاركات، أو أنه لم يرضى عن نوعية الأخبار التي لم تكن ضمن تطلعاته سواء من حيث طريق تغطيتها أو جودتها وبالتالي أعرض عن مشاركتها عبر صفحته بموقع فيسوك.

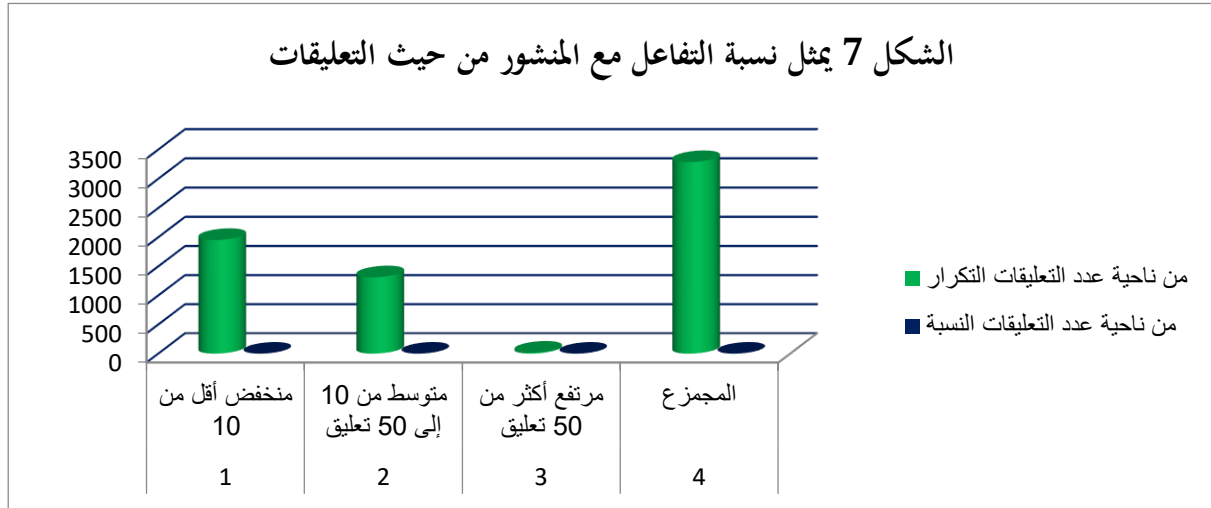
الإطار التطبيقي

5-03- من حيث عدد التعليقات على المنشور.

جدول رقم 7 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد التعليقات على المنشور.

الرقم	من ناحية عدد التعليقات	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل من 10	1954	59%
2	متوسط من 10 إلى 50 تعليق	1314	40%
3	مرتفع أكثر من 50 تعليق	18	1%
4	المجموع	3286	100%

الشكل 7 يمثل نسبة التفاعل مع المنشور من حيث التعليقات



يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 7 نسبة التفاعل مع المنشور من حيث التعليقات، سجلنا نسبة 59% لعدد التعليقات المنخفضة التي تقل عن 10 تعليقات، ونسبة 40% لعدد التعليقات التي تتراوح بين 10 و 50 تعليق، بينما سجل عدد التعليقات المرتفعة والتي تفوق 50 تعليق نسبة 1%، وفي هذه الفئة سجلنا تفاعل متوسط مقارنة بالفئات السابقة، فالجمهور الفعال أو المتابعين النشطين المتابعين لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين يتفاعل مع ما ينشره المواطنون الصحفيون القائمين على الصفحة عبر موقع فيسبوك عبر التعليق على الأخبار بدلا من تسجيل إعجابهم بها أو مشاركتها، ومن خلال النتائج السابقة يمكن تقسيم المتابعين لفتتين، الفئة الأولى وهي الفئة الغالبة

الإطار التطبيقي

من حيث العدد تتابع ولا تسجل أي نوع من التفاعل، والفئة الثانية وهي الفئة الأقل عددا تتابع الأخبار المدرجة عبر الصفحة وتكتفي بالتفاعل معها عبر خاصية التعليق.

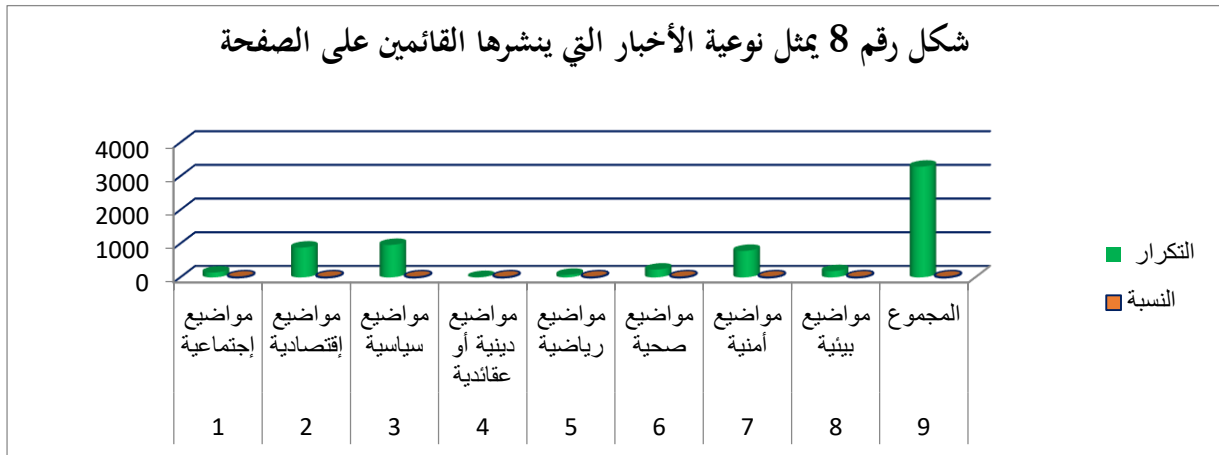
المطلب الثاني: مضمون المادة الخبرية على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

1- نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها

جدول رقم 8 يمثل نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها

الرقم	نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها	التكرار	النسبة
1	مواضيع اجتماعية	145	4%
2	مواضيع اقتصادية	885	27%
3	مواضيع سياسية	964	29%
4	مواضيع دينية أو عقائدية	11	0%
5	مواضيع رياضية	75	2%
6	مواضيع صحية	232	7%
7	مواضيع أمنية	787	24%
8	مواضيع بيئية	187	6%
9	المجموع	3286	100%

شكل رقم 8 يمثل نوعية الأخبار التي ينشرها القارئ على الصفحة



الإطار التطبيقي

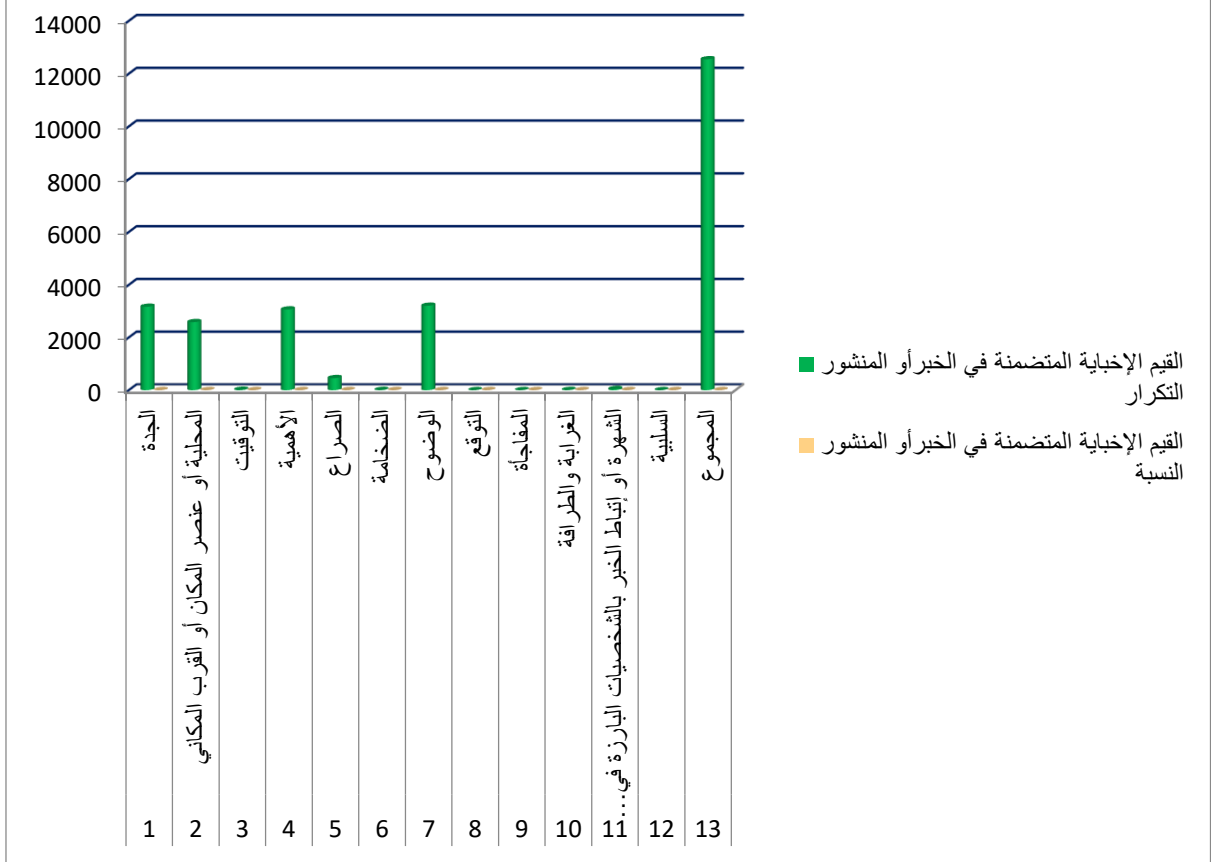
عبر تحليلنا للأخبار التي تنشر عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين خلصنا إلى أن المواضيع السياسية والاقتصادية هي الأكثر تداولاً بنسبة 29% و 27% على التوالي، بينما حصلت المواضيع الأمنية على نسبة 24%، أما عن المواضيع الصحية، البيئية، الاجتماعية، والرياضية فقد حصدت نسب مئوية محصورة بين 7% و 2%، وبالرغم من أن صحافة المواطن تعمل عموماً على تصوير الواقع المعاش عبر مواطنين عايشوا الحدث أو تم انتقاؤه من محيطهم الذي يعيشون ضمنه، إلا أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين كانت قليلة الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية والدينية أو العقائدية التي تمس أفراد المجتمع بصفة مباشرة، واعتمدت تغطية الأخبار السياسية والاقتصادية التي تعنى في مجملها بالتطورات الحاصلة في الدولة بالنسبة للقطاعين السياسي والاقتصادي، عاكسة بذلك أجندة وتوجه المؤسسات الإعلامية التي تعتمد عليها كمصدر للأخبار، والتي تقدم تغطية إخبارية تسير نشاطات السلطة السياسية الحاكمة، فهي بذلك تقترب من كونها تعمل عمل المؤسسات الإعلامية الجزائرية العمومية أو الخاصة التي تبقىها سياستها التحريرية، والقوانين الحاكمة لها بعيدة عن تطلعات المواطن أو المتابع نحو هامش حرية أكبر في تداول وتغطية الأخبار، كما لا تعتبر الصفحة مصدر متنوع لكل ما يهم الجمهور الذي يتطلع ليطلع على كل القضايا السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الدينية، الرياضية، وغيرها من المواضيع المتنوعة من خلال الصفحة، مما يفرض عليه اللجوء لمصادر أخرى لتلبية حاجاته من إعلام متنوع شامل حر، كما يمكن أن يكون التوجه نحو الأخبار السياسية من طرف القائمين على الصفحة هو أمر مدروس ومقصود لزيادة التثقيف والوعي والمشاركة السياسية لدى متابعيها، حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت تسهم بدور كبير في التثقيف السياسي، من خلال ما تتيحه من محتوى رقمي متنوع يتناول مختلف النظريات والأفكار والأيدولوجيات السياسية، وتعد فئة الشباب الأكثر تأثراً بهذا المحتوى، بحكم ما يتمتعون به من سمات تجعلهم أكثر انفتاحاً على الثقافات العالمية والتجارب السياسية في الحكم لمختلف دول العالم، ويكشف هذا بوضوح أن وسائل التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة تمثل نافذة مهمة للتثقيف السياسي وزيادة الوعي بأهمية المشاركة السياسية. (العيسوي، 2020)

جدول رقم 9 يمثل القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور

النسبة	التكرار	القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور	الرقم
25%	3166	الجدة	1
21%	2584	المحلية أو عنصر المكان أو القرب المكاني	2
0%	14	التوقيت	3
24%	3065	الأهمية	4
4%	457	الصراع	5
0%	8	الضخامة	6
26%	3205	الوضوح	7
0%	0	التوقع	8
0%	0	المفاجأة	9
0%	6	الغرابة والطرافة	10
0%	42	الشهرة أو ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع	11
0%	0	السلبية	12
100%	12547	المجموع	13

الإطار التطبيقي

الشكل رقم 9 يمثل القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر



يمثل الشكل رقم 09 القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر المنشور عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين حيث سجلت قيمة الوضوح نسبة 26% حيث أن وضوح الأخبار تساهم في سرعة فهمها وتقبلها من طرف المتابعين وذلك من خلال الابتعاد عن الرسائل المشفرة والتي تحمل في طياتها معان أو أهداف غير ظاهرة وهو الأمر الذي لا ينطبق على الأخبار المتداولة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وفي المرتبة الثانية سجلت قيمة الجودة نسبة مئوية قدرت بـ 25%، وهو الشيء الذي يعكس اهتمام القارئ على الصفحة بالسبق لنشر كل ما هو جديد والتميز عن باقي وسائل الإعلام الأخرى لتضمن لها مكانة مميزة وتجعل منها مصدرا لكل ما هو جديد وبالتالي زيادة عدد المتابعين لها، كما سجلت قيمة الأهمية نسبة مئوية قدرت بـ 24%، وهي القيمة التي تجسد مكانة الخبر لدى المتابعين من حيث درجة قربه منهم ومن حياتهم اليومية وملائمته لهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أو من حيث دخوله ضمن اهتماماتهم الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الرياضية، وغيرها بحيث يكون له القدرة على تغطية جانب مهم من الخبر بما يتوافق مع وجهة نظر الجمهور، بينما سجلت قيمة المحلية أو عنصر المكان أو القرب المكاني نسبة 21%، حيث أن الأخبار المدرجة في الصفحة تتميز في معظمها بكونها ذات

الإطار التطبيقي

طابع وطني تقدم كل الأخبار والمستجدات المتعلقة بالجزائر أو بأحد ولاياتها خاصة فيما يتعلق بالأخبار السياسية والاقتصادية، وهو الذي يعكس اهتمام الصفحة بتغطية الأخبار التي تدرج ضمن النطاق الجغرافي الذي يعيش به متابعوها، فكلما اقترب الخبر من المتابع من بلده، أو مدينته، أو حيه، أو مكان عمله، كلما أصبح أكثر أهمية، وسجلت قيمة الصراع نسبة 4% فالناس عامة يميلون لمعرفة نتائج وأخبار الصراعات ذات الطابع الوطني أو الدولي، والصراع لا يقتصر فقط على الحروب والنزاعات فيمكن أن يكون صراع لإيجاد دواء لوباء وهو الحال بالنسبة لوباء كورونا، وفي هذه الحالة تعمل الصفحة على تنويع منشوراتها وتقديم مختلف الأخبار كعامل جذب للمتابعين، بينما لم تسجل القيم الأخرى نسب مئوية ملحوظة مقارنة بالعدد الكبير للأخبار مصدر التحليل، كما لم تسجل قيم إخبارية جديدة، أو قليلة الاستخدام، ما عدى تلك القيم التي تبنتها المؤسسات الإعلامية التي يستقى منها المواطنون الصحفيون القائمون على الصفحة الأخبار والتي تتمحور أساسا حول الأهمية والجدة والوضوح والمحلية، حيث أن المواطنون الصحفيون هنا لا ينتجون الأخبار بصفة ذاتية إلا نادرا، هذا ما جعلنا لا نستطيع القول أنهم يتبنون قيما إخبارية دون أخرى في صناعة الأخبار لكنهم بالمقابل ينتقون أخبارا لينشروها بالصفحة تتضمن بالدرجة الأولى القيم السالفة الذكر، فهم بذلك يأخذون دور حراس البوابة الإعلامية حيث يتحكمون فيما ينشر أو لا ينشر لمتابعي الصفحة، ويختارون الأخبار والمعلومات التي تتضمن قيما إخبارية تتوافق ومعتقداتهم، وتوجهاتهم، وأهدافهم المسطرة من وراء إنشاء هذه الصفحة إن كانت اجتماعية، إخبارية، أو حتى ربحية.

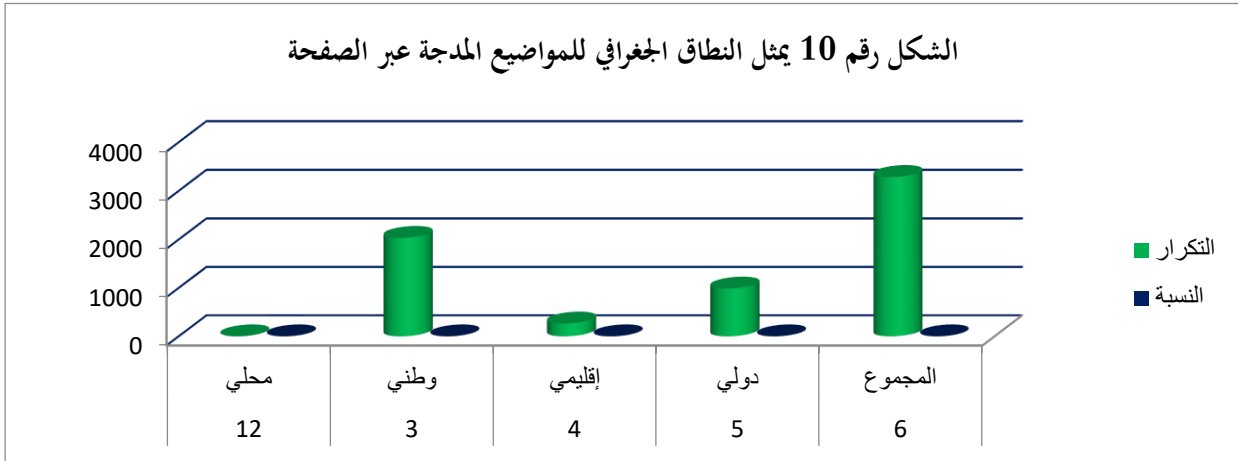
الإطار التطبيقي

3-النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة بالصفحة.

جدول رقم 10 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة بالصفحة

الرقم	النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر الصفحة	التكرار	النسبة
12	محلي	0	0%
3	وطني	2034	62%
4	إقليمي	265	8%
5	دولي	987	30%
6	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 10 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر الصفحة



بالنسبة للنطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين فقد حظيت الأخبار الوطنية بنسبة 62%، بينما سجلت تغطية الأخبار الدولية نسبة 30%، أما الأخبار الإقليمية فقد كانت ظاهرة بنسبة 8%، حيث أن الصفحة تنشر أخبارا معدة من طرف مؤسسات إعلامية ذات طابع وطني تقوم بتغطية أخبار كامل القطر الجزائري إلى جانب الأخبار الدولية والإقليمية التي تمس الدولة بطريقة مباشرة أو غير مباشر ويكون لها أهمية على الأمن الدولي وفي حالة تغطية الأخبار بطرق ذاتية أو عبر مشاركتها من صفحات أخرى عبر موقع فيسبوك فإن الأخبار تكون ذات طابع وطني اجتماعي، كما أن هذا التنوع الجغرافي في التغطية الإخبارية يحسب كنقطة إيجابية للصفحة حيث تقدم كم معلوماتي إخباري يتوافق وحاجات ورغبات الجمهور، والتي تندرج ضمن محيطه الذي يعيش به وبالتالي قربها من حياته اليومية مما

الإطار التطبيقي

يجعل منها ذات أهمية بالنسبة له، لكن يبقى الأمر مرتبط بجودة التغطية ومسحها لكل زوايا ومستجدات الخبر والذي لا حظنا في مرحلة سابقة من خلال عملية التحليل أنها تعد سطحية إن صح القول وغير شاملة، وبالتالي يصبح المتابعون في حاجة لمتابعة صفحات أخرى أو اللجوء إلى وسائل الاعلام التقليدية لمعرفة تفاصيل ما يحدث في محيطه الذي يعيش فيه.

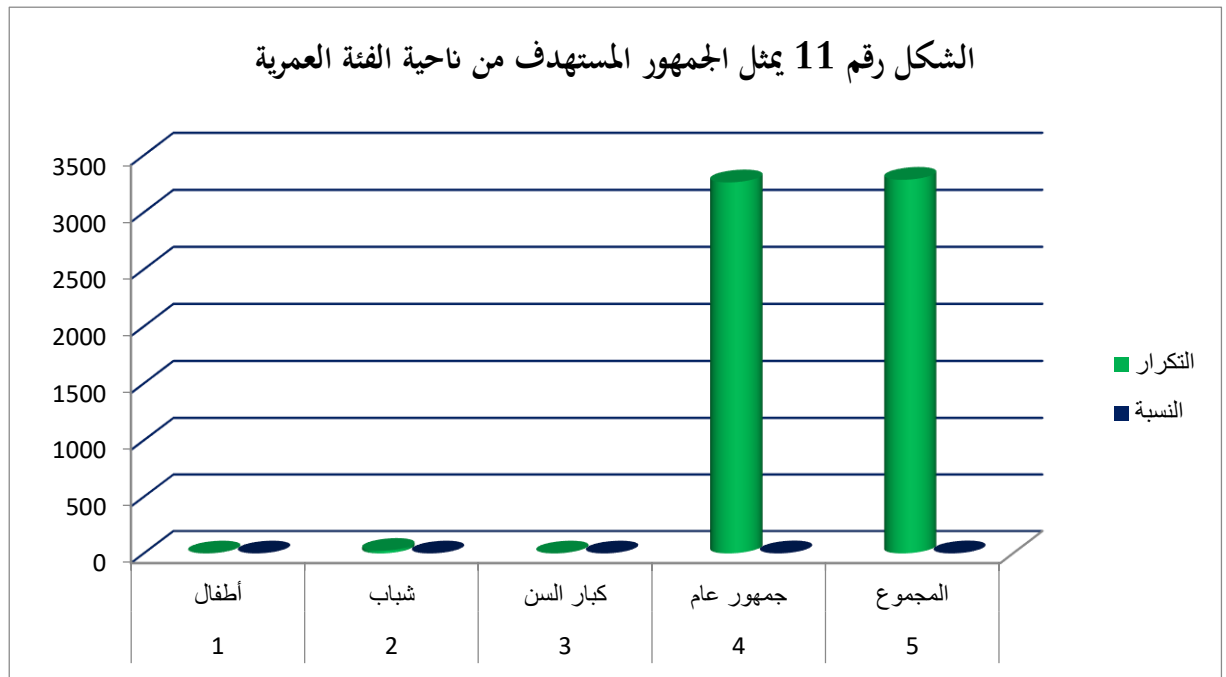
4-الجمهور المستهدف

4-01-من حيث الفئة العمرية.

جدول رقم 11 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الفئة العمرية.

الرقم	الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية	التكرار	النسبة
1	أطفال	0	0%
2	شباب	23	1%
3	كبار السن	0	0%
4	جمهور عام	3263	99%
5	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 11 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية



الإطار التطبيقي

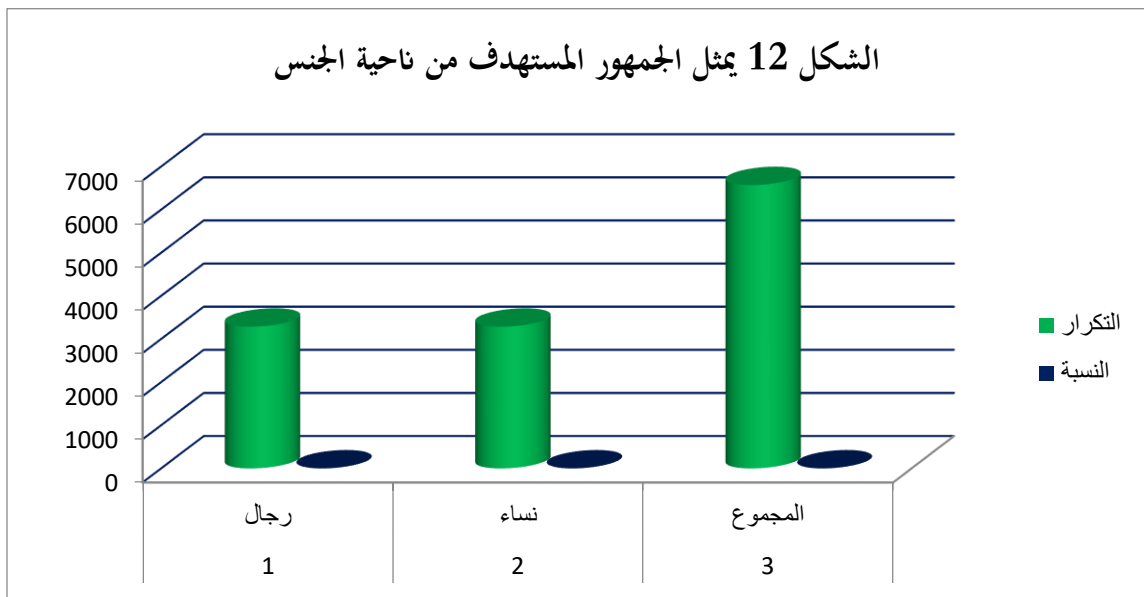
حسب الجدول والأعمدة البيانية المبينة أعلاه وجدنا من خلال العملية التحليلية أن منشورات الصفحة موجهة لجمهور عام غير محدد الملامح العمرية بنسبة 99%، ما عدى نسبة 1% خصت فئة الشباب، فالأخبار في معظمها تحظى بطابع سياسي اقتصادي لا تتضمن رسائل موجهة لجمهور خاص محدد بفئة عمرية بعينها ، بل تمس الأخبار المدرجة عموما الشأن العام والمجتمع ككل إلا في حالات قليلة أين خصت فئة الشباب وهي الفئة الفاعلة في المجتمع والأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن اعتبار هذا الاستثناء نقطة مدروسة من قبل القائمين على الصفحة لاستقطاب المتابعين من فئة الشباب من خلال تغطية الأخبار التي تندرج ضمن اهتماماتهم، كما أن جعل الصفحة موجهة إلى جمهور عام يجعل منها محل اهتمام من طرف عدد كبير ومتنوع من المتابعين.

