

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان

آراء المراسلين في تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب

-دراسة مسحية على مراسلي ولاية الوادي -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

بشير الدين مرغاد

إعداد الطالبة:

حوه حليلات

السنة الجامعية 2013 / 2014

شكر و عرفان

إليك أستاذي الفاضل :

أنت الذي كان ومازال لك الفضل الكبير بعد الله سبحانه وتعالى في وصول هذا العمل لما هو عليه اليوم، أشكرك جزيل الشكر رغم أن كل عبارات الشكر والتقدير لن تفيك حقلك وفضلك لقبولك الإشراف على مذكرتي أولاً وعلى كل النصائح والتوجيهات التي أفدنتي بها ثانياً أستاذي :

"بشير الدين مرغاد"

إلى من رسموا لنا الطريق على مدار خمس سنوات من الجهد والعطاء، وجعلونا ننتفس الإعلام والاتصال إليكم أساتذتي الأفاضل

سعاد سراي"

نجيب بخوش

"رملي بوزيد

والى الأستاذ "احمد أمين فورار" على مساعداته ونصائحه القيمة.

والى روح الاستاذة الطاهرة "عبير تباري" اسكنها الله فسيح جنانه.

الإهداء

إليك أُمي

أنت التي شجعتني طوال مساري الدراسي ، وترينني دائما الأفضل، جعلتي
طريقي مضاء دون حواجز، قدمتي و مازلتني تقدمين الكثير لي بدون انتظار مقابل،
إليك أنت الغالية على قلبي ، أهديك هذا العمل تقديرا و عرفانا لجهودك.

إليك أبي يا من علمتني الكفاح في هذه الحياة.

إلى إخوتي "سعاد و ابنها ابراهيم"، "إبراهيم"، "مباركة"، "عثمان"، "الطيب"،

"محمد"

إلى صديقاتي الغاليات على قلبي " فاطمة، عايشة، أمال، نبيلة، سهام،
فاتي، أسماء، حفصة و المجموعة، نجيبة، سناء و زوجها عباس، ماجدة،
حكيمه، شهرة".

إهداء خاص إلى كل من ساعدني و قدم لي يد العون لانجاز هذا العمل إليكم

انتم:

مصطفى عوادي ، بشير منصر، أسامة ميدون، لبنى بوذراع، شيماء سلطاني،

إيمان بن الصديق.

خطة الدراسة

مقدمه.

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

1 : إشكالية الدراسة

2 : تحديد المفاهيم الاجرائية

3 : نوع الدراسة

4 : منهج وأدوات الدراسة

5 : مجتمع الدراسة

الفصل الثاني : مدخل إلى صحافة المواطن وتحول المتلقي الى مرسل

المبحث الأول : ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

المبحث الثاني : تعريف الاعلام الجديد

المبحث الثالث : صحافة المواطن كمقاربة للاعلام الجديد

المبحث الرابع : واقع صحافة المواطن في الوطن العربي

المبحث الخامس: واقع صحافة المواطن في الجزائر

الفصل الثالث : أزمة البطالة في الجنوب

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للازمات

المبحث الثاني : دور الاعلام في إدارة الأزمات

المبحث الثالث :البطالة في الجنوب بين الأزمة والمشكلة

المبحث الرابع : دور صحافة المواطن في أزمة البطالة بالجنوب

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : الجداول البسيطة

المبحث الثاني : الجداول المركبة

المبحث الثالث : نتائج الدراسة

الخاتمة

مقدمة :

شهدت السنوات القليلة الماضية تطورا ملحوظا ومتزايدا في حقول تكنولوجيا المعلومات ، التي عرفت انتشارا مدهلا في استخدام الحاسبات وشبكات الاتصال والبريد الالكتروني و مواقع التواصل الاجتماعي، تزامنا مع ما وصلت إليه شبكة الانترنت من رواج واستخدام واسع عزز مفهوم صحافة المواطن الذي يتخذ من الانترنت ووسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أرضية له، هذا المفهوم الذي شكل ظاهرة إعلامية جديدة أضفت على المشهد الإعلامي نوعا من الحرية والانفتاح في ظل القيود الرقابية المفروضة على وسائل الإعلام، بحيث أدى التطور المستمر لوسائل الإعلام الرقمية سنة بعد أخرى إلى إضفاء نوع من الحرية على عمليات نشر المعلومات، الأفكار، والصور والتعليقات على شبكة الانترنت، فبإمكان أي مواطن عادي يملك هاتف نقال مزود بكاميرا يستطيع نقل أي حدث يعترضه ليثه عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك، تويتر، المدونات و اليوتيوب في فضاء عمومي أكثر حرية وانفتاحا يبنى بنهاية مصطلح الجمهور وتحول المتلقي إلى مرسل يستخدم أحدث التكنولوجيات الاتصالية لتوثيق الأحداث المحيطة به وتسليط الضوء عليها، إضافة إلى رغبته في الحصول على المعلومات والاطلاع على كل ما يخص حياته الأخبار المحيطة به بدون أن يكون للرقابة الحكومية أي دور في تحديد ماهية تلك المعلومات والأخبار المنشورة.

فقد نقلت وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، الإعلام إلى أفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة ، غير أن هذه الحرية تبقى نسبية نوعا ما، وأظهرت تجارب الأحداث العربية الأخيرة قدرة هذا النوع الإعلامي من التأثير على تغيير ملامح المجتمعات وإنذار بمنافسة الإعلام التقليدي في تغطية الأحداث، خاصة تلك المتعلقة بالمشاكل والأزمات داخل المجتمعات.

هذا النوع من الأحداث الذي بات مؤخرا يستقطب اهتمام كثير من ناشطي صحافة

المواطن قصد متابعة الأخبار حول الأزمة وتطوراتها للقضاء على الغموض ونقص المعلومات

حول الأزمة فتحول بذلك المواطن إلى مصدرا مشاركا في إنتاج المعلومات، ينتج ويستهلك المادة الإعلامية في ذات الوقت.

ومع ظهور هذا المفهوم الجديد أو كما يطلق عليه بعض الباحثين اسم الإعلام البديل الذي طرح عدة إشكاليات حول دور ومكانة المراسل الصحفي، من ناحية تقبل المراسل الصحفي لهذا البديل وطبيعة العلاقة التي تجمع بينهما، وإذا كان هناك مفهوم دقيق لصحافة المواطن.

فمن خلال هذه الدراسة سنحاول التعرف على رأي المراسل الصحفي في ظهور المفهوم ونشاط المواطن في العمل الإعلامي، و ما طبيعة العلاقة التي تجمع بين المراسل الصحفي والمواطن الصحفي من جهة ومع وسائل الإعلام من جهة أخرى، إضافة إلى دور صحافة المواطن في احتجاجات أزمة البطالة في الجنوب كمقاربة لأزمة برز فيها نشاط نشر المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة من خلال التغطية الإعلامية حول للاحتجاجات وتم اختيار مراسلي ولاية الوادي كمجتمع بحث نظرا لكونهم مراسلي إحدى الولايات التي شهدت الاحتجاجات .

وقسمنا هذه الدراسة إلى أربع فصول تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة لرسم الطريق الذي سنسير عليه من اجل تحقيق الهدف من الدراسة، إضافة إلى فصلين تم فيهما التأصيل النظري للدراسة يتمثل في الفصل الثاني والثالث فقد جاء الفصل الثاني بعنوان مدخل إلى صحافة المواطن وتحول المتلقي إلى مرسل تم من خلاله التحدث عن ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة NTIC التي أفرزت ما يسمى بالإعلام الجديد ثم تم التطرق إلى عنصر صحافة المواطن كمقاربة للإعلام الجديد أو البديل واهم أشكالها إضافة إلى واقع صحافة المواطن أو المواطن الصحفي في الجزائر والوطن العربي .

أما في الفصل الثالث، فقد تم فيه التطرق إلى أزمة البطالة في الجنوب من خلال أربع مباحث جاء المبحث الأول كمدخل مفاهيمي للالتزامات بصفة عامة، ثم دور الإعلام في إدارة الأزمات

في المبحث الثاني، أما في المبحث الثالث فقد تم الحديث عن البطالة في الجنوب بين الأزمة والمشكلة فيما تم تخصيص المبحث الرابع للحديث عن دور صحافة المواطن في أزمة البطالة في الجنوب .

أما في الفصل الرابع والأخير بعنوان الإطار التطبيقي للدراسة تم فيه التطرق إلى تفرغ البيانات في الجداول البسيطة والمركبة واستخلاص لنتائج الدراسة .

الفصل الأول : الجانب المنهجي للدراسة

1: إشكالية الدراسة

يعد الإعلام احد أهم الركائز الهامة في أي مجتمع، ويزداد دوره وأهميته يوم بعد يوم في ظل التسارع التكنولوجي المستمر، وبما انه عبارة عن عملية نقل للمعلومات والأخبار حول الأحداث من مصادرها، فهو عنصر فعال لتغطية ومعالجة الأزمات بكل أنواعها ، وتعد أحداث الجنوب إحدى الأحداث التي سلطت الضوء على دور الإعلام في التعامل مع الأزمات، ومن الملاحظ في تلك الفترة تشابه في التعامل مع الموضوع بين مختلف وسائل الإعلام العمومية منها وحتى الخاصة إضافة إلى عدم حصول الموضوع على حيز كبير من الاهتمام والمتابعة ، وبروز دور المواطن الجزائري في نشر المعلومات والأخبار الخاصة بالأحداث ، واعتبر بذلك فاعلا أساسيا في عملية نشر الأخبار والمعلومات على شبكة الانترنت حول الأحداث المحيطة به فقد شهدت احتجاجات البطالة في الجنوب بروز ونشاط بعض الشخصيات غير الإعلامية التي دعمت المشهد الإعلامي بمختلف الأخبار والفيديوهات والتعليقات عبر الوسائط المختلفة ، حيث شهدت شبكة الانترنت وكذا القنوات التلفزيونية العربية وحتى العالمية العديد من التقارير والتعليقات الخاصة باحتجاجات البطالين في الجنوب الجزائري قبل الاحتجاجات أثنائها وحتى بعدها، فمثلت بذلك منبرا إعلاميا حرا مفتوحا يديره مواطنون عاديون وشخصيات منهم موظفون حكوميون، وخاصون، بطالون... هذا ما يقودنا للتكلم عن بديل إعلامي جديد فرض نفسه بقوة واستطاع التأثير في الأشخاص ، هذا الشكل الجديد أطلق الباحثون عليه اسم صحافة المواطن أو الإعلام التشاركي ، مكن بذلك المواطن العادي الذي يملك وسيلة للتوثيق إضافة إلى شبكة الانترنت أو أي وسيط تكنولوجي آخر يمكنه من بث مادته الإخبارية المتمثلة في نص، صورة، أو تسجيل مقطع فيديو في شبكات التواصل الاجتماعي على سبيل المثال كالفايبروك، تويتر ، المدونات واليوتيوب في فضاء عمومي أكثر

حرية وانفتاحا يهدد بنهاية مصطلح الجمهور وتحول المتلقي إلى مرسل يستخدم أحدث التكنولوجيات الاتصالية لتوثيق الأحداث المحيطة به وتسييل الضوء عليها.

مثلت تقنيات تكنولوجيا الاتصال و مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى وسائط الإعلام الجديد على غرار مواقع رفع ومشاركة مقاطع الفيديو والمدونات ، قاعدة خصبة لهؤلاء المواطنين الصحفيين نظرا لما تتيحه لهم من مميزات وخصائص تجعل منهم أشخاص أحرار في فضائهم التشاركي الخاص، تمكنهم من نقل ما يشاءون أو يفكرون عبر الحدود بلا رقابة، وتبقى هذه الحرية نسبية نوعا ما، وأظهرت تجارب الأحداث العربية الأخيرة قدرة هذا النوع الإعلامي الجديد من التأثير على تغيير ملامح المجتمعات وإنذار بمنافسة الإعلام التقليدي في تغطية الأحداث خاصة مما فرض واقعا مغايرا لما هو سائد من ناحية المجتمعات ككل من جهة ، وعلى شكل ومكانة الاعلام من جهة أخرى خاصة بعد تحول الجدل حول مفهوم الصحفي المحترف إلى المواطن الصحفي.

فقد خلصت دراسة لحنان كامل إسماعيل، بعنوان دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي الأردن والكويت ومصر أنموذجا سنة 2012/2011 أن فترة ما يسمى بالربيع العربي عرفت انتشار بارزا لظاهرة الاعتماد على المواطنين في تغطية الأحداث، من خلال كميراتهم خاصة عبر الموبايل وإرسالها إلى القنوات الخاصة ، وذلك لفاك الحصار المفروض على وسائل الاعلام حيث ساهموا بشكل كبير رغم تضارب وجهات النظر حول أدائهم المهني على نشر صورة وصوت مغايرين تماما عما كان يصدر عن الإعلام الرسمي، حيث اتفق المبحوثين بشكل شبه جماعي بان المواطن الصحفي نجح في سد الفراغ الذي صنعه التعتيم الإعلامي، فساهمت في نقل الخبر بل والإقناع وكسب التأييد من خلال التوثيق الالكتروني، مما أدى إلى اعتماده كمصدر للمعلومة بحيث قلبت التغطية الإعلامية لما يسمى بالثورات مقاييس الاعلام العربي بعدما عززته صحافة المواطن بالصوت والصورة.

طرحت صحافة المواطن كمقاربة للاعلام الجديد عدة تساؤلات من بينها تلك التي تخص مكانة المرسلين الصحفيين وعلاقتهم بهذا البديل الإعلامي الجديد، ففي الجزائر وعلى غرار الوطن العربي وصلت دراسة للباحثة "فتيحة بوغازي" بعنوان صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية 2010 / 2011 إلى أن الصحفي الجزائري لا يتقبل فكرة أن يكون المواطن الناقل للخبر صحفيا بحكم أن مهنة الصحافة مهنة تحكمها آداب وأخلاقيات وقيم، ويرفضون أن يكون المواطن الصحفي مراسل صحفي ، ومع ذلك فهو يعتبره مصدرا مهما للأخبار مع الاحتفاظ بدورهم التقليدي في حراسة البوابة . إضافة إلى تصورهم المستقبلي في ظل تنامي دور صحافة المواطن في الجزائر بتحول دور الصحفي ليصبح مجرد معالج للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن. هذا الواقع الذي فرضته صحافة المواطن دفعنا إلى طرح عدة تساؤلات تتمثل أبرزها حول إذا ما شكل هذا النوع الإعلامي الجديد تراجع أو هاجسا للمرسلين الصحفيين ، تهديدا مهنيا أو عكس ذلك.

ومن خلال ما سبق عرضه و لان ظاهرة المواطن الصحفي طرحت عدة تساؤلات حول حجم تأثيرها ومستقبل نشاطها ، رأينا انه من الضروري الالتفاتة إلى معرفة آراء المرسلين في نشاط صحافة المواطن ودورها في احتجاجات أزمة البطالة في الجنوب من خلال التغطية الإعلامية المصاحبة للاحتجاجات ، إضافة إلى تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين المرسل الصحفي والمواطن الصحفي ، وتم اختيار مراسلي ولاية الوادي كمجتمع بحث للدراسة كونهم مراسلي إحدى الولايات التي شهدت الاحتجاجات وكون لجنة الدفاع عن حقوق البطالين التي دعت لتنظيم هذه الاحتجاجات من وادي سوف ومن هنا نطرح الإشكالية التالية :

ما هي آراء مراسلي ولاية الوادي في تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب ؟

تساؤلات الدراسة :

1. كيف ينظر المرسلين إلى ظهور مفهوم صحافة المواطن؟
2. هل كانت تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب موضوعية؟
3. ما هو دور صحافة المواطن في أزمة البطالة في الجنوب؟
4. ما هي طبيعة العلاقة بين المراسل الصحفي و المواطن الصحفي؟

2 : تحديد المفاهيم الإجرائية

الرأي : هو وجه نظر أو تصور بينيه الفرد حول فكرة أو موضوع معين وتختلف وجهة النظر من شخص إلى آخر فهو ليس ثابت ولا متفق عليه ، ويختلف الرأي من شخص إلى آخر ومن موضوع لآخر ووقت لآخر .

فيعرف "محمد منير حجاب" الرأي بأنه تصور لأمر من الأمور داخليا ، فالرأي هو الموقف الاختياري الذي يتخذه الفرد نحو أمر جدلي أو قضية خلافية ، وبالتالي فانه يعني الاختلاف والتناقض بعكس الحقائق التي تعني القبول العام وبدون الاختلاف والتناقض حول المسائل الجدلية لا يوجد مجال لإبداء الرأي فيها¹.

المراسل الصحفي: يمثل المراسل الصحفي في دراستنا ذلك المراسل الذي يقوم بتزويد وسيلة إعلامية معينة إذاعة، تلفزيون، والصحف بالمعلومات والأخبار والتحقيقات وغيرها حول الأحداث ويقوم بهذه العملية كعمل خاص به مع هذه الوسيلة .

ويعتبر المراسل الوسيلة الأساسية للصحف في تحقيق التميز والسبق بالأنباء وتغطية الأنباء من منظور متميز فالمراسل الصحفي الخاص للصحيفة أو للوسيلة الإعلامية هو الذي يستطيع أن

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 261 .