4-02- من ناحية الجنس

جدول رقم 12 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الجنس

الرقم	الجمهور المستهدف من ناحية الجنس	التكرار	النسبة
1	رجال	3286	50%
2	نساء	3286	50%
3	المجموع	6572	100%

الشكل 12 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الجنس



الإطار التطبيقي

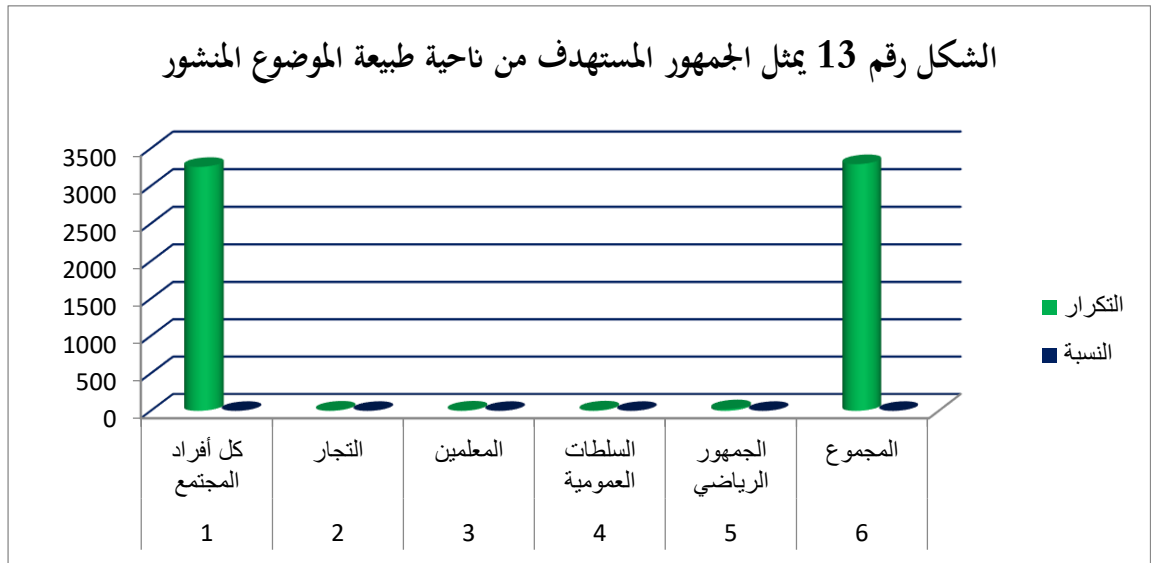
وفقا للإحصائيات المبينة أعلاه من خلال الجدول والأعمدة البيانية فإن الأخبار موجهة للجنسين بطريقة غير منفصلة حيث لاحظنا خلال عملية التحليل أن الأخبار التي تنشر عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين لا توجه لجنس الرجال دون النساء والعكس صحيح، فهي موجهة للجمهور العام رجال ونساء، وهذا مرتبط بطبيعة الأخبار المدرجة والتي تنطوي ضمن اهتمامات الجنسين وهي في معظمها أخبار سياسية، واقتصادية تمس الشأن العام الوطني، وتندرج ضمن اهتمام مواطني الدولة الجزائرية على اختلاف جنسهم.

4-03-الجمهور المستهدف من ناحية الموضوع المنشور.

جدول رقم 13 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الموضوع المنشور

الرقم	الجمهور المستهدف من حيث الموضوع المنشور	التكرار	النسبة
1	كل أفراد المجتمع	3196	97%
2	التجار	4	0%
3	المعلمين	5	0%
4	السلطات العمومية	6	0%
5	الجمهور الرياضي	75	2%
6	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 13 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية طبيعة الموضوع المنشور



الإطار التطبيقي

يمثل الشكل 13 الجمهور المستهدف من ناحية طبيعة الموضوع المنشور حيث كانت معظم الأخبار المنشورة بصفحة **فخامة الرجل هوارى بومدين** موجهة لكل أفراد المجتمع بنسبة 97%، كما سجلت الأخبار الموجهة للجمهور الرياضي نسبة 2%، أما نسبة 1% فقد وزعت بين السلطات العمومية والتجار والمعلمين، فالصفحة تنقل أخبارا ذات طابع إعلامي إخباري تعمل على تزويد المشتركين بمختلف المواضيع الإخبارية، وهي في معظمها لا تحاول إيصال رسائل للسلطات العمومية حول الظروف الاجتماعية التي تؤرق المواطنين على سبيل المثال وهو الأمر المعتاد والذي خصت به صحافة المواطن التي تمرر رسائل من قلب الحدث خالية من الغرلة عبر تصويرها وتقديمها مباشرة لجمهور وسائل التواصل الاجتماعي، لكن في هذه الحالة تقدم أخبار عامة حول الشأن الوطني وحتى الدولي في بعض الأحيان تلبي الرغبات العامة للجمهور في إعلام إخباري متنوع يسلط الضوء على القضايا السياسية للدولة بالدرجة الأولى، لكنها تحمل اهتمامات باقي الجماهير التي تسعى وراء الأخبار البعيدة عن السياسة، والاقتصاد، وبالتالي تزيد من احتمالية العزوف عن متابعتها واللجوء لمصادر أكثر تنوعا وثراء بمختلف المواضيع التي تهم مختلف فئات المتابعين.

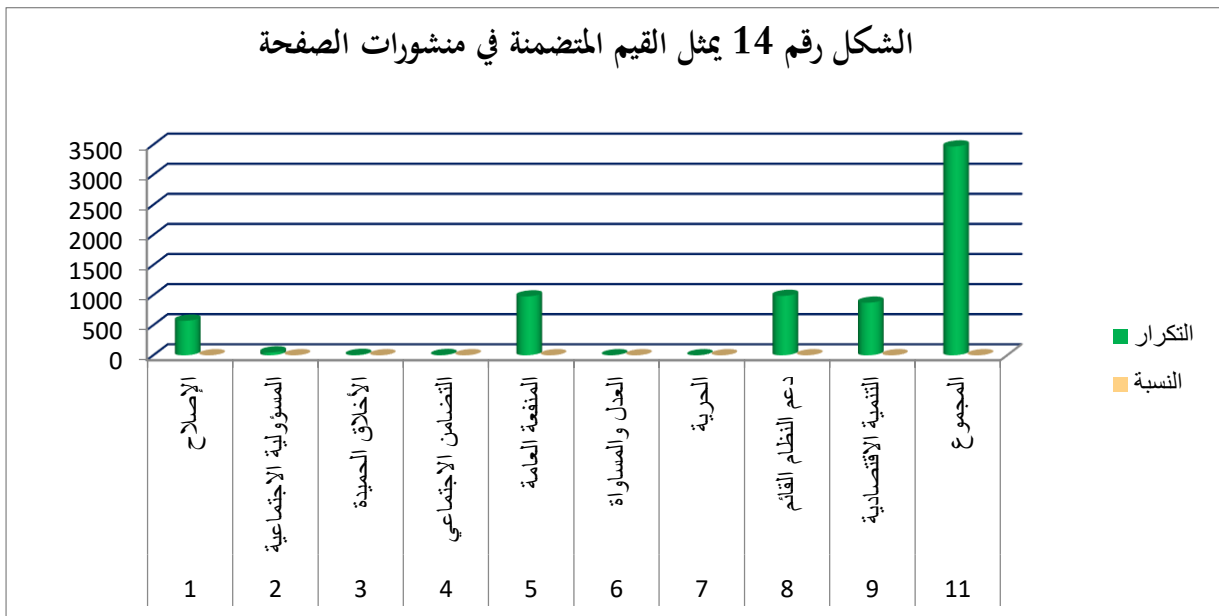
الإطار التطبيقي

5- القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة

جدول رقم 14 يمثل القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة

الرقم	القيم المتضمنة في منشورات الصفحة	التكرار	النسبة
1	الإصلاح	574	17%
2	المسؤولية الاجتماعية	47	1%
3	الأخلاق الحميدة	6	0%
4	التضامن الاجتماعي	4	0%
5	المنفعة العامة	978	28%
6	العدل والمساواة	0	0%
7	الحرية	0	0%
8	دعم النظام القائم	987	28%
9	التنمية الاقتصادية	874	25%
11	المجموع	3470	100%

الشكل رقم 14 يمثل القيم المتضمنة في منشورات الصفحة



الإطار التطبيقي

يمثل الجدول والأعمدة البيانية أعلاه القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية، والاقتصادية المتضمنة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين عبر موقع فيسبوك، حصلت قيم دعم النظام القائم، والمنفعة العامة على نسبة 28% وحصلت قيمة التنمية الاقتصادية على نسبة 25%، تلتها الإصلاح بنسبة 17%، لتحصد قيمة المسؤولية الاجتماعية أقل نسبة قدرت بـ1%، وهذا ما يدعم توجهنا في التحليلات السابقة التي تقول أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين وبالرغم من اعتبارها صفحة إخبارية لمواطنين يعملون من خلالها على نقل وتداول أخبار المجتمع إلا أنها ونتيجة لاعتمادها شبه الكلي على استيراد الأخبار من مواقع رسمية لمؤسسات إعلامية جزائرية، فهي تسير على خطاها وتقدم لمتابعيها مواد إعلامية تتوافق وتوجهات وسياسة تلك المؤسسات الإعلامية والتي يمكننا القول أن القائمين على الصفحة قد تبنا هذه التوجهات بدليل أنهم يقدمون بعض الأخبار دون تقديم آراء أو أفكار تنتقد الخبر شكلا وتفصيلا، كما أن الصفحة لا تولى ذلك الاهتمام الكبير للقيم الاجتماعية على غرار المسؤولية الاجتماعية، الأخلاق الحميدة، العدل والمساواة، التضامن الاجتماعي، وغيرها من القيم التي تصب في تنمية روح المواطنة والتكافل والتضامن الاجتماعي، لتكون بذلك مرآة للمؤسسات الإعلامية التي تعد مصدرا للأخبار التي تدرجها، بعيدة عن تصوير الواقع المعاش بعيون مواطنين عايشوا الأحداث والمشاكل الاجتماعية بحرية وذلك ما يناقض ما جاء به الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية والخارجية التي تم الوطن والمواطن، وتفتح عيون المواطنين على كثير من الأمور التي كانت مبهمه وغامضة ومحرم عليهم معرفتها. (شقرة، 2014، صفحة 56)

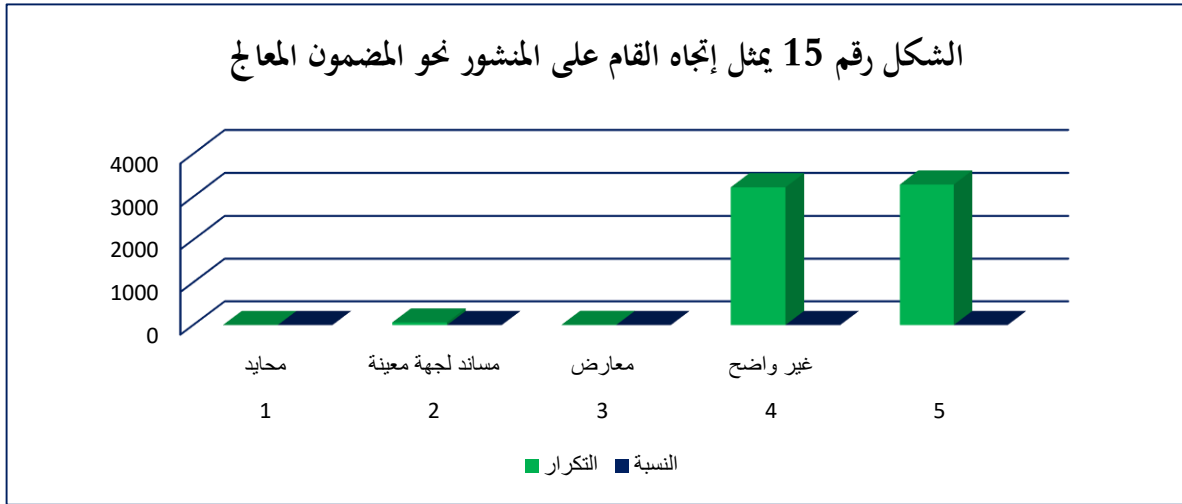
الإطار التطبيقي

6- إتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج.

جدول رقم 15 يمثل إتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج.

الرقم	إتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج	التكرار	النسبة
1	محايد	0	0%
2	مساند لجهة معينة	61	2%
3	معارض	4	0%
4	غير واضح	3221	98%
5		3286	100%

الشكل رقم 15 يمثل إتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج



توصلنا من خلال تحليلنا للأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين فيما يتعلق بإتجاه القائمين على الصفحة نحو المضمون المعالج أو الخبر أنه غير واضح وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 98%، كما وجدنا أنه وفي حالات قليلة كان الإتجاه مجوه نحو مساندة جهة معينة بنسبة 2%، فالقائمين بالاتصال أو المواطنون الصحفيون في هذه الحالة لا يظهرون إتجاههم نحو ما ينشر عبر صفحاتهم بموقع فيسوك ويكتفون بكونهم ناقلين لما تصوره وسائل الاعلام دون تقديم آرائهم نحو المواضيع المدرجة في صورة سلبية غير تفاعلية مع ما يقدم ما يجعلنا نتجه نحو كونها مجرد أداة لزيادة انتشار مؤسسات إعلامية معينة، أو أنها تعمل كصائدة أخبار من مصادر أخرى لتحقيق جملة من الأهداف كالربح المادي على سبيل المثال من خلال الإعلانات وبالرغم من أننا لم نلاحظ خلال تحليلنا للصفحة أنها تقوم بنشر

الإطار التطبيقي

إعلانات تجارية تحقق العائد المادي إلا أنه يمكن أن يندرج ذلك ضمن أهدافها اللاحقة بعد تحقيقها للانتشار بين الجماهير، وكسبها أعدادا كبيرة من المتابعين، لكننا أيضا وفي هذه الحالة نستحضر جملة شهيرة لسقراط أصبحت مثلا حين كان يجلس مجلس علم مع طلابه ليمر به رجل يتبختر بمشييه، زاهيا بنفسه، وسيما في شكله، فرمقه سقراط بنظرة مطولة ثم قال "تكلم حتى أراك"، فالكلمة هي عنوان الشخص وفكره وتوجهه، وهو ما غاب في أغلب منشورات الصفحة محل التحليل مما أبقانا بعيدي كل البعد عن معرفة توجهات القائمين عليها حيال المواضيع المدرجة.

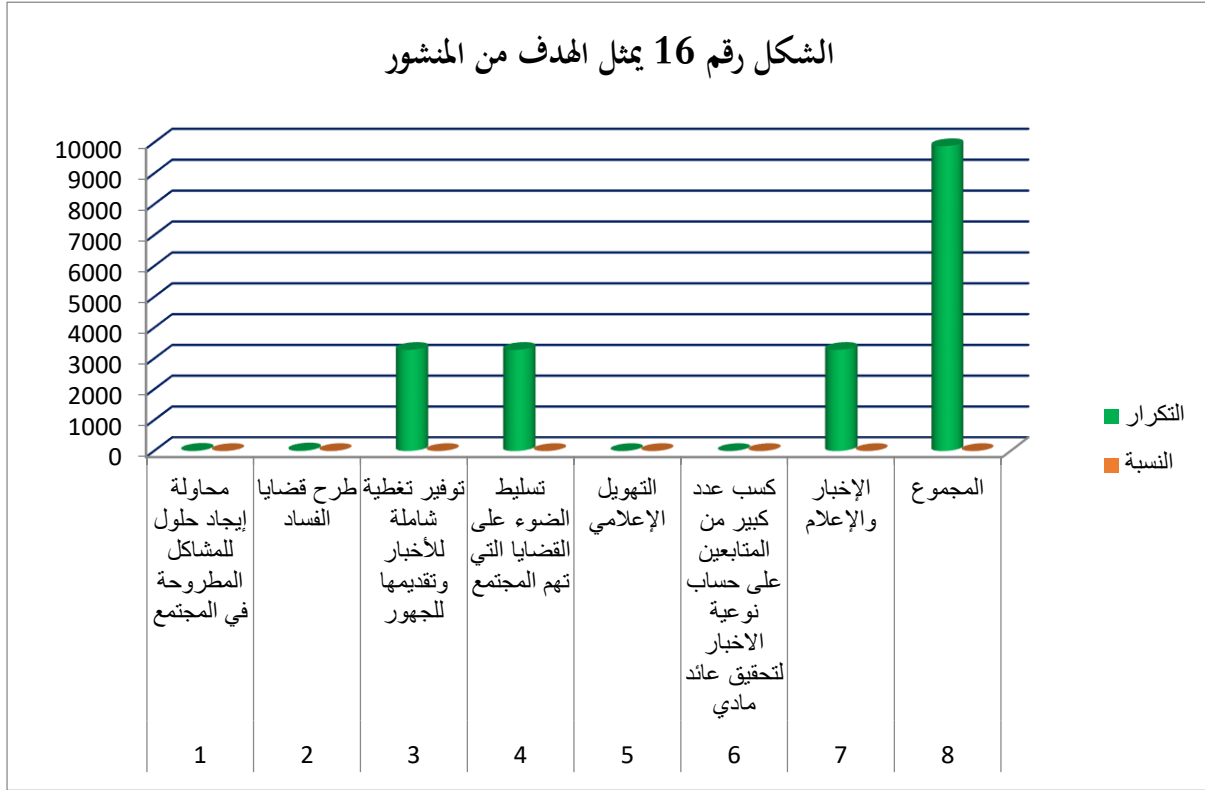
7-الهدف من المنشور.

جدول رقم 16 يمثل الهدف من المنشور

الرقم	الهدف من المنشور	التكرار	النسبة
1	محاولة إيجاد حلول للمشاكل المطروحة في المجتمع	8	0%
2	طرح قضايا الفساد	19	0%
3	توفير تغطية شاملة للأخبار وتقديمها للجمهور	3286	33%
4	تسليط الضوء على القضايا التي تم المجتمع	3286	33%
5	التهويل الإعلامي	0	0%
6	كسب عدد كبير من المتابعين على حساب نوعية الاخبار لتحقيق عائد مادي	0	0%
7	الإخبار والإعلام	3286	33%
8	المجموع	9885	100%

الإطار التطبيقي

الشكل رقم 16 يمثل الهدف من المنشور



من خلال الجدول والأعمدة البيانية رقم 16 سجلنا أن الهدف من منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين موزع على ثلاث أهداف بنسب متساوية قدرت بـ 33%، وهي توفير التغطية الشاملة للأخبار، تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع، والإخبار والإعلام، وذلك من خلال توفير كم إخباري متنوع في مختلف المواضيع على مدار الساعة، لكننا لم نسجل نسبا حول طرح قضايا الفساد التي تتركز في المجتمع الجزائري، أو محاولة إيجاد حلول للمشاكل المطروحة في المجتمع، فالصفحة تعرض أخبارا عامة تهدف لتحقيق الإخبار والتغطية للقضايا السياسية، والاقتصادية بالدرجة الأولى، وهذا ما توصلنا إليه من خلال الجداول التحليلية السابقة، لكنها لا تعمل على ملامسة المشاكل المباشر للمجتمع وبالتالي حلها أو التخفيف من حدتها في صورة تشبه عمل المؤسسات الإعلامية العمومية التي تهدف بالدرجة الأولى لتحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي لضمان تأييد وتلميع صورة النظام الحاكم وعدم زعزعت استقراره، فالأهداف التي تحاول صفحة فخامة الرجل هواري بومدين بلوغها هي أهداف عامة تتماشى وسياسة المؤسسات الإعلامية التي تعد المصدر الأول للأخبار التي تنشرها.

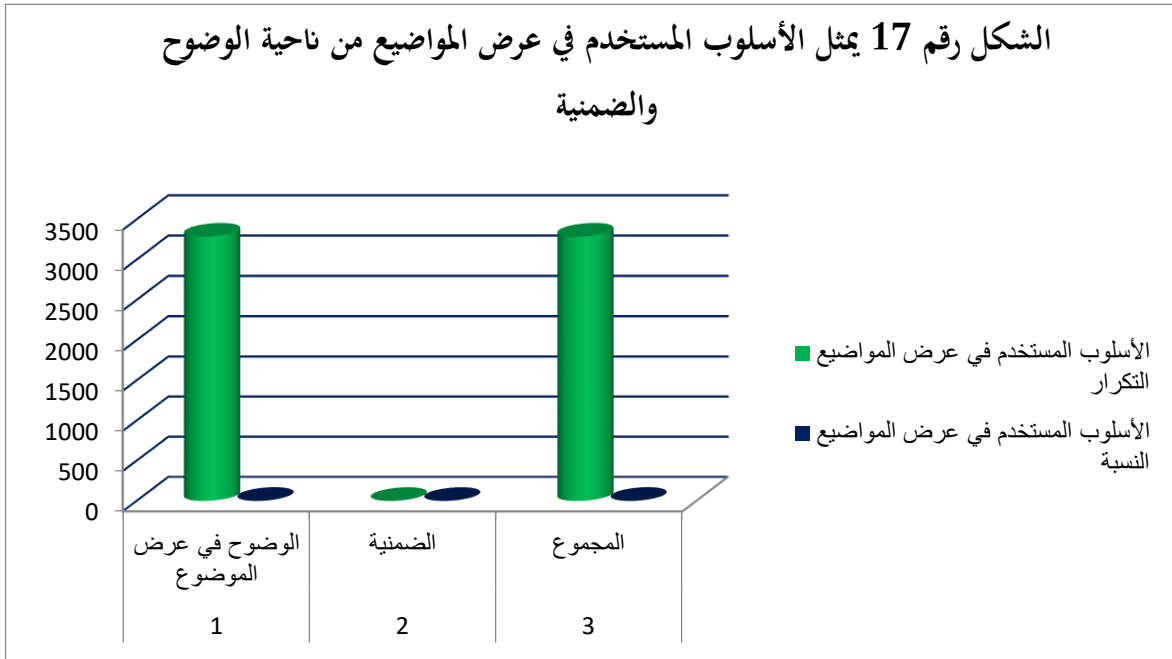
8- الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع

8-01- من ناحية الوضوح والضمنية.

جدول رقم 17 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية.

الرقم	الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع	التكرار	النسبة
1	الوضوح في عرض الموضوع	3286	100%
2	الضمنية	0	0%
3	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 17 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية



يوضح الجدول والأعمدة البيانية رقم 17 الأسلوب المستخدم من طرف القائم بالاتصال أو المواطنون الصحفيون القائمون على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين أثناء عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية، وقد سجلنا نسبة 100% في عرض المواضيع اعتمادا على أسلوب واضح خال من الضمنية والرسائل غير المباشرة، فالرسائل المقدمة أو المدرجة هي أخبار عامة تخص الشأن العام الوطني والدولي الجزائري عموما، حيث تعرض في قالب إخباري واضح لا يتضمن أي رسائل مشفرة أو غير واضحة، وهذا لا يعد دليلا على أن عمل المواطنون الصحفيون بالصفحة

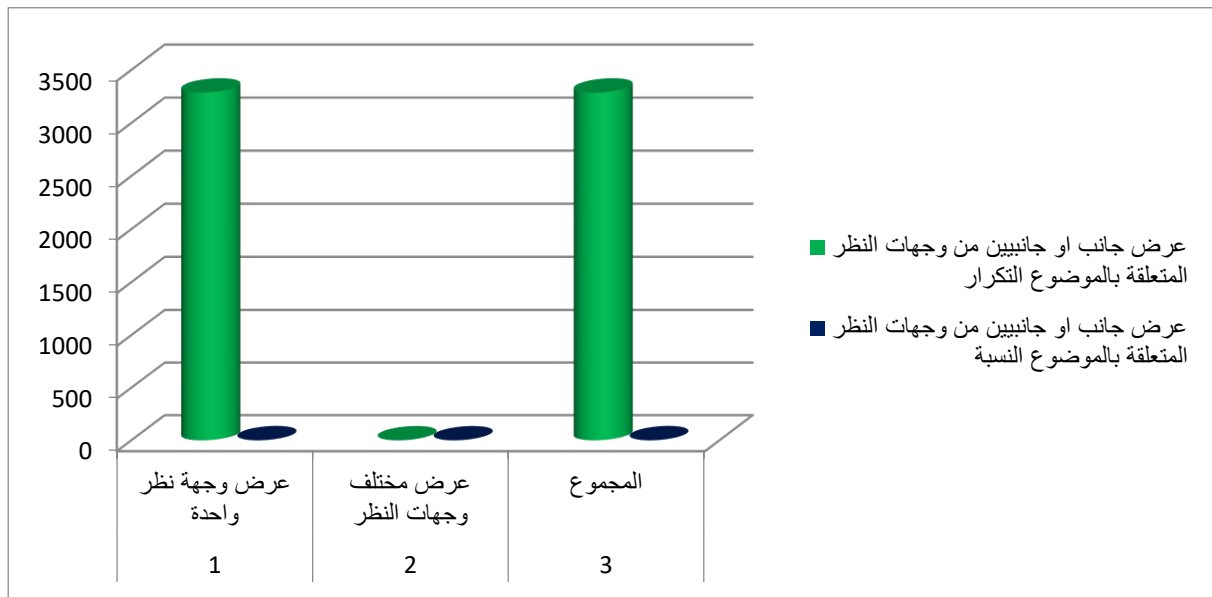
الإطار التطبيقي

هو عمل حر غير مقيد، بل هي عملية نقل لأخبار عامة لا تمس أية جهة عامة أو خاصة بطريقة مباشرة، ولا تنقل رسائل محضور نقلها عبر وسائل الإعلام التقليدية، هذا ما جعل طابع الوضوح يطغى على منشوراتها.

8-02- عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع

جدول رقم 18 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع

الرقم	عرض جانب او جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع	التكرار	النسبة
1	عرض وجهة نظر واحدة	3286	100%
2	عرض مختلف وجهات النظر	0	0%
3	المجموع	3286	100%



من خلال النتائج الموضحة في الجدول والرسم البياني رقم 18 نجد أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقدم جانب واحد من وجهات النظر المتعلقة بالمواضيع المنشورة بنسبة 100%، فالقائمين على الصفحة لا يعملون على طرح الرأي والرأي الآخر بل يكتفون بتقديم الخبر وفقاً لجهة واحدة بطريقة إخبارية إعلامية، فهي تقدم الخبر فقط دون العمل على تتبع أثره على أفراد المجتمع وقياس درجة الرضى عندهم أو الرفض، وهو على عكس عمل صحافة

الإطار التطبيقي

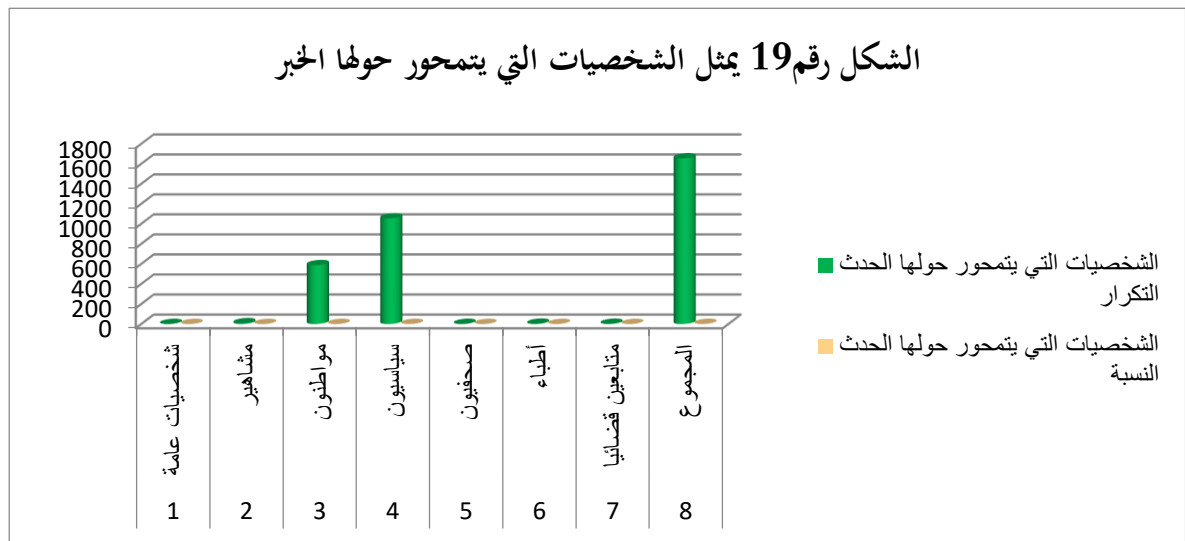
المواطن التي تكون في العادة قريبة من الشارع لتصور توجهات ووجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة في المجتمع بهدف إيصالها للجهات المسؤولة في محاولة لجعل القرارات تتماشى ورغبات وتطلعات المجتمع.

9- الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر.

جدول رقم 19 يمثل الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر

الرقم	الشخصيات التي يتمحور حولها الحدث	التكرار	النسبة
1	شخصيات عامة	0	0%
2	مشاهير	8	0%
3	مواطنون	587	35%
4	سياسيون	1054	64%
5	صحفيون	1	0%
6	أطباء	3	0%
7	متابعين قضائيا	2	0%
8	المجموع	1655	100%

الشكل رقم 19 يمثل الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر



الإطار التطبيقي

بالنسبة للشخصيات التي يتمحور حولها الحدث توصلنا عبر العملية التحليلية أن صفحة فخامة الرجل هوري بومدين تنشر الأخبار التي تتمحور حول السياسيين بالدرجة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 64%، تلتها الأخبار الخاصة بالمواطنين بنسبة 35%، كما أنها قليلا ما تقوم بنشر أخبار المشاهير أو الفئات الأخرى للمجتمع كالأطباء والأساتذة، فالصفحة تهتم بالجهات المسؤولة سياسيا في الدولة وتنشر نشاطاتها المختلفة أكثر من اهتمامها بباقي مكونات المجتمع، وهذا ما يتوافق مع النتائج التي توصلنا إليها من خلال الجداول السابقة حيث وجدنا أن معظم الأخبار ذات طابع سياسي، وبالتالي هي تتمحور حول الشخصيات السياسية في الدولة على غرار السيد رئيس الجمهورية أو وزراء الدولة، بينما يعد المواطنون في الدرجة الثانية بالنسبة للشخصيات التي يتمحور حولها الخبر وهذا ما ذكرناه سابقا بأن الصفحة والقائمين عليها يعدون بعيدين عن الشارع والقضايا الأساسية التي تمس المواطنين بطرق مباشرة.

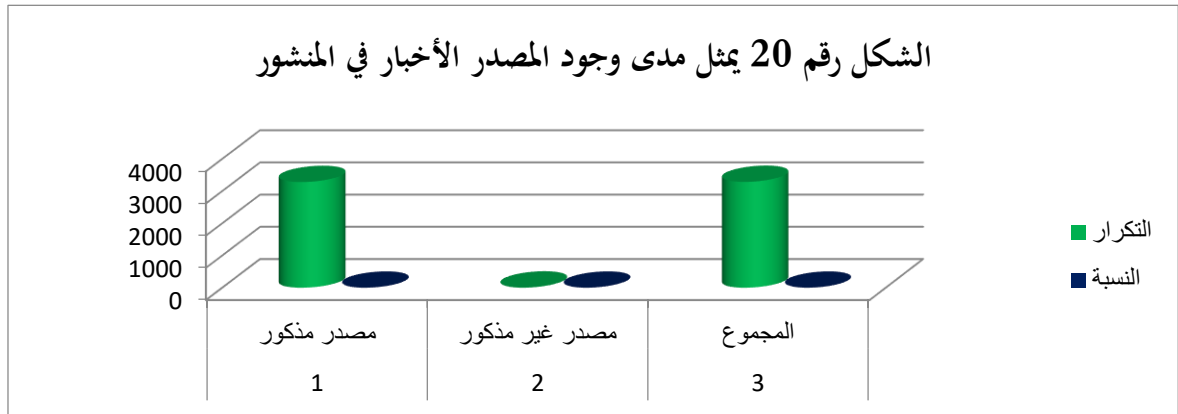
10- مصدر الخبر.

10-01- مدى وجود المصدر في الخبر.

جدول رقم 20 يمثل مدى وجود المصدر في الخبر

الرقم	مدى وجود المصدر في الخبر	التكرار	النسبة
1	مصدر مذكور	3281	100%
2	مصدر غير مذكور	5	0%
3	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 20 يمثل مدى وجود المصدر الأخبار في المنشور



الإطار التطبيقي

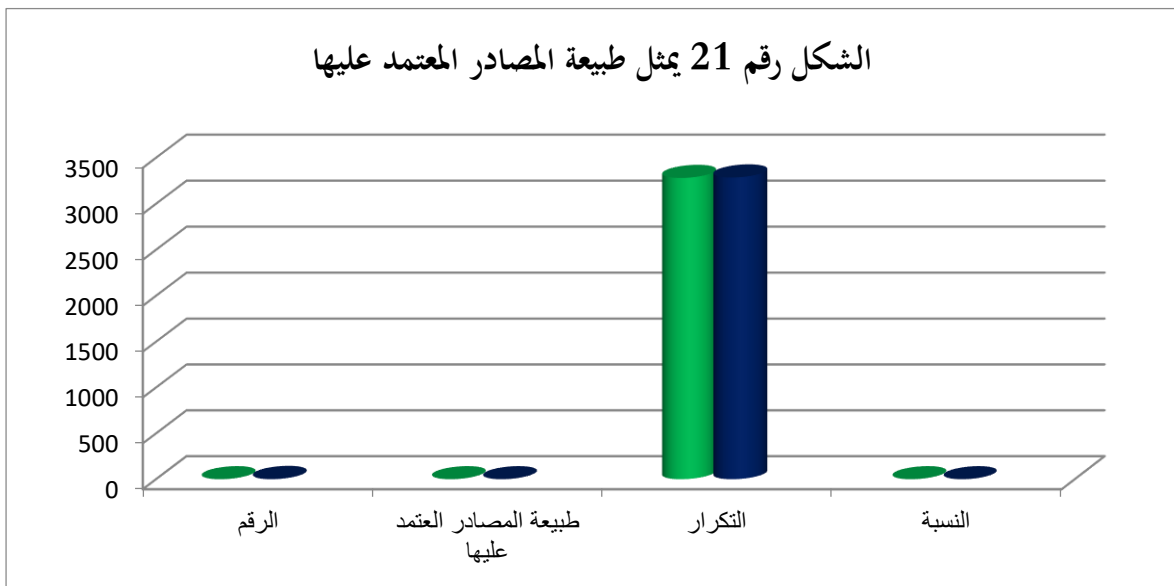
من خلال الجدول والأعمدة البيانية المرقمة بـ 20 والتي تمثل مدى وجود مصدر الخبر في المنشور، يتضح لنا أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقدم ذكر واضح للمصادر التي انتقت منها الأخبار بنسبة قاربت 100%، وهي في عمومها مؤسسات إعلامية جزائرية حيث وكما توصلنا سابقا من خلال الجداول التحليلية يقدم الخبر في شكل منشور مدعم برابط يقود المتصفح إلى المصدر الأساسي للخبر والذي هو في الغالب مؤسسات إعلامية جزائرية، ويمكن إرجاع سبب الذكر المباشر لمصادر الأخبار لسببين، الأول هو عمل القائمين على الصفحة على زيادة انتشار المؤسسات الإعلامية التي هي مصدر أخبارها كنوع من الدعم الذي ربما ينتج عنه عائد مادي، أو أن المواطنين الصحفيون القائمون على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين يحاولون بلوغ الشفافية والاحترافية في العمل الإعلامي وبالتالي يلجؤون إلى ذكر مصادر أخبارهم المدرجة عبر الصفحة.

10-02- طبيعة المصادر المعتمد عليها.

جدول رقم 21 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها.

الرقم	طبيعة المصادر المعتمد عليها	التكرار	النسبة
1	مصادر رسمية	3281	100%
2	مصادر غير رسمية	5	0%
3	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 21 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها



الإطار التطبيقي

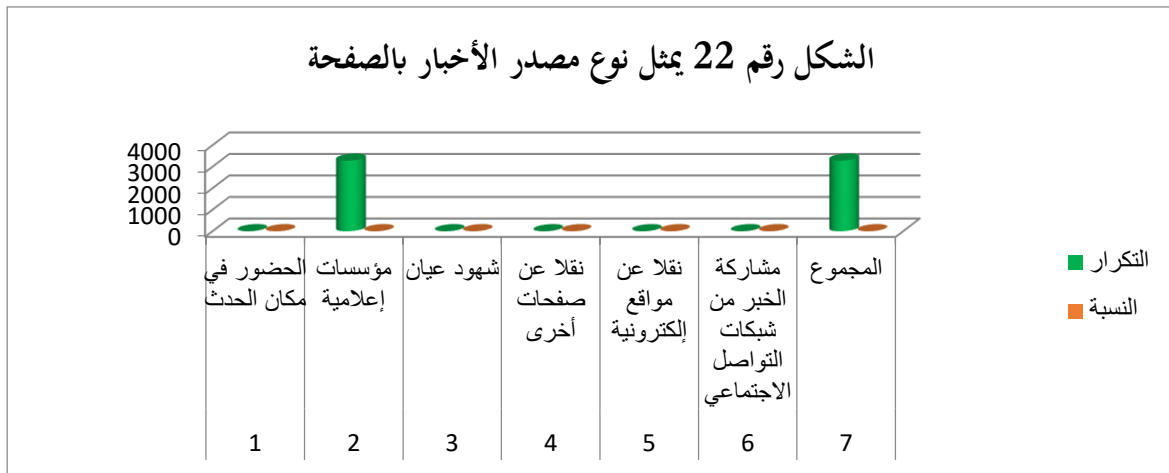
يوضح الجدول والأعمدة البيانية أننا توصلنا من خلال عملية تحليل الأخبار أن كل المصادر تقريبا التي تعتمد عليها صفحة فخامة الرجل هواري بومدين في استيفاء الأخبار هي مصادر رسمية بنسبة 100%، حيث وكما ذكرنا سالفًا مصادر الأخبار المدرجة عبر الصفحة هي المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي تقوم بجمع الأخبار من موقع حدوثها أو على لسان السلطات الرسمية العليا في الدولة، معتمدة في ذلك على صور وفيديوهات توثق الحدث أو المقابلة وبالتالي فالأخبار في هذه الحالة يتم إنتاجها بالاعتماد على مصادرها الرسمية.

10-03- نوع المصدر.

جدول رقم 22 يمثل نوع المصدر

الرقم	نوع المصدر	التكرار	النسبة
1	الحضور في مكان الحدث	2	0%
2	مؤسسات إعلامية	3281	100%
3	شهود عيان	3	0%
4	نقلا عن صفحات أخرى	0	0%
5	نقلا عن مواقع إلكترونية	0	0%
6	مشاركة الخبر من شبكات التواصل الاجتماعي	0	0%
7	المجموع	3286	100%

الشكل رقم 22 يمثل نوع مصدر الأخبار بالصفحة



الإطار التطبيقي

يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 22 نوع المصدر المعتمد من قبل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين في الأخبار التي تنشرها ومن خلال ما هو ظاهر من نسب مئوية فإن الصفحة تعتمد بطريقة شبه تامة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية الناطقة باللغة العربية كمصدر للأخبار، وهو ما يدعم فكرتنا السابقة بأن الصفحة قد تعمل على زيادة انتشار هذه المؤسسات الإعلامية بهدف تحقيق عائد ربحي، كما يمكن أن تكون ملك لأحد مالكي هذه المؤسسات الإعلامية رغم تسجيلها عبر موقع فيسبوك باسم الرئيس الأسبق للجزائر هواري بومدين ودون التصريح بالاسم الحقيقي أو هوية القائمين عليها، أو أن المواطنون الصحفيون بالصفحة قلبي النشاط الميداني من حيث عملية جمع الأخبار من خلال الحضور في مكان الحدث أو عن طريق التقصي والاستعلام من شهود العيان نظرا لتحقيق الصفحة هذا الانتشار الواسع عبر موقع فيسبوك بطرق سهلة وبسيطة من خلال استراد الأخبار من مصادر أخرى دون تحمل عناء العمل على جمعها.

الإطار التطبيقي

المبحث الثاني: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة EL-Kala News

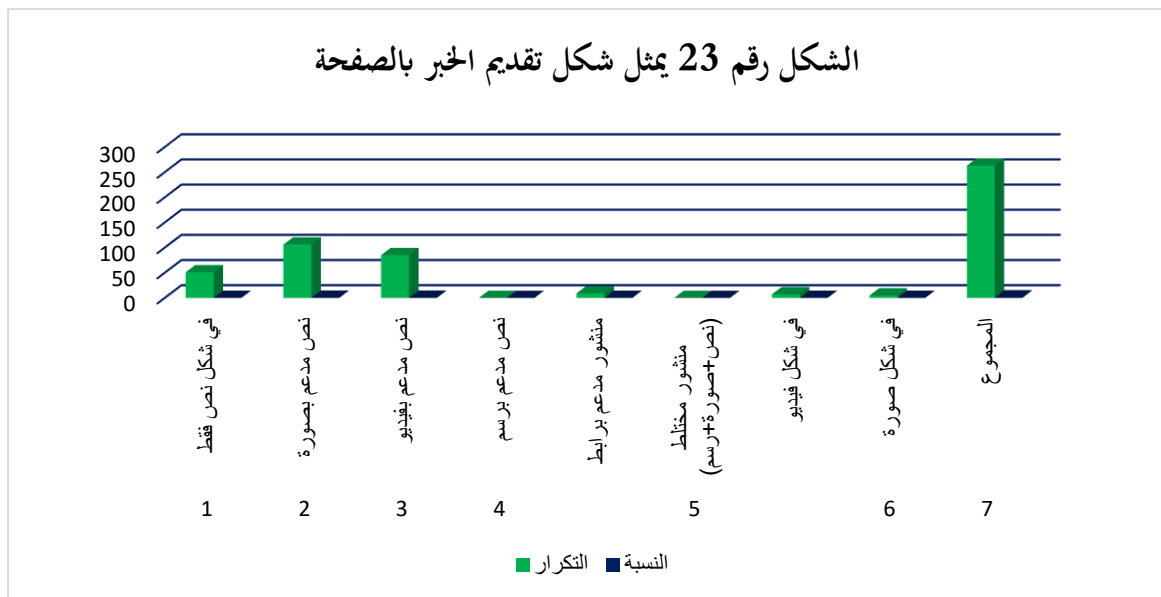
المطلب الأول: شكل تقديم المادة الخبرية في صفحة EL-Kala News

01- شكل تقديم الخبر بالصفحة

جدول رقم 23 يبين شكل تقديم الخبر بالصفحة:

الرقم	شكل تقديم الخبر بالصفحة	التكرار	النسبة
1	في شكل نص فقط	51	19%
2	نص مدعم بصورة	106	40%
3	نص مدعم بفيديو	85	32%
4	نص مدعم برسم	0	0%
5	منشور مدعم برابط	9	3%
	منشور مختلط (نص+صورة+رسم)	0	0%
	في شكل فيديو	7	3%
6	في شكل صورة	5	2%
7	المجموع	263	100%

الشكل رقم 23 يمثل شكل تقديم الخبر بالصفحة

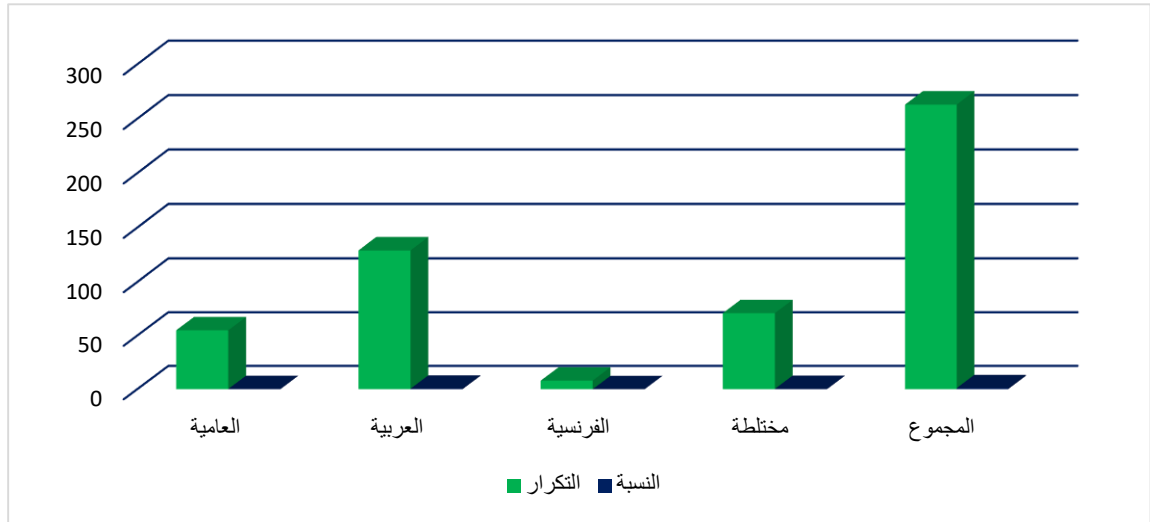


الإطار التطبيقي

يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 23 شكل تقديم الخبر بصفحة **EL-Kala News**، حيث سجلنا اعتمادها على تقديم الأخبار في شكل نص مدعم بصورة بنسبة 40%، واعتماد شكل النص مدعم بفيديو بنسبة 30%، وفي شكل نص فقط بنسبة مئوية قدرت بـ 19%، وهو نفس الترتيب الذي توصل إليه الباحث "محمد سامي صبري سالم" خلال دراسته المعونة بـ "أولويات قضايا صحافة المواطن وأنماط التفاعلية وطبيعة المصادر الموظفة بها" (دراسة تحليلية على بوابة شارك بالمصري اليوم)، حيث توصل إلى أنه وبالنسبة لطريقة عرض الموضوعات المنشورة على بوابة شارك تبين أن غالبية الموضوعات اعتمدت على الطريقة (النصية والمصاحبة بصورة) بنسبة 90.7%، يليه طريقة (نصية ومصاحبة بصورة وفيديو) بنسبة 4%، وأخيرا جاءت طريقة (نصية فقط) بنسبة 0.9% (سالم، 2016، صفحة 396)، كما تساوى تقديم الخبر في شكل منشور مدعم برابط، ومنشور في شكل فيديو فقط بنسبة 3%، أما اعتماد الخبر في شكل صورة فقط كان بنسبة 2%، حيث أن المواطنين الصحفيون بالصفحة ينتقون صورا للحدث أو أخرى معبرة عنه ويدعمونها بنص يشرحها في أغلب الأحيان، دون الإطالة في الشرح والتقديم ولكن عن طريق تقديم حوصلة عامة للحدث، أي باعتماد أقل عدد من الكلمات بمفهوم شامل وهو الأمر الذي يسهل على القراء التعرّيج على كل مستجدات الصفحة في وقت وجيز وذلك ما يتماشى وعالمنا السريع الذي يقوم الفرد فيه بالبحث عن الخبر بكل تفاصيله بأقل مجهود وبأسرع وقت ممكن، وهو الحال عند نشر الخبر في شكل نص مدعم بفيديو، حيث تكون الفيديوهات المرفقة في أغلبها لا تتجاوز 30 دقيقة وهذا ما لاحظناه من خلال عملية التحليل، حيث يدعم الفيديو النص المكتوب أو يقدم تفاصيل أكثر حول الخبر المدرج، لكن صفحة **EL-Kala News** قليلا ما تنشر خبرا في شكل نص فقط وذلك يعود لمحاولة ضمان تأكيد الخبر من خلال عرضه مرفقا بالصور أو الفيديوهات، كما توصلنا من خلال العملية التحليلية للأخبار بالصفحة أنها نادرا ما تقدم أخبارا مدعومة بروابط وفيديوهات أو صور فقط، ويرجع ذلك لكونها تعتمد كثيرا على المصادر الذاتية في صناعة الخبر مما يغنيها عن استيرادها من مواقع أخرى وهذا ما سنثبته في بقية مراحل التحليل.

جدول رقم 24 يمثل اللغة المستخدمة في المنشور

الرقم	اللغة المستخدمة في المنشور	التكرار	النسبة
1	العامية	55	21%
2	العربية	129	49%
3	الفرنسية	8	3%
4	مختلطة	71	27%
5	المجموع	263	100%



من خلال الجدول والأعمدة البيانية، سجلت الصفحة استخدام اللغة العربية في منشوراتها أعلى نسبة قدرت بـ 49%، كما سجلت استخدام اللغة المختلطة في عرض الأخبار بين العامية والعربية نسبة 30%، أما استخدام اللغة العامية كان بنسبة 21%، ويرجع كثرة استخدام اللغة العربية لأنها اللغة الرسمية الأولى في الجزائر وهي اللغة المفهومة عند أغلب الجماهير، كما أن العامية هي لغة الشارع الجزائري ولغة كل الجزائريين وبهذا يضمن القائمين على الصفحة تمكن كل المشتركين الجزائريين أو حتى العرب من فهم مضمونها، وعبر دراسة للباحث "محمد العربي خضير" عنونت بـ " التنوع اللغوي في شبكة الفيس بوك التواصلية وأثره في مستويات اللغة العربية" على عينة من مئة فرد من أفراد مجتمع بحث محدد بكل جزائري يتواصل على الشبكة كعينة من التواصل العربي بصفة عامة، فقد توصل

الإطار التطبيقي

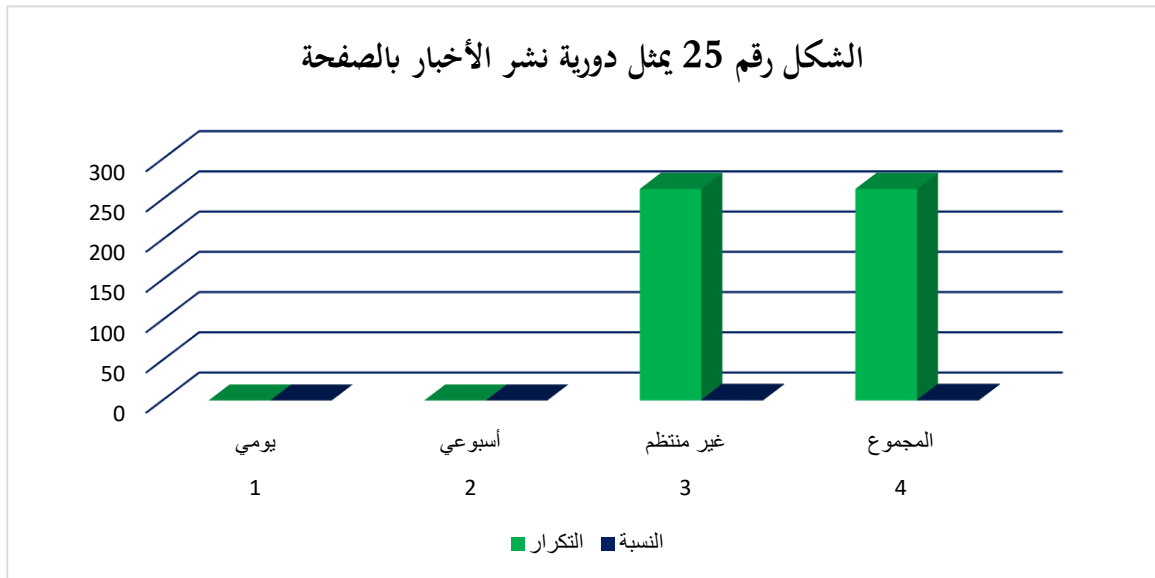
الباحث إلى أن (خضير، 2014، صفحة 158) 45% من أفراد العينة يفضلون التواصل من خلال اللغة العربية. وبالرغم من تخوف ورفض الباحثين المهتمين بأثر وسائل التواصل الاجتماعي وتقنيات الاتصال الحديثة على اللغة العربية خاصة فيما يتعلق بدمجها بالعامية أو الفرنسية حيث يرى الدكتور جابر قميحة في كتابه "أثر وسائل الإعلام في اللغة العربية الفصحى" أن: "حال اللغة العربية قد ساء بعد أن تسلم مواقع الإعلام أناس يجهلون كثيرا من أساسيات اللغة العربية ولقبوا أنفسهم موجّهين للأجيال، لقد هشموا عظام وأجحة اللغة بعامية مبتذلة أو بلكنة أجنبية" (نجاحي و جفافة، 2021، صفحة 895)، إلا أن هذا الدمج يعكس لغة ولهجة الشارع الجزائري وبالتالي جعل ما يستقبله من معلومات وأخبار من الصفحات الإخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي في لغة وسياق يتوافق مع لهجته ولغته ليكون بذلك قريب من فهمه وإدراكه.

3- دورية نشر الأخبار بالصفحة.