يقوم بتغطية الأنباء وأخبارها طبقا لتصوره لاحتياجات جمهوره واهتماماتهم ، كما انه الذي يستطيع أن يقدم تغطية أكثر عمقا للأحداث وان يقدم خلفية الأحداث.¹

صحافة المواطن : هو قيام المواطن العادي بعملية جمع وإعداد وتنسيق المادة الإخبارية ، ونشرها ويتخذ هذا النوع شبكة الانترنت لأغلب عمليات النشر ، خاصة في شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك ويوتيوب وغيرها وكذلك المدونات.

وتعرف صحافة المواطن على أنها الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي ، الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية، مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية.²

الأزمة : هي خلل مفاجئ يصيب نظام معين إداري ، اجتماعي، سياسي يؤثر هذا الخلل تأثيرا ماديا وبشريا وحتى نفسيا على هذا النظام، مما يخلف حالة من الفوضى تظهر في شكل إضرابات أو احتجاجات لعدم توفر المعلومات الكافية مما يهدد الركائز الأساسية للنظام ووجوده وتحدث هذه الأزمة نتيجة تراكم مجموعة من المشاكل الاجتماعية، الاقتصادية والمعيشية.

وتعرف الأزمة على أنها حدث طارئ مفاجئ، أو ربما لا يكون مفاجئ فقد يكون له مقدمات كامنة، فالحدث الذي نسميه أزمة هو ذلك الحدث الذي يكون عادة أمرا غريبا أو مزعجا للجماهير، ويتطلب البحث للخروج منه، بمشاركة صانعي القرار أو المسؤولين لاتخاذ ما يروونه مناسبا لحل الأزمة سواء كان حلا سريعا أو حلا بطيئا حسب طبيعة الأزمة حسب إمكانيات الدولة المسؤولة عن معالجة هذه الأزمة.³

¹ محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، دار المشرق الثقافي ، عمان، 2010، ص294، 295.
² فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/ 2011، ص149.
³ خالد أبو سمرة ، محمد عبد حسين، عبد المالك محمد، سيكولوجية الرأي العام المفهوم النشأة والتكوين الأهمية والتأثير طرق وأساليب القياس، دار الراجية للنشر والتوزيع ، عمان، 2011، ص 77.

البطالة : عبارة عن حالة اجتماعية لمجموعة من الأشخاص، الذين لديهم الاستعداد أو الرغبة في العمل ويقومون بعملية البحث عنه لكن دون أن يجده .

وتعرف على أنها عدد من الأشخاص القادرين على العمل ، ولا يعملون بالرغم أنهم يبحثون عن عمل بشكل جدي .¹

3 :نوع الدراسة

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، التي تلجا إلى جمع الحقائق والبيانات حول الظاهرة المدروسة، لان هذا النوع من الدراسة يهتم بالوصف الكمي والنوعي للظاهرة ، وحصر العوامل المؤثرة فيها.²

حيث يرى "Whitney" بلن الدراسات الوصفية تضمن للباحث دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعه من الأوضاع .³

فلا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات وتبويبها وإنما يمضي إلى ابعدها من ذلك لأنه يتضمن قدرا من التفسير لهذه البيانات ، لذلك وجدنا من الأنسب دراسة الظاهرة دراسة وصفية لأنها، الأفضل للوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة.

¹ عبد الرحمان يسري احمد ، النظرية الاقتصادية الكلية والجزئية ،الدار الجامعية ،الإسكندرية ،ط2، 2004، ص 205.

² محي محمد مسعد ، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات ،الكتب العربي الحديث،الإسكندرية،ط2، 2000، ص32.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،عمان ، 2000 ص،125.

4 : منهج وأدوات الدراسة

أولاً: منهج الدراسة

يعتبر اختيار منهج الدراسة من أهم خطوات انجاز أي بحث علمي وذلك لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته، عليه اختيار المنهج الذي يتماشى و طبيعة بحثه قصد الوصول إلى نتائج أكثر موضوعية.

فليس هناك بحث علمي دون منهج يتم وفقا لقواعده دراسة المشكلة محور البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيرها وتأثرها بالظواهر المحيطة¹.

أما المنهج المتبع في الدراسة هو منهج المسح الاجتماعي الذي يفيد في قياس الاتجاهات أو اتجاهات الرأي العام نحو مختلف المعلومات²، وهو احد المناهج الرئيسية التي تستخدم في الدراسات الوصفية خاصة ويمتاز بالدراسة العلمية للظواهر الموجودة بالفعل في جماعة معينة في مكان معين متناولاً أشياء موجودة بالفعل³، ويمثل أيضا الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعليمات بشأنها⁴، لأنه يتناول غالبا الظواهر التي تكون اغلب الحالات موضع تدمير وشكوى من اجل دراستها، ووضع الخطط الكفيلة بإدخال تحسينات عليها⁵.

¹ محمد عبد الغني سعودي، محسن احمد الخضيرى، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1992، ص 41.

² فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص95.

³ محي محمد مسعد، مرجع سبق ذكره، ص33.

⁴ فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، مرجع سبق ذكره، ص 94.

⁵ جودت عزت عطوي، مرجع سبق ذكره، ص 177.

ثانياً: أدوات الدراسة

أما عن أدوات الدراسة فمن الأنسب في هذه الدراسة استخدام كل من أداة المقابلة من أجل جمع المعلومات والبيانات للتعرف أكثر على الحقائق والظروف المؤثرة في الظاهرة المدروسة ، من خلال مقابلة ذوي الخبرة في مجال الإعلام ومختلف الأطراف الفاعلة ، إضافة إلى أداة المقابلة من الأنسب استخدام أداة الاستمارة لجمع البيانات اللازمة بطريقة مباشرة من المبحوثين وللإجابة على تساؤلات الدراسة .

المقابلة ويمكن تعريفها بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو مجموعة أشخاص، بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لتعريفه وفق أهداف الدراسة.¹ وتمتاز المقابلات بالمرونة أكثر من غيرها من الأدوات العلمية الأخرى، لان الباحث هو الذي يحدد شكلها وكيفية إجرائها كما أن بإمكان الباحث أن يوظفها بحسب طبيعة البحث الذي يقوم به ويصبح بإمكانه التحكم بمعظم مجريات هذه الأداة وهذه المرونة والسمات التي اتسمت بها أضافت لها أهمية كبيرة.²

وفي دراستنا هذه قمنا بإجراء عدة مقابلات للإمام أكثر بالموضوع والحصول على معلومات أكثر عن موضوع الدراسة، ولقد قمنا في هذا الصدد بإجراء المقابلات مع مجموعة من المواطنين الصحفيين ، ومقابلة ذوي الخبرة نذكر منهم السيد لخضر رزاق بكرة ، إبراهيم جلول ، ومسعودة بوظلة رئيسة القسم الثقافي بجريدة الخبر ، أييك عبد لمالك صحفي مواطن وعضو في اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين من ورقلة، إضافة إلى إجراء مقابلة عبر شبكة الفايبروك مع اد عبد الصبور فاضل، عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر بالقاهرة .

¹ محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلة مبيضين ، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للنشر ، عمان 1999، ص 62.

² محمد حميد الطائي ، خير ميلاد أبو بكر ، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية ، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، 2008، ص 91.

وقد تم صياغة مجموعة من المقابلات تتوافق مع طبيعة المعلومات المراد الحصول عليها ،
ولقد لاحظنا بعض التهرب من الإجابة عن مجموعة من الأسئلة، خاصة من طرف بعض
الشخصيات الناشطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

استمارة الاستبيان الاستبيان لغة كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه
وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر وفي البحث العلمي الاستبيان هو تلك
القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار
الخطة الموضوعية ، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات
والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة ، وتعريفها من جوانبها المختلفة ، حيث يستخدم
الاستبيان في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال
المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح ،¹ وتعرف الاستبانة
أيضا على أنها مجموعة من التساؤلات الاستفهامية ، رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة توجه
إلى أشخاص معينين يعدون مصدر لجمع المعلومات يتولون التأشير أو ملا المعلومات المطلوبة
بأنفسهم ليعيدوها عقب ذلك إلى مصدر الاستفهام²

ويعرفها موريس أنجرس على أنها "تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة ،
ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا ، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات
رياضية وإقامة مقارنات كمية لان الاستمارة هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح
الأسئلة عليهم واحدا واحدا ، وبنفس الطريقة بهدف استخلاص اتجاهات و سلوكات مجموعة كبيرة
من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها"³

¹ احمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص 220.

² محمد حميد الطائي ، خير ميلاد أبو بكر ، مرجع سبق ذكره ، ص 242.

³ موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية ، دار القصبية للنشر ، الجزائر ، ط2 ، 2006 ، ص 204.

ولقد تم تصميم استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة وفق أربع محاور أساسية للإجابة على تساؤلات الدراسة وتتمثل هذه المحاور في :

1. وجهة نظر المرسلين اتجاه ظهور مفهوم صحافة المواطن وتضمن المحور 5 أسئلة مغلقة.
2. موضوعية تغطية صحافة المواطن لاحتجاجات البطالة في الجنوب وتضمن 4 أسئلة مغلقة.
3. صحافة المواطن وعلاقتها بأزمة البطالة في الجنوب وتضمن 5 أسئلة مغلقة وسؤال مفتوح.
4. طبيعة العلاقة بين المراسل و المواطن الصحفي تضمن 7 أسئلة مغلقة وسؤالين مفتوحين.

5 : مجتمع الدراسة

يعتبر تحديد مجتمع البحث المقصود دراسته من أهم خطوات إجراء أي بحث علمي ، لأن أساس نجاح التعيين يقوم أولاً على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات.¹ ويتمثل مجتمع البحث الأصلي في هذه الدراسة مراسلي ولاية الوادي ، الذين يبلغ عددهم 23 مراسل صحفي، مقسمين بين خمس جرائد ، و إذاعة الجزائر من الوادي ، ولأن حجم مجتمع البحث ليس كبير إضافة إلى وجود وقت كاف لدراسته رأينا من الأنسب استخدام المسح الشامل لدراسة جميع مفردات مجتمع البحث والحصول على جميع البيانات اللازمة عن موضوع الدراسة .

يعتبر المسح الشامل أحد تصنيفات المسح الاجتماعي ، حيث يمكن الباحث من دراسة جميع مفردات البحث، و ذلك عن طريق الحصر الشامل الذي لا يترك مفردة من ذلك دون أن يأخذها في اعتباره، فالمسح الشامل يصور الوضع القائم لمجتمع البحث الصغير نسبياً معتمداً على الأسلوب العلمي.²

¹ احمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص 172 .

² سامية محمد جابر ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، د.س. ن ، ص 329 .

ووفق ما سبق قمنا بتوزيع 23 استمارة على جميع المراسلين الصحفيين التابعين لولاية الوادي في الفترة الممتدة ما بين 22 إلى 30 مارس 2014، واسترجعنا العدد كامل والمتمثل في 23 استمارة استبيان.

الفصل الثاني :مدخل إلى صحافة المواطن وتحول المتلقي إلى مرسل

المبحث الأول :ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة

جاء مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة انطلاقاً من مفهوم أساسي وهو "تكنولوجيا الاتصال والإعلام" ، و ذلك بتخصيص مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال "TIC" وربطها بمصطلح الجديدة NTIC، وتشير بمعناها الواسع إلى مجموع الأدوات المتعلقة بعمليات الإنتاج، التخزين، المعالجة وتبادل المعلومات الرقمية مهما كان شكلها من وسائل الإعلام الرقمية، الهاتف الثابت والمحمول إلى الانترنت، مروراً بالبطاقات الالكترونية وأنظمة المحاضرات السمعية بصرية عن بعد، لذلك فهي تجمع بين ثلاث مجالات تقنية :الاتصال عن بعد،السمعي بصري والإعلام الآلي¹.

وتظهر هذه التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة المكتوبة المنطوقة، الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية أرضية وفضائية ، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب فيه وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.

ويرى الكاتب "معالي فهمي" بان التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيات المستخدمة، في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني ، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشده في الاتصالات ، ويمكن القول أيضا أنها تمثل تلك التكنولوجيات التي تستفيد من الابتكارات في ميدان العلم والتقنية، لهذا فان صفة الحداثة تبقى صفة مؤقتة فبعد سنوات قليلة ستصبح هذه التكنولوجيات والتي تتعلق بشبكة الانترنت والهندسة المعلوماتية من الأمور العادية

¹ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال NICT NTIC المفهوم الاستعمالات الأفاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 29، 30.

ولأنها لا تعتبر جديدة في حد ذاتها، وذلك أن معظمها كان موجودا منذ سنوات ماضية وما يمكن اعتباره حديثا توسع استخدامها بدرجة كبيرة،¹ وسيصبح امراً عاديا في وقت آخر.

وكتعريف عملي أكثر تعرف على أنها تلك المجموعة من التقنيات والأدوات ، الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والاتصالي ، الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري ، الشخصي، الجمعي، التنظيمي أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية عبر الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية ، حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور .

كما تعرف على أنها مجموعة من الآلات ، الأجهزة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها.²

فقد ظهرت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة إلى الوجود وإلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة التطورات الحاصلة في ميدان الاتصال والإعلام وهذا نتيجة زيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته اليومية، فنحن نعيش كل دقيقة وكل ثانية مبتكرات جديدة في جل الميادين ، ونركز هنا على ميدان الاتصال والإعلام الذي أصبح التسابق فيه محتدم إلى درجة كبيرة جدا بين مختلف الشركات الاتصالية والإعلامية ، وهذا بحثا عن الجديد والأفضل باستمرار ، حيث تعرف هذه الوسائط تطور مستمر من حيث الوسائل أو طريقة إيصال الرسالة الاتصالية وصياغته ، ويعد البث التلفزيوني وشبكه الانترنت ، الهواتف المحمولة والفيديو الرقمي وغيرها ، من أكثر هذه الوسائط استخداما وتوظيفا من قبل الإنسان في حياته اليومية وخاصة من قبل الأفراد في المجتمع الجزائري على العموم كما أنها تعد الأكثر تداولاً اليوم في كل أنحاء العالم،³ فهذه التطبيقات

¹ بن بركة عبد الوهاب، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية ، مجلة الباحث، عدد 7، 2009/2010.ص 246.

² محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 3.

³ محمد الفاتح حمدي ، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، مرجع سبق ذكره، ص 3، 4.

الاتصالية الجديدة التي ظهرت نتيجة التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية والتي تعني أساساً تلك الموصولة بالكمبيوتر، لها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة من بينها المعالجة المعلوماتية للصوت والصورة أو ما يعرف بالواقع الافتراضي أو التخليقي أو الذي يحس فيه الفرد بأنه مندمج اندماجاً كاملاً مع الآلة في بيئة مختلفة، نتيجة رؤيته لصور مركبة توهمه بأنه يشاهد الواقع الذي يتطور مساره بناءً على أوامر المشاهد، الذي يبدو كأنه مزود بكاميرا تسمح له بالتجول بنظره في مختلف أرجاء محيطه الافتراضي الذي اندمج فيه.¹

ومن أهم الخصائص التي تتميز بها هذه الوسائط الحديثة وما يميزها عن باقي الوسائل التقليدية حسب "الفن توفلر" في كتابه "تحول السلطة بين العنف والثورة والمعرفة"، فتمتيز تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ب:

1. **التفاعلية:** بحيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلاً مع وسائل الاتصال تفاعلاً إيجابياً.

2. **الاجماهيرية:** مما يؤخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها من وسيلة توزيع رسائل جماهيرية، إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصاً وتشير الدلائل إلى إن رؤية "مارشال ماكلوهان" الخاصة بوحدة العالم والحياة في قرية عالمية، التي حققتها نهضة وسائل الاتصال الجماهيري خلال عقد الستينات قد أصبحت بحاجة إلى إعادة النظر في عقد التسعينات والقرن الواحد والعشرين، حيث تتجه وسائط التكنولوجيا الحديثة إلى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، لكونها خبرات مشتركة كما يرى ماكلوهان وبذلك نشهد سقوط العقل الجماهيري حيث تنتشر وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، التي توصف بأنها غير جماهيرية بل أنها ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية.

¹ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 174 - 176.

3. **اللاتزامنية** : وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ، ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه ، فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجه إلى وجود مستقبل للرسالة أو من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة، مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.
4. **القابلية الحركية** تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ثم نقلها إلى مكان آخر، مثل الهاتف النقال والتلفزيون المدمج في ساعة اليد، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.
5. **قابلية التحويل** وهي قدرة الوسائل على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة، وهكذا ويبرز في أنظمة الدبلجة و الترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية.
6. **قابلية التوصيل والتركيب** مثل وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.
7. **التوجه نحو التصغير** تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك.
8. **الشيوع والانتشار** يعني تغلغل وسائط الاتصال حول العالم وداخل كل طبقة اجتماعية فتنولوجيا الاتصال تتجه من الضخم إلى الصغير ، ومن المعقد إلى البسيط ، ومن أحادي الخدمات إلى متعدد الخدمات مثل : الكمبيوتر¹

¹ محمد الفاتح حمدي ، مسعود بوسعدية ، ياسين قرناني ، مرجع سابق ذكره، ص 7- 9.