جدول رقم 25 يمثل دورية نشر الأخبار بالصفحة.

الرقم	دورية نشر الأخبار بالصفحة:	التكرار	النسبة
1	يومي	0	0%
2	أسبوعي	0	0%
3	غير منتظم	263	100%
4	المجموع	263	100%

الشكل رقم 25 يمثل دورية نشر الأخبار بالصفحة



الإطار التطبيقي

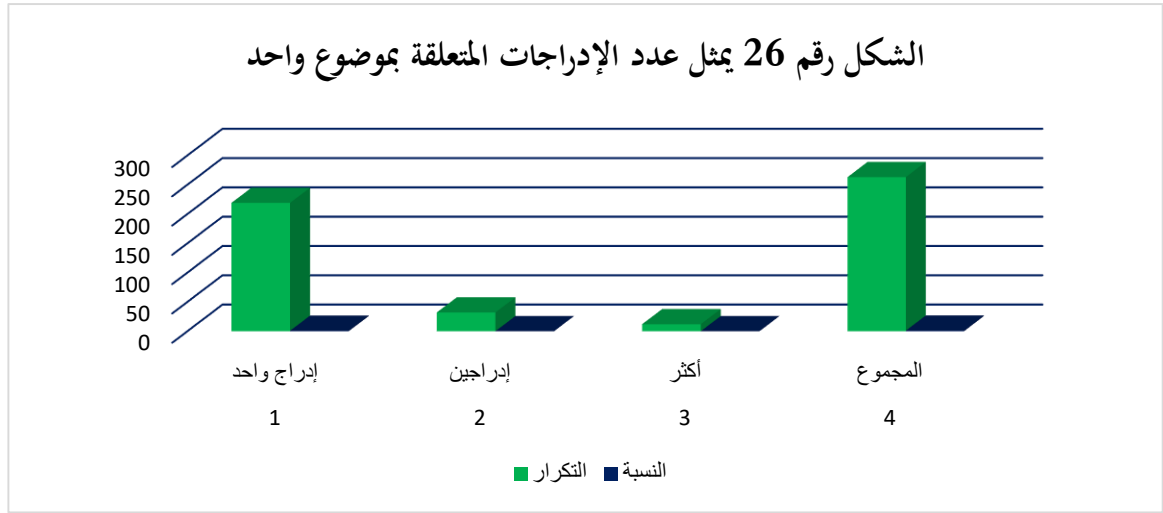
من خلال النتائج المتوصل إليها والظاهرة في الجدول والأعمدة البيانية رقم 25، توصلنا إلى أن النشر بصفحة **EL-Kala News** غير منتظم فالصفحة لا تقوم بنشر الأخبار بصفة دورية أو يومية أو أسبوعية، حيث أنها يمكن أن تنشر أكثر من خبر واحد خلال اليوم أحيانا، وفي مرات أخرى لا تنشر أي خبر خلال اليوم، وذلك راجع إلى كثرة اعتماد المواطنين الصحفيون القائمون على صفحة **EL-Kala News** على إنتاج الأخبار بطريقة ذاتية حيث يعملون على التقرب من مواطني بلدية القالة ومن انشغالهم اليومية ويقومون بعرضها عبر الصفحة سواء بطريقة إخبارية حول الحدث أو عن طريق نشر رسائل المواطنين بطريقة مباشرة، ونتيجة لكون المواطنين الصحفيون عموما لا يتخذون من عملهم الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهنتهم الأولى التي يتقاضون عنها دخلا ثابتا فهم يعدون بذلك قليلي التفرغ للنشاط عبر صفحاتهم الإخبارية عبر موقع فيسبوك نظرا لانشغالهم اليومية، لكن الصفحات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تدرج هي الأخرى ضمن مصادر دخل القائمين عليها من خلال نشرها لإعلانات تجارية تعود بالفائدة المادية عليهم، هنا وفي هذه الحالة سيسعى المواطنون الصحفيون على تكثيف منشوراتهم لزيادة عدد المتابعين وبالتالي تحقيق الأهداف الربحية المادية كما يمكن أن تسعى لتحقيق أهداف اجتماعية بطريقة تطوعية لا ربحية وبالتالي سيعمل القائمين عليها على نشر الأخبار والمستجدات كلما أتاحت لهم الفرصة.

4- عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد

جدول رقم 26 يمثل عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد

الرقم	عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد	التكرار	النسبة
1	إدراج واحد	219	83%
2	إدراجين	32	12%
3	أكثر	12	5%
4	المجموع	263	100%

الإطار التطبيقي



من خلال عملية التحليل توصلنا إلى أن المواطنين الصحفيون القائمون على صفحة **EL-Kala News** يدرجون الخبر مرة واحدة بالصفحة بنسبة 83%، كما يدرج الخبر أو تبعاته لأكثر من مرة بنسبة 12% فالصفحة تقوم بعرض مختلف الأخبار وتعمل على تنويعها وعدم تكرار الأخبار أو التعرض لتبعاتها إلا في حالات قليلة تبعا لقيمة الخبر وحجمه بالنسبة للمجتمع، حيث أن الصفحة تهتم بإدراج الأخبار التي تعد هامة بالنسبة لمجتمع بلدية القالة أو بالنسبة للمجتمع الجزائري ككل عدة مرات حسب تطور الأحداث وتعاقبها لتضمن تحقيق التغطية الشاملة وتزويد المتابعين لها بكل تبعات الأخبار فقد نذكر على سبيل المثال قيام الصفحة بإدراج خبر حول تأزم الوضع البيئي بأحد الأحياء نتيجة تراكم مياه الصرف الصحي في رسالة موجهة للسلطات المختصة وبعد فترة وجيزة تقوم الصفحة بإدراج خبر مفاده أن البلدية تدخلت لتصليح الأنابيب وتنظيف الحي.

الإطار التطبيقي

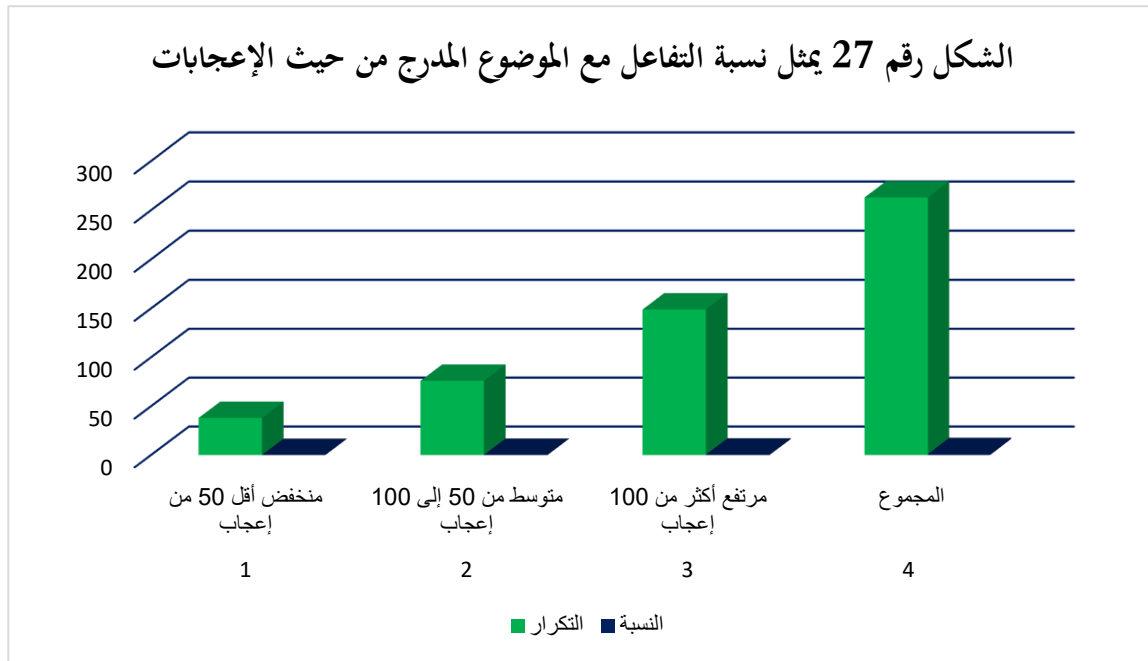
5- نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج.

5-01- نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد الإعجابات.

جدول رقم 27 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد الإعجابات

الرقم	نسبة الإعجابات مع الموضوع المدرج	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل 50 من إعجاب	38	14%
2	متوسط من 50 إلى 100 إعجاب	76	29%
3	مرتفع أكثر من 100 إعجاب	149	57%
4	المجموع	263	100%

الشكل رقم 27 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث الإعجابات



يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 24 نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد الإعجابات بصفحة **EL-Kala News** ، حيث سجلت نسبة عدد الإعجابات التي تزيد عن 100 إعجاب 57%، وحصلت عدد الإعجابات المحصورة بين 50 و100 إعجاب على نسبة 29%، بينما سجل عدد الإعجابات الأقل من 50 نسبة مئوية قدرت بـ 14% ومن خلال هذه الإحصائيات خلصنا إلى أن الأخبار المنشورة عبر الصفحة تعرف تفاعل كبير من ناحية الإعجابات بأعداد تفوق 100 إعجاب في أغلب الأحيان، وهذا ما يدل على أن الصفحة

الإطار التطبيقي

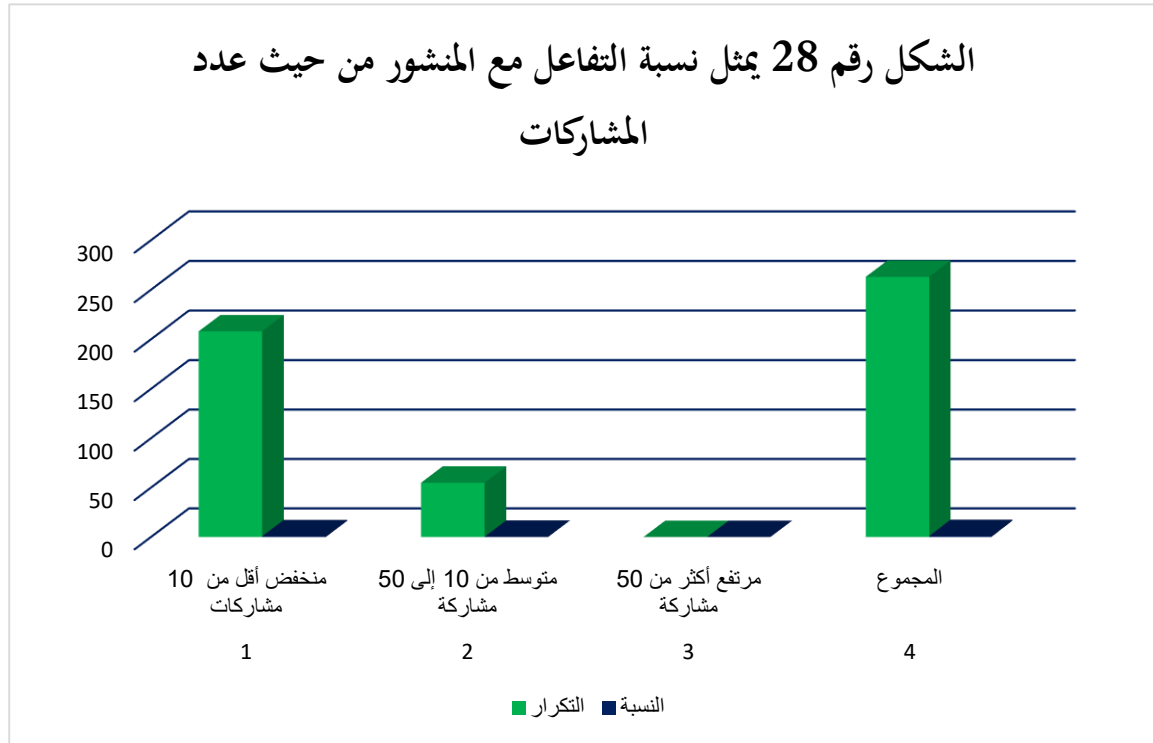
تقوم بنشر مواضيع تثير وجهات النظر أو تمس المتابعين بطرق مباشرة مما يجعلهم يسجلون إعجابهم بها ويتفاعلون معها، ويمكن ارجاع ذلك لطبيعة الأخبار التي يغلب عليها الطابع الاجتماعي المحلي، أين تتداول الصفحة بالدرجة الأولى المواضيع والقضايا الاجتماعية التي تمس سكان بلدية القالة، ونتيجة لقيمة المحلية أو القرب المكاني التي تبناها القائمين على صفحة **EL-Kala News** فهي تحضي بالتفاعل من قبل متابعيها.

5-02- من حيث عدد المشاركات.

جدول رقم 28 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد المشاركات.

الرقم	من ناحية عدد المشاركات	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل من 10 مشاركات	208	79%
2	متوسط من 10 إلى 50 مشاركة	55	21%
3	مرتفع أكثر من 50 مشاركة	0	0%
4	المجموع	263	100%

الشكل رقم 28 يمثل نسبة التفاعل مع المنشور من حيث عدد المشاركات



الإطار التطبيقي

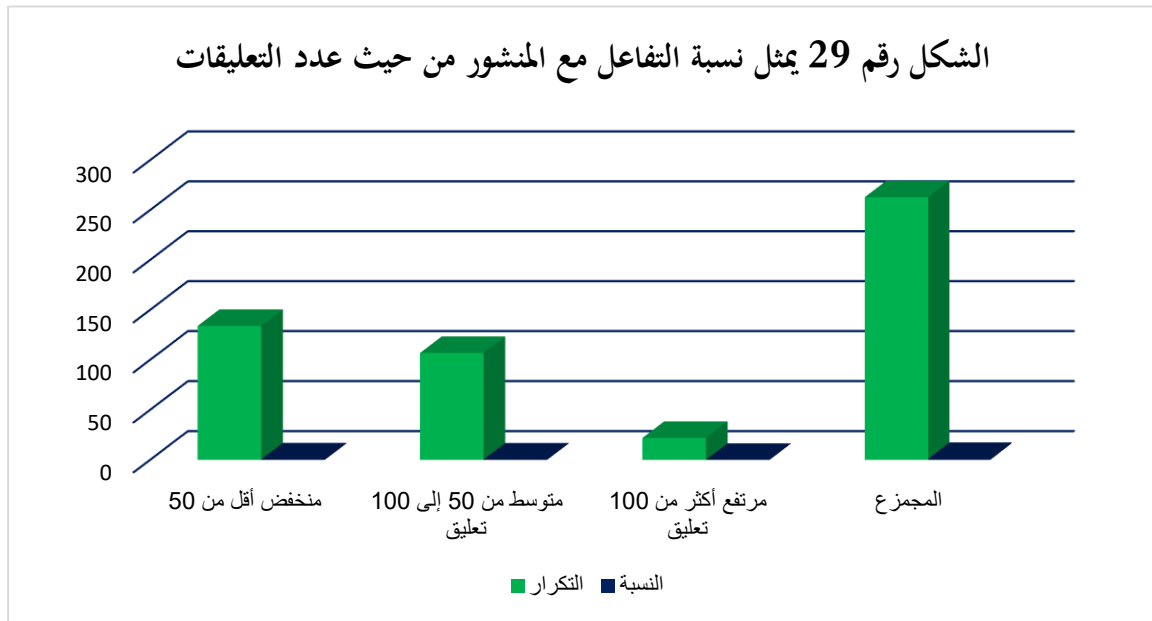
يوضح الجدول والأعمدة البيانية أعلاه نسبة التفاعل مع المنشور من حيث عدد مشاركة الأخبار المنشورة بصفحة **EL-Kala News**، حيث سجلنا نسبة 79% لعدد المشاركات التي تقل عن 10، ونسبة 21% للمشاركات التي ينحصر عددها بين 10 و50 مشاركة، فالمتابعين للصفحة لا يتفاعلون مع المنشورات من خلال مشاركة الأخبار إلا في حالات قليلة، ولا نستطيع في هذه الحالة أن نقول أن جمهور الصفحة هو جمهور سلمي يتابع الأخبار التي تنشر من خلالها دون التفاعل معها، وذلك راجع لما توصلنا إليه من خلال عدد ونسب الإعجابات التي سجلناها، هذا ما يفسر بأن الأخبار المدرجة تدخل ضمن نطاق اهتمام الجمهور المتابع للصفحة الذي يفضل تسجيل تفاعله عن طريق تسجيل إعجابه بالمنشور بدل مشاركته.

5-3- من ناحية عدد التعليقات.

جدول رقم 29 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد التعليقات

الرقم	من ناحية عدد التعليقات	التكرار	النسبة
1	منخفض أقل من 50	134	51%
2	متوسط من 50 إلى 100 تعليق	107	41%
3	مرتفع أكثر من 100 تعليق	22	8%
4	المجموع	263	100%

الشكل رقم 29 يمثل نسبة التفاعل مع المنشور من حيث عدد التعليقات



الإطار التطبيقي

فيما يتعلق بنسبة التفاعل مع المنشور من حيث عدد التعليقات بصفحة **EL-Kala News** فقد بلغت نسبة التعليق على الأخبار التي ما دون 50 تعليق 51%، وبالنسبة للتعليقات المحصور عددها بين 50 إلى 100 تعليق سجلنا نسبة 41%، أما التعليقات على ادراجات الصفحة التي تزيد عن 100 تعليق فقد سجلنا نسبة مئوية قدرت بـ 8%، ومن خلال هذه النسب يمكننا القول أن المشتركين بصفحة **EL-Kala News** يتفاعلون مع الأخبار المدرجة من خلال التعليق عليها أو تسجيل اعجابهم بها أو مشاركتها في حالات قليلة، وهذا ما تأكدنا منه عبر تحليلنا للجدول أعلاه والجدولين السابقين، فالصفحة بهذا تعد ناشطة من خلال ما تعرضه وجمهورها جمهور نشط يتفاعل مع الأخبار التي تعرضها عبر موقع فيسبوك، وتدلل الزيادة في نسب تفاعل متابعيها على نيلها لرضاهم وتحقيقها للإشباع التي يسعون لبلوغها من خلال متابعتها.

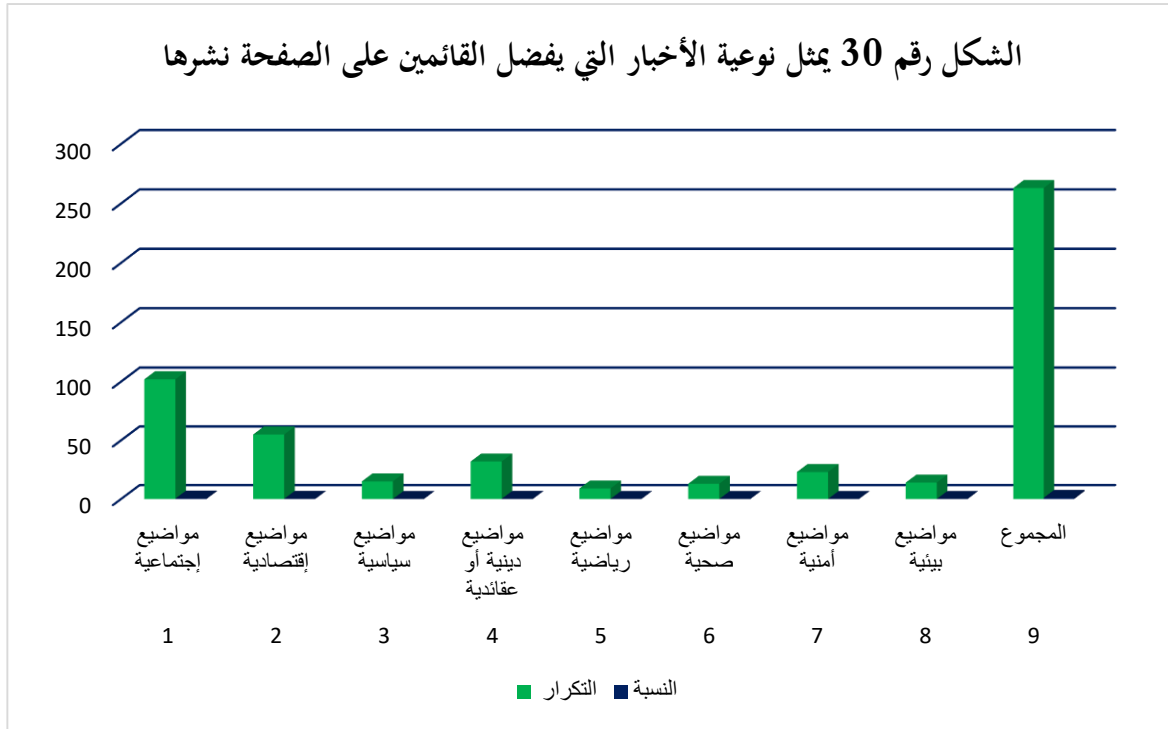
المطلب الثاني: مضمون المادة الخبرية على صفحة **EL-Kala News**.

1- نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها

جدول رقم 30 يمثل نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها

الرقم	نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها	التكرار	النسبة
1	مواضيع اجتماعية	102	39%
2	مواضيع اقتصادية	55	21%
3	مواضيع سياسية	15	6%
4	مواضيع دينية أو عقائدية	32	12%
5	مواضيع رياضية	9	3%
6	مواضيع صحية	13	5%
7	مواضيع أمنية	23	9%
8	مواضيع بيئية	14	5%
9	المجموع	263	100%

الإطار التطبيقي



من خلال الجدول والأعمدة البيانية رقم 30 الممثلة لنوعية الأخبار التي يفضل المواطنون الصحفيون نشرها عبر صفحة **EL-Kala News**، هي المواضيع الاجتماعية بنسبة 39%، تلتها المواضيع الاقتصادية بنسبة 21%، ثم المواضيع الدينية أو العقائدية بنسبة 12%، وهو ما يتناقض مع ما توصلت إليه الباحثة "فوزية عكاك" من خلال دراسة الدكتوراه التي أجرتها والمعنونة بـ "القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة" -دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي-ديسمبر 2007، أين توصلت إلى أن نوعية الأخبار التي لا تنشرها صحف الدراسة تتعلق أساسا بالأخبار التي تمس الحياة الشخصية للأفراد والقيم الدينية والأخلاقية، وهو الأمر المتعلق بالإعلام التقليدي حيث يرتبط العمل الإعلامي في هذه الحالة بقوانين وضوابط تحدد نوعية الأخبار التي تنشر أو تبث، بينما تقترب الصفحات الإخبارية للمواطنين الصحفيين من حياة أفراد المجتمع اليومية على اعتبار أن هذه المنصات منهم وإليهم أي أن مسيرتها هم مواطنون عاديون يصورون تفاصيل ومشاكل حياتهم ويعرضونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمتلقين لهذه المضامين هم كذلك مواطنون عاديون يبحثون عن مصادر إعلامية تصور الحقيقة دون أي تزيف للواقع، كما أن هامش الحرية القانونية بمواقع التواصل الاجتماعي تسهل على مستخدميها عرض المحظور على المؤسسات الإعلامية التقليدية.

وحصدت المواضيع الصحية والبيئية نسبة مئوية تقدر بـ 5%، أما المواضيع الرياضية فسجلت نسبة 3%، فهذا الترتيب يوضح اهتمام القارئ على الصفحة بتغطية المواضيع الاجتماعية والاقتصادية التي تلامس أفراد المجتمع

الإطار التطبيقي

بطريقة مباشرة من خلال عرض مشاكلهم للوصول للحلول عبر إيصالها للجهات المسؤولة، فهي تعمل على التقرب نحو الحياة اليومية لمواطني بلدية القالة وتصوير اهتماماتهم وانشغالاتهم ومشاكلهم اليومية لتعرض فيما بعد بالصفحة عبر موقع فيسبوك، وهو أيضا ما توصل له الدكتور "محمد سامي صبري سالم" من خلال دراسة أجراها بعنوان "أولويات قضايا صحافة المواطن وأنماط التفاعلية وطبيعة المصادر الموظفة بها" الدراسة التي أجريت على عينة من صحف المواطن والمتمثلة في (بوابة شارك بصحيفة المصري اليوم) حيث توصل إلى أن القضايا المجتمعية جاءت في مقدمة الموضوعات والقضايا التي تطرحها البوابة. (سالم، 2016، صفحة 395)، وهو الحال بالنسبة لدراسة أجراها الباحثين "صدام حسين قيراد" و"باية سي يوسف" على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، وجامعة وهران، وقسنطينة، وتيبازة، وتيارت، في حدود 350 طالب من مختلف الأقطار، والتي عنونت بـ. "مشاركة طلبة الإعلام في إنتاج ونشر القصص الإخبارية دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي" ومن النتائج التي توصل لها الباحثان هي أن طلبة علوم الإعلام والاتصال باعتبارهم مواطنين صحفيين يهتمون بإنتاج قصص إخبارية في عدة ميادين أهم ميدان تقديم المساعدات الإنسانية كالبحث عن المفقودين وتقديم الإعانات المادية للمحتاجين والجهات المهتمة (صدام حسين و سي يوسف، 2020، الصفحات 797-798) وهو ما تعرضه كذلك صفحة **EL-Kala News** أين تهتم بادراج المواضيع التي تكتسي الطابع الاقتصادي ويتعلق الأمر بالمشاكل الاقتصادية بالدرجة الأولى التي تمس المواطنين ويرجع الغرض من إدراج هذه المواضيع عموما إلى العمل على التضامن والتكافل الاجتماعي وهذا ما سجلناه ولاحظناه من خلال الأخبار المنشورة، كما أنها تسعى للتنوع من خلال عرض المواضيع البيئية، الصحية، والرياضية، فهي بذلك تعمل على الإلمام بكل المواضيع التي تعد محل اهتمام من طرف جمهور معين في المجتمع على غرار المواضيع الرياضية.