9. **التدويل أو الكونية والعالمية** التطور المتسارع في هذه التكنولوجيات في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن نظرا للقدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن.

10. **التعقيد وكثافة الاستخدام** : تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة وهي لكل ذلك تأخذ صيغة احتكارية حيث تركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ في المجتمع .

11. **الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها** : تتسم بالتركز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ويؤدي هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ¹.

المبحث الثاني : مفهوم الإعلام الجديد

من تعريفات الإعلام الجديد أو الرقمي انه مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائنا من كانوا وأيضا كانوا. ²

فهو إعلام عصر المعلومات فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر وهما ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد أي أن الإعلام الجديد يعتمد أساسا على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها فهي عملية توفير مصادر المعلومات لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة. فهذه الخاصية مشتركة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد والفرق بينهما هو أن هذا الأخير قادر على إضافة

¹ محمد الفاتح حمدي ، مسعود بوسعدية ، ياسين قرناني ، مرجع سبق ذكره، ص 9-10.

² سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جده، 13- 15 ديسمبر 2011، ص6.

خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام التقليدي وهي التفاعلية ونعني بها قدرة الوسيلة على

الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.¹

والإعلام الجديد هو اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة ، أهم ما يميزها هو اعتمادها على

التقنية الرقمية ، والتي يتم عن طريقها تحويل جميع النصوص والمضامين الإعلامية إلى شكل

موحد يمكن معالجته وتوزيعه وتخزينه بطرق آلية موحده ولذلك يطلق عليه اسم الإعلام الرقمي.²

ويورد "الشميمري" مرادفات أخرى للإعلام الجديد ، غير الإعلام الرقمي نذكر منها :إعلام

المعلومات،الإعلام الشبكي الحي،الإعلام التشعبي، الإعلام التفاعلي،³ ويتميز الإعلام الجديد

بأنه إعلام متعدد الوسائط ، وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص

والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا ، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم

إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل الكتروني،يتميز أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها،⁴

إضافة إلى أن الإعلام الرقمي يقوم على مفهوم الاتصال الفردي بصفة أساسية عكس الميديا

التقليدية الممثلة في وسائل الإعلام الجماهيرية ،التي تقوم على الاتصال الجماهيري إلا أن

الإعلام الجديد ينفرد بتحويل الاتصال الفردي إلى اتصال جماعي ثم اتصال جماهيري بفعل ما

تتمتع به أشكالها من قدرة على الانتشار الواسع والسريع ومن ابرز تطبيقاته او أشكاله نذكر :

المواقع الالكترونية ،المدونات،الرسائل القصيرة SMS عبر الهواتف المحمولة ، البريد الالكتروني

و منتديات الحوار على الانترنت والمواقع الاجتماعية وغيرها.⁵

¹ سميرة شيخاني،الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق،العدد 1،2، دمشق،2010،ص 442.

² خالد بن عبد الله الحلوة، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام ، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان " الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية" ،جامعة الملك سعود ،الرياض،1-16 افريل 2012 ،ص 2.

³ سامي عبد الرؤوف عكيلة، دور الإعلام الجديد في صناعة القادة، مؤتمر الشباب الثاني نحو جيل شبابي قيادي طموحات ورؤى،مؤسسة إبداع للدراسات والتدريب، افريل 2013،ص 4.

⁴ سميرة شيخاني، مرجع سبق ذكره، ص 443.

⁵ محمد احمدين، المدونات الالكترونية BLOGSمجلة الفن الإذاعي ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 192، القاهرة، أكتوبر 2008،ص 81.

ويشير " دنيس ماكويل" أن مصطلح الإعلام الجديد ليس وليد اللحظة ، بل كان يطلق منذ الستينات الميلادية على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت ، مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكابل، وبدا المصطلح في الانتعاش مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصال حديثة ،¹ ومن أهم الخصائص التي حددتها دراسات أجريت على وسائل الإعلام الجديدة ومقارنتها بوسائل الإعلام التقليدي أن الإعلام الجديد يشكل الطريق البديل للوسائل التقليدية، وللتقليل من سيطرته لأنه يسهل تدفق المعلومات والأفكار من أسفل إلى أعلى أي من الجمهور والأفراد إلى الطبقة السياسية الحاكمة ، ومن خصائص الإعلام الجديد أيضا سهولة الدخول والمشاركة وتوفير قنوات رد الفعل feed back التي كانت محدودة جدا في وسائل الإعلام التقليدي، وهو يقوم بذلك عن طريق توفير المنتديات والمواقع الحوارية المخصصة والتعبير الحر عن الرأي بطريق لم تكن متوفرة إطلاقا من قبل .² وعن أهميته يقول احمد ناصر احمد عن العرب والإعلام الجديد "أصبح مصطلح الإعلام الجديد واحدا من أهم المصطلحات التي يشار إليها في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت المليارات السريعة لمارك زوكربيرج مؤسس فيسبوك كما انه وبأدواته المميزة استطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم وينقل المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا ، ولا يوجد مثل أقوى من الاستخدام السياسي لتويتر من قبل نشطاء سياسيين سواء من مصر أو إيران...".³

العلاقة بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي

في بيئة الإعلام الجديدة يملك المواطن العادي كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم من أدوات عبر الشبكة يستطيع الطبع والنسخ ويستطيع توزيعها على مستوى العالم، لو أراد

¹خالد بن عبد الله الحلوة ،مرجع سبق ذكره، ص 3.

²مرجع نفسه،ص 24.

³محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجا " ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال،الأكاديمية العربية في

الدنمارك،الدنمارك،2012،ص 70 .

ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي، وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي بكل صورته مطبوع ، مسموع أو سمعي بصري ، فلم يعد المواطن والمتلقي يتلقى فقط أو مفعولا به بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية وأصبح فاعلا في الوسائط الجديدة من مدونات ومواقع تواصل اجتماعي وغيرها، ومنه يتميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي في كون أن :

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر خال من القيود والرقابة على عكس التقليدي حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي يعتمد بدرجة كبيرة على تطبيقات الإعلام الجديد لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ونقاط التوتر حول العالم .
3. ظهور نوع من الإعلاميين يمكن تسميتهم بالإعلاميين الجدد وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الذين اثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم ويؤر التوتر رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص .
4. يشهد الإعلام الجديد نشاطا اقتصاديا غير مسبوق ، وطفرة نوعية في ازدياد الطلب والحاجة إلى موارده الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقا محموما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد المنافس رقم واحد بسبب تحقيقه للسبق الإخباري .
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد عن طريق التسويق له فلولا الدعم والتشجيع الذي حضي به الإعلام الجديد من التقليدي لما ظهر هذا الأخير إلى العلن
7. ساهمت الطفرة النوعية و العدد المتزايد والإقبال الهائل على استخدام شبكة الانترنت أرضية صلبة للإعلام الجديد¹.

¹ قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية ، السعودية، ماي 2012، ص 11- 16.

إضافة إلى أن الصحفيون ينشطون ككل الناس في مواقع الشبكات الاجتماعية يعبرون عن آرائهم في الأحداث وفي قضايا الشأن العام الكبرى، يعارضون، يساندون، يعبرون عن إعجابهم بما يتصفحون، يشتمون أحيانا، بما في ذلك زملائهم والبعض منهم يروي وقائع حياته وينشر صوراً من عالمه الذاتي، ويستخدم الصحفيون تطبيقات الميديا الاجتماعية لأغراض مهنية كجمع الأخبار والتوثيق ورصد الأحداث والتفاعل مع الجمهور أو بشكل مستقل ينشئون صفحاتهم على الفيسبوك مثلاً للتعبير عن آرائهم بحرية باعتبارهم صحفيين أو كأفراد عاديين،¹ إضافة لكون المدونات وهي أحد تطبيقات الإعلام الجديد تعد مصدراً للإخبار في وسائل الإعلام التقليدية وهدفاً للتغطية الصحفية والتلفزيونية، ووسيلة لتقديم تغطية تمهيدية للأحداث التي يمكن للصحافة التقليدية وبرامج الحوار على القنوات الفضائية أن تقدم تغطيات معمقة حولها إضافة إلى الكشف عن مواهب صحفية جديدة، تقوم الصحف التقليدية وبعض القنوات التلفزيونية باستقطابها للعمل معها مثل ما حصل مع المدون عبد المنعم محمود صاحب مدونة "أنا إخوان" الذي خصصت له صحيفة "الدستور" المصرية صفحة في العدد الأسبوعي لها لكي يقدم تغطية متميزة لشؤون المدونات والمدونين علاوة على عمله مع بعض البرامج الحوارية على قناة "الحوار الفضائية"² إضافة إلى قيام شركة "endemol" منتجة السلسلة التلفزيونية الواقعية "الأخ الأكبر" "big brother" بإنتاج عروض يومية من أخبار تلفزيونية يولدها المستعملون في هولندا، ويقدم المواطنون الصحفيون لقطات فيديو إخبارية يتم تجميعها لتصبح تقريراً واحداً يعرض على برنامج "أنا على التلفزيون"، فأصبحت بذلك العلاقة بينهما علاقة تكامل، لمنتجين مكملين للمحتوى الإخباري وليسوا منافسين.³

¹ الصادق الحمامي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر، عدد سبتمبر، الإمارات، 2013، ص 1.

² شريف درويش اللبان، الفيسبوك والإعلام البديل، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الفيسبوك والشباب، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، يوليو 2009، ص 31.

³ شارلين بورتز، كل مواطن مرسل صحفي، المجلة الإلكترونية يواس إيه الإعلام يصنع التغيير، وزارة الخارجية مكتب برامج الإعلام الخارجي، عدد 12، ديسمبر 2007، ص 10-11.

المبحث الثالث : صحافة المواطن كمقاربة للاعلام الجديد

المطلب الأول : مفهوم صحافة المواطن

تسبب انتشار تكنولوجيا الانترنت وكاميرات الفيديو الصغيرة الحجم والتليفونات المحمولة التي تسجل الصور والفيديو وترسلها إلى أي مكان في العالم في ظهور فريق جديد من الهواة لا يمارسون الصحافة بوصفها مهنة ولكن الظروف تخدمهم أحيانا بان يتواجدوا في مكان يشهد حادثا ما فيقومون بتصويره ونقله لوسائل الإعلام الملائمة كالتلفاز والمواقع الالكترونية.¹

فمع التطورات المستمرة في قطاع الصحافة بفعل هذه التكنولوجيات الحديثة ، انتقل الحديث والنقاش حول الصحافة الالكترونية التي يقوم على إدارتها والإشراف عليها فريق صحفي مهني إلى ما يطلق عليه تسمية صحافة المواطن التي يقوم في الغالب بالإشراف عليها ، وإنتاج مضمونها مواطنون أو مستعملون عاديون ليسوا مهنيين مثل الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية، أي أنهم هواة من كل أنحاء العالم ومن مختلف المستويات والأجناس وقد أطلق الكتاب والباحثون عليها العديد من المسميات مثل الصحافة التشاركية ، إعلام الجمهور ، المحتوى الذي ينتجه المستعملون أو الصحافة البديلة .

فقد مكنت وسائل الاتصال الحديثة هؤلاء الأفراد من كتابة و إنتاج مضامين إعلامية، حتى وان لم يكونوا صحفيين مهنيين ونشرها على الانترنت ، وحتى بثها في القنوات التلفزيونية والإذاعية ووكالات الأنباء، فقد أدى الانتشار الواسع لهذه الوسائل وتقنياتها الحديثة في المجتمع وسهولة استعمالها من طرف المواطنين وأفراد الجمهور وخاصة بعد ظهور العديد من التقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون أي رقابة أو ضغط على غرار المواقع التفاعلية ومواقع الفيديو كاليوتيوب، والنشر الجماعي التشارك، والموسوعات الالكترونية الجماعية مواقع الشبكات الاجتماعية، فكل هذه الأشكال والتقنيات يقوم المستعملون بصناعة محتواها ، فهم يقومون بدور الصحفيين والمحررون والناشرون بدون مقابل في الغالب ومن أحسن الأمثلة هي

¹ سامح عبد الله ، الصحافة الشعبية نهاية عصر الصحفي المحترف ، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 197، القاهرة، جانفي 2010، ص 74.

الصور التي تم التقاطها أثناء إعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين ، والتي لم تكن لتنتشر للرأي العام وللصحافة العالمية لولا ذلك الشخص الذي صور الحدث بهاتفه النقال،¹ بينما يذهب "ديوز" لتسميتها generated content user اي المحتوى الذي ينتجه المستعملون بدل صحافة المواطن،² التي تعتبر أكثر شمولية من هذه الأخيرة.

ولعل الفضل في وجود صحافة المواطن يعود إلى تطور الجيل الثاني لشبكة الويب التي ساعدت في إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة ودون تكلفة عالية³، إضافة إلى انغلاق الوسائل التقليدية واحتكارها من طرف جهات معينة مما لا يفتح بابا لعرض مختلف وجهات النظر بحرية ، كما يشير إلى ذلك الكاتب " yochai benkler" في قوله "إن انغلاق وسائل الإعلام التقليدية وعدم سماحها ببروز الرأي المخالف من جهة ، وظهور البيئة الرقمية ووسائل الإعلام الحديثة من جهة أخرى جعلت الأفراد يتحولون من متلقين سلبيين إلى مشاركين نشطين في الفضاء العمومي"⁴، و كما يعرفه كل من شاين بومان وكريس ويليس "انه فعل مواطن أو مجموعه من المواطنين يلعبون دورا فعالا في عملية جمع وإعداد التقارير وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات التي قد تكون صورة أو فيديو أو غير ذلك في مدونتهم الشخصية أو حسابهم على التويتر أو غيره" ، فعلى نقيض الصحافة التقليدية التي تجلب الأخبار وتنتجها ليتلقاها الجمهور بطريقة عمودية، فصحافة المواطن تتخاطب مع الأخبار بطريقة أفقية⁵.

وأضاف الباحثان في موقع نحن الإعلام we the media تقول : نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة، وهي صحافة لم نعهدها من قبل وقد تنبأ الكثير من الخبراء والباحثين أن نسبة

¹ إبراهيم بعزیز، صحافة المواطن السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، FR .brahimsearch .unblog، 2012، ص 1-2.

² عباس مصطفى صادق ، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات ، جامعة الشارقة، الشارقة، 22-24 نوفمبر 2005، ص 17.

³ ماجد سالم تریان ، الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة ، مجلة مدى الإعلام،المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ، عدد 6، فلسطين، نيسان 2012، ص 37.

⁴ إبراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية في الوطن العربي ،مجلة الإذاعات العربية ،اتحاد إذاعات الدول العربية ،العدد 2، 2012، ص 89.

⁵ Nadine jurrat , citizen journalism and the internet, open society media program , london ,2011 ,p 7.

كبيرة من الأخبار قدرها بنسبة 50 في المائة من الإنتاج الصحفي ، سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021،¹ فيما يركز "رودريجز Rodriguez" على ما تحققه صحافة المواطن أو إعلام المواطنين كما يحب تسميتها من فائدة على المجتمع فهو يعتبر ان إعلام المواطنين ذلك الإعلام الذي يصف بدقة اكبر الطرق التي يتبعها المواطنين في الانخراط في ممارسة وسائل الإعلام ، كأداة من أدوات التمكين وتماسك المجتمع والتعبير عن الهويات الاجتماعية والثقافية ، أو بصيغة أخرى لدعم المواطنة الفعالة والتعبير ومقاومة الممارسات الإعلامية السائدة،² حتى أن العديد من الكتاب والباحثين يطلقون على صحافة المواطن مصطلح "السلطة الخامسة" نظرا لتأثيرها المتعاضم على الشؤون السياسية ، والإدارية لمختلف البلدان ولأنها تتيح للمواطنين والأفراد العاديين بما فيهم أولئك الذين يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع ، فرصة لنشر ما هو ممنوع وما قد يضايق السلطة والنظام القائم وهي متاحة حتى للصحفيين التقليديين وتمنحهم إمكانية التعبير عن انشغالاتهم بحرية وإيصال آرائهم واقتراحاتهم إلى الحكام.³

المطلب الثاني: نشأة صحافة المواطن

في 22 نوفمبر 1963 وتحديدا في مدينة دالاس، كان "أبراهام زيردار" المواطن من أصل أمريكي يصور مرور موكب الرئيس كندي فوق ما لم يكن منتظرا وهو اغتيال رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر شعبية بعد أيام قليلة باع هذا المواطن صورته تلك لمجلة life ب 150 ألف دولار ، فكاميرا أبراهام في ذلك الوقت كانت كبيرة الحجم وثقيلة ونوعية صورها متواضعة الجودة ولا يستطيع كل الناس شرائها على عكس اليوم.⁴

¹عباس مصطفى صادق ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش الى نيكولاس نيغروبونتي ، أبحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009، ص 34.

² Collen mihal , democracy citizen media and risistance, study of the new river free press , virginia, July14,2004 , pp18.