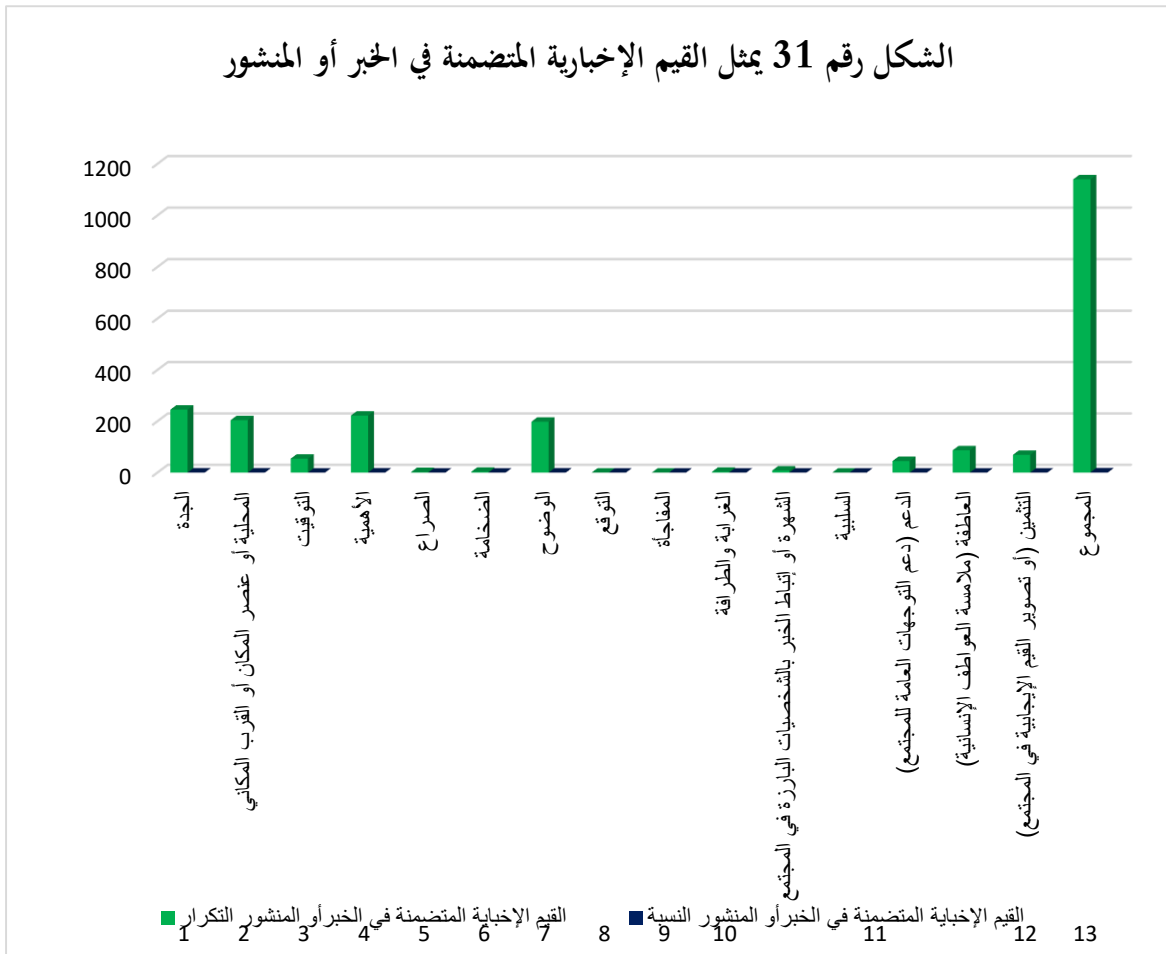
الإطار التطبيقي

2- القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور.

جدول رقم 31 يمثل القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور

النسبة	التكرار	القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور	الرقم
21%	245	الجدة	1
18%	204	المحلية أو عنصر المكان أو القرب المكاني	2
5%	54	التوقيت	3
19%	222	الأهمية	4
0%	2	الصراع	5
0%	3	الضخامة	6
17%	198	الوضوح	7
0%	0	التوقع	8
0%	0	المفاجأة	9
0%	3	الغرابة والطرافة	10
1%	8	الشهرة أو إرتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع	11
0%	0	السلبية	12
4%	45	الدعم (دعم التوجهات العامة للمجتمع)	13
8%	87	العاطفة (ملامسة العواطف الإنسانية)	14
6%	69	الثناء (أو تصوير القيم الإيجابية في المجتمع)	15
100%	1140	المجموع	16

الإطار التطبيقي



الجدول والأعمدة البيانية رقم 31 يوضحان القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور حيث سجلت قيمة الجدة نسبة 21%، وهي أعلى قيمة وتدل هذه النسبة على اهتمام المواطنين الصحفيون القائمون على الصفحة بنشر كل ما هو جديد وتمييزها عن وسائل الاعلام التقليدية بأسبقيتها لتغطية كل مختلف الأخبار والإسراع في تداولها كما أن في ذلك إشارة ضمنية لاعتبار موقع الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومة وبالتالي فإن الموقع يشكل مساحة إعلامية للمعلومات المتنوعة، حتى وإن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات، أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية حيث يأتي موقع الفيسبوك في المرتبة الثانية بعد موقع Wikipedia في نسبة الاعتماد عليه كمصدر للحصول على المعلومة وفقا لدراسة أجراها كل من الباحثين Head, A.J. & Eisenberg (شرطي، 2015، صفحة 40)، وسجلت قيم الأهمية نسبة 19%، حيث تتمحور الاخبار المدرجة عبر الصفحة ضمن نطاق الأهمية بالنسبة لجمهور المتابعين فهي في أغلبها أخبارا تصور وتلامس الحياة اليومية لمواطني بلدية القالة خاصة أو للجزائريين عامة نذكر على سبيل المثال خبر نشر يوم 30 ديسمبر 2021 معنون بـ كيفية التسجيل في LPA الصيغة الجديدة عبر موقع وزارة الداخلية، وهو خبر مهم لكافة المواطنين الجزائريين المهتمين بالتسجيل في الصيغ السكنية الجديدة التي أعدها الوزارة الوصية، هذا وقد سجلنا نسبة مئوية متعلقة بقيمة المحلية

الإطار التطبيقي

قدرت بـ 18% ، وذلك راجع لأن الصفحة تهتم بالدرجة الأولى بإدراج الأخبار ذات الطابع المحلي والخاصة ببلدية القالة وساكنيها، كما يعتمد القارئون على الصفحة على قيمة الوضوح في انتقاء الأخبار والتي سجلت نسبة 17% حيث أن الأخبار في معظمها واضحة خالية من الرسائل الضمنية تقدم بطريقة مباشرة يسهل قراءة الهدف منها، وتعد كل القيم الإخبارية السالفة الذكر قيما متفق عليها يعتمد عليها الصحفيين غالبا في بناء الأخبار، لكننا سجننا قيم أخرى يعتمد عليها المواطنون الصحفيون بصفحة **News EL-Kala** لبناء وانتقاء الأخبار التي ستنشر عبر الصفحة وهي قيمة العاطفة من خلال انتقاء أخبار تلامس العواطف الإنسانية كنشر الأخبار التي تتمحور حول فئات معوزة في المجتمع في صورة محفزة لباقي أفراده للتكافل والتضامن، إلى جانب قيمة التثمين من خلال انتقاء الأخبار التي تثمن أو تصور القيم الإيجابية في المجتمع كتعاون جمع من الشباب لتطهير الأحياء وتنظيف المساجد ودعم الفئات الفقيرة، وقيمة الدعم أي انتقاء أخبار تدعم التوجهات العامة للمجتمع كإهتمام الملح للمواطنين لتوفير التغطية الصحية في ظل جائحة كورونا، وهو ما دعمه الخبر المنشور بتاريخ 10 ديسمبر 2021 والذي يتضمن الزيارة التفقدية للسيد مدير الصحة والسكان للوقوف على سير المناوبة الطبية وحسن التكفل بالمرضى.

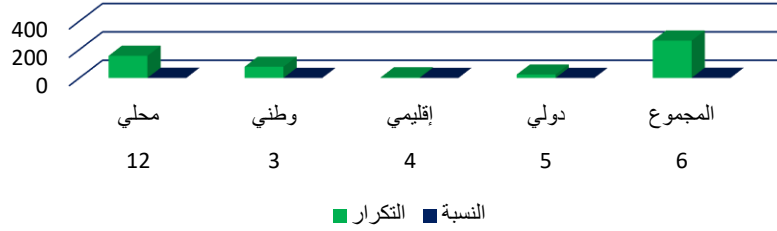
3-النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر صفحة EL-Kala News بموقع فيسبوك.

جدول رقم 32 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر صفحة EL-Kala News بموقع فيسبوك.

الرقم	النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر الصفحة	التكرار	النسبة
12	محلي	156	59%
3	وطني	79	30%
4	إقليمي	4	2%
5	دولي	24	9%
6	المجموع	263	100%

الشكل رقم 32 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر صفحة EL-Kala

News عبر موقع فيسبوك



من خلال الجدول والأعمدة البيانية أعلاه يتضح لنا أن النطاق الجغرافي الذي يعرف أعلى نسبة للتغطية الإخبارية بصفحة **EL-Kala News** هو النطاق المحلي بنسبة 59%، فالصفحة تقدم تغطية كبيرة لأخبار ومستجدات بلدية القالة وساكنيها، وهذا ما يدل عليه اسمها المسجلة به عبر موقع فيسبوك، وإلى جانب تغطيتها لأخبار بلدية وسكان القالة فهي أيضا تهتم بنشر الأخبار الوطنية حيث سجنا نسبة 30% للأخبار المدرجة ذات الطابع الوطني، لهذا النوع من الادراجات، هذا ما يوضح أن القائمين على صفحة **EL-Kala News** يعملون على تنوع الأخبار بما يشبع رغبات وحاجات المتابعين إن كانوا مواطنين ببلدية القالة أو ببقية البلديات والولاية الجزائرية الأخرى من خلال عرض مختلف الأخبار الوطنية الهامة، ويشمل هذا التنوع الأخبار الإقليمية والدولية أيضا، وذلك بغرض استقطاب أكبر عدد من المتابعين.

الإطار التطبيقي

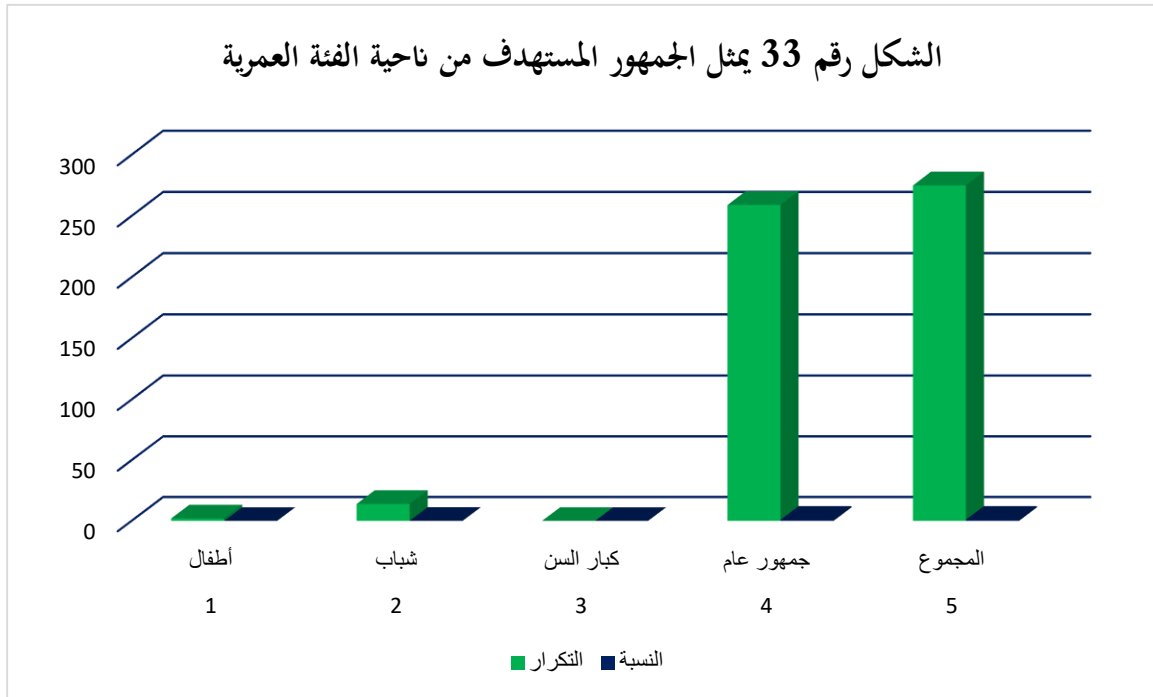
4-الجمهور المستهدف:

4-01-من ناحية الفئة العمرية:

جدول رقم 33 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية

الرقم	الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية	التكرار	النسبة
1	أطفال	2	1%
2	شباب	14	5%
3	كبار السن	0	0%
4	جمهور عام	259	94%
5	المجموع	275	100%

الشكل رقم 33 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية



تستهدف صفحة **El-Kala News** من خلال الأخبار التي تنشرها بموقع فيسبوك جمهور عام بنسبة مئوية قدرت بـ 94%، ونعني بأن الأخبار المدرجة عبر الصفحة موجهة لجمهور عام أنها تمس كل الفئات العمرية من حيث الآثار المترتبة عليها أو من حيث درجة أهميتها، فهي صفحة موجهة لكل فئات المجتمع، لكنها تعمل في زيادة استقطاب فئة الشباب بين متابعيها من خلال نشر مواضيع تندرج ضمن اهتماماتهم، وذلك من أجل ضمان

الإطار التطبيقي

انتشارها أمام الاستعمال الواسع لفئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي تعد فئة مستهدفة من طرف كل الساعين وراء زيادة عدد المتابعين ونسب المشاهدات، حيث خلص تقرير بحثي بريطاني إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار بين فئة الشباب، وأشار التقرير إلى أن 28 في المئة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 عاما يلجؤون إلى وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي لمعرفة الأخبار مقارنة بنسبة 24 في المئة منهم يعتمدون على التلفزيون. (ويكفيلد، 2016)

كما أن الصفحة كذلك وفي حالات قليلة تخص فئة الأطفال من خلال منشوراتها الإخبارية ويتعلق الأمر هنا بأخبار الرزنامة المدرسية أو الحلات الطارئة على غرار العطل الاستثنائية فهذا النوع من الأخبار يهتم الأولياء والتلاميذ على حد سواء، وبالرغم من أن الأطفال ما دون سن المراهقة لا يستخدمون عموماً مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة للرقابة الأبوية، إلى أن المراهقين يعدون من متابعيها، وبالتالي فالمواطنين الصحفيون القائمون على صفحة El-Kala News يسعون وراء استقطاب كل الفئات العمرية في المجتمع.

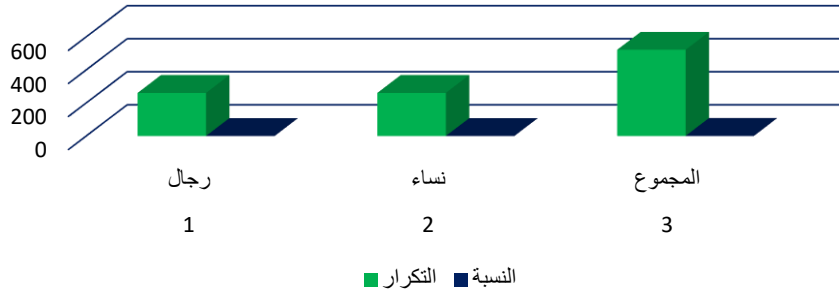
4-02-من حيث الجنس.

جدول رقم 34 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الجنس

الرقم	الجمهور المستهدف من ناحية الجنس	التكرار	النسبة
1	رجال	261	50%
2	نساء	261	50%
3	المجموع	522	100%

الإطار التطبيقي

الشكل رقم 34 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الجنس



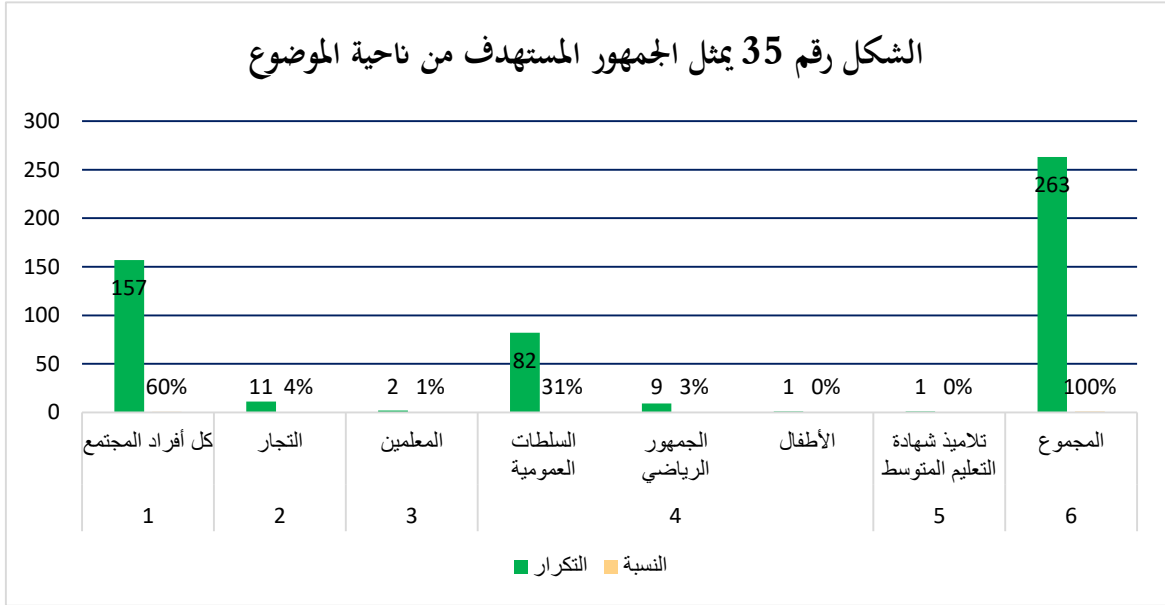
من ناحية الجنس بصفحة **EL-Kala News** حيث سجلنا أن كل الأخبار كانت موجهة للجنسين حيث لم نسجل أي خبر موجه للنساء بصفة خاصة أو الرجال فقط، فالمواطنون الصحفيون القائمون عليها ينتقون أخبار عامة تمس الجنسين في نفس الوقت من ناحية الأحداث الاجتماعية، الاقتصادية وغيرها من الأخبار التي تقدم صورة عامة حول الواقع المعاش لمجتمع بلدية القالة في أغلب الأوقات، وهذا التنوع لا يجعل من الصفحة تنحصر في جمهور محدد من ناحية جنسه بل يجعلها محط اهتمام عام ومصدرا للتعرف على كل الأخبار والمستجدات المحيطة بالمتابعين.

4-03-الجمهور المستهدف من حيث الموضوع المنشور.

جدول رقم 35 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الموضوع المنشور

الرقم	الجمهور المستهدف من حيث الموضوع المنشور	التكرار	النسبة
1	كل أفراد المجتمع	157	60%
2	التجار	11	4%
3	المعلمين	2	1%
4	السلطات العمومية	82	31%
5	الجمهور الرياضي	9	3%
6	الأطفال	1	0%
7	تلاميذ شهادة التعليم المتوسط	1	0%
8	المجموع	263	100%

الإطار التطبيقي



يتضح من خلال الجدول والأعمدة البيانية رقم 36 أن الجمهور المستهدف من قبل صفحة **EL-Kala News** من ناحية الموضوع هو جمهور عام يمثل كل أفراد المجتمع بنسبة 60% وباعتبارها صفحة محلية تعنى بأخبار بلدية القالة فمعظم الأخبار موجة لسكانها، فحسب ما توصلنا إليه من خلال الجداول السابقة تندرج أهم المواضيع التي تهتم الصفحة بادراجها عبر موقع فايسبوك بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي والاقتصادي بالدرجة الأولى والتي تمس كل سكان البلدية بطريقة مباشرة، فهي بذلك تستهدف الكل دون استثناء أو تحديد في أغلب الأحيان، كما سجلنا أيضا نسبة 31% للأخبار الموجهة للسلطات العمومية حيث تعمل الصفحة على تمرير الرسائل التي تنتجها ذاتيا عن طريق التنقل لموقع الحدث أو من خلال رسائل المواطنين التي تتضمن أخبار ومعلومات تصور ظروف معيشتهم اليومية، لتكون بذلك همزة وصل فاعلة بين أفراد المجتمع والسلطات العمومية وتبرز فاعلية منشوراتها على الجهات المسؤولة في البلدية من خلال تحرك هذه الأخيرة لتحسين الأوضاع بعد قيام الصفحة بطرح المشاكل في فترة وجيزة وهذا ما يشبهه القائمين على الصفحة من خلال إدراج التطورات الحاصلة والناجمة عن نشرها للمشاكل المطروحة، كما تعمل كذلك على مخاطبة التجار، المعلمين، والجمهور الرياضي لتضمن بذلك تغطية شاملة لجميع مكونات المجتمع.

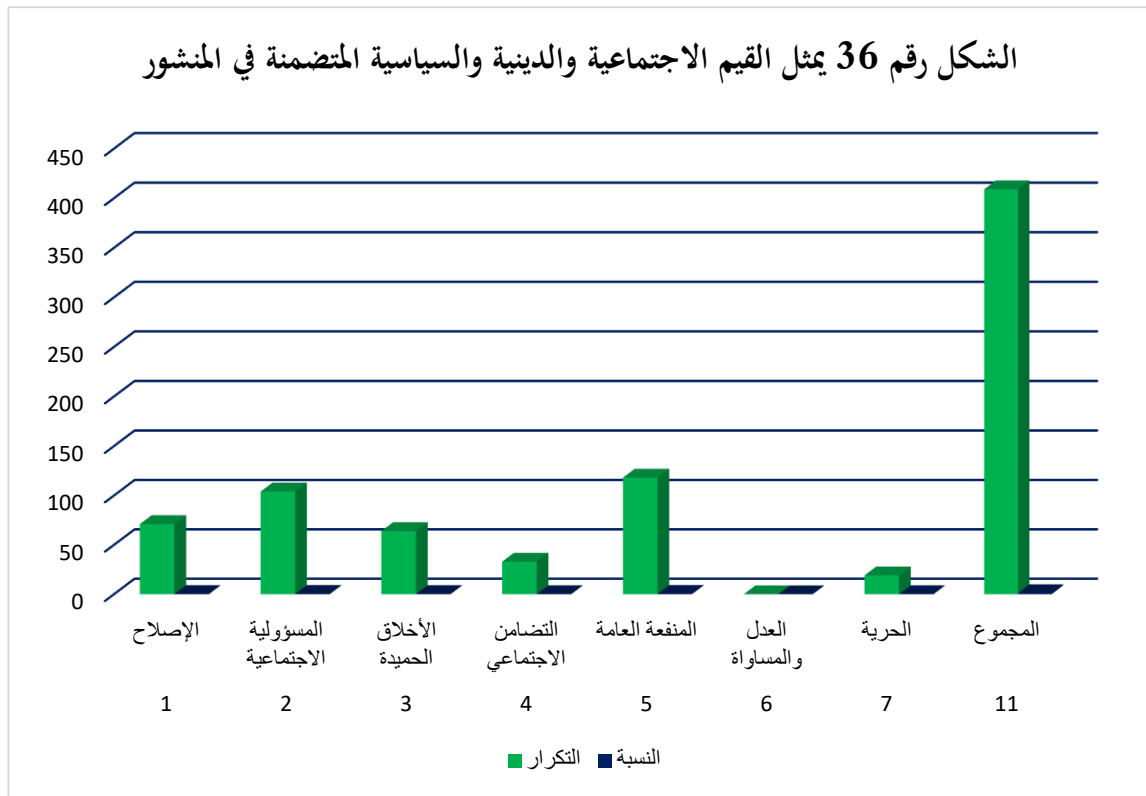
الإطار التطبيقي

5- القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة.

جدول رقم 36 يمثل القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة.

الرقم	القيم المتضمنة في منشورات الصفحة	التكرار	النسبة
1	الإصلاح	71	17%
2	المسؤولية الاجتماعية	104	25%
3	الأخلاق الحميدة	64	16%
4	التضامن الاجتماعي	33	8%
5	المنفعة العامة	118	29%
6	العدل والمساواة	0	0%
7	الحرية	19	5%
11	المجموع	409	100%

الشكل رقم 36 يمثل القيم الاجتماعية والدينية والسياسية المتضمنة في المنشور



الإطار التطبيقي

يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 36 القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية المتضمنة في الأخبار المنشورة عبر صفحة **EL-Kala News** حيث سجلت قيمة المنفعة العامة أعلى نسبة قدرت بـ 29%، فيما سجلت المسؤولية الاجتماعية نسبة 25%، والإصلاح بنسبة 17%، وهي في مجملها قيم اجتماعية حيث من خلال ملاحظتنا تهتم الصفحة بالأخبار ذات الطبيعة الاجتماعية بالدرجة الأولى والتي تحمل في طياتها القيم السالفة الذكر، كما سجلت الأخلاق الحميدة نسبة 16%، وهذا ما يعزز النتائج التي توصلنا إليها في الجدول المتعلق بطبيعة المواضيع المنشورة في الصفحة حيث وجدنا أن ضمن إدراجاتها العديد من المواضيع الدينية والعقائدية التي تعكس القيم الحميدة الموجودة بين أفراد المجتمع على غرار محاولة توفير الدعم المادي للجهات المعوزة في المجتمع والتأخي والتعاون على فعل الخير، كما سجلت قيمة التضامن الاجتماعي نسبة 8% من خلال تضافر وتكاثف جهود كل أفراد المجتمع لدعم قضية معينة أملت بفرد أو جماعة في محاولة لعلاجها أو التخفيف من حدتها، وهذا ما تعكسه نوعية المواضيع المدرجة بالصفحة والرامية لدعم هذه القيم الاجتماعية الإيجابية، أما بالنسبة لقيمة الحرية فهي الأخرى حصدت نسبة 5%، وهو ما يقدم صورة عن هامش الحرية المتاح لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والذي يستغله الأفراد أمام ضعف الضوابط القانونية العالمية على هذه المنصات الافتراضية، والتي تقيد حرية الرأي وتداول الأخبار مقارنة بالمؤسسات العمومية التي تخضع لقوانين صارمة تحدد مجال حريتها، وهذا الهامش من الحرية يجعل من الصفحة لسان حال المواطنين حيث تقوم بنشر الأخبار والمشاكل الاجتماعية المحظور نشرها على وسائل الإعلام التقليدية، لكن في المقابل لا يتمتع المواطنون الصحفيون بأي حماية قانونية يضمنها لهم قانون معين في عملية جمعهم ونقلهم للأخبار وعن ذلك سرد الكاتب "عبد اللطيف حيدر" قصة في هذا الشأن من خلال موقع معهد الجزيرة للإعلام أين سجل مغترب يمضي في المملكة العربية السعودية بثا مباشرا من سجن يضم عددا من اليمنيين المزمع ترحيلهم من المملكة، عارضاً كيفية وآلية التعامل معهم". على الفور قُبِض عليه من قبل السلطات الأمنية وحكم بالسجن خمس سنوات في السعودية. بالمقابل نفترض هنا أن الصحفي المحترف يمتلك الوعي الأمني للتعامل مع مثل هذه الملفات وطرائق عرضها ومعالجتها بشكل يحفظ حق الجمهور في المعلومة، ويحمي نفسه من أي ملاحقة قانونية. (حيدر، 2018)

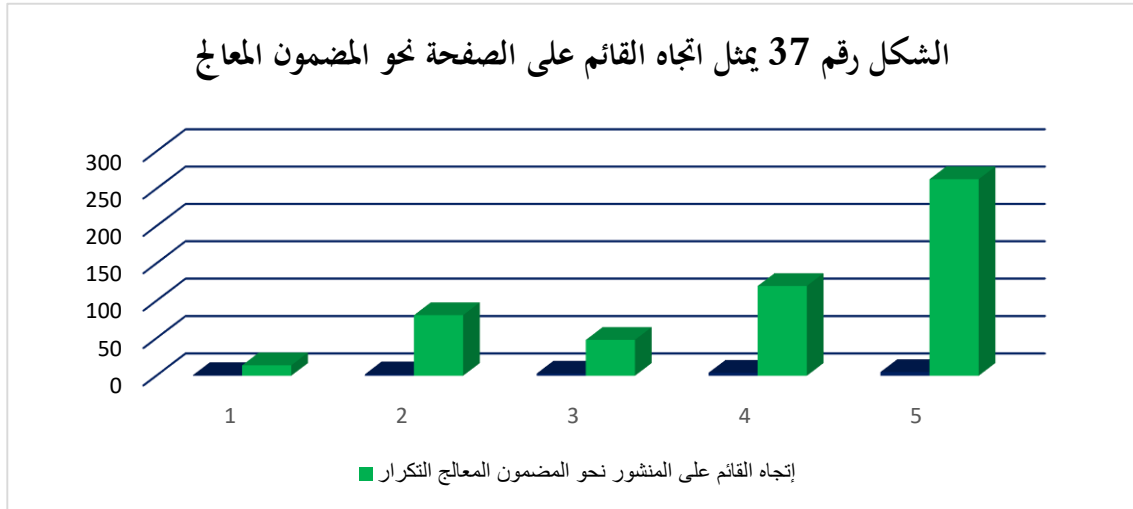
الإطار التطبيقي

6- اتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج.