³إبراهيم بعزیز، صحافة المواطن السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الانظمة الشمولية، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁴جمال الزرن، البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن ، مجلة الباحث الإعلامي ، جامعة بغداد، العدد تموز، اب، ايلول 2012، ص 20-21.

وبعيدا عن ما تثيره إشكالية المصطلح من تداخل فعلينا أولا أن نبحت في حيثيات المفهوم وذلك بالعودة إلى الدلالة والنشأة التي بدأت من الولايات المتحدة الأمريكية ، ففي غالب الأحيان يشار إلى تعريف صحافة المواطن بوصفها رد فعل منطقي وطبيعي على العديد من الأمراض والعلل التي تعيشها مؤسسات الصحافة الأمريكية والغربية كانهيار نسبة القراء ، غياب ثقة المواطن والمسئول في الصحفي وإساءة الصحافة للممارسة الديمقراطية من خلال تركيزها المفرط على التغطية الصدمية للأحداث.

وكانت البداية الفعلية لتغيير بيئة الإعلام سنة 1988، وبالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية أثناء الحملة الانتخابية لحاكم الولاية وكان الصحفي " دافيس ميرتي " ممتعض من الشكل الذي جرت عليه الانتخابات الرئاسية لسنة 1988 ، فقد قطع على نفسه عهدا بعدم الالتزام بالتغطية الصحفية الكلاسيكية فقد أعلن على واجهة صحيفته WICHITA EAGLE انه سيعطي الأولوية لتغطية المواضيع التي تشغل المواطن والرأي العام عوض الاهتمام المفرط بالخطب والندوات الانتخابية للمرشحين ونشاطاتهم ، فمنذ بداية التسعينات ظهرت العديد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف والمجلات العامة والخاصة التي تتخذ من صحافة المواطن توجهها فكريا ومهنيا في ممارسة الصحافة فإلى حدود سنة 1995 ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من مئة مؤسسة صحفية تنتهج صحافة المواطن كأسلوب صحفي في علاقتها بقضايا الشأن العام وباتت بذلك حاضرة في كل جدل ونقاش مهني وأكاديمي يتعلق بالصحافة،¹ ولم يكن ذلك حال الصحافة التقليدية في الولايات المتحدة الأمريكية فقط بل وجهت انتقادات عديدة للصحافة التقليدية المصرية على هامش تغطيتها للانتخابات الرئاسية سنة 1996، والجدير بالذكر هنا انه من غير الصحيح ربط صحافة المواطن بكل ما هو سياسي رغم ما للسياسي من تأثير وهيمنه على اتجاهات الصحافة منذ نشأتها ففي مدينة كارولين الشمالية بالولايات المتحدة الأمريكية وعلى اثر مقتل شرطين 1993 اتجهت صحافة المواطن للبحث عن الأسباب المباشرة وغير المباشرة التي أدت إلى هذه المأساة وكان الوقوف على مشاكل مثل

¹ جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص 22-24.

البطالة والمخدرات وذلك لمعرفة السبب والبحث الاجتماعي عبر الصحافة عن الحلول الممكنة والاقتراب أكثر من هموم المواطن، و لربما أطلق اسم صحافة المواطن على هذه الممارسة ليس فقط كنتيجة لصعود المواطن إلى سلم التفاعل الالكتروني ونقد أداء وسائل الإعلام، بل لما يوفره من اهتمام قديم متجدد بالتفاصيل اليومية لحياة التجمعات البشرية الصغيرة .ومن هنا تبلورت وانطلقت صحافة المواطن من فكرة تحرير الصحافة بوصفها سلطة رابعة من حالة الالتفاف السياسي والاقتصادي والتوظيف الفئوي و المصلي الذي تعيشه ، بعدما دق الصحفي الأمريكي "دافيد برودر " ناقوس الخطر في سنة 1990 في مقاله الشهير عن تغطية الشؤون السياسية لزملائه الصحفيين ولم يذكر برودر مصطلح صحافة المواطن بعينه بل شخص دور الصحفي وضرورة اقترابه من هموم المواطنين .

أما عن سبب ظهور مفهوم صحافة المواطن التي يعتبرها "جاي روسن" وهو الأب الروحي لصحافة المواطن أنها جاءت لتلبية عدة تحديات من بينها :

1. العامل الاقتصادي وهو ذو صلة وثيقة بانحصار مبيعات الصحف وقلة عدد القراء وذلك لتقلص ثقة المواطن لأداء الصحافة التقليدية.
2. عامل تكنولوجي يتمثل في التغيرات التقنية التي يعيشها المشهد الاتصالي، فمن الاتصال الجماهيري تحول الأمر إلى اتصال فردي وجماعي تفاعلي فقد أفل المتلقي السلبي وأصبح المتلقي الجديد من خلال ما توفره له التكنولوجيا الرقمية الحديثة باثا ومستقبلا في نفس الوقت
3. عامل سياسي جاء ذلك بفضل الحملة الرئاسية الانتخابية 1988 وفي هذا السياق وجهت للصحفي انتقادات بسبب مسابرة لحمى السباق الجنوني نحو الفوز في الانتخابات على حساب هموم المواطن.
4. عامل مهني بسبب حالة التشاؤم التي يعيشها الصحفي أو أهل المهنة فنسبة رضا الصحفي عن مهنته بدا في تقلص¹.

¹ جمال الزرن، مرجع سبق ذكره، ص 24- 29

5. عامل النخبوي الثقافي يعود هذا إلى الطريقة السطحية والمسيرة التي يتفاعل معها الصحفي مع الخبر أو المعلومة وهي من أملاءات المؤسسة الصحفية وذلك على حساب شرح، وتفسير الخبر لمعرفة اسلم للواقع لان من بين أولويات وظائف الصحافة التوعية التثقيف التفسير وليس مجرد عرض متواتر¹.

و يعتبر موقع OHMY NEWS الذي انشأ سنة 2000 في كوريا الجنوبية من أوائل رواد صحافة المواطن اليوم هذا الموقع الذي أنشاه الصحفي المحترف "اويون هو"، لتجربة استخدام الانترنت كوسيلة إعلامية تشاركيه، وعمل معه حينها أكثر من 700 من المواطنين الصحفيين من أماكن مختلفة حول العالم، وفي شباط 2007 أصبح يعمل بالموقع حوالي 65 موظفا بدوام كامل وأكثر من 60 ألف مواطن مراسل صحفي من 100 دولة حول العالم، وقد وصل تألق صورة الموقع نفسه ومؤسسه على الساحة العالمية ذروته عندما منحت كلية ميزوري للصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية اويون هو ميدالية الشرف للخدمة المميزة في الصحافة تقديرا لجهوده الرائدة في تحقيق انخراط المواطن كصحفي مناصر للديمقراطية ويعمل الموقع على أساس مجموعة من القواعد الأخلاقية الخاصة بالموقع نذكر منها: أن لا ينشر المواطن معلومات كاذبة أو تستند إلى تكهنات، أن لا يضخم أو يشوه الحقائق لمصلحته أو لمصلحة أي منظمة ينتمي إليها، يعتذر في حالة تغطية خاطئة أو غير ملائمة و بسرعة².

ويقول عنه مؤسسه بمناسبة إعلانه عن إطلاق الموقع "إن كل مواطن هو صحفي، فالصحفيون ليسوا أنواعا إحيائية دخيلة، بل هم كل فرد يسعى لرصد التطورات الجديدة وتحويلها إلى كلمات مكتوبة والاشتراك فيها مع الآخرين"³

ومن بين أهم الأحداث التي أبرزت دور المواطنين الصحفيين في تغطية الأحداث هو ما حدث في 7 تموز 2005، كان ذلك يوم حدوث تفجيرات إرهابية في قطار الأنفاق في لندن فقد

¹ جمال الزرن مرجع سبق ذكره، ص 24-30.

² شارلين بورتر، مرجع سبق ذكره، ص 12.

³ دان غيلمور، ترجمة: نفين نور الدين، الاعلام اساس الصحافة من الجميع ومن اجل الجميع، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010، ص 159.

اغرق مواطنون شاهدوا الحدث الصحف والمجلات والمحطات التلفزيونية والراديو بأعداد هائلة من الصور وتسجيلات الفيديو والتقارير، التي تصف ما حدث وسارعت وسائل الإعلام إلى استخدام فحوى هذه الأخبار، التي أنتجها مستهلكو الأخبار أنفسهم. إضافة إلى ما حدث في 11 ديسمبر 2005، عندما أثار انفجار حصل في مستودع للنفط في بوسفيلد في المملكة المتحدة ردة فعل لم يسبق لها مثيل لدى المواطنين الصحفيين عندما أرسلوا آلاف من الرسائل الالكترونية والصور ومقاطع الفيديو حول هذه الكارثة إلى مواقع الأخبار، على الشبكة العنكبوتية قبل أن يتمكن الصحفيون من الوصول إلى مكان الانفجار الذي وقع في ساعات الصباح الأولى على بعد 43 كم من لندن فبعد دقائق معدودة من حصول الانفجار استلمت محطة BBC وحدها أكثر من 6500 رسالة الكترونية مرفقة بملفات فيديو وصور حول الانفجار، مقابل 100 فقط استلمتها في أعقاب تفجيرات قطار الأنفاق في لندن قبل هذه الحادثة.¹

نستخلص مما سبق وعلى الرغم من أن البدايات الأولى لنشأة المفهوم بدأت من رفض الصحفيين التقليديين للممارسات الإعلامية السائدة، وللاقترب أكثر من هموم المواطنين الحقيقية، لكن البدايات الحقيقية والفعالية جاءت مع التطورات الحاصلة في ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال، والانتشار الذي عرفته من البدايات الأولى لاستخدام البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية إلى الاندماج شبه الكامل في العالم الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وغيرها.

المطلب الثالث: أشكال صحافة المواطن

مع انتشار وازدياد عدد مستخدمي الانترنت عبر العالم، و التطور المستمر لتطبيقات على الشبكة ارتبطت صحافة المواطن بنشاط المواطنين او مستعملين لتطبيقاتها التي نذكر منها مواقع التواصل الاجتماعي، المنتديات و المدونات وغيرها.

¹ برتراند بكيري، لاري كيلمان، من صحافة المواطن إلى محتوى الأخبار التي ينتجها مستعملوها، المجلة الالكترونية يواس إيه الإعلام يصنع التغيير، وزارة الخارجية الأمريكية، العدد 12، ديسمبر 2007، ص 9.

1. **شبكات التواصل الاجتماعي** : هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح خدمة التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم ، وفقا لاهتماماتهم وانتماءاتهم بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر ، كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض¹ ، أي تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو.²

ولقد بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل CLASS MATES عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SIX DEGREES عام 1997 وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. أما الظهور الحقيقي كان في عام 2002 مع ظهور موقع FRIENDSTER و في النصف الثاني من نفس السنة ظهرت في فرنسا شبكة SKYROCK كمنصة للتدوين ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 تلاها موقع MY SPACE الأمريكي 2003 ثم FACEBOOK تزامنا مع الموقع السابق³ ، وتتميز معظم شبكات التواصل الاجتماعي ب :

- الاشتراك المجاني في الاستفادة من الخدمة
- سهولة المشاركة في هذه المواقع والاستفادة منها
- سهولة تشكيل الجماعات الافتراضية وتحقيق المشاركة وتبادل الخدمة أو الرأي أو الفكر بين الأعضاء
- سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى

¹ سعود صالح كاتب، مرجع سبق ذكره، ص 9-10.

² محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجا" ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك ، الدنمارك، 2012، ص 45.

³ مبارك زودة ، دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة، 2011- 2012، ص 115.

- استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية من خلال خدمة RSS و ATOM¹ وتأتي ضمن شبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من المواقع نذكر أبرزها موقعي فيس بوك و تويتر .

موقع فيسبوك

هي احد شبكات التواصل الاجتماعي ، التي رغم أن عمرها لا يزيد عن 10 سنوات إلا أن موقعها أصبح الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم ، تم إنشائه في فيفري 2004 من طرف مارك زوكربيرغ وقد كان في البداية متاح فقط للطلاب في جامعة هارفرد ثم فتح لكل طلبة الجامعات ثم الثانويات ولعدد محدود من الشركات حتى تم فتحه رسميا في 2007 للعام²، وبالرغم من أن إنشاء موقع الفيس بوك لم يمر عليه سوى سنوات قليلة إلا انه في غضون هذه السنوات أصبح لديه الملايين من المشتركين من مختلف الجنسيات.³

موقع تويتر

هو موقع تدوين مصغر من مواقع الشبكات الاجتماعية يسمح لمستخدميه بإرسال وقراءة لا تتجاوز 140 حرف ، وهذه التعليقات تعرف باسم التغريدات تم إنشائه في مارس 2006 من طرف الأمريكي جاك دورسي⁴ ، كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة OBVIOUS الأمريكية بعد ذلك تم إطلاقه رسميا في أكتوبر 2006، حيث بدأ الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 ففي افريل 2007 قامت شركة OBVIOUS بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم TWITTE وتشير الإحصائيات ان مدينة طوكيو اليابانية هي الأولى على مستوى العالم من حيث عدد مستخدمي تويتر ، كما تشير إحصائيات سنة 2008 أن مستخدمي الشبكة حول العالم وصل إلى 2 مليون مستخدم⁵ ، وكان لموقع تويتر دور كبير في العديد من

¹ محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين فيسبوك نموذجا ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية مدى، فلسطين، 2011، ص 20.

² سعود صالح كاتب ، مرجع سبق ذكره ، ص 11.

³ محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي ، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيس بوك ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2011 ، ص 114.

⁴ سعود صالح كاتب، مرجع سبق ذكره، ص 12.

⁵ مبارك زوده، مرجع سبق ذكره ، ص 138-139.

الأحداث في العالم كما حدث خلال الانتخابات الإيرانية عام 2009 حيث توالى التغريدات ليشهد العالم حجم الاحتجاجات الجماهيرية التي أعقبت الانتخابات وتفوقت التغريدات في اختصارها وسرعتها على وسائل الإعلام التقليدية التي واجهت العديد من الصعوبات في التغطية بفضل العراقيين التي وضعتها الحكومة والجيش أمامها¹.

2. المدونات

كلمة المدونة هي تعريب للكلمة اللاتينية BLOG وهي اختصار لـ "WEB BLOG" وترجمتها الحرفية هو سجل الشبكة وبإضافة ER إلى آخرها تتحول إلى فاعل BLOGER أي مدون² وتعتبر المدونة أحد أشكال المنظومة التفاعلية الإلكترونية الأكثر أهمية إذ يعتبر موقع شخصي على شبكة الانترنت يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى، أو هو عبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات "مداخلات أو معلومات" مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً يتحكم في عملية النشر مدير أو ناشر المدونة ويتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة ليتمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية. وتمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتياً تساعد الأفراد على التفاعل، من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات فضلاً عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية³. فقد ظهرت أشكال التدوين الأولى في فرنسا في مطلع 1989 في حدود شبكة اتصالية داخلية عرفت باسم المنيبال MINITEL، وهي تقنية اتصالية موصولة بالمعلوماتية تتيح لمستخدميها المحليين خدمات بريدية واقتصادية وثقافية محلية محدودة إذا ما تم قياسها بالخدمات التي توفرها الانترنت اليوم⁴.

ظهرت المدونات في منتصف التسعينات من القرن العشرين وبالتحديد في ديسمبر 1997 على يد جون بارغر JOHN BARGER وهو أول من صاغ هذا المصطلح إلا أن المدونات لم

¹ محمود الفطافطة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² محمد احمدين، مرجع سابق، ص 81.

³ انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر و الترجمة، جامعة بغداد، 2011، ص 30.

⁴ عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 138.

تنتشر على الانترنت إلا بعد عام سنة 1999 .حيث بدأت خدمات الاستضافة في السماح للمستفيدين بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبيا وذلك بعد أن طور BAYRA LABS برنامج خاص للتدوين وجعله متاحا مجانا لمستخدمي الانترنت ,مما أتاح لأي فرد إمكانية الدخول على موقع .COM .BLOGGER وينشأ مدونته الخاصة به في اقل من 10 دقائق وبتكلفة منخفضة جدا. ¹

وكما تصف الكاتبة"ميح هوريهان" عملية التدوين في مقال لها بعنوان "ماذا نفعل حين ندون"حيث تقول أن التدوين هو نشر معلومات تهمننا في أقسام مستقلة مؤرشفة تمكننا من ربطها بمصادر معلومات أخرى وبآراء أشخاص آخرين, وهذا يسمح لنا ببناء شبكة اجتماعية وصدقات.ومن جانب آخر فان التدوين ينطوي على بعض القواعد السلوكية المرتبطة بآداب الحوار والاختلاف في الرأي والتواصل سواء بالتعليقات أو غيرها من الوسائل. ² وطبقا لمعظم التقديرات الخاصة بتاريخ التدوين تعتبر أحداث 11 سبتمبر 2001 هي السبب الرئيسي وراء تحول الأفراد إلى ظاهرة التدوين على الانترنت ،حيث بدا دور هؤلاء المدونين يظهر بشكل كبير كوسائل إعلام مضادة لوسائل الإعلام الأمريكية الرسمية ، فالمدونة تعتبر مكان ملائم للتعبير السياسي بجانب كونها وسيلة لتداول الأخبار ونقلها بسرعة بناء على روايات حقيقية من شهود عيان بالصوت والصورة الحية ، في كثير من الأحيان مما جعلها منبر للمناقشات السياسية خاصة بالنسبة للأفراد الذين لا يجدون وسيلة فعلية للتعبير عن أنفسهم ومع جرأة المدونين ، وعدم وجود حدود لما يكتبونه وعدم وجود رقابة حقيقية على كلماتهم وبسبب انتشارهم في مناطق مختلفة وتنوع مرجعياتهم الفكرية والثقافية بدا الحديث عن التدوين كصحافة بديلة. ³

¹شريهان توفيق، شيرين كدواني، المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة ،المؤتمر العالمي الأول لقسم

الإعلام بعنوان "الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة" ،جامعة أسيوط، 1- 20 فيفري 2008، ص 3.