جدول رقم 37 يمثل اتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج.

الرقم	اتجاه القائم على المنشور نحو المضمون المعالج	التكرار	النسبة
1	محايد	14	5%
2	مساند لجهة معينة	81	31%
3	معارض	48	18%
4	غير واضح	120	46%
5	المجموع	263	100%

الشكل رقم 37 يمثل اتجاه القائم على الصفحة نحو المضمون المعالج



يبين الجدول والأعمدة البيانية رقم 34 اتجاه المواطنين الصحفيون القائمون على صفحة **EL-Kala News** نحو المضامين المنشورة عبر الصفحة، وقد سجلنا نسبة 46% للاتجاه غير الواضح، حيث لم يبدي القائمين على الصفحة أي تعليق يوضح اتجاههم نحو الأخبار المنشورة حيث قاموا بإدراج الأخبار بطريقة إخبارية لا يمكن تمييز اتجاههم من خلالها، بينما سجلنا نسبة 31% مساند لجهة معينة حيث كان الاتجاه واضح ومساند لما نشر وذلك من خلال إرفاق الخبر بنص مكتوب يوضح توجه القائمين على الصفحة، كما سجلنا نسبة 18% كاتجاه معارض للأخبار وذلك من خلال إبداء آراء لا تتوافق مع يتضمنه الخبر من قرارات أو مستجدات، و5% كمحايد أين تم عرض الخبر وموقف المواطنين منه لكن دون أن يظهر موقف القائمين على صفحة **EL-Kala News** نحوه، فقد توصلنا أن القائمين على الصفحة يتجهون نحو إظهار اتجاهاتهم نحو المواضيع المطروحة مهما كان موضوعها أو

الإطار التطبيقي

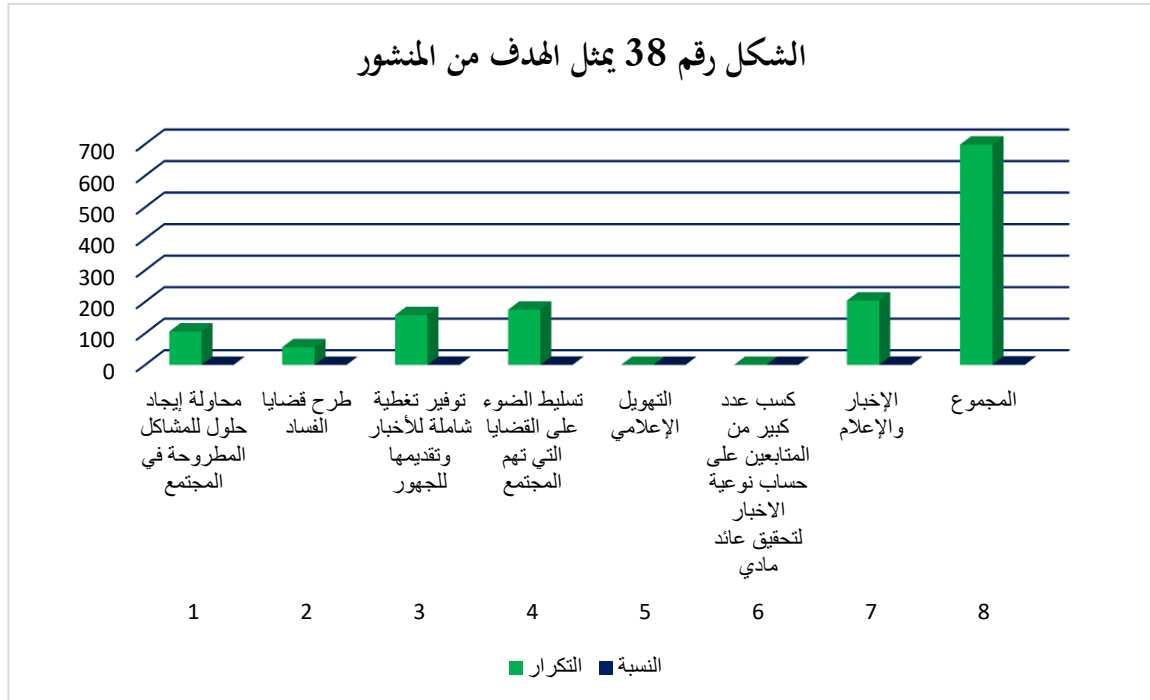
شخصياتها وذلك نتيجة لهامش الحرية الذي تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما تطرقنا له في الجدول السابق.

7-الهدف من المنشور.

جدول رقم 38 يمثل الهدف من المنشور

الرقم	الهدف من المنشور	التكرار	النسبة
1	محاولة إيجاد حلول للمشاكل المطروحة في المجتمع	106	15%
2	طرح قضايا الفساد	56	8%
3	توفير تغطية شاملة للأخبار وتقديمها للجمهور	158	23%
4	تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع	175	25%
5	التحويل الإعلامي	0	0%
6	كسب عدد كبير من المتابعين على حساب نوعية الاخبار لتحقيق عائد مادي	0	0%
7	الإخبار والإعلام	204	29%
8	المجموع	699	100%

الشكل رقم 38 يمثل الهدف من المنشور



الإطار التطبيقي

الشكل رقم 38 يمثل الهدف من الخبر المنشور عبر صفحة **EL-Kala News** بموقع فيسبوك، حيث توصلنا إلى أن أعلى نسبة كانت لهدف الإخبار والاعلام بنسبة 29%، تلتها نسبة 25% لتسليط الضوء على القضايا التي تمم المجتمع، ثم 23% لتوفير تغطية شاملة للأخبار وتقديمها للجمهور، فالصفحة تعمل بالدرجة الأولى على تغطية مختلف الأخبار التي تم المتابعين تغطية شاملة وإعلامهم بكل ما هو جديد حول محيطهم الذي يعيشون به كما تعمل أيضا على محاولة إيجاد حلول للقضايا المطروحة في المجتمع من خلال طرح قضايا الفساد للعمل على حلها ومتابعة المسؤولين عليها، إلى جانب تقديم صورة واضحة للحياة الاجتماعية والاقتصادية لسكان بلدية القالة بصفة خاصة وذلك من أجل تسليط الضوء على سلبياتها أو المشاكل اليومية التي تمس المواطنين بغرض الوصول لحل لها من خلال إيصال صوتهم للجهات المسؤولة، كما تعمل الصفحة أيضا على إخبار وإعلام متابعيها بأغلب المستجدات الوطنية لتضمن بذلك مكانة خاصة في المجتمع باعتبارها مصدرا هاما للأخبار.

8- الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع.

8-01- من ناحية الوضوح والضمنية.

جدول رقم 39 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية

الرقم	الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع	التكرار	النسبة
1	الأسلوب المباشر في عرض المواضيع	260	99%
2	الضمنية	3	1%
3	المجموع	263	100%

الشكل 39 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية



الإطار التطبيقي

يبين الجدول والأعمدة البيانية رقم 39 أن الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع بصفحة **EL-Kala News** هو الأسلوب المباشر بنسبة 99%، فبالرغم من أن الصفحة تحاول التطرق لكل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية التي يعانيها ساكني بلدية القالة على وجه الخصوص إلا أنها تقدم الأخبار بطريقة واضحة دون تزييف أو تلميع أو دعم لجهة معينة، وهذا ما يدعم توجهنا خلال التحليلات السابقة أين تطرقنا لهامش الحرية الذي تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي في عرض الاخبار مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، فهذه الأخيرة ومهما عملت على تصوير الواقع تبقى مقيدة بقوانين وضوابط سياسية ومادية تجعل منها تخضع للسياسة القائمة في الدولة خوفا من إغلاق مكاتبها أو مؤسساتها أو تضيق الخناق عليها من خلال حرمانها من الاعلانات التجارية التي تعد من المصادر الهامة للدخل المادي بالنسبة لها، إلى جانب عمل حراس البوابة الإعلامية ورؤساء التحرير الذين يغربلون الأخبار قبل نشرها أو بثها بما يتوافق وانتماءاتهم وتوجهاتهم وكلما زاد عددهم بالمؤسسة الإعلامية كلما تغير الشكل الحقيقي للخبر، لكن الأمر يختلف بالنسبة لمواقع التواصل أين لا يرتبط مالك الصفحة عبر موقع فيسبوك في معظم الأحيان لأية جهة قانونيا فهو حارس البوابة وهو صاحب القرار الوحيد فيما يتعلق بما ينشر وكيف ينشر عبر صفحته.

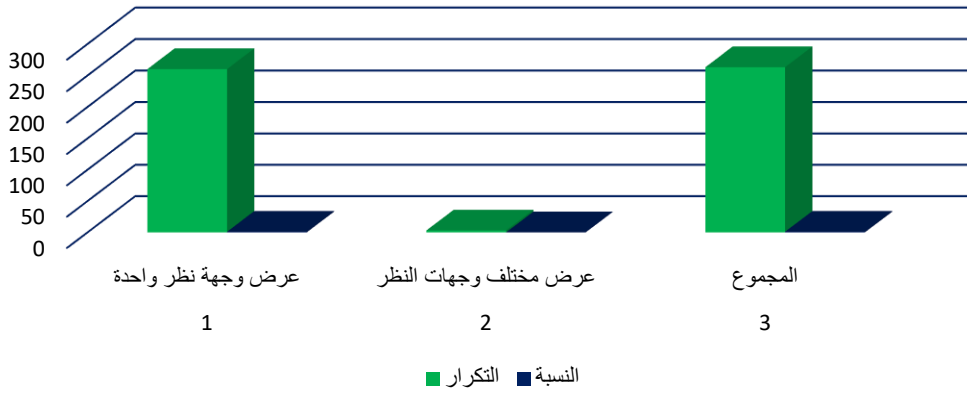
8-02- عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع.

جدول رقم 40 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر

المتعلقة بالموضوع

الرقم	عرض جانب او جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع	التكرار	النسبة
1	عرض وجهة نظر واحدة	260	99%
2	عرض مختلف وجهات النظر	3	1%
3	المجموع	263	100%

الشكل رقم 40 يمثل عرض جانب أوجانبين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع



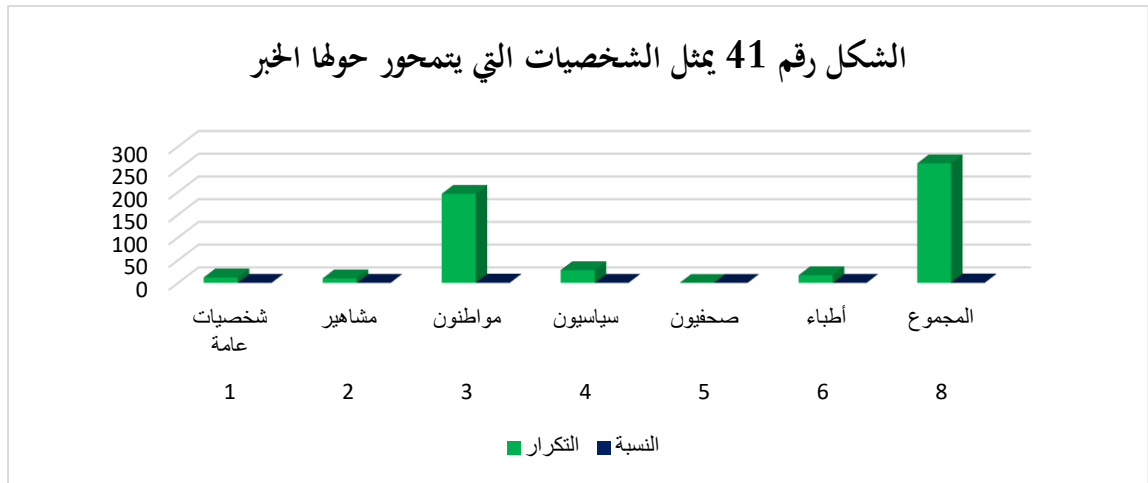
يمثل الجدول والأعمدة البيانية رقم 40 أن صفحة **EL-Kala News** تعتمد أسلوب عرض وجهة نظر واحدة أو جانب واحد من الأطراف المرتبطة بالموضوع المدرج بالصفحة، إلا في حالات قليلة سجلت نسبة مئوية قدرت بـ 1%، وذلك يمكن إرجاعه إلى أن المواطنين الصحفيين لا يتمتعون بالإمكانيات والمهارات التي تجعلهم قادرين على الوصول لجميع الأطراف الفاعلة في الأحداث بهدف تسجيل وجهات النظر المختلفة، ففي بعض الأحيان يتوجب الوصول إلى أحد المسؤولين بغرض جمع الأخبار امتلاك الفرد لبطاقة الصحفي المحترف أو بطاقة تؤكد انتماءه لمؤسسة إعلامية، كما يمكن القول أن القائمين على صفحة **EL-Kala News** مكتفين بعرض وجهات النظر المتاحة ما دام هذا العمل يمكنهم من الوصول لعدد كبير من المتابعين وهذا ما يؤكد عدد متابعي الصفحة المسجل عبر موقع فيسبوك.

9- الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر.

الإطار التطبيقي

جدول رقم 41 يمثل الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر

الرقم	الشخصيات التي يتمحور حولها الحدث	التكرار	النسبة
1	شخصيات عامة	12	5%
2	مشاهير	10	4%
3	مواطنون	196	75%
4	سياسيون	28	11%
5	صحفيون	0	0%
6	أطباء	17	6%
8	المجموع	263	100%



يوضح لنا الجدول والأعمدة البيانية رقم 41 أن أغلب الشخصيات التي تتمحور حولها الأخبار المدرجة بصفحة **EL-Kala News** هم المواطنون العاديون، حيث تعمل على تصوير انشغالهم وظروف معيشتهم ومشاكلهم وتعرضها بهدف حلها، وبالتالي يمكن اعتبارها همزة وصل بين مواطني بلدية القالة على وجه الخصوص وبين الجهات المسؤولة، كما أننا سجلنا أن الصفحة تهتم بتداول أخبار الشخصيات السياسية بنسبة مئوية قدرت بـ 11% لكننا وخلال العملية التحليلية للأخبار لاحظنا أن معظم الأخبار التي تتمحور حول الشخصيات السياسية في المجتمع تعرض نشاطاتهم اليومية على غرار الزيارات التفقدية للمشاريع، وللأحداث للاطلاع على المتضررين جراء بعض المشاكل البيئية أو الصحية كزيارة تفقدية لوالي ولاية الطارف للمستشفى العمومي ببلدية القالة بغرض مراقبة ظروف العناية الصحية بالمصابين بوباء كورونا، هذا وقد سجلنا نسبة مئوية قدرت بـ 6% لتمحور الأخبار المدرجة عبر

الإطار التطبيقي

الصفحة بفئة الأطباء وهذا ما نرجعه للإتمام العام بهذه الفئة وإلقاء الضوء عليها خاصة خلال جائحة كورونا التي مست كل مناطق الوطن، كما تتداول الصفحة أخبار بعض المشاهير والشخصيات العامة بالمتجمع وذلك بغرض الوصول للتنوع في المضامين المدرجة وتلبية حاجات كل متابعيها.

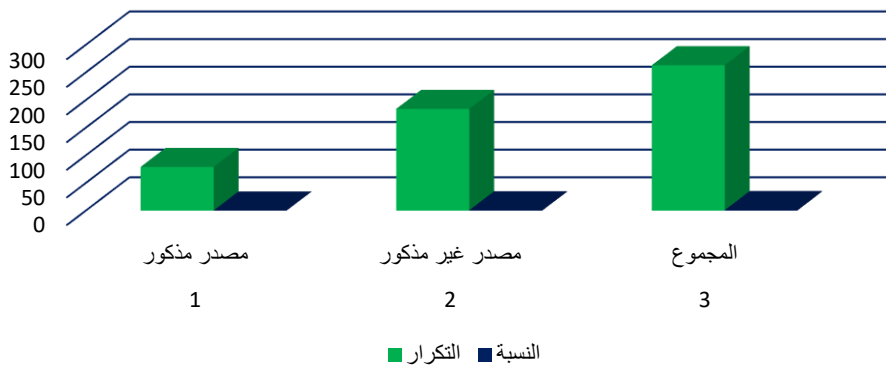
10-مصدر الخبر

10-01-مدى وجود المصدر في الخبر.

جدول رقم 42 يمثل مدى وجود المصدر في الخبر.

الرقم	مدى وجود المصدر في الخبر	التكرار	النسبة
1	مصدر مذكور	79	30%
2	مصدر غير مذكور	184	70%
3	المجموع	263	100%

الشكل رقم 42 يمثل مدى وجود المصدر في الخبر



يوضح الجدول والأعمدة البيانية رقم 42 مدى وجود المصدر في الخبر حيث سجلنا عدم ذكر مصدر الخبر بنسبة 70%، وذلك يتعلق بالأخبار التي تقوم الصفحة باستيرادها من مصادر أخرى دون ذكرها، في حين يذكر مصدر الخبر في أحيان قليلة بنسبة 30%، ويعود عدم ذكر مصدر الخبر بالسلب على قيمته الخبرية حيث يصبح غير مؤكد وقابل للتشكيك ولاعباره يندرج ضمن الأخبار الكاذبة أو المفبركة، وأثبت استطلاع رأي أجراه موقع (YouGov)، أن 54% من المستخدمين يلجؤون إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، في حين أن 24% منهم فقط يستطيعون التفرقة بين الأخبار الصحيحة والمفبركة مما يزيد من خطورة تداول الأخبار المضللة

الإطار التطبيقي

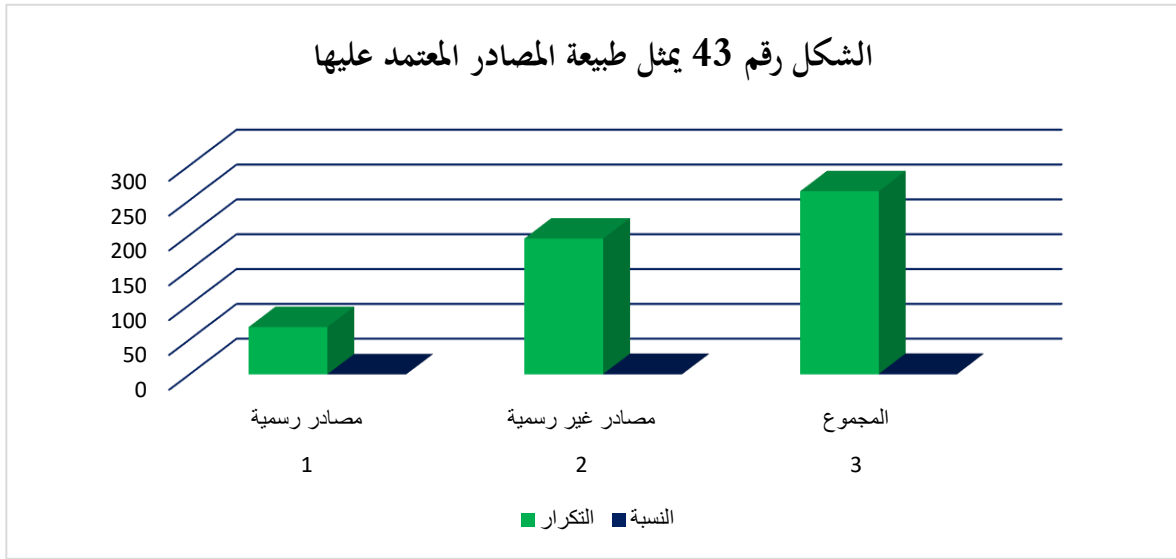
على شبكات التواصل الاجتماعي (الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، 2018) فذكر مصدر الخبر المدرج عبر مواقع التواصل الاجتماعي سيزيد من موثوقيته لدى المستخدمين خاصة إذا زود المنشور بفيديو يوثق المقابلة أو الحدث.

10-02- طبيعة المصادر المعتمد عليها.

جدول رقم 43 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها.

الرقم	طبيعة المصادر المعتمد عليها	التكرار	النسبة
1	مصادر رسمية	68	26%
2	مصادر غير رسمية	195	74%
3	المجموع	263	100%

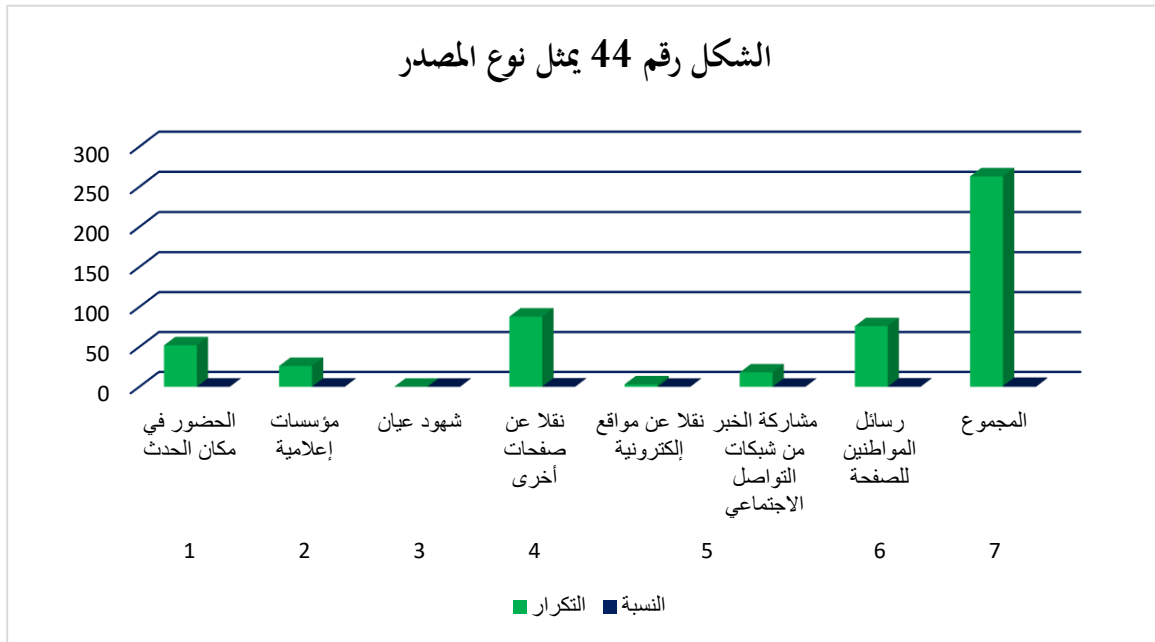
الشكل رقم 43 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها



يوضح لنا الجدول والأعمدة البيانية رقم 43 طبيعة المصادر المعتمد عليها في صناعة الأخبار هي مصادر غير رسمية في معظمها بنسبة 74%، حيث أن الأخبار المتداولة عبر الصفحة هي نتاج عمل ذاتي من طرف القائمين عليها بسبب تواجدهم أو تنقلهم لمكان الحدث، أو من خلال رسائل المواطنين أو شهود العيان الذين يمكن أن تكون شهادتهم غير دقيقة أو منحازة، فالقائمين على صفحة **EL-Kala News** لا يلجؤون للشخصيات الرسمية على غرار المسؤولين في الجهات العمومية أو الجهات الأمنية بغرض جمع الأخبار، بينما يعتمدون في بعض الأحيان على بعض المصادر الرسمية كالمؤسسات الإعلامية، والصفحات الرسمية عبر موقع فيسبوك لمؤسسات الدولة.

جدول رقم 44 يمثل نوع المصدر

النسبة	التكرار	نوع المصدر	الرقم
20%	52	الحضور في مكان الحدث	1
10%	26	مؤسسات إعلامية	2
0%	0	شهود عيان	3
33%	88	نقلا عن صفحات أخرى	4
1%	3	نقلا عن مواقع إلكترونية	5
7%	18	مشاركة الخبر من شبكات التواصل الاجتماعي	6
29%	76	رسائل المواطنين للصفحة	7
100%	263	المجموع	8



يعرض لنا الجدول والأعمدة البيانية رقم 44 نوع المصدر الذي تعتمد عليه صفحة EL-Kala News في صناعة الأخبار، حيث سجلنا نسبة 30% نقلا عن صفحات أخرى حيث يتم مشاركة الأخبار من صفحات أخرى رسمية أو غير رسمية وهي في معظمها صفحات المواطنين، وفي المرتبة الثانية رسائل المواطنين التي تصل للصفحة

الإطار التطبيقي

وتقوم بنشرها بنسبة 29%، حيث تنشرها كما هي أو بإضافة تعليق أو التنقل في بعض الأحيان لمكان الحدث لتغطيته تبعاً لرغبة المواطنين وهذا ما تؤكدُه النسبة المئوية التي سجلناها للأخبار التي يتم صياغتها بطريقة ذاتية من طرف المواطنين الصحفيون القائمون على الصفحة والتي قدرت بـ 20%، كما تعتمد الصفحة بنسب قليلة على استيراد الأخبار من خلال مواقع المؤسسات الإعلامية، فالصفحة تعمل على تنويع مصادرها بما يجعلها نشيطة ودائمة الظهور لمتابعيها عبر موقع فيسبوك.

الإطار التطبيقي

المبحث الثالث: نتائج التحليل في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة.

المطلب الأول: نتائج التحليل في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة:

أ-التساؤل والفرضية الأولى:

*ما هي نوعية الأخبار التي تفضل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة El-Kala News مشاركتها عبر صفحاتهم الاخبارية بموقع فيسبوك؟

*تفضل صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة El-Kala News مشاركة الأخبار الاجتماعية عبر صفحاتهم الاخبارية بموقع فيسبوك.

الفرضية الأولى تحققت بالنسبة لصفحة El-Kala News، وهذا ما تظهره نتائج الجدول رقم 01 بالمحور الثاني بفئات المضمون، والذي يعرض نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها مع متابعتها حيث سجلت المواضيع الاجتماعية نسبة مئوية قدرت بـ 39%، بينما لم تتحقق الفرضية مع صفحة فخامة الرجل هواري بومدين التي سجلت أعلى نسبة في تغطية المواضيع السياسية.

ب-التساؤل والفرضية الثانية:

*ما هي القيم الإخبارية البارزة والأكثر إستخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين و صفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك؟

* القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين و صفحة El-Kala News عبر موقع فيسبوك هي قيم الآنية، والأهمية.

الفرضية الثانية محققة بالنسبة لصفحة El-Kala News حيث وجدنا ان القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات الصفحة هي الآنية والأهمية، فقد سجلت قيمة الجدة أو الآنية نسبة 21%، بينما سجلت قيمة الأهمية نسبة 19%، وهي أعلى النسب المسجلة في الجدول رقم 02 بالمحور الثاني فئات المضمون والمعنون بالقيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المضمون.

الإطار التطبيقي

أما بالنسبة لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين فقد تحققت بالنسبة لقيمة الآنية وذلك ما يظهره الجدول رقم 02 بالمحور الثاني فئات المضمون حيث حققت هذه القيمة نسبة مئوية قدرت بـ 25%، بينما سجلت قيمة الوضوح نسبة 26%، في حين سجلت قيمة الأهمية نسبة 24%.

ج-التساؤل والفرضية الثالثة:

* ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصفحتان في منشوراهما عبر موقع فيسبوك؟

* لا تذكر الصفحتان في منشوراهما عبر موقع فيسبوك المصادر التي تم الاعتماد عليها بناء الأخبار.

تحققت الفرضية رقم 3 بالنسبة لصفحة EL-Kala News حيث لم تذكر الصفحة في منشوراهما عبر موقع فيسبوك المصادر التي تم الاعتماد عليها بناء الأخبار بنسبة مئوية قدرت بـ 70% وهذا ما يظهره الجدول رقم 10 بالمحور الثاني فئات المضمون، وهو الأمر المخالف لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين حيث أنها تذكر المصادر التي تم الاعتماد عليها في بناء الأخبار بنسبة 100%.

د-التساؤل والفرضية الرابعة:

* ما هي الخصائص الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك؟

* تعد الصور من بين أكثر العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

لم تتحقق الفرضية الخامسة في كلا الصفحتين حيث توصلنا من خلال تحليلنا للأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين أن العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحة عبر موقع فيسبوك هي بإدراج منشور مدعم برابط بنسبة مئوية قدرت بـ 62% وهذا ما يوضحه الجدول رقم 01 بالمحور الأول فئات الشكل، والمعنون بشكل تقديم الخبر بالصفحة، كما سجلنا بالنسبة لصفحة EL-Kala News أن العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحة عبر موقع فيسبوك هي باعتماد نص مدعم بصورة بنسبة 40%.

هـ-التساؤل والفرضية الخامسة:

* ماهي اللغة المستخدمة في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك؟

الإطار التطبيقي

*اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

تحققت الفرضية السادسة في كلا الصفحتين حيث وجدنا أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحتين عبر موقع فيسبوك فقد سجلنا نسبة 100% في استخدام اللغة العربية بالنسبة لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين وهذا ما يظهره الجدول رقم 02 بالمحور الأول فئات الشكل بعنوان اللغة المستخدمة في المنشور، وسجلنا نسبة 49% في استخدام اللغة العربية بصفحة EL-Kala News وهي أكبر نسبة من خلال ما يظهره الجدول رقم 02 بالمحور الأول فئات الشكل بعنوان اللغة المستخدمة في المنشور.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري:

أولا- نتائج الدراسة في ضوء نظرية حارس البوابة:

*وفقا لما ذكره شوميكر و فوس (2011) فإن حراسة الجمهور للبوابات الإعلامية هي عملية يقوم من خلالها المستخدمون " بنشر الأخبار الموجودة بالفعل والتعليق عليها" (الدليمي، 2016، صفحة 151)، وهذا ما تأكدنا من منصفته من خلال صفحة EL-Kala News عبر النتائج المتوصل لها التي يعرضها الجدول رقم 01 بالمحور الأول فئات الشكل، حيث وجدنا أن العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحة عبر موقع فيسبوك هي باعتماد نص مدعم بصورة بنسبة 40% ويقوم القائم بالاتصال في الصفحة بالتعليق على الخبر من خلال نص صغير يوضح من خلاله تفاصيل الخبر ويعلق عليه.

ثانيا- نتائج الدراسة في ضوء نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

* وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها ويظفي عليها قدرا من الإتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة. (عماد مكاوي و حسين السيد، 1998، صفحة 347)

وهذا ما يظهره الجدول رقم 01 بالمحور الأول فئات الشكل من تحليل صفحة EL-Kala News حيث تعمل الصفحة على انتقاء شكل المنشور في شكل نص مدعم بصورة، أو نص مدعم بفيديو، أو فيديو أو صورة فقط في حالة من العمل على وضع الخبر في إطار معين وإظهار زاوية منه تتوافق ووجهة نظر القائم بالاتصال.

الإطار التطبيقي

المطلب الثالث: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

تقاطعت نتائج دراستنا بالإيجاب أو السلب مع بعض النتائج المتوصل إليها في الدراسات السابقة التي أدرجناها في الإطار المنهجي، ومن خلال الجدول الآتي سنحاول التفصيل في أوجه التشابه والاختلاف مع محاولة تفسيرها:

الرقم	عنوان الدراسة	نتائج الدراسة السابقة	نتائج دراستنا	التفسير
01	القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة-دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي، ديسمبر 2007-	عن نوعية الأخبار التي لا تنشرها صفحة الدراسة فتتعلق أساسا بالأخبار التي تمس الحياة الشخصية للأفراد والقيم الدينية والأخلاقية	من خلال دراستنا توصلنا إلى أن كلا الصفحتين تنشران بالأخبار التي تمس الحياة الشخصية للأفراد والقيم الدينية والأخلاقية	يعود سبب الاختلاف لكون الدراسة السابقة التي اعتمدنا عليها خصت وسائل الإعلام التقليدية والتي تخضع لقوانين ضابطة تحضر عليها الخوض في جميع أنواع الأخبار، في حين خصت دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي أين يتم الاستفادة من هامش من الحرية في تداول مختلف الأخبار نتيجة لضعف الرقابة القانونية على هذه المواقع.
02	القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة-دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي، ديسمبر 2007-	عن رؤية الصحفيين للأخبار التي تجد طريقها للنشر، توصلت الدراسة إلى اهتمام صحفيي الخبر بالأخبار التي ترتبط	بالنسبة لدراستنا وعن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين فقد	يفسر الاختلاف لتبني الصحف لسياسة تحريرية وتوجه محدد في خطها الافتتاحي، بينما يحظى المواطنون الصحفيون

الإطار التطبيقي

<p>بالحرية التامة في اختيار نوع الاخبار التي ستعرض عبر صفحاتهم والت تنوع وفقا لرغبة صاحب الصفحة أو متابعيه.</p>	<p>توصلنا إلى اهتمامها بنشر الأخبار السياسية بالدرجة الأولى لكنها تنشر كذلك العديد من الأخبار المتنوعة، وهو الحال بالنسبة لصفحة EL-Kala News لكنها تهتم بنشر الأخبار ذات الطابع الاجتماعي بالدرجة الأولى</p>	<p>بسياسة الدولة، في حين يولي صحفيو الشروق اليومي أهمية للأخبار التي ترتبط بسياسة صحيفتهم</p>		
<p>بالنسبة للاختلاف في انتقاء القيم الإخبارية المعتمد عليها في كل وسيلة إعلامية، فهو أمر مرتبط بجملة من العوامل المتعلقة بالجمهور، القائم بالاتصال، سياسة الدولة،</p>	<p>وعن نوعية أهم القيم الإخبارية المستخدمة في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، فقد</p>	<p>عن نوعية القيم الخبرية في صحف الدراسة، اتضح وجود تقارب كبير بين تصور صحفيي الخبر والشروق اليومي للقيم الخبرية، حيث عدة الإثارة والتشويق وما</p>	<p>القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة-دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي، ديسمبر 2007-</p>	<p>03</p>

الإطار التطبيقي

<p>الخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية، وهي قيم غير مضبوطة وفقا لقاعدة قانونية وإنما يتفق عليها أعضاء المؤسسة الواحدة، أو يختارها القائم على الصفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.</p>	<p>كانت الوضوح والجدة، والأهمية، أما عن صفحة EL-Kala News فكانت قيم الجدة، الأهمية، والقرب المكاني من أهم القيم الإخبارية المعتمدة في انتقاء الأخبار</p>	<p>يناسب سياسة الصحيفة وما يهم عددا كبيرا من الناس من القيم المهمة جدا بالنسبة للقائمين بالاتصال في كلا الصحيفتين.</p>	
<p>نفس التفسير السابق</p>	<p>نفس النتائج السابقة</p>	<p>من بين القيم الإخبارية التي تميز الاعلام الجزائري من خلال الإذاعة نجد الآنية والجدة، وأنها محلية بدرجة كبيرة.</p>	<p>04 سوسولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية-دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم-</p>
<p>نفس التفسير السابق</p>	<p>نفس النتائج السابقة</p>	<p>أظهرت نتائج الدراسة اهتمام قنوات الدراسة بقيم التوقيت، الضخامة،</p>	<p>05 القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية -دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في القنوات</p>

الإطار التطبيقي

		والشهرة والقرب، وبالدرجة الأولى.	الجزائرية (الجزائرية الثالثة، دزاير تي في، قناة الخبر)
--	--	----------------------------------	--

المبحث الرابع: النتائج العامة لدراسة صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.

* تعتمد صفحة فخامة الرجل هواري بومدين في شكل تقديم الخبر على المنشورات المدعمة بروابط تقود المستخدم مباشرة للمصدر الرئيسي للخبر.

* أثبتت عملية التحليل للغة المستخدمة في الأخبار المدرجة عبر فخامة الرجل هواري بومدين أن اللغة العربية هي اللغة الغالبة على جميع الأخبار تقريبا.

* يتم نشر الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين بصفة يومية، بمعدل 18 خبر في اليوم فقد لمسنا النشاط الكثيف للمواطنين الصحفيين في انتقاء أخبار من مؤسسات إعلامية جزائرية ونشرها عبر الصفحة يوميا.

* تدرج الأخبار مرة واحدة بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين ما عدى بعض الأخبار الهامة والمصيرية على غرار الحرب الروسية الأوكرانية تم تداولها أكثر من مرة، فيما يتم نشر الأخبار الوطنية كالزيارات الرسمية والدولية مرة واحدة.

* فيما يتعلق بعدد الإعجابات المسجلة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، توصلنا إلى أن نسبة الإعجابات حول مختلف الأخبار منخفضة تقل عن 50 إعجاب.

* لا يتفاعل المشتركون بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين مع بمشاركته فالجمهور المتابع لصفحة فخامة الرئيس هواري بومدين جمهور سلبي إن صح القول، يقوم بمتابعة الصفحة دون إظهار نشاطه الذي تجسده التعليقات، والمتابعات، والمشاركات.

* جمهور بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين قليل التعليق على الأخبار المدرجة عبر الصفحة.

* الأخبار الأكثر تداولاً عبر صفحة فخامة الرجل هواري هي تلك ذات المواضيع السياسية والاقتصادية.

* بالنسبة للقيم الإخبارية المتضمنة في الأخبار المدرجة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تعد قيم الوضوح، الجودة، الأهمية، هي الأكثر استخداماً.

* تهتم صفحة فخامة الرجل هواري بومدين بتغطية الأخبار ذات النطاق الجغرافي الوطني.

الإطار التطبيقي

- * منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين موجة لجمهور عام غير محدد الملامح العمرية.
- * الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين موجهة للجنسين بطريقة غير منفصلة.
- * الجمهور المستهدف من ناحية طبيعة الموضوع المنشور بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين هو كل أفراد المجتمع.
- * أهم القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية، والاقتصادية المتضمنة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين عبر موقع فيسبوك، هي قيم دعم النظام القائم، والمنفعة العامة.
- * يعد اتجاه القائمين على الصفحة نحو المضمون المعالج أو الخبر بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين غير واضح.
- * الهدف من منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين موزع على ثلاث أهداف وهي توفير التغطية الشاملة للأخبار، تسليط الضوء على القضايا التي تم المجتمع، والإخبار والإعلام.
- * الأسلوب المستخدم من طرف القائم بالاتصال أو المواطنون الصحفيون القائمون على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين أثناء عرض المواضيع هو الأسلوب الواضح الخالي من الضمنية والرسائل غير المباشرة.
- * صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقدم جانب واحد من وجهات النظر المتعلقة بالمواضيع المنشورة.
- * بالنسبة للشخصيات التي يتمحور حولها الحدث توصلنا إلى أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تنشر الأخبار التي تتمحور حول السياسيين بالدرجة الأولى.
- * صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقدم ذكر واضح للمصادر التي انتقت منها الأخبار.
- * كل المصادر تقريبا التي تعتمد عليها صفحة فخامة الرئيس هواري بومدين في استيقاء الأخبار هي مصادر رسمية.
- * صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تعتمد بطريقة شبه تامة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية الناطقة باللغة العربية كمصدر للأخبار.

المبحث الخامس: النتائج العامة لدراسة صفحة EL-Kala News

- * تعتمد صفحة EL-Kala News في شكل تقديم الأخبار، على تقديمها في شكل نص مدعم بصورة.
- * بالنسبة للغة أو اللغات المستخدمة في صفحة EL-Kala News فقد توصلنا إلى أن اللغة العربية هي الأكثر استخداما في الأخبار المدرجة عبر الصفحة.

الإطار التطبيقي

* النشر بصفحة EL-Kala News غير منتظم فالصفحة لا تقوم بنشر الأخبار بصفة دورية أو يومية أو أسبوعية.

* المواطن الصحفيون القائمون على صفحة EL-Kala News يدرجون الخبر مرة واحدة بالصفحة.

* الأخبار المنشورة عبر الصفحة تعرف تفاعل كبير من ناحية الإعجابات بأعداد تفوق 100 إعجاب في أغلب الأحيان.

* المشتركين بصفحة EL-Kala News لا يتفاعلون مع المنشورات من خلال مشاركة الأخبار إلا في حالات قليلة.

* يتفاعل المشتركين بصفحة EL-Kala News مع الأخبار المدرجة من خلال التعليق عليها بصفة تتراوح بين القليلة والمتوسطة.

* يفضل المواطنون الصحفيون القائمون على صفحة EL-Kala News مشاركة الأخبار ذات الطابع الاجتماعي.

* ينتقي القائمون على صفحة EL-Kala News الأخبار التي تتضمن قيم الجدة والأهمية بالدرجة الأولى إضافة لعدد من القيم الأخرى المتمثلة في قيمة العاطفة من خلال انتقاء أخبار تلامس العواطف الإنسانية، إلى جانب قيمة التثمين من خلال انتقاء الأخبار التي تلمن أو تصور القيم الإيجابية في المجتمع، وقيمة الدعم أي انتقاء أخبار تدعم التوجهات العامة للمجتمع.

* النطاق الجغرافي الذي يعرف أعلى نسبة للتغطية الإخبارية بصفحة EL-Kala News هو النطاق المحلي.

* تستهدف صفحة El-Kala News من خلال الأخبار التي تنشرها بموقع فيسبوك جمهور عام.

* تستهدف صفحة El-Kala News الجنسين (رجال-نساء) حيث أن كل الأخبار كانت موجهة للجنسين فلم نسجل أي خبر موجه للنساء أو الرجال فقط.

* الجمهور المستهدف من قبل صفحة EL-Kala News من ناحية الموضوع هو جمهور عام.

* تعد قيمة المنفعة العامة من أهم القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية المتضمنة في الأخبار المنشورة عبر صفحة EL-Kala News.

الإطار التطبيقي

* يعد اتجاه المواطنين الصحفيون القائمون على صفحة EL-Kala News نحو المضامين المنشورة عبر الصفحة غير الواضح في أغلب إدراجاتها.

* يمثل الهدف من الخبر المنشور عبر صفحة EL-Kala News بموقع فيسبوك، هو الإخبار والاعلام بالدرجة الأولى.

* الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع بصفحة EL-Kala News هو الأسلوب المباشر.

* صفحة EL-Kala News تعتمد أسلوب عرض وجهة نظر واحدة أو جانب واحد من الأطراف المرتبطة بالموضوع المدرج بالصفحة.

* أغلب الشخصيات التي تتمحور حولها الأخبار المدرجة بصفحة EL-Kala News هم المواطنون العاديون.

* لا يذكر مصدر الخبر بصفحة EL-Kala News في أغلب الأحيان.

* طبيعة المصادر المعتمد عليها في صناعة الأخبار هي مصادر غير رسمية في معظمها.

* تعتمد صفحة EL-Kala News في صناعة الأخبار، على نقلها عن صفحات أخرى بالدرجة الأولى حيث يتم مشاركة الأخبار من صفحات أخرى رسمية أو غير رسمية.

المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة.

* تعتمد صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News في شكل تقديم الخبر على المنشورات المدعومة بروابط تقود المستخدم مباشرة للمصدر الرئيسي للخبر كما تقدم الأخبار في شكل نص مدعم بصورة، حيث يتضمن النص تفسيراً أو تعليقا على الخبر المدرج.

* أثبتت عملية التحليل للغة المستخدمة في الأخبار المدرجة عبر فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News أن اللغة العربية هي اللغة الغالبة على جميع الأخبار تقريبا.

* يتم نشر الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين بصفة يومية، بما تنشر الأخبار بصفحة EL-Kala News بشكل غير منتظم، لكن كلا الصفحتين تعدان نشطتين عبر موقع فيسبوك وهو الأمر الذي يثبت نسب المتابعة العالية المسجلة لكليهما.

الإطار التطبيقي

*تدرج الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News مرة واحدة، ولا يتكرر الحديث عن نفس الخبر إلا في حالات قليلة تبعا لحجم الخبر وأهميته وفقا لتقدير القائمين على الصفحات محل التحليل.

* فيما يتعلق بعدد الإعجابات المسجلة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، توصلنا إلى أن نسبة الإعجابات حول مختلف الأخبار منخفضة تقل عن 50 إعجاب، في حين أن الأخبار المنشورة عبر صفحة EL-Kala News تعرف تفاعلا كبيرا من ناحية الإعجابات بأعداد تفوق 100 إعجاب في أغلب الأحيان.

* لا يتفاعل المشتركون بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وبصفحة EL-Kala News مع الخبر بمشاركته إلا في حالات قليلة.

* الجمهور بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News قليل التعليق على الأخبار المدرجة.

* الأخبار الأكثر تداولاً عبر صفحة فخامة الرجل هواري هي تلك ذات المواضيع السياسية والاقتصادية، بينما تفضل صفحة EL-Kala News مشاركة الأخبار ذات الطابع الاجتماعي.

* بالنسبة للقيم الإخبارية المتضمنة في الأخبار المدرجة عبر صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تعد قيمة الوضوح هي الأولى من حيث الاستخدام، بينما يتتقي القائمون على صفحة EL-Kala News الأخبار التي تتضمن قيم الجودة بالدرجة الأولى.

* تهتم صفحة فخامة الرجل هواري بومدين بتغطية الأخبار ذات النطاق الجغرافي الوطني، بينما يعد النطاق الجغرافي المحلي هو الأعلى من حيث التغطية الإخبارية بصفحة EL-Kala News.

* منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News موجهة لجمهور عام غير محدد الملامح العمرية.

* الأخبار بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News موجهة للجنسين بطريقة غير منفصلة.

* الجمهور المستهدف من ناحية طبيعة الموضوع المنشور بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، و صفحة EL-Kala News هو كل أفراد المجتمع.

الإطار التطبيقي

* أهم القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية، والاقتصادية المتضمنة في منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين عبر موقع فيسبوك، هي قيم دعم النظام القائم، بينما تعد قيمة المنفعة العامة من أهم القيم الاجتماعية، الدينية، السياسية المتضمنة في الأخبار المنشورة عبر صفحة EL-Kala News.

* يعد اتجاه القائمين على الصفحة نحو المضمون المعالج أو الخبر بصفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة EL-Kala News غير واضح.

* الهدف من منشورات صفحة فخامة الرجل هواري بومدين موزع على ثلاث أهداف وهي توفير التغطية الشاملة للأخبار، تسليط الضوء على القضايا التي تم المجتمع، والإخبار والإعلام، بينما يمثل الهدف من الخبر المنشور عبر صفحة EL-Kala News بموقع فيسبوك، هو الإخبار والاعلام بالدرجة الأولى.

* الأسلوب المستخدم من طرف القائم بالاتصال أو المواطنون الصحفيون القائمون على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة EL-Kala News أثناء عرض المواضيع هو الأسلوب الواضح الخالي من الضمنية والرسائل غير المباشرة.

* صفحة فخامة الرجل هواري بومدين، وصفحة EL-Kala News تقدم جانب واحد من وجهات النظر المتعلقة بالمواضيع المنشورة.

* بالنسبة للشخصيات التي يتمحور حولها الحدث توصلنا إلى أن صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تنشر الأخبار التي تتمحور حول السياسيين بالدرجة الأولى، في حين أن أغلب الشخصيات التي تتمحور حولها الأخبار المدرجة بصفحة EL-Kala News هم المواطنون العاديون.

* صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تقدم ذكر واضح للمصادر التي انتقت منها الأخبار، بينما لا يذكر مصدر الخبر بصفحة EL-Kala News في أغلب الأحيان.

* كل المصادر تقريبا التي تعتمد عليها صفحة فخامة الرئيس هواري بومدين في استيقاء الأخبار هي مصادر رسمية بينما تعتبر طبيعة المصادر المعتمد عليها في صناعة الأخبار بصفحة EL-Kala News هي مصادر غير رسمية في معظمها.

الإطار التطبيقي

* صفحة فخامة الرجل هواري بومدين تعتمد بطريقة شبه تامة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية الناطقة باللغة العربية كمصدر للأخبار، في الوقت الذي تعتمد فيه صفحة EL-Kala News في صناعة الأخبار، على نقلها عن صفحات أخرى بالدرجة الأولى حيث يتم مشاركة الأخبار من صفحات أخرى رسمية أو غير رسمية.

ساهم التطور الكبير في التقنيات والوسائط الاتصالية الحديثة في زيادة نشاط المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي وجدوا فيها منابر افتراضية تمكنهم من تقمص عمل المحققين والصحفيين، خاصة أمام ضعف الرقابة القانونية العالمية على المخرجات الاتصالية للأنترنت، ومن هنا أضحي المواطنون يسعون وراء جمع الأخبار وتغطية مختلف الأحداث ونشرها عبر حسابهم بمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق جملة من الأغراض كتحقيق السبق أو الانتشار أو الربح المادي، وربما يقتصر الهدف من هذا العمل الإعلامي غير المهني غير محدد أو مرسوم مسبقا فالصدفة هي سيدة الموقف حينما يحضر أحد المواطنين في مكان الحدث ونظرا لامتلاكه لوسيلة تصوير وهي هاتفه الذكي ووسيلة إعلامية هي حسابه عبر مواقع التواصل الاجتماعي كل هذه الظروف مجتمعة ساهمت في محاولته تصوير الواقع وإيصاله لجمهور كبير غير محدد الخصائص أو الملامح، ونظرا لتزايد انتشار هذه المبادرات الإعلامية غير المهنية والتأثير الذي تحدثه في المجتمع باعتبارها مصدرا للأخبار، وجب دراسة كل جوانبها وفهمها فهما دقيقا وهو ما سعينا لبلوغه من خلال هذه المذكرة حيث بحثنا في طريقة انتقاء المواطنين الصحفيين للأخبار عبر القيم الإخبارية المتضمنة فيها التي تظهر لنا نوعية الاخبار التي يفضل نشرها في هذه الحالة دون الأخرى، حيث توصلنا إلى أن المواطنون الصحفيون يكتفون في أدائهم الإعلامي، حيث يفضل البعض على تبني القيم الإخبارية التي تعمل بها المؤسسات الإعلامية ويكتفي بنشر ما تصنعه هذه الأخيرة، بينما يسعى البعض الآخر لانتقاء أخبار تتقارب والحياة الاجتماعية بحيث تلامس الأفراد بطرق مباشرة وتغطي كل تفاصيل حياتهم اليومية وتبرز قيمهم الإيجابية وتحفزها على غرار التعاون التضامن إلى من خلال انتقاء الأخبار التي تلامس العواطف الإنسانية، هذا إلى جانب انتقاء الأخبار التي تقارب قيمها الإخبارية مع تلك التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية المحترفة، وبالرغم من محاولتنا الجاهدة لتغطية كل جوانب الموضوع إلا أننا حاولنا التواصل مع المواطنين القائمين على الصفحات الإخبارية عبر موقع فيسبوك في محاولة منا لإثراء الموضوع وجعل دراستنا دراسة مسحية تحليلية شاملة لكل التفاصيل، إلا أننا لم نتمكن من بلوغ ذلك لجملة من الأسباب ولهذا من خلال هذه الأسطر سنقدم اقتراحا للباحثين مفاده هو العمل على القيام بدراسة للمواطنين الصحفيين لمعرفة أولوياتهم في انتقاء الأخبار والعوامل المحيطة بهم التي قد تتدخل في اختيارهم لما ينشر أو لا ينشر عبر حساباتهم بمواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع:

01-المعاجم:

- أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة (الإصدار 01). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- الفيروزابادي، م. ا. (2008). القاموس المحيط. القاهرة، مصر: دار الحديث.
- محمد جما الفار. (2014). معجم المصطلحات الاعلامية. عمان، الاردن: دار اسمامة للنشر والتوزيع.
- مي العبد الله، و عبد الكريم شين. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام والاتصال (المجلد 01). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.