²هيثم ناصر، دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير، مركز حماية وحرية الصحفيين،الأردن،ص 13.

³شريهان توفيق، شيرين كدواني،مرجع سبق ذكره،ص 8-3.

3. المنتديات

هي عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الانترنت لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل نفسه في المنتدى¹، والاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الايميل وكلمة السر الخاصة به و يصبح بذلك عضوا مشتركا في هذه المجموعة أو المنتدى² ، وعرض مساهماته وآرائه على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها ثم إتاحة الفرصة لكل المشتركين لقراءة المساهمة فوراً والرد عليها سواء بالاتفاق أو الاختلاف أو حتى بالدفاع والهجوم ومن هنا ينشأ الحوار الديمقراطي بشفافية وبلا قيود³.

4. مواقع الويكي WIKIS

هي مواقع للتحرير الجماعي التشاركي يمكن لأي فرد م كتابة ونشر وتعديل مضامينها ومقالاتها عبر إضافة أشياء أخرى، فالويكي موقع نشط يمكن لأي زائر أن يغير صفحاته حسب مشيئته ويكتب ما يرغب فيه من معلومات وأخبار. ومن أشهر مواقع الويكي موقع ويكيبيديا⁴ وهو الشكل الأكثر وضوحا لمواقع الويكي ولأنه يسمح لأي شخص بالمشاركة أو التعديل فلم يعد بذلك الاتصال بالجمهور عموديا مقتصرًا على السلطة ولكن أيضا أفقيا لبعضهم البعض وهو السبب الأول لبروز صحافة المواطن⁵. واستطاعت ويكيبيديا التي أسسها JIMMY WALES أن تحقق نجاحا واسعا بعد 3 سنوات من إنشائها فالآلاف من أنحاء العالم يضيفون خبراتهم أصواتهم و ميولهم فيها، ويقدر مؤسسها عدد المشاركين بانتظام بحوالي 1000 مشارك منتظم وعشرات الآلاف من المشاركين غير المنتظمين كما أطلق موقع WIKI NEWS في 2004 من قبل ويكيبيديا وهو عبارة عن موقع لجمع الأخبار من قبل أفراد مشاركين ومتطوعين ،ومن أشهر مواقع الويكي أيضا موقع ويكيليكس WIKILEAKS الذي تم تأسيسه عام 2006 ، وهو أيضا

¹ عادل عبد الصادق ، الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغيير المجتمع والأدوات والتأثير ، مجلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، العدد 1، ديسمبر 2010، ص 18.

² سامي عبد الرؤوف عكيعة، مرجع سبق ذكره، ص 7.

³ عادل عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁴ إبراهيم بعزيز ، مواقع التواصل الاجتماعي والتحول السياسي في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

⁵ NADINE JURRAT , precedent reference , pp 8 .

يتيح للمستعملين إمكانية النشر والتعديل قبل أن يعتمد أسلوب النشر المركزي الذي تسيره هيئة التحرير وهو متخصص في التسريبات الأمنية والعسكرية بالخصوص وقد برز الموقع في نهاية يوليو 2010¹

5. اليوتيوب :

يعد موقع اليوتيوب أهم وأشهر موقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم ، تأسس الموقع بواسطة ثلاث موظفين من شركة PAY PAL وهم شاد هارلي و شان ستيف و جواد كريم فقد بدأت فكرة إنشائه سنة 2005 ، وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية له أما في أكتوبر 2006 كانت من أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1,55 مليار دولار ، والان يقدم الموقع خدماته كأحد الخدمات الفرعية للشركة ويقع مقرها في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا².

6. مواقع الانترنت الخاصة :

حيث أدى سهولة إنشاء موقع على شبكة الانترنت إلى اتجاه الأفراد والمنظمات أو الأحزاب السياسية أو منظمات المجتمع المدني إلى إنشاء مواقع خاصة بهم تعبر عن سيرهم الذاتية وتجاربهم الحياتية أو عن مواهبهم أو مواقفهم من قضايا معينة حيث رخص التكلفة وتعدد الوسائط الإعلامية³.

المبحث الرابع : واقع صحافة المواطن في الوطن العربي

عرفت صحافة المواطن بتطبيقاتها المختلفة مؤخرا حركة دؤوبة في العالم العربي ، وذلك نظرا إلى الاختناق الذي يعيشه الفرد إعلاميا وثقافيا وسياسيا ونظرا إلى انغلاق البيئة العربية في هذه المجالات وعدم فتحها المجال للأفراد للمشاركة فيما يحيط به بكل حرية، الأمر الذي جعلهم

¹ إبراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في الوطن العربي ، مرجع سبق ذكره، ص 86.

² مبارك زودة، مرجع سبق ذكره، ص 144-145.

³ عادل عبد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 19.

يقبلون على هذه التطبيقات كوسائل بديلة للوسائل التقليدية السائدة فأصبح الفرد العربي مواطنا صحفيا يستخدم ما أتيح له من هاتف محمول أو كاميرا أو جهاز حاسوب لينقل الحقائق والأحداث ولو بشكل صدفي، وتقديم خطاب إعلامي مغاير للخطاب الإعلامي السائد¹. ويقول عنها د. عبد الصبور فاضل عميد كلية الاعلام بجامعة الأزهر أن صحافة المواطن أحدثت انقلابا كبيرا في عالم الصحافة في العالم ككل، وعالمنا العربي بشكل خاص وغيرت مفاهيم العملية الاتصالية القائمة على المرسل والمستقبل، كما قضت على الحواجز والرقابة المفروضة على وسائل الاعلام.²

فقد جذبت صحافة المواطن الأنظار بشكل فعال بعد تفجيرها لعدد من القضايا التي أثارت الرأي العام وأرغمت بعض الحكومات العربية على اتخاذ قرارات ضد رغبتها. كما ساهمت في سقوط أنظمة أخرى كما حصل في تونس ومصر وليبيا³، بحيث كانت استفاقة الشباب العربي من خلال ممارسة التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر كشكل من أشكال الديمقراطية الرقمية، هذه المساحة من الحرية الفكرية وصفها بعض المفكرين بأنها وسيلة عصرية للديمقراطية المعرفية، كما أنها أداة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة دون أي قيود، خاصة في ظل الاحتكار المفروض على وسائل الإعلام من قبل أغلبية الحكومات والأنظمة العربية مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي المنبر الوحيد تقريبا للتعبير الحر والوسيلة الاتصالية الفريدة التي تسمح للجماهير بالتواصل بسهولة وتبادل المضامين والآراء و الأفكار وتعبئة الأفراد ونقل الواقع الذي يعيشونه في مجتمعاتهم، وبذلك ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التفاعلية التي تشكل أساس ما يعرف اليوم بصحافة المواطن في التحولات السياسية التي عاشتها معظم الدول العربية في مطلع سنة 2011⁴. حيث تشير إحصائيات 2014، وفي مقابلة " لجونثان لابين " مع وكالة "فرانس براس" ان عدد مستخدمي فيس بوك في العالم العربي يقدر ب 62

¹ إبراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

² مقابلة عبر شبكة الفيسبوك مع د. عبد الصبور فاضل، عميد كلية الاعلام جامعة الأزهر، مصر، 2014/4/8.

³ ماجد سالم ترaban، مرجع سبق ذكره، ص 37.

⁴ إبراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 83.

مليون شخص يستخدم نصفهم هذه الشبكة كل يوم خاصة عبر هواتفهم المحمولة مسجلا زيادة تقدر ب12 في المائة منذ منتصف 2013 خاصة بعد مساهمته في الحراك الشعبي في المنطقة تحت ما يسمى بالربيع العربي¹ ، إضافة إلى 73500000 مغرد في يناير 2011 بزيادة تقدر بنسبة 8 بالمائة عن 2009²، إضافة إلى العديد من المدونات الالكترونية العربية التي بلغ عددها سنة 2005 "490الف مدونة"³ ، باللغتين العربية والانجليزية وأحيانا بالفرنسية وتركز معظمها على السياسة ،الأدب والشعر وغيرها.

ومن الملاحظ أن كم كبير من هذه المدونات تحمل الطابع السياسي أو يتضمن جانب من الجانب السياسي. كما يؤكد تقرير المركز الدولي لحرية الصحافة ارتفاع عدد المدونات العربية في الأعوام القليلة الماضية بطريقة مثيرة⁴ ، ومن الأمثلة التي تعكس الدور العميق للمدونات السياسية في العالم العربي ما قامت به بعض هذه المدونات من فضح لبعض التجاوزات التي حدثت خلال الأعوام القليلة الماضية في بلدان عربية مختلفة منها كشف محاولة احد المرشحين البرلمانيين في دولة الكويت شراء أصوات الناخبين من خلال الاستشهاد بشهود عيان على هذه الواقعة ،وكذا تحول المدونات ساحة للتعبير عن توجهات بعض الجماعات المصرية المحظورة والمناهضة للسلطة الحاكمة، ورغم أن التدوين العربي جاء متأخرا على التدوين في العالم إلا أن هناك تجارب تدوينية تعد رائدة يأتي في مقدمتها حركة التدوين في مصر التي تعد رائدة عربيا حيث يعد المدونون المصريون من أكثر المدونين العرب نشاطا سواء على المستوى السياسي الاجتماعي، كما أنهم يحظون باحترام شعبي واضح ،وهو ما نتج عنه اعتقال الكثير منهم بسبب جراته في المعارضة وكشفهم لبعضهم الأمور المسكوت عنها رسميا⁵ ، فقد ساهم نشاط المدونين بشكل ملحوظ في تنظيم المظاهرات وحشد الجماهير وسقوط النظام في 14 جانفي 2011 ،مما

¹ <http://www.france24.com/ar/20140317> ,23-3-2014.

² Sadek rabah ,social net working platforms as a virtual public sphere in the arab world ,global media journal, vol2, spring 2012-2013 , p51 .

³ هيثم ناصر ، مرجع سبق ذكره، ص 11.

⁴ شريهان توفيق،شيرين كدواني، مرجع سبق ذكره ،ص 8.

⁵ شريهان توفيق ،شيرين كدواني ،مرجع سبق ذكره،ص 9-11.

جعل الحكومة المصرية تفرض رقابة صارمة على الانترنت وبالخصوص على المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية لتجنب تكرار السيناريو التونسي ،ولكن الأحداث كانت أسرع منها وحدث ما لم يكن مرغوب فيه ، وما بين أهمية المدونات كممارسة صحفية جديدة قيام منظمة "مراسلون بلا حدود" بمنح جائزة لأفضل مدون ، كما تقدم عديد المؤسسات الإعلامية والهيئات المختلفة اليوم جوائز للمدونين مثل المدون المصري وائل عباس صاحب مدونة "الوعي" الحاصل على جائزة عن مجمل أعماله لكشف الفساد خلال عامي 2005-2006 من المنظمة الافرو مصرية لحقوق الإنسان بالإضافة إلى فوزه بجائزة "نايت الدولية" للصحافة لعام 2007¹.

وفي مصر أيضا استغل بعض الناشطين السياسيين رواج موقع فيس بوك للتواصل وطرح ونشر أفكارهم ، ومنه بدأت الدعوة إلى مظاهرات 25 يناير الذي يوافق عيد الشرطة سابقا لان الرسالة حسب منظمتها موجهة خصيصا إلى وزارة الداخلية والأسلوب القمعي الذي تتبعه ضد المواطنين حيث قام المواطن المصري وائل غنيم وعبد الرحمان منصور بإنشاء صفحة بعنوان "كلنا خالد سعيد" وكان خالد سعيد قد قتل في الإسكندرية في يوليو 2010 بعد أن عذب حتى الموت على يد اثنين من مخبري الشرطة في سيدي جابر كما دعا الناشطان على الشبكة إلى مظاهرات يوم الغضب وكان لموقع فيسبوك دور كبير في التنسيق مع الشباب لتفجير الأحداث ففي تصريح لغنيم في حديثه مع الإعلامية "منى الشاذلي" برنامج العاشرة مساء قال أن "المظاهرات بدأت من شباب شاهدوا الصفحة ثم تحولت إلى ثورة"² ، بفضل هذا كله تمكن الموقع الاجتماعي فيس بوك من أن ينشأ سمعة طيبة له جعلت احد المواطنين المصريين الذي أنجب طفلة خلال الأحداث في مصر بتسميتها ب فيسبوك تيمنا بالثورة ولكون الموقع احد الأدوات الأساسية لتحريكها³ ، وبعيد عن ما يسمى اعلاميا بالربيع العربي ، فقد كانت الوفاة المفاجأة لحفيد الرئيس مبارك وتشديد الرئيس على عدم نشر إعلانات التعازي في الصحف دفع

¹ إبراهيم بعزیز، مواقع التواصل الاجتماعي والتحول السياسي في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

² صفوت العالم ، دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي مصر نموذجا ، مركز الجزيرة للدراسات، 14-3-2013، ص 6-7.

³ محمود الفطاطة، مرجع سبق ذكره، ص 146.

مواقع الانترنت إلى تغطية الحدث حيث ظهرت في حينها 100 مجموعة على الفيسبوك تبارت جميعها في نقل خبر الوفاة ومتابعته من طرف وسائل الإعلام أما على موقع يوتيوب فقد قام مستخدمو الانترنت بتحميل العديد من مقاطع الفيديو التي تظهر تشييع جنازة الفقيد وبلغ عدد مشاهدي مقطع فيديو بعنوان "تشيع جنازة حفيد مبارك" نحو 60 ألف شخص في اقل من 24 ساعة.¹

وفي احد أفلام الفيديو الأخرى نشاهد ضابط شرطة يضرب بتكرار احد المشتبه بهم على وجهه بينما يرفع الرجل يديه لحماية نفسه ثم يسقط على الأرض ، وفي فيلم آخر نرى امرأة محتجزة معلقة رأسا على عقب وقد ربطت قدميها ويديها إلى قضيب وهي تبكي وتصرخ وفي فيلم آخر نرى رجال الشرطة يجمعون متظاهرين في الشارع ويضربونهم بعصي ويسوقونهم ويكدسونهم كقطيع من الماشية في عربة فكل هذه الأفلام وغيرها لم تعرض مطلقا على شاشة أي محطة تلفزيونية في مصر، وبدلا من ذلك عرضها المدون وائل عباس على موقعه الالكتروني "مصر ديجيتال" وكان لها دور كبير في الأحداث السياسية في مصر بعد ذلك. فقد حكم على ضابطي شرطة بثلاث سنوات سجن في نوفمبر 2007 لظهورهما في احد الأفلام وقيامهما بتعذيب سائق سيارة شحن صغيرة في القاهرة ، فأفلام الفيديو هذه وكما يقول عنها باتريك باتلر في مقال له بالمجلة الالكترونية يواس إيه "قد تكون أفلام الفيديو غير واضحة وغير متقنة الصنع ولكنها تبقى واضحة بما يكفي لإدخال الرعب في النفوس"².

وفي البحرين فتحت منصات الشبكات النقاش والحوار وفتحت النار على عدة تيارات في البلاد لم تحدث في وسائل الإعلام التقليدية في البلاد ، وقد تعرض العديد من المدونين ومستخدمي الشبكات الاستجواب والترهيب وقضى العديد من المدونين أسابيع في السجن لانتقاده للحكومة ، وفي المغرب أيضا حكمت المحكمة على ناشط وصاحب مقهى انترنت لتداوله معلومات حول القمع الوحشي للاحتجاجات الطلابية في ديسمبر 2009 بالسجن ، وحكم على

¹ شريف درويش اللبان ، مرجع سبق ذكره ، ص 29.

² باتريك باتلر ، مرجع سابق، ص 4-5.

آخر لخلقه محاكاة ساخرة على الفيسبوك عن شخص الأمير رشيد مولاي بثلاث سنوات سجن وحصل على عفو ملكي بعد 43 يوم من السجن.

أما في فلسطين فقد أتاحت هذه الشبكات للفلسطينيين المحرومين من الموارد والأدوات الاتصالية والإعلامية الفعالة لنقل النسخة الخاصة من القصة او القضية الفلسطينية، وحشد عدد كبير من الناس حول قضيتهم، وشنت بعد ذلك إسرائيل عملية عسكرية ضد الفلسطيني "حمزة أبو عابد" لإنشائه مجموعة فيسبوكية بعنوان "دعونا نجمع التواقيع لدعم الفلسطيني في غزة"¹، كما شهد موقع فيسبوك إنشاء العديد من الصفحات الالكترونية المختصة في نشر المعلومات والوثائق الخاصة بالقضية أهمها معا ضد الاستيطان ،معا لنصرة فلسطين ، الشعب يريد إنهاء الانقسام، إضافة إلى العديد من الصفحات والمدونات المماثلة².

وفي لبنان استجاب حوالي مليون شخص إلى رسالة نصية تدعوهم عبر هواتفهم الخلوية في 2005 إلى التجمع لمطالبة سوريا بإنهاء احتلالها العسكري للبنان وبنفس الطريقة استخدمت النساء في الكويت خدمة الرسائل النصية القصيرة لتنظيم اجتماعات حاشدة وناجحة طالبن فيها بحق التصويت والترشح للانتخابات³.

وفي السعودية أظهرت دراسة حديثة سلطت الضوء على ارتباط السعوديين بالانترنت أن الفرد السعودي يقضي حوالي 8 ساعات يوميا متصلا بالانترنت بتعداد يقدر ب 14 مليون مستخدم للانترنت 66 في المائة منهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، 7 ملايين مشترك في الفيس بوك، 5 ملايين مغرد على تويتر ويشاهد 290 ألف فيديو يوميا على اليوتيوب⁴.

المبحث الخامس : واقع صحافة المواطن في الجزائر

تشهد الجزائر وكغيرها من الدول العربية حركة دعوية لمستخدمي الانترنت الذين تزايد عددهم خلال السنوات الأخيرة ، ما ضاعف عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التي

¹ Sadek rabah ,precedent refernce ,p 54 .

² تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2011، ص 37.

³ باتريك باتلر، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁴ تقرير خيرة بلعون، ارتباط المواطن السعودي بالانترنت، نشرة أخبار قناة mbc 2، 2014-3-2، الجمعة على الساعة 19:15.

يعتبر تويتر وفيس بوك على قائمة أكثر المواقع الاجتماعية استخداما في الجزائر هذا الانتشار شكل أرضية خصبة لرواد صحافة المواطن في الجزائر خاصة بعد التراجع الذي يعرفه الإعلام التقليدي، حيث جاء الإعلام في الجزائر في المرتبة 125 عالميا وفق للتصنيف السنوي لحرية الصحافة الذي تقوم بالإشراف عليه منظمة مراسلون بلا حدود¹.

و قدر عدد مستخدمي تويتر النشطين في الجزائر في الفترة ما بين 1 جانفي و 30 مارس 2011 ب 13,235 بنسبة انتشار 0,04 بالمائة حيث تقدر رسائل تويت اليومية ب 2800 تغريده ، وعدد مستخدمي الفيس بوك ب 1,947,900 مستخدم². ليصل عدد مستخدمي هذا الأخير في نهاية ديسمبر 2012 إلى أكثر من 4 ملايين و 23 ألف 940 مشترك حسب موقع سوشيال باكرز المتخصص في متابعة الشبكات الاجتماعية عبر العالم، ويعد بذلك موقع فيسبوك أهم واجهة لما يسمى بصحافة المواطن في الجزائر في غياب ثقافة التدوين او نقصها مقارنة بحركة التدوين في العالم والوطن العربي ، وأصبح الموقع فضاء المواطن البسيط لنشر كل ما يدور حوله من أحداث محلية ووطنية على مدار اليوم بلغة سهلة وبسيطة ،بداية من أحداث السكر والزيت في 2011، والتي استعمل خلالها الفيس بوك لأول مرة في تغطية ما حدث عبر الفيديوهات وشهادات في عدة ولايات .ثم كارثة فيضانات البيض التي أصبحت الشبكة مصدر المعلومات لوسائل الإعلام وصولا إلى أحداث تيقنتورين فأصبح المواطن الجزائري صحفيا ومصدرا ،تعتمده مختلف القنوات الإعلامية بسبب حداثة الأخبار وسرعته في الوصول إلى المعلومات وتدعيمها بالصور والفيديو، فهو يصل إلى اكبر عدد من الناس الذين لا يملكون وقت لقراءة الصحف والتلفزيون ،على الرغم من غياب المهنية فيه وعدم الالتزام بالضوابط الأخلاقية مما يشكك في مصداقيته خاصة بعد اتضاح عدم صدق كثير من الأخبار التي تنشر ويتم تداولها بين مستخدمي الانترنت وغيرهم.

¹مراسلون بلا حدود لحرية الإعلام، التصنيف العالمي 2013 خيبات أمل واستقرار بعد الربيع العربي ، فرنسا، 2013، ص 11.

² تقرير الإعلام الاجتماعي العربي ، كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2011، ص 29.

وعن العلاقة بين صحافة المواطن أو الإعلام الاجتماعي كما يسميها البعض في الجزائر يرى الأستاذ الطيب بركاني أستاذ في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر أن موقع فيسبوك فرض نفسه كمنافس قوي للإعلام التقليدي لما في هذا الأخير من إشكاليات تتعلق بمدى الالتزام بضوابط وأخلاقيات مهنة الصحافة ، وما كان عليها سوى أن تقبل هذا الإعلام الاجتماعي الجديد وتتعايش معه وتتبناه واليوم لا يمكن أن نتجاهل الدور الذي يلعبه في سربوك في نشر الأخبار وتبادل المعلومات باختلاف مجالاتها متجاوزا الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام¹.

ويرى "أبيك عبد المالك" أن صحافة المواطن تعد أحد أهم المنتجات الجديدة في الأوساط الجزائرية حيث تعرف راجا كبيرا لدى المستخدمين وتحظى بشعبية كبيرة لديهم ، يتناقلون فيما بينه الأخبار والمعلومات والحقائق، فقد لاحظنا اهتمام متزايد من الناس سوء في التلقي او في الإرسال وأصبح الناس يقبلون على صحافة المواطن ولا يصدقون كل ما يأتي من الصحافة التقليدية أو لا يأخذون ما يأتي منها بالجدية الكافية ، وبالتالي فإن صحافة المواطن أنهت احتكار الصحافة التقليدية للأخبار والسبق الصحفي ، وأصبح المواطن العادي يسبق الصحفي التقليدي في نقل الأحداث خاصة في الأمور التي لا تريد الدولة أن توصلها للجمهور حسب رأيه².

و يرجع رزاق بعره سبب بروز صحافة المواطن في الجزائر إلى تراجع مصداقية الإعلام التقليدي والأسباب ، فلجا بذلك المواطن العادي للصحافة القريبة منه .. لأنه وجد فيها سرعة اكبر في نشر أخبار هو صدقها، لأنه يتابعها ويتابع نشرها بنفسه³.

ويضيف بشير منصر "مواطن صحفي" انه يلجا إلى ممارسة صحافة المواطن لأنها نابعة من روح المواطنة التي تهتم بشؤون المواطن وما يهمه قبل أي اعتبار وهذا ما لا يحدث في وسائل الإعلام الأخرى فلكل وسيلة خط سير يلزم الصحفي بتتبعه، فقد لا ينقل دائما ما يطمح

¹ أمال ح، عبد الحق ب، الفيسبوك يجعل من الجزائريين صحفيين أحرار ،

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/159353.htm> ، 3 افريل 2014.

² مقابلة مع ابيك عبد المالك، صحفي مواطن وعضو في اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين، ورقلة، 27/03/2014.

³ مقابلة مع لخضر رزاق بعرة، رجل أعمال وعضو سابق في المجلس الولائي ، الوادي ، 12 جانفي 2014 .

إليه المواطن ولا توصل انشغالاته الحقيقية للجهات المعنية دون لبس أو تغيير، فمع ما يتيح الفيسبوك اليوم من تفاعل وسهولة إيصال ووصول المعلومة أصبح من الطبيعي بل من الضروري أن ينشر الفرد كل ما يراه مهما.¹

¹ مقابلة مع بشير منصر، مواطن صحفي ينشط في صفحة أخبار شوف سوف الفيسبوكية، الوادي ، 29 ديسمبر 2013.

الفصل الثالث : أزمة البطالة في الجنوب

المبحث الأول :مدخل مفاهيمي للازمات

المطلب الأول :تعريف الأزمة

لكلمة الأزمة جذور قديمة، حيث تعود أصول استخدام هذه الكلمة للطب الإغريقي، وكانت دلالتها أن ذاك تستخدم للإشارة إلى وجود نقطة تحول مهمة ووجود لحظة مصيرية في تطور مرض ما ويترتب على هذه النقطة المفصلية إما شفاء المريض في مدة قصيرة أو موته.¹ أما كلمة أزمة "crisis" فتعود إلى الكلمة اللاتينية "krinein" ومعناها "ان تقرر" to decide لذلك فان الأزمة تعني لحظة قرار decisive moment أي وقت صعوبة أو شدة تهدد تاريخ الشخص أو المنظمة²، ويعتبر مفهوم الأزمة من أصعب المفاهيم ضبطاً فهو يختلف من مجال إلى آخر وحسب نوع الأزمة والمنظمة وغيرها. وعلى الرغم من تعدد المؤلفات حول الحوادث التاريخية للازمات المختلفة التي صادفت البشرية خلال القرون الماضية إلا أن الإسهام النظري العلمي من أجل تأسيس نظرية متكاملة لعلم إدارة الأزمة مازال محدوداً حتى اليوم، وتكمن صعوبتها في شمولية طبيعتها واتساع نطاق استعمالها لتشمل مختلف صور العلاقات الإنسانية في كافة مجالات التعامل وعلى تعدد مستوياتها³، بدءاً بالأزمات التي تواجه الفرد مروراً بالأزمات التي تمر بها الحكومات والمؤسسات انتهاءً بالأزمات الدولية⁴، وسوف نقوم فيما يلي بعرض أهم التعريفات التي وضعها الباحثون للازمة.

¹ عبد السلام جمعة زاغود، إدارة الأزمات الدولية في ظل النظام العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 20.

² حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 49.

³ ماجد عبد المهدي المساعدة، إدارة الأزمات المداخل المفاهيم العملية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 19.

⁴ إسماعيل عبد الفاتح عبد الكافي، الأزمات والإعلام والعلاقات العامة، مركز الإسكندرية للكتاب، الأزراطة، 2012، ص 15.

فتعتبر الأزمة عن موقف وحالة وعملية وقضية يواجهها متخذ القرار في احد الكيانات الإدارية تتلاحق فيها الأحداث بالحوادث ، وتتداخل وتتشابك معها الأسباب بالنتائج وتختلط الأمور وتعلق ويفقد معها متخذ القرار قدرته على الرؤية عند اصطدامه بها للوهلة الأولى وعند محاولته السيطرة عليها وعلى اتجاهاتها المستقبلية¹.

ويعرف قاموس " وندام " الأزمة على أنها "ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول تحدد في ضوءها أحداث المستقبل التي تؤدي إلى تغيير كبير"²

والأزمة في المنظور الاجتماعي كما يرى احمد بدوي " تتطلب توقف الأحداث المنتظمة والمتوقعة واضطراب العادات والعرف مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة"³

أما في المنظور الإعلامي نجد أن الأزمة هي موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين و السياسيين والنقابيين والتشريعيين ،⁴ حيث يرى michael bland أن الجانب الإعلامي من أكثر الجوانب المؤثرة في الأزمة حيث عرف الأزمة على أنها حدث خطير يؤثر على سلامة الإنسان وسمعة المنتج والشركة والذي قد يكون ناشئا عن أو متأثرا بالمعالجة الإعلامية والنشر السيئ لهذا الحدث أي أن الأزمة في ابط تعريف لها ، هي ذلك النشر السيئ وغير المتوقع فعادة ما تكون المعالجة الإعلامية هي السبب وراء انهيار الشركة وليس الضرر الناجم عن الأزمة ذاتها وان الحدث الصغير أو المشكلة الصغيرة قد تتحول إلى أزمة كبيرة بسبب المعالجة الإعلامية⁵.

¹ ماجد عبد المهدي المساعدة، مرجع سبق ذكره، ص 19.

² إسماعيل عبد الفاتح عبد الكافي، مرجع سبق ذكره ، ص 16-17.

³ حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 49

⁴ مرجع نفسه، ص 49.

⁵ قدري علي عبد المجيد ، اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات ، دار الجامعة الجديدة ،الازرابطه ، 2008 ، ص 66.

الأزمة تعني وصول عناصر الصراع في علاقة ما إلى مرحلة تهدد بحدوث تحول جذري في هذه العلاقة كالتحول من السلم إلى الحرب أو تفكك التحالفات أو تصدع العلاقات في المنظمات الدولية، وهي نقطة تحول إلى الأفضل أو السوء.¹

المطلب الثاني : سمات الأزمة

تتميز الأزمة وان اختلفت تعريفها بعدة سمات أساسية نذكر منها :

- إن إدارة الأزمة تتطلب فرق عمل مدربة ومؤهلة وغرف عمليات وبرنامج للاتصال بال جماهير داخليا وخارجيا ونمط قيادة سريعة التصرف .
- ضرورة وجود برنامج مخطط بشكل جيد يتم تنفيذه وقت حدوث الأزمة.
- تحضير المنظمة داخليا للتعامل مع الشائعات والمعلومات المضللة أو المفاهيم والمعلومات الخاطئة.
- إن برنامج إدارة الأزمة ليس مجرد مجموعة من التصرفات الميكانيكية أو إجراءات وقواعد أو جهود عقلية بل هو مجموعة خطوات وعمليات ذهنية مدروسة لتقدير الأزمة وحجمها الحقيقي².
- الأزمة حدث يشكل نقطة تحول مهمة للمنظمة .
- تتطلب ابتكار أساليب وأنشطة سريعة تواكب الظروف الجديدة.
- تستلزم اتخاذ قرارات حاسمة
- تستدعي تغطية واسعة وسلبية عن المنظمة من وسائل الإعلام

¹ عبد العزيز بن صالح بن سلمه ، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات دراسة مسحية على العاملين في مديرية الدفاع المدني ووزارة الثقافة والإعلام في مدينة الرياض، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص 29، 30.

² هاشم فوزي دباس العبادي، عمار عبد الأمير زوين، معرفة مدى دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات دراسة تطبيقية في شركة بغداد للمنتجات الغذائية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4، 2006، ص 66.

- تجعل الموقف ينعكس سلبا على قطاع أو أكثر من جماهير المنظمة.¹

وأورد جبر عدة سماه لازمة منها :

- الإدراك بأنها نقطة تحول تتطلب قرارات سريعة .
 - تهدد أهداف وقيم الأطراف المشاركة بها.
 - فقدان السيطرة أو ضعف السيطرة على الأحداث.
 - تتميز بضغط عامل الوقت والشعور بالضبابية والاضطراب مما يولد القلق
- وأضاف عليوة سمة المفاجأة، ونقص المعلومات والتعدد والتشابه في الأمور ،² وقد تكون الأزمة متوقعة وغير مفاجئة فمن الممكن أن تكون المفاجأة في المكان أو لم يتوقع حجم آثاره أو توقيته إضافة إلى أن مواجهتها تستوجب خروجاً عن الأنماط التنظيمية المألوفة واستخدام وسائل غير عادية بل الاستعانة بقوى خارجية في بعض الأحيان من أجل المساعدة في حل الأزمة.³

المطلب الثالث : الفرق بين الأزمة والمفاهيم المشابهة

المشكلة : يشير قاموس webster إلى أن المشكلة هي "حالة صعبة تحتاج حلاً" ، كذلك فإن المشكلة حالة تتعدّد فيها عوامل متشابهة تنصف بالغموض ويحتاج حلها إلى معرفة أسبابها وتحليل عناصرها وظروفها ، وهي تعني أيضاً عوائق وصعوبات تحول دون الوصول للهدف المأمول. وتعرف أيضاً على أنها عائق أو مانع يحول بين الفرد والهدف الذي يسعى إلى تحقيقه⁴. ويؤدي تراكم العديد من المشكلات إلى ظهور أزمات إذا تكرر حدوثها أو إذا استمرت لفترة طويلة الأجل أو إذا استمرت لفترة طويلة بدون حل ،⁵ ومن هنا يصح القول أن كل أزمة منشؤها مشكلة في حين انه ليس بالضرورة أن تنتهي كل مشكلة بأزمة إذ قد يمكن حل المشكلة

¹ حسن عماد مكاوي ، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ،2012، ص 99.

³ ماجد عبد المهدي المساعدة ،مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁴ قدرى علي عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص 76.

⁵ حسن عماد مكاوي ،مرجع سبق ذكره، ص 53.

تقاضيا أو تراضيا فمصطلح الأزمة يطلق على المشكلات الحادة التي يشعر الكيان بمجمله اتجاهها بالانفعال الشديد والضغط الشديد وانه في حال استمرارها تشكل خطرا على حياته وأمنه واستقراره ولأهدافه الأساسية في الحياة، من هنا يفرق الباحثون بين الأزمة والمشكلة على أساس معيار الزمن حيث يميزون بينهما على أن الأزمة عبارة عن حالة أو موقف أو ظرف لا يستطيع الكيان تحمله لأكثر من ثلاث أيام ، أما المشكلة هي الحالة التي يمكن للكيان تحملها لأكثر من ثلاث أيام¹.