02-الكتب:

- أحمد بن مورسلي. (1987). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه، أسسه، إستخداماته. القاهرة: دار الفكر العربي.
- أحمد حسن القواسمة، و عايد بن علي البلوي. (2015). منظومة القيم الجامعية (الإصدار 01). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- اسماعيل ابراهيم. (2017). مناهج البحوث الاعلامية (الإصدار 01). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ابراهيم علي حجازي. (2017). الاعلام البديل (الإصدار 01). عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- البدراي، ف. م. (2014). اساس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني (الطبعة 01). عمان، الاردن: دار البداية ناشرون وموزعون.
- الجمعية العامة للامم المتحدة. (2010, 08). تعزيز وحماية الحق في حرية الراي والتعبير. 23, (A/65/284).
- الربيع ميمون. (1980). نظرية القيم في الفكر المعاصر. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- الرحية، خ. (2020). صحافة المواطن. سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- السيد، س. م. (1988). انتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون (Vol. 01). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- الضبيع، ر. ع. (2011). الخبر (Vol. 01). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- القيسي، ج. ع. (2013). الاخبار في الصحافة الالكترونية. دار النفائس للنشر والتوزيع الاردن- دار الفجر للنشر والتوزيع العراق.

الإطار التطبيقي

- الهام العيناوي. (2020). *مدخل إلى الصحافة*. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- بلعيد, ن. (2016). *عصر الميديا الجديدة-ولادة صحافة المواطن وتطورها*. -اتحاد اذاعات الدول العربية-جامعة الدول العربية. -
- جبران مسعود. (1992). *الرائد* (الإصدار 07). بيروت، لبنان: دار العلم للملايين.
- جبريل بن حسن العريشي، و سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري. (2015). *الشبكات الإجتماعية والقيم* (الإصدار 01).
الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
- جبريل بن حسن العريشي، و سلمى عبد الرحمن محمد الدويسري. (2015). *الشبكات الإجتماعية والقيم رؤية تحليلية* (الإصدار 01).
عمان، الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
- حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (1998). *الإتصال ونظرياته المعاصرة* (الإصدار 01). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- حمد بن عبد الرحمن الحضيف. (1998). *كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب* (الإصدار 02). الرياض،
السعودية: مكتبة العبيكان.
- حيسن علوان مطلق. (2009). *جمع البيانات وطرق المعاينة* (الإصدار 01). السعودية: مكتبة العبيكان.
- خليل شقرة، ع. (2014). *الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي الطبعة 01* عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- ربيع، ع. 1. (2005). *فن الخبر الصحفي الطبعة 01* القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ربيع، ع. 1. (2005). *فن الخبر الصحفي الطبعة 01*. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- رشدي احمد طعيمة. (2004). *تحليل المحتوى في العلوم الانسانية-مفهومه-اسسه-استخداماته*. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، و نزمين خلدون أحمد. (2016). *مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي*
(الإصدار 01). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- شرف، ع. 1. (2000). *الاساليب الفنية في التحرير الصحفي*. القاهرة، مصر: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- شومان، م. (2012). *إعلام المواطن -اتجاهات مستقبلية*. -مصر: مطابع الاهرام التجارية.

الإطار التطبيقي

- طارق سيد أحمد الخليفة. (2008). فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- عباس مصطفى صادق. (بلا تاريخ). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق الدليمي. (2016). نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الستار جواد. (2001). فن كتابة الاخبار (المجلد 02). عمان، الاردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- عبد العالي رزافي. (2004). الخبر. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي. (بلا تاريخ). سوسيولوجيا الخبر الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبد الله فتحي الظاهر، و علي أحمد خضر المعماري. (2013). أثر القنوات الفضائية في القيم الإجتماعية والسياسية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- عبد النبي عبد الله الطيب. (2014). فلسفة ونظريات الإعلام (الإصدار 01). مصر: الدر العالمية للنشر والتوزيع.
- علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي) (الإصدار 01). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- علي دنيف حسن. (2013). تشريح الخبر الصحفي (الإصدار 01). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- علي معمر بن عبد المؤمن. (2008). البحث في العلوم الاجتماعية. 01، 184. القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- فاروق أبوزيد. (1992). فن الخبر الصحفي (الإصدار 02). القاهرة: عالم الكتب.
- قمحية، ح. ا. (2017). الفيسبوك تحت المجهر. (Vol. 01) مصر: النخبة للنشر والتوزيع.
- ليفنسون، ب. (2015). احدث وسائل الاعلام الجديدة (Vol. 01). هـ. ربيع (Trad.)، القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمد سرحان علي محمودي. (2019). مناهج البحث العلمي (الإصدار 3). صنعاء، اليمن: دار الكتب.
- محمود أدهم. (1987). فن الخبر (الإصدار 02).
- مدكور، م. (2002). الصحافة الاخبارية (Vol. 01). القاهرة، مصر: دار الشروق.
- مصطفى حميد الطائي & خير ميلاد ابوبكر. (2007). مناهج البحث العلمي-وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية - (éd. 01). الاسكندرية: دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر.

الإطار التطبيقي

مصطفى يوسف كافي. (2016). الإعلام التفاعلي (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (الإصدار 01). الجزائر: طاكسيج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

يوسف كافي، م. (2016). الإعلام التفاعلي (Vol. 01). عمان، الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

03-الرسائل الجامعية:

إبراهيم بعزیز. (2014). مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال قسم علوم الاعلام جامعة الجزائر3، الجزائر.

بداني فؤاد. (2016/2015). سوسيولوجيا القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية-دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم-. كلية العلوم الإجتماعية قسم علم الاجتماع: جامعة وهران02.

بن عودة موسى. (2017-2018). القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات. جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -.

سعد الحاج بن جخدل. (2019). العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا (الإصدار 01). عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

فوزية عكاك. (2011-2012). القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق. وائل يحي محمد صيام. (08, 2012). ماجستير صحافة المسؤولية الاجتماعية لدى نشطاء صحافة المواطن في فلسطين وعلاقتها بالتربية الاعلامية الرقمية. كلية الآداب، الجامعة الاسلامية غزة.

05-المجلات العلمية:

ابراهيم الخال، و عبد الرحمن بن عمر. (18, 11, 2021). قراءة في مفهوم المواطنة في التشريع الجزائري. مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، 02 (03).

أحمد بن حاجة. (30, 05, 2020). صحافة المواطن بين الهيمنة وحرية الرأي والتعبير. مجلة صوت القانون، 07 (01).

أحمد محمد إبراهيم. (05, 2021). دور صحافة المواطن في نشر ثقافة التسامح. المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري.

باديس لونيس. (2012). صحافة المواطن وإعادة تشكيل مفهوم الجمهور. مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة (10).

الإطار التطبيقي

- سامية نجاحي، و داود جفافة. (06, 2021). عوامل إنتقاء الأخبار الصحفية في ظل البيئة الإتصالية الحديثة-دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية الجزائرية (الخبر، النهار، والشروق) أنموذجا. *حوليات جامعة الجزائر 1*، 35 (02)
- سامية نجاحي، و داود جفافة. (06, 2021). عوامل انتقاء الاخبار الصحفية في ظل البيئة الاتصالية الحديثة. *حوليات جامعة الجزائر 1*، 35 (02).
- سمية بورقعة. (06, 2021). تأثير اللغة المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك-. *جسور المعرفة*، 07 (02).
- سهام عجاس. (2020). *واقع القيم في المجتمع الجزائري (الإعلام القيمي بين التنظير والطرح الامبريقي)*. مستغانم: منشورات مخبر الدراسات الاتصالية والاعلامية جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم الجزائر.
- عبد الرحيم بن بوزيان، و مصطفى ثابت. (01, 2021). صحافة المواطن إعلام بديل أم فوضى إعلامية. *المجلة الجزائرية للأمن الإنساني*، 06 (01).
- فوزي شرطي. (07, 2015). القيم الاخبارية في ادراجات موقع الفيسبوك قناة الجزيرة أنموذجا. *مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية* (09).
- قيراد صدام حسين ، و باية سي يوسف. (05, 08, 2020). مشاركة طلبة الإعلام في إنتاج ونشر القصص الاخبارية دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي. *مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية-قسنطينة الجزائر-*، 34 (01).
- محمد العربي خضير. (01, 09, 2014). التنوع اللغوي في شبكة الفيس بوك التواصلية وأثره في مستويات اللغة العربية. *الممارسات اللغوية*، 5 (3).
- محمد سامي صبري سالم. (12, 2016). أولويات قضايا صحافة المواطن وأنماط التفاعلية وطبيعة المصادر الموظفة بها. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* (8).
- معيزة سليم. (14, 06, 2022). دور صحافة المواطن في توجيه الرأي العام الجزائري سياسيا-الحراك الشعبي أنموذجا-دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الأنترنت في الجزائر-. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 07 (04).
- منى مجدي فرح عبد المقصود. (مارس, 2017). الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال* (16).

ابراهيم عبد الرزاق ا, & ., حسام الساموك, ص. (2011). الاعلام الجديد . بغداد, العراق :سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع
جامعة بغداد.

(2022, 05 13). Récupéré sur Fanpage Karma: <https://www.fanpagekarma.com/>

BC, N. (2016, 01 23). بعض المفاهيم الخاصة بمجتمع البحث والعينة. Consulté le 08 24, 2020, sur
<https://eduinkblog.wordpress.com/2016/01/23/%D8%A8%D8%B9%D8%B>

6-

%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%81%D8%A7%D9%87%D9%8A%D9%8

5-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9-

%D8%A8%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9-

%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB-

%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B9/

أشرف العيسوي. (2020 ,03 03). وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. تاريخ الاسترداد

TRENDS: من 09 09, 2022,

<https://trendsresearch.org/ar/insight/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6>

%D9%84-

%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-

%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%

B9%D9%8A-

%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D8%AA-

/%D9%85%D8%AA%D9%86%D8%A7

جين ويكفيلد. (2016 ,07 16). تقرير: وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي للأخبار بين الشباب. تاريخ الاسترداد

من 09 09, 2022 BBC NEWS عربي:

https://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/06/160615_social_media

_tv_news_young

الإطار التطبيقي

رماح الدلقموني. (6, 10, 2021). وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام. تاريخ الاسترداد 09 09, 2022، من الجزيرة.نت:

<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/10/6/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%AD%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%82-%D9%88%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9>

عبد الرزاق الدليمي. (26, 06, 2018). إشكاليات الأخبار المفترقة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام. تاريخ الاسترداد 10 09, 2022، من مركز الجزيرة للدراسات:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180726114550136.htm>

عبد اللطيف حيدر. (23, 07, 2018). أخلاق متأرجحة في صحافة المواطن الصحفي باليمن. تاريخ الاسترداد 09 09, 2022، من معهد الجزيرة للإعلام:

فهميم, خ. (4, 06, 2019). أكثر من شهود: صحافة المواطن خلال الثورة المصرية. Consulté le 08 15, 2021, sur <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/763> معهد الجزيرة للإعلام

لبنى مهدي. (18, 01, 2020). مفهوم الخبر. تاريخ الاسترداد 11 11, 2022، من أي عربي:
<https://e3arabi.com/media/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A8%D8%B1>

مبارك بن زعير. (01, 05, 2011). صحافة المواطن والمسؤولية الإجتماعية. تاريخ الاسترداد 05 11, 2022، من الجزيرة:
<https://www.aljazeera.net/opinions/2011/5/1/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9>

الإطار التطبيقي

محمد مروان. (2021, 08 31). مفهوم المواطنة. تاريخ الاسترداد 30 01, 2022، من موضوع:

https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9

معنى المواطن في معاجم اللغة العربية قاموس عربي عربي. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 30 01, 2022، من معاجم:

<https://www.maajim.com/dictionary/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9>

محمد مروان. (2021, 08 31). مفهوم المواطنة. تاريخ الاسترداد 30 01, 2022، من موضوع:

https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9

سيف الله حسين الرواشدة. (2021, 07 27). من هو المواطن. تاريخ الاسترداد 23 11, 2022، من الرأي:

<https://alrai.com/article/10600265/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8/%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86>

تعريف المواطن. (2022, 11 23). تم الاسترداد من منتديات جواهر ستار:

<https://berber.ahlamontada.com/t32316-topic>

08-المراجع الأجنبية:

BUEHNER, T. M. (2013). THREAT, MODELING AND MISCONCEPTIONS: A COORIENTATIONAL STUDY OF CITIZEN PHOTOJOURNALISTS' AND PROFESSIONAL PHOTOJOURNALISTS' VALUES. GRADUATE COLLEGE: UNIVERSITY OF OKLAHOMA.

CHARRON, J. e. (2002). Le journalisme dans « le système médiatique : concepts fondamentaux pour l'analyse d' une pratique discursive ». *Les Études de communication publique*(16), p. 11.

DJEFAFLA, .. D. (2019, 12). La naturalisation du journalisme citoyen dans l'espace arabe. *المجلة الجزائرية لبحوث العالم والرأي العام*, 02(02), p. 13.

- Hughes, W. (2010). *CITIZEN JOURNALISM: HISTORICAL ROOTS AND CONTEMPORARY CHALLENGES. A Capstone Experience/Thesis Project Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for Arts with Honors College Graduate Distinction at Western Kentucky University*, 06. Western Kentucky University.
- Jurrat, N. (2011). *CITIZEN JOURNALISM AND THE INTERNET*. Open Society Media Program.
- Martínez, J. S. (2015). *Citizens and online media participation: Attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona*. Ramon Llull university.
- Martínez, J. S. (2015). *Citizens and online media participation: Attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona*. Ramon Llull university.
- Miller, S. (2019, 03). Citizen Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, p. 13.
- Moeller, S. D. (2009). *Media Literacy: Citizen Journalists*. Washington: Center for International Media Assistance.
- Nguyen, A. &. (2018). *Nguyen, A. & Scifo, S. (2018). Mapping the Citizen News Landscape: Blurring Boundaries, Promises, Perils, and Beyond*. n T.P. Vos. (Eds.), *Journalism*; De Gruyter Mouton.
- Pignard-Cheynel, N. (2018). *Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine).
- REBILLARD, F. (2008). « *Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité* » in *PROULX, Serge et Florence MILLERAND. Web social : mutation de la communication*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Seungahn Nah, D. S. (2016). Communicative Action and Citizen Journalism: A Case Study of OhmyNews in South Korea. *International Journal of Communication*, 10, p. 2299.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهدي أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

استمارة تحليل محتوى لأطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في الإعلام والاتصال تخصص: سمي

بصري بعنوان

القيم الإخبارية في صحافة المواطن الجزائري

–دراسة تحليلية لعدد من الصفحات الإخبارية عبر موقع فيسبوك–

إشراف الدكتور:

عادل صيد

إعداد الطالبة:

مریم عباس

السنة الجامعية 2022-2023

البيانات الأولية:

- أ- اسم الصفحة المراد تحليلها عبر موقع فيسبوك.....
- ب- تاريخ إنشائها.....
- ج- عدد المتابعين بتاريخ.....
- د- تاريخ المنشور محل التحليل:

المحور الأول- فئات الشكل (كيف قيل؟)

01- شكل تقديم الخبر عبر الصفحة:

- في شكل منشور فقط
- منشور مدعم بصور
- منشور مدعم بفيديو
- منشور مدعم برسومات
- أخرى:

02- اللغة المستخدمة في المنشور:

- العامية
- العربية
- الفرنسية
- مختلطة
- أخرى:

03- تنشر الأخبار بالصفحة بشكل:

يومي

أسبوعي

نشر غير منتظم من ناحية الزمن

04- عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد:

إدراج واحد

إدراجين

أكثر

05- نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج عبر الصفحة:

05-01- من ناحية عدد الإعجابات:

منخفض (أقل من 100 إعجاب)

متوسط (من 100 إلى 1000 إعجاب)

مرتفع (أكثر من 1000 إعجاب)

05-02- من ناحية عدد المشاركات:

منخفض (أقل من 100 مشاركة)

متوسط (من 100 إلى 1000 مشاركة)

مرتفع (أكثر من 1000 مشاركة)

05-03- من ناحية عدد التعليقات:

منخفض (أقل من 100 تعليق)

متوسط (من 100 إلى 1000 تعليق)

مرتفع (أكثر من 1000 تعليق)

المحور الثاني- فئات المضمون (ماذا قيل):

01- نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها عبر موقع فيسبوك.

*مواضيع اجتماعية

*مواضيع اقتصادية

*مواضيع سياسية

*مواضيع دينية او عقائدية

*أخرى.....

02- القيم الإخبارية المتضمنة في المنشور:

* الجودة.

* المحلية او عنصر المكان او القرب المكاني للخبر.

* التوقيت.

* الأهمية.

* الصراع.

* الضخامة.

* الوضوح.

* التوقع.

* المفاجأة.

* الغرابة والطرافة.

* الشهرة او ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة في المجتمع.

* السلبية.

*أخرى.....

03- النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر الصفحات الإخبارية بموقع فيسبوك:

محلي

وطني

عالمي

04- الجمهور المستهدف:

04-01- من حيث الفئة العمرية:

أطفال

شباب

كبار السن

04-02- من حيث الجنس:

رجال

نساء

04-03- من حيث المواضيع:

كل أفراد المجتمع

التجار

المعلمين

السلطات العمومية

الجمهور الرياضي

أخرى.....

05- القيم الاجتماعية والدينية والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة:

- الإصلاح
- المسؤولية الاجتماعية
- الأخلاق الحميدة
- التضامن الاجتماعي
- المنفعة العامة
- العدل والمساوات
- الحرية

أخرى.....

06- اتجاه المنشور نحو المضمون المعالج:

- محايد
- مساند لجهة معينة
- معارض
- غير واضح

07- الهدف من المنشور:

- محلولة إيجاد حلول للمشاكل المطروحة في المجتمع.
- طرح قضايا الفساد.
- توفير تغطية شاملة للأخبار وتقديمها للجمهور.

تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع.

لتهويل الإعلامي.

كسب عدد كبير من المتابعين على حساب نوعية الاخبار لتحقيق عائد مادي.

أخرى.....

08- الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع:

الأسلوب المباشر في العرض

الأسلوب الضمني

08-02- عرض جانب واحد من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع أو عرض الجانبين المؤيد والمعارض:

عرض جانب واحد

عرض الجانبين

09- الشخصيات التي يتمحور حولها الحدث:

شخصيات عامة

مشاهير

مواطنون

سياسيون

صحفيون

أخرى.....

10- مصدر الخبر:

10-01- مدى وجود المصدر في الخبر:

مصدر مذكور

مصدر غير مذكور

10-02-02-طبيعة المصادر المعتمد عليها:

مصادر رسمية

مصادر غير رسمية

10-03-نوع المصدر:

الحضور في مكان الحدث

مؤسسات إعلامية

شهود عيان

نقلا عن صفحات أخرى

نقلا عن مواقع الكترونية

مشاركة الخبر من شبكات تواصل اجتماعي

.....أخرى

أ	مقدمة:
1	الإطار المنهجي
2	01- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:
3	التساؤلات الفرعية:
3	02- فروض الدراسة:
4	03- أسباب اختيار الموضوع:
4	04- أهداف الدراسة:
5	05- أهمية الدراسة:
5	06- مصطلحات الدراسة:
9	07- منهج الدراسة وادواتها:
16	08- اختيار المجتمع والعينات التي سيجرى عليها التحليل:
18	09- القيام باختبارات الصدق لاستمارة التحليل:
20	10- حدود الدراسة:
20	11- الدراسات السابقة:
32	12- صعوبات الدراسة:
32	13- الإتجاه النظري للدراسة:
2	الإطار التوثيقي

40	الفصل الأول: القيم الإخبارية
42	المبحث الأول: ماهية القيم الإخبارية
42	المطلب الأول: تعريف القيم الإخبارية
49	المطلب الثاني: القيم الإخبارية المستخدمة في تحرير الأخبار
55	المبحث الثاني: التطور التاريخي للقيم الإخبارية
56	المبحث الثالث: العوامل المتحكمة في انتقاء القيم الإخبارية
59	المبحث الرابع: القيم الإخبارية في الأنظمة المختلفة
59	المطلب الأول: القيم الإخبارية في النظام الليبرالي
60	المطلب الثاني: القيم الإخبارية في النظام الاشتراكي
61	المطلب الثالث: القيم الإخبارية في الأنظمة المختلطة
41	الفصل الثاني: صحافة المواطن
65	المبحث الأول: الإعلام الجديد الماهية والخصائص
67	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الجديد
69	المبحث الثاني: ماهية صحافة المواطن
69	المطلب الأول: مفهوم صحافة المواطن
74	المطلب الثاني: المداخل الرئيسية لتبني مفهوم صحافة المواطن
80	المطلب الثالث: أشكال صحافة المواطن
84	المبحث الثالث: نشأة صحافة المواطن
85	المطلب الأول: ظهور صحافة المواطن عند الغرب

- المطلب الثاني: ظهور صحافة المواطن في العالم العربي 86
- المبحث الرابع: الطابع الاجتماعي لصحافة المواطن 87
- المطلب الأول: خصائص صحافة المواطن 87
- المطلب الثاني: المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن 88
- المبحث الخامس: العوامل المتحكمة في صحافة المواطن 89
- المطلب الأول: العوامل التقنية 89
- المطلب الثاني: العامل السياسي 91
- المطلب الثالث: العامل الاقتصادي 91
- المطلب الرابع: العامل المهني 92
- الإطار التطبيقي 64
- المبحث الأول: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين 97
- المطلب الأول: شكل تقديم المادة الخبرية في صفحة فخامة الرجل هواري بومدين 97
- جدول رقم 01 يبين شكل تقديم الخبر بالصفحة: 97
- جدول رقم 02 اللغة المستخدمة في المنشور. 99
- جدول رقم 03 يمثل دورية نشر الأخبار بالصفحة 101
- جدول رقم 04 يمثل عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد. 103
- جدول رقم 5 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد الإعجابات 104
- جدول رقم 6 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد مشاركات المنشور. 106
- جدول رقم 7 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع المدرج من حيث عدد التعليقات على المنشور. 107

- المطلب الثاني: مضمون المادة الخبرية على صفحة فخامة الرجل هواري بومدين. 108
- جدول رقم 8 يمثل نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها. 108
- جدول رقم 9 يمثل القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور. 110
- جدول رقم 10 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة بالصفحة. 113
- جدول رقم 11 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الفئة العمرية. 114
- جدول رقم 12 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الجنس. 115
- جدول رقم 13 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الموضوع المنشور. 116
- جدول رقم 14 يمثل القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة. 118
- جدول رقم 15 يمثل اتجاه القارئ على المنشور نحو المضمون المعالج. 120
- جدول رقم 16 يمثل الهدف من المنشور. 121
- جدول رقم 17 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية. 123
- جدول رقم 18 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع. 124
- جدول رقم 19 يمثل الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر. 125
- جدول رقم 20 يمثل مدى وجود المصدر في الخبر. 126
- جدول رقم 21 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها. 127
- جدول رقم 22 يمثل نوع المصدر. 128

المبحث الثاني: تحليل وتفسير البيانات الخاصة بفئات الشكل والمضمون في صفحة EL-Kala

News المطلب الأول: شكل تقديم المادة الخبرية في صفحة EL-Kala News 130

جدول رقم 23 يبين شكل تقديم الخبر بالصفحة: 130

- جدول رقم 24 يمثل اللغة المستخدمة في المنشور 132
- جدول رقم 25 يمثل دورية نشر الأخبار بالصفحة 133
- جدول رقم 26 يمثل عدد الإدراجات المتعلقة بموضوع واحد 134
- جدول رقم 27 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد الاعجابات 136
- جدول رقم 28 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد المشاركات 137
- جدول رقم 29 يمثل نسبة التفاعل مع الموضوع من حيث عدد التعليقات 138
- المطلب الثاني: مضمون المادة الخبرية على صفحة EL-Kala News 139
- جدول رقم 30 يمثل نوعية الأخبار التي يفضل القارئ على الصفحة مشاركتها 139
- جدول رقم 31 يمثل القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر أو المنشور 142
- جدول رقم 32 يمثل النطاق الجغرافي للمواضيع المدرجة عبر صفحة EL-Kala News بموقع فيسبوك 144
- جدول رقم 33 يمثل الجمهور المستهدف من ناحية الفئة العمرية 146
- جدول رقم 34 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الجنس 147
- جدول رقم 35 يمثل الجمهور المستهدف من حيث الموضوع المنشور 148
- جدول رقم 36 يمثل القيم الاجتماعية، الدينية، والسياسية المتضمنة في منشورات الصفحة 150
- جدول رقم 37 يمثل اتجاه القارئ على المنشور نحو المضمون المعالج 152
- جدول رقم 38 يمثل الهدف من المنشور 153
- جدول رقم 39 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية الوضوح والضمنية 154
- جدول رقم 40 يمثل الأسلوب المستخدم في عرض المواضيع من ناحية عرض جانب أو جانبيين من وجهات النظر المتعلقة بالموضوع 155

157	جدول رقم 41 يمثل الشخصيات التي يتمحور حولها الخبر
158	جدول رقم 42 يمثل مدى وجود المصدر في الخبر.
159	جدول رقم 43 يمثل طبيعة المصادر المعتمد عليها.
160	10-03- نوع المصدر.....
160	جدول رقم 44 يمثل نوع المصدر.....
162	المبحث الثالث: نتائج التحليل في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة.....
162	المطلب الأول: نتائج التحليل في ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة:
164	المطلب الثاني: نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري:
165	المطلب الثالث: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:
168	المبحث الرابع: النتائج العامة لدراسة صفحة فخامة الرجل هواري بومدين.
169	المبحث الخامس: النتائج العامة لدراسة صفحة EL-Kala News.....
171	المبحث السادس: النتائج العامة للدراسة.
159	خاتمة:
160	قائمة المراجع:
159	الملاحق.....