القضية : عبارة عن موضوع جدلي يتسع للاختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة وتظهر القضية نتيجة تطور خلافات حول مسألة ما وتنطوي على آراء متعارضة وتتشابه القضية مع الأزمة في أن كلاهما ينطوي على تهديد للمنظمة بشكل ما ، غير أن الاختلاف بينهما يكون في المدى الزمني حيث تأتي الأزمة عادة على غير توقع وتدفع المنظمة إلى الاستعجال في اتخاذ القرارات، ويتم ذلك غالبا في إطار نقص المعلومات وعدم اليقين بينما في حالة القضية يوجد كثير من الوقت لتحليل المعلومات ووضع البرامج المناسبة للعلاج لذلك يمكن اعتبار الأزمة قضية عاجلة².

الكارثة : عبارة عن حدث مفاجئ غالبا ما يكون بفعل الطبيعة يهدد المصالح القومية للبلاد³، ويسبب تدميرا شاسعا وأضرار كبيرة وسوء حظ عظيم وكلمة كارثة مشتقة من اللغة اللاتينية ومكونة من قطعتين dic وتعني القوة السلبية ustrum وتعني حرفيا سوء الطالع، وتختلف الكارثة عن الأزمة في أن الكارثة تنطوي على دمار واسع وضحايا أبرياء ، ولا يشترط وجودها في الأزمة ، كما أن الكارثة تستدعي اهتمام واسع من الرأي العام والحكومة هذا ما يثير التعاطف مع الضحايا ، لتقديم المساعدات لهم.عكس الأزمة التي يكون اهتمام وسائل الإعلام

¹ عبد السلام جمعة زاغود، مرجع سريق ذكره، ص 28، 29.

² حسن عماد مكاوي، مرجع سريق ذكره، ص 53، 54.

³ عبد السلام جمعة زاغود، مرجع سريق ذكره، ص 31.

بها سلبيا، إضافة إلى أن الكارثة تقع بشكل مفاجئ ويستحيل التنبؤ بها ، بينما الأزمة تحدث نتيجة تراكمات من الأخطاء والمشاكل حتى تصل إلى درجة الانفجار.¹

و يتضح لنا مما سبق أن الأزمة اعم ، واشمل من الكارثة فعندما نقول أزمة فهي تعني كافة الأزمات الصغيرة والكبيرة المحلية أو الإقليمية الدولية أو حتى الأسرية، ولا تعني بالضرورة كارثة أما الكارثة فان مدلولها يكاد ينحصر في الحوادث ذات الدمار الشامل والخسائر الكبيرة في الأرواح والممتلكات.²

المطلب الرابع : مفاهيم مرتبطة بالأزمة

1- إدارة الأزمات : هو علم وفن في أن واحد ، هي علم بمعنى أنها منهج له أصول وقواعده وهي فن بمعنى إن ممارستها أصبحت تعتمد على مجموعة من المهارات والقدرات فضلا عن الابتكار والإبداع ،³ ونعني بإدارة الأزمة هو كيفية التغلب على الأزمة بالأساليب العلمية والإدارية المختلفة ومحاولة تجنب سلبياتها و الاستفادة من ايجابياتها ، كما أنها تعرف على أنها تجميع الطاقات المتاحة داخلية وخارجية وتعبئتها وتوجيهها للخروج من مصيبة أو شدة تقع سواء كان للإنسان دخل في حدوثها أو لا دخل له فيها ، كالحوادث القدرية ويكون دور الإنسان في الأحداث القدرية بالتخفيف من أثارها، وتجنب مناطقها أن أمكن، فكما يعرفها "محمد فتحي" في كتابه "فن إدارة الأزمات" بأنها العملية الإدارية المستمرة التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة عن طريق الاستشعار ورصد المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية المولدة للأزمة وتعبئة الموارد والإمكانات المتاحة لمنع حدوث الأزمة أو الإعداد للتعامل معها بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفاعلية ، وبما يحقق اقل قدر ممكن من الأضرار للجميع ، و ضمان العودة للأوضاع

¹ حسن عماد مكايي، مرجع سبق ذكره، ص 54-55.

² سحيمي محمد القحطاني ، دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في الدفاع المدني، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الإدارية ،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 1424، ص 71.

³ أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 10.

الطبيعية في أسرع وقت وبأقل تكلفة ممكنه ، وكذلك دراسة أسباب الأزمة لاستخلاص النتائج لمنع حدوثها أو تحسين طرق التعامل معها مستقبلا مع محاولة تعظيم الفائدة الناتجة عنها

إلى أقصى درجة ممكنة،¹ فهي تتعامل مع الأزمات من خلال التخطيط للحالات التي يمكن تجنبها وإجراء التحضيرات للآزمات التي يمكن التنبؤ بحدوثها في إطار نظام يطبق مع هذه الحالات الطارئة عند حدوثها بغرض التحكم في النتائج أو الحد من أثارها التدميرية.²

و تستخدم في إدارة الأزمة وسائل الاتصال المتعددة للتعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي بصورة أنية وسريعة صادقة وشفافة ، بهدف توضيح كيفية استجابة المنظمة للآزمة وتعاملها معها وذلك حتى في حال وقوع المنظمة في الخطأ.³

ويمكن تلخيص أهداف إدارة الأزمة في عدة نقاط تهدف إلى تحقيقها نذكر منها :

- توفير القدرة العملية على استقراء وتنبؤ مصادر التهديد الواقعة والمحتملة والاستغلال الأمثل لموارد والإمكانات المتاحة للحد من أثار الأزمة.
- تحديد دور كل من الأجهزة المعنية لتنظيم وإدارة الأزمة وقت الأمان ووقت الأزمة والعمل على عدم تكرارها وكذلك إنشاء مركز قيادة عمليات الطوارئ.
- توفير القدرات العملية والإمكانات المادية للاستعداد والمواجهة سرعة إعادة التعمير بأقل تكلفة ممكنة.⁴

¹ علي بن لههول الرويلي، تنمية المهارات الإستراتيجية للقائد، الحلقة العلمية الخاصة بمنسوبي المديرية العامة لحرس الحدود إدارة الأزمات الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2-5 إلى 1-6-2011، ص 22، 23.

² صبحي رشيد اليازجي، إدارة الأزمات من وحي القرآن دراسة موضوعية، مجلة الجامعة الإسلامية "سلسلة الدراسات الإسلامية"، العدد 2، غزة، يونيو 2011، ص 311.

³ احمد فاروق رضوان، إدارة اتصالات الأزمة من خلال الموقع الإلكتروني للمنظمة دراسة على أزمة استدعاء السيارات لشركة "تويوتا" خلال عام 2012، مؤتمر "الإعلام وإدارة الأزمات"، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 1-19 ديسمبر 2012، ص 6.

⁴ هاشم فوزي دباس العبادي، عمار عبد الأمير زوين، مرجع سبق ذكره، ص 66.

2- اتصال الأزمة: يقصد باتصالات الأزمة والاتصال أثناء الأزمة تلك الجهود الرامية إلى بث ونقل ونشر وقائع وأحداث الأزمة إلى الجماهير بهدف تهدئة حالة الاضطراب أو الهلع التي تجتاح الجميع أثناء الأزمة وذلك من خلال طرح الحقائق والمعلومات الخاصة بأسباب الأزمة ودوافعها والإجراءات التي قامت بها المنظمة في هذا الصدد،¹ إن نجاح إعلام الأزمة لا يتوقف فقط على التخطيط والتنظيم والتنفيذ بل يتوقف أيضا على كيفية استقبال الجمهور لهذا الإعلام.²

المطلب الخامس: أبعاد الأزمة

1. **بعد المفاجأة:** حيث أن الأزمة تنشأ وتتفجر في وقت مفاجئ غير متوقع بدقة وفي مكان مفاجئ أيضا .

2. **بعد الرعب:** الناجم عن التهديد الخطير للمصالح والأهداف والجوهرية الخاصة بالكيان الإداري الحالية والمستقبلية ، ومما يترتب على ذلك من هلع وخوف وتوتر وقلق يفتح الباب لمزيد من الهواجس والشكوك والاحتمالات المتعارضة على نطاق واسع نتيجة اتساع نطاق المجهول، وتساعد أحداث الأزمة.

3. **بعد الزمن:** الناجم عن الوقت المحدود المتاح ، أمام مديري الأزمة وصناع القرار لاتخاذ قرار سريع وصائب لا يتضمن أي أخطاء إذ لن يكون هناك وقت أو مجال للتأخير أو لإصلاح الخطأ لاستمرار الوضع في التقادم وتشوب أزمات جديدة اشد وأصعب من الأولى، قد تقضي على الكيان ولا تبقي على أي أعمدة أو قواعد تكفل له الاستمرار والتجديد من جديد .³

المطلب السادس: أنواع الأزمات

بشكل عام نستطيع أن نحدد نوعين من الأزمات :

¹ احمد فاروق رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 5.

² أديب خضور، مرجع سبق ذكره، ص 58.

³ عبد السلام جمعة زاغود، مرجع سبق ذكره، ص 27.

الأزمات المفاجئة : وهذا النوع من الأزمات يحدث فجأة دون سابق إنذار مثل انفجار مفاعل نووي أو بركان أو دولة لحدودها مع دولة أخرى أو قطع الإمداد من دولة لدولة مثلما حدث في قطع الغاز الروسي عن أوكرانيا وأوروبا عبر أوكرانيا ، ومثل انفجار خط الغاز المصري إلى الأردن وكثيرا من الأحداث التي تحدث فجأة فتسبب أزمة على الطعام أو الشراب أو المياه أو الفعل بسبب الاضطرابات والاعتصام أو الاحتجاجات ، وما ينتج عن ذلك من توقف الإمداد عن الجماهير مما يخلق طوابير على السلعة أو يخلق أزمة على الحدود بين دولتين ، وهنا يكون الحل بحاجة إلى دراسة الحالة ، وأسبابها المفاجئة وكيفية اتخاذ قرار متوازن بدون انفعال أو ضياع للوقت والجهد والمال ويشترك الجمهور عبر تكوينه رأي عام عبر وسائل الإعلام وعبر المؤتمرات وعبر اللقاءات لحل مثل هذه الأزمة.

الأزمات المتراكمة : وهي الأزمات المتوقع حدوثها مستقبلا في ضوء الواقع الحالي حيث ان عملية تشكيلها ونفاعلها ونضوجها قد تأخذ وقتا طويلا قبل انفجارها فهي مواقف ومشاكل تتطور تدريجيا مع مرور الزمن حتى تصل إلى مرحلة الأزمة مثلا عندما يكون العجز في موازنة دولة مستمرا لسنوات والإنفاق يزيد ويزيد والإيرادات فلا شك أن ذلك سوف يؤدي إلى انفجار وتآزم يوما ما بحيث تعجز الدولة عن سداد التزاماتها مما يربك السوق المحلي وحاجات الناس والقدرة الشرائية ومستوى المعيشة والفقر والبطالة ، فعلاج هذه الأزمة يحتاج إلى وقت طويل جدا والى تدخل الرأي العام الصائب للجماهير وللعلماء والمفكرين لإبداء الرأي، ويتكون عادة رأي عام لدى الجماهير قد يساعدنا على حل الأزمة وقد يحدث العكس وتثير تدمر واسع ورغبة ملحة لدى الجماهير لحلها، وقد تحدث عندها مظاهرات أو اعتراضات لدى الناس وكانوا يرغبون في حل سريع للازمة ولكن كونها متراكمة فتحتاج إلى تدخلات أقوى من أسباب الأزمة نفسها.¹

ويمكن تصنيف الأزمات وفق عدة معايير أخرى نذكر منها :

¹خالد أبو سمرة، محمد عبد حسين، عبد المالك محمد، سيكولوجية الرأي العام المفهوم النشأة و التكوين الأهمية والتأثير طرق وأساليب القياس، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 80، 81.

1- وفق لمعدل تكرارها : وهو يعد من أهم المعايير المستخدمة للتفرقة بين الأنواع المختلفة

للأزمات وفي تشخيصها أيضا ، فإذا كانت هذه الأزمات تحدث بشكل دوري بالتالي يمكن رصدها والوقاية منها بمعالجة بواعثها أو زيادة قوة الجهاز الوقائي للكيان الذي أصيب بها سواء كان دولة أو مؤسسه أو فردا من الأفراد، وعلى هذا الأساس نميز بين نوعين من الأزمات :

• الأزمة الدورية : هي أزمات تعصف بالكيان بصورة دورية وتحدث غالبا نتيجة أسباب

خارجية تختلف هذه الأزمات من حيث الأسباب وقوة التأثير وحجم الاتساع ووسائل الإدارة والعلاج ويتباين النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقوانين السائدة في المجتمع . فهذا النوع يرتبط في أسباب حدوثه وفي حجم اتساعه وتأثيره، وفي طرق ووسائل معالجته بطبيعة الأزمات الدورية و يتطلب جهودا ذات طبيعة خاصة و استيعابا شاملا وكاملا لجميع جوانبها كما يجب أن يتم التعاطي مع هذه الأزمة في إطار نظرة إستراتيجية مستقبلية لجميع مراحلها .

• الأزمة غير الدورية : وهي على خلاف الدورية فهي أزمات عشوائية الحدوث وغير

متكررة ولا يرتبط حدوثها بأسباب دورية متكررة مثل الأزمات المرتبطة بالدورة الاقتصادية أو الزراعية أو النشاط الدراسي ،ومن ثم لا يسهل توقعها وهو يتطلب من الإدارة استخدام نظام فاعل لتوقع الأزمات وذلك لكي تكون نتائجها عند حدوثها غير عنيفة وغير مدمرة وتحدث الأزمات غير الدورية بدون إنذارات واضحة. ومن أمثلتها الأزمات الناتجة عن الفضائح والسرقات المالية أو تلك الناتجة عن الأحوال الجوية السيئة وفي الغالب يجري التعامل معها من خلال النتائج التي نجمت عنها وترتبت على وقوعها¹.

¹ عبد السلام جمعة زاغود، مرجع سبق ذكره، ص 43، 44.

2- من حيث طبيعة الحدوث : ولقد أدرج معظم الباحثين نوعين أساسيين هما أزمات تحدث بفعل الإنسان , أزمات طبيعية :

- أزمات بفعل الإنسان : هي تلك الأزمات الناشئة عن سلوك أنساني سلبياً و ايجابي ومن أمثلتها الغزو العسكري أو الإهمال الناتج عن انهيار السدود وغيرها.
- أزمات بفعل الطبيعة : وهي التي لا دخل للنشاط الإنساني في حدوثها كالبراكين والفيضانات.

من حيث محيط وقوعها : وتنقسم من حيث المحيط الذي يمكن أن تقع فيه الأزمة إلى :

- أزمات وطنية داخلية : وهذه الأزمات تنشأ وتقع داخل الدولة وتعد شأنا داخليا خاص بها ومن أمثلتها الأزمات المالية كالعجز في الميزانية والنقص في السيولة النقدية والاضطرابات والاحتجاجات وغير ذلك مما يمكن أن يسبب أزمة للسلطة الحاكمة
- الأزمات الدولية : وهي تقع بين أطراف العلاقات الدولية وتحدث تأثيرا على النظام الدولي ككل.¹

تصنيف الأزمات حسب نوعها :ويمكن تصنيفها إلى مايلي :

- الأزمات الإدارية :تكون داخل الإدارة، أو تتعلق بها.
- الأزمات الاجتماعية : مثل أزمة القيم وأزمة العدالة الاجتماعية وأزمة الهوية الوطنية وأزمة التجانس القومي وتحدث الأزمات الاجتماعية غالبا نتيجة اختلال نظام القيم والتقاليد السائدة ,لذلك تقتضي التدخل السريع لمواجهة هذه الأزمات ولإعادة التوازن الاجتماعي وحل الصراعات الاجتماعية وتطور القيم والتقاليد حتى تتلاءم مع التغيير الناجم عن تطور المجتمع .

¹ عبد السلام جمعة زاقود ،مرجع سبق ذكره،ص 44-46.

- **الأزمات النفسية :** مثل أزمة الهوية وأزمة اليوم الأول في المدرسة ,وأزمة الطلاق ويرى علماء النفس أن أسبابها الشعور بالإحباط والاكتئاب وعدم الثقة في النفس وغيرها .
- **الأزمات السياسية :**مثل أزمة المشاركة السياسية.
- **الأزمات الاقتصادية :**مثل أزمة التصدير وأزمة الركود التضخمي .
- **الأزمات الأمنية :** مثل الاعتداء على إحدى الشخصيات الهامة.¹

المطلب السابع:أسباب الأزمات

تتنوع الأسباب المنشأة للازمات بتنوع الأزمات نفسها فهناك مسببات داخلية وأخرى

خارجية، ذاتية وموضوعية شخصية وعامة تخطيطية وتنفيذية ومن أبرزها :

- **سوء الفهم :** يمثل سوء الفهم احد أهم الأسباب في نشوء الأزمات وهو يشير إلى خطأ في استقبال وفهم المعلومات المتاحة عن الأزمة ، وفي مثل هذه الأزمات يكون الحل سهلا بمجرد إيضاح الحقيقة ومن هنا يجب على متخذ القرار أن يحرص على الحصول على معلومات كاملة غير منقوصة أو مبتورة و أن يعطي لنفسه الوقت الكافي لاتخاذ قراره بنضج وروية.
- **سوء الإدراك :** يمثل الإدراك مرحلة استيعاب المعلومات التي أمكن الحصول عليها والحكم التقديري على الأمور المعروضة وهو بذلك يعد احد مراحل السلوك الرئيسية والذي عن طريق هذه المرحلة يتخذ السلوك والتصرف تجاهه شكلا ومضمونا، وتتم المعالجة في إطارها الجزئي وفي محيطها الكلي فإذا كان هذا الإدراك غير سليم أو ينجم عن تداخل في الرؤية والتشويش سواء كان متعمد أو طبيعي فإنه يؤدي إلى عدم سلامة الاتجاه الذي اتخذه القائد الإداري بل يؤدي إلى انفصال العلاقة بين الأداء الحقيقي للكيان الإداري وبين القرارات التي يتخذها هذا القائد الإداري.ومن هنا إذ تراكمت نتائج التصرفات السابقة بشكل معين في حين كان متخذ القرار يدرك أنها تأخذ شكلا آخر فإنه يوجد ضغط مولد لانفجار أزمة.

¹سحمي محمد القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 42، 43.

- **سوء التقدير والتقديم** : هو أكثر الأسباب حدوثا حيث يكون متخذ القرار ضحية سوء تقديره وتقييمه للطرف الآخر فيقع في ما يسمى بسوء التقدير الازموي وهو ينشأ عن المغالاة في الثقة الفارغة في النفس ,وسوء تقدير قوة الطرف الآخر ,عدم تحليل المعلومات الواردة من الأزمة ,التأثر بشعارات وهمية مثل نحن الأقوى,الأفضل وغيرها .
- **الإدارة العشوائية** : وهو يعمل ليس فقط كمسبب وباعث الأزمات ولكن أيضا وبدرجة اشد خطورة كدمر للكيان الإداري ومحطم لإمكانياته وقدراته وهي تتجم عادة عن سوء التخطيط وعدم احترام الهيكل التنظيمي, وإشاعة الصراع الداخلي بين الأفراد ,عدم وجود متابعة ورقابة وتطبيق أنماط الإدارة العشوائية التي تؤدي إلى نشوء الأزمات والكوارث.
- **الرغبة في الابتزاز** : حيث تقوم جماعات الضغط وجماعات المصالح باستخدام هذا الأسلوب لجني مكاسب غير عادلة من الكيان الإداري ووسيلتها الفاعلة إلى ذلك هي صنع الأزمات المتتالية للكيان الإداري المستهدف وإخضاعه لسلسلة متوالية ومتصاعدة و متلاحقة من الأزمات، التي تجبر متخذ القرار على الانصياع لهم ولعل الأزمات السياسية ، التي يشهدها عالمنا المعاصر تشكل جانبا مهما من بواعث الرغبة في الابتزاز والتي نجمت عنها فعلا سواء على المستوى المحلي، الإقليمي أو على المستوى الدولي.
- **الأزمات المخططة** :ويطلق عليها الاختراقات الازموية المخططة حيث تعمل بعض القوى المنافسة للكيان الإداري على تتبع مسارات عمل هذا الكيان ومن خلال هذا التتبع يتبين لها عمليات التشغيل ومراحل الإنتاج والتوزيع واحتياجات وظروف كل المراحل ومن ثم يمكن أحداث أزمة مخططة.¹

أسباب اجتماعية وسياسية : كالظلم الاجتماعي والتفرقة العنصرية ، الانفجار السكاني التخلف، والجهل التوترات الطائفية والعرقية والأمنية والاقتصادية كالفقر والبطالة غلاء المعيشة

¹ ماجد عبد المهدي المساعدة، مرجع سبق ذكره، ص 29-32.

عدم توزيع الثروة بشكل عادل وسياسية مثل التوترات الحدودية أو الصراعات المسلحة ، الفشل السلمي في تداول السلطة ، الصراع السياسي على السلطة.¹

المطلب الثامن:مراحل الأزمة

يرى "الخضيري" أن هناك خمس مراحل رئيسية لتطور الأزمة هي :

- 1. مرحلة الميلاد :** في هذه المرحلة تبدأ الأزمة الوليدة في الظهور لأول مرة في شكل إحساس مبهم قلق بوجود شئ ما يلوح في الأفق ، وينذر بخطر غريب غير محدد المعالم أو الاتجاه أو الحجم أو المدى الذي سيصل إليه ، و الأزمة غالبا لا تتشا من فراغ وإنما هي نتيجة لمشكلة ما لم يتم معالجتها بالشكل الملائم ومن هنا يكون إدراك متخذ القرار وخبرته ومدى نفاذ بصيرته هي العوامل الأساسية في التعامل مع الأزمة في هذه المرحلة ، ويكون محور هذا التعامل هو تنفيس الأزمة وإفقادها مرتكزات النمو ، ومن ثم تجميدها أو القضاء عليها.
- 2. مرحلة النمو والانتعاش :** وتتشا نتيجة لعدم معالجة المرحلة الأولى في الوقت المناسب حيث تأخذ الأزمة في النمو والانتعاش من خلال نوعين من المحفزات هما مغذيات ومحفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة تكونت في مرحلة الميلاد ، هذه المغذيات والمحفزات الخارجية التي استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها و بها وأضافت إليها قوة دفع جديدة وقدرة على النمو والانتعاش ، وفي هذه المرحلة يتعاضم الإحساس بالأزمة ولا يستطيع متخذ القرار أن ينكر وجودها أو يتجاهلها نظرا لوجود ضغط.
- 3. مرحلة النضج :** تعد من اخطر مراحل الأزمة ومن النادر أن تصل الأزمة إلى مثل هذه

المرحلة، وتصل عندما يكون متخذ القرار الإداري على درجة كبيرة من الجهل والتخلف والاستبداد برأيه ، وانغلاقه على ذاته أو إحاطة هذه الذات بالقدسية والتأليه ، وبذلك تصل الأزمة إلى أقصى قوتها وعنفها وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ولا مفر من الصدام العنيف

¹علي بن هلهول الرويلي،مرجع سابق، ص 8.

معها ، وهنا قد تكون الأزمة بالغة الشدة لتطرح بمتخذ القرار والمؤسسة أو المشروع ، أو أن يكون متخذ القرار قد استطاع بدهاء تحويل اتجاه الأزمة والسيطرة عليها.¹

4. **مرحلة الانحسار والتقلص**: تبدأ الأزمة بالانحسار والتقلص نتيجة للصدام العنيف الذي تم اتخاذه والذي يفقدها جزءا هاما من قوتها ، مع أن هناك بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع أخرى عندها يفشل الصدام في تحقيق أهدافه وتصبح الأزمات في هذه الحالة كأموج البحر.

5. **مرحلة الاختفاء**: وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها، والحديث عنها إلا أنه من الضروري الاستفادة من الدروس المستفادة منها لتلافي ما قد يحدث مستقبلا من سلبيات .

والحقيقة أن انحسار الأزمة يكون دافعا للكيان الذي حدثت فيه لإعادة البناء وليس لإعادة التكيف.²

المبحث الثاني: دور الإعلام في الأزمات

إن وسائل الإعلام كباقي الأجهزة في المجتمع لها دور كبير في إدارة الأزمات المختلفة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو حتى أمنية ، حيث يلعب الإعلام دور توعوي لتوعية الجماهير من المخاطر المحتملة والتنبؤ بالأزمات قبل حدوث الأزمة، وأثناء وقوعها لاسيما تلك التي تؤثر على الرأي العام وتثير فضوله فيهرع الناس إلى وسائل الإعلام كمصدر رئيسي لكسب المعلومات حول مجريات هذه الأزمة.³

كما أن للإعلام دور مهم ورئيسي في تفاعلات الأزمة ايجابيا أو سلبيا، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وتوسع الشبكة العنكبوتية إلى درجة أن الساسة ومتخذي القرار

¹ ربحي عبد القادر الجديلي، واقع استخدام أساليب إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2006، ص 22-24.

² نفسه، ص 24.

³ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 91.

أصبحوا يعتمدون على هذه الوسائل الإعلامية في تقييم الأوضاع وصياغة المواقف والتحركات. وهناك في الواقع إشكالية مهمة في العلاقة المتبادلة بين المسؤولين وأجهزة الإعلام تظهر بوضوح أثناء الأزمات وتتمثل هذه الإشكالية في قضيتين مهمتين : أولهما زيادة الرقابة من الجهات الرسمية ذات العلاقة أثناء الأزمات على مصادر الأخبار والمعلومات وهي قضية جدلية قديمة حديثة في أن واحد فبينما الجهات الرسمية ضرورة بقاء هذه المصادر تحت الرقابة يرى الإعلاميون من جهتهم أن من حق الرأي العام أن يتعرف على حقيقة ما يحدث، ولا يزال مراسلو الصحف ومراسلو التلفزيون والإذاعة ومدونو الانترنت يحاولون جميعا الوصول إلى مصادر المعلومات وبطرقهم الخاصة ، ويطالبون بقدر أكبر وبمساحة أوسع من الحرية في التحرك بين مواقع الأحداث و الأزمات للظفر بالمادة الإعلامية ، ففي خضم التسابق المحموم من مراسلي الصحف والإذاعات والمحطات التلفزيونية من أجل التغطية الإعلامية للحدث في مرحلة الذروة يقع من حيث يشعرون أو لا يشعرون في شرك الدعاية المنحازة لأحد الأطراف المتنازعة ، ويجدون أنفسهم مستخدمون كوسيلة دعائية في ظل تعذر حصولهم على المعلومات الصحيحة والصادقة من مصادرها بسبب الرقابة لهذا السبب تمثل اتصالات وإعلام الأزمات جانب بالغ الأهمية في عملية إدارة الأزمات¹، وهنا يتحول دور الإعلام التوعوي إلى دور معاكس قد يكون سلبي بنشر معلومات مغالطة وغير صحيحة عن قصد وعن غير قصد .

و للإعلام أهمية مزدوجة في إدارة الأزمات تتكون من جانبين أساسيين :

فالجانب الأول يتجسد من خلال الدور الإخباري لوسائل الإعلام ويتم عن طريق متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولة التصدي لها وتحجمها ومدى التطور والنجاح حياتها وذلك يتم عن طريق نقل المعلومات الصحيحة للجمهور عن تلك الأزمة بأمانة وسرعة.

والثاني من خلال الدور التوجيهي ويعد الأخطر في هذه العملية الإعلامية².

¹ ماجد عبد المهدي المساعدة، مرجع سريق ذكره، ص 157، 158.
² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سريق ذكره، ص 219.

إلى جانب الإعلام التقليدي برز في الآونة نوع آخر يعتبره البعض أكثر خطورة من سابقه ألا وهو الإعلام الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي التي يبرز دورها بتحولها إلى مصادر للإخبار وأصبحت بذلك مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات. واعتبرت شبكة الانترنت مصدرا إخباريا مهما وحقيقيا للكثيرين إذ إن وسائل الاتصال التقليدية والمطبوعة باتت لا تلعب نفس الأثر التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من أن الهدف الأساسي من إنشاء منصات التواصل الاجتماعي للترويج لعملية التواصل بين الأصدقاء والمستخدمين للشبكة، ألا أنها باتت تقدم خدمات أخرى بحيث يتم من خلالها نشر الأفكار والآراء في هذه المواقع، فمثلا لعبت دورا لا يستهان به في السيطرة على الحرائق التي اجتاحت غابات جنوب كاليفورنيا في أكتوبر 2007 من خلال إتاحة عملية التواصل ونشر الأخبار عن الحادثة للأشخاص خارج المنطقة ، توفير معلومات لمواقع الطوارئ والملاجئ ، فهي وسيلة فعالة وأساسية في عملية التوجيه و الإرشاد والوقاية من خلال تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة للتعامل والتصرف أثناء الكوارث والأزمات ، كما أن في استطاعة هذه الشبكات أن تقوم بدور سلبي من خلال المعلومات المضللة التي يقومون بنقلها وتداولها لأنها بعيدة عن الرقابة والإشراف. ومن بين الأمثلة للدور السلبي لهذه الشبكات في إدارة الأزمات هو ما حدث سنة 1990 حين واجهت شركة "انت" للكمبيوتر أزمة حقيقة وذلك لوجود عيب في أجهزة بنتوم التي تقوم بإنتاجها، وقد اكتشف هذا الخطأ ، البروفيسور توماس الذي كان يعمل في كلية لنتشبيرغ في فرجينيا وقد اكتشف هذا الخطأ في رقاقة إنتل فقام بنشر هذا الخبر سريعا على الانترنت وفي أعقاب موجة من الدعاية السلبية على شركة إنتل دخلت في أزمة حقيقية¹.

إن نجاح إعلام الأزمة لا يتوقف فقط على التخطيط والتنظيم والتنفيذ بل يتوقف أيضا على كيفية استقبال الجمهور لهذا الإعلام².

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 292، 293.

² أديب خضور، مرجع سبق ذكره، ص 58.

المبحث الثالث : البطالة في الجنوب بين المشكلة و الأزمة

شهدت عدة مناطق من الجنوب الجزائري موجة من احتجاجات عارمة في عدة مدن جنوبية هي ورقلة و الاغواط ,غرداية والوادي وكان ذلك باعتصام آلاف الشباب العاطلين عن العمل في مدينة ورقلة يوم 14 مارس 2013، الذي دعت له اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين في الجنوب ، للمطالبة بإنهاء سياسات التهميش والحصول على حقهم في العمل ، إضافة إلى احتجاج عن قائمة المستفيدين من السكن الاجتماعي ، وترجع بداية الاحتجاجات إلى فيفري 2013، عندما تظاهر شباب عاطلون عن العمل أمام مقر الوكالة الوطنية للتشغيل محرقين شهاداتهم احتجاجا على عدم حصولهم على عمل رغم تحصلهم على شهادات جامعية وأخرى معتمده ،¹ ورفع المحتجين في تظاهرههم العديد من المطالب كان على رأسها إجراء إصلاحات تنموية تحسن من الأوضاع الاجتماعية والمعيشية لسكان الجنوب وتوفير مناصب شغل بالدرجة الأولى ، نظرا إلى أن المنطقة تعتبر الأغنى في الجزائر في الوقت الذي يعتبر سكانها هم الأفقر خاصة بعد أن بلغ احتياطي الصرف الأجنبي لديها 186 مليار دولار في سبتمبر 2012.²

ويعاني سوق الشغل في الجزائر بصفة عامة وخاصة الجنوب من عدة مشاكل نذكر

منها :

- عجز في اليد العاملة المؤهلة وضعف التطور بالنسبة للحرف.
- عدم التوافق بين مخرجات التكوين واحتياجات الشغل.
- ضعف الوساطة في سوق العمل ووجود اختلالات بالنسبة لتقريب العرض من الطلب في مجال التشغيل.

¹ وحدة تحليل السياسات في المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات

3 ، <http://www.dohainstitute.org/release/d79b229b-4a03-4016-a501-0889369ed357> ،

أفريل 2014 ، على الساعة 15:50.

² محمد وليد غرابيية ، الاحتجاجات في الجنوب الجزائري بين مطالب الإصلاح واسطوانة المؤامرة ، <http://algerian-vision.com/2013/04/19> ، 1 أفريل 2014.

- عدم توفر شبكة وطنية لجمع المعلومات حول التشغيل
- انعدام المرونة في المحيط الإداري والمالي والذي يشكل عائقا أمام الاستثمار
- صعوبة الحصول على القروض البنكية خاصة بالنسبة للشباب أصحاب المشاريع
- ضعف التنسيق ما بين القطاعات¹.

ويرى "دحو ولد قابلية وزير الداخلية والجماعات المحلية أن ظاهرة البطالة ظاهرة وطنية فالمؤشرات الاقتصادية في الجنوب هي نفسها المسجلة في شمال البلاد بل أنها أحسن من ناحية التمدرس والسكن ونسبة إدخال الكهرباء²

ويرجع البعض تمركز الاحتجاجات في الجنوب مع إن مشكلة البطالة مشكلة وطنية إلى تركيز النفط والغاز والمنشآت النفطية فيها.³ فلبناء الجنوب في رأي "رزاق بعة" ككل تولد عندهم إحساس بالتهميش طالهم من الأنظمة التي تعاقبت على حكم الجزائر . خاصة من جانب التنمية والتوظيف في حاسي مسعود ... ومن حقهم أن تكون لهم امتيازات بقدر ما تدرها رضا الجنوب من خيارات و أموال، فحسبهم، ما تحقق من تنمية لا يتناسب مع حجم الأموال الكبيرة والثروة الهائلة التي توفرها منطقة الجنوب للجزائر ككل، فحاسي مسعود، المنطقة الوحيدة في العالم التي تنتج نفط ولم تتحقق فيها تنمية قاعدية حقيقية، على غرار دبي والدوحة وغيرها.⁴ من جهتها السلطات الجزائرية سارعت إلى اتخاذ قرارات سريعة لتدارك الأزمة واحتوائها وظهر ذلك في تصريح الوزير الأول عبد المالك سلال عند إشادته بوقفه أبناء الجنوب ذلك في كلمة ألقاها أمام طلبة جامعة بشار قائلا "إن هؤلاء الشباب الذين نظموا وافتهم بورقلة رجال لأنهم نادوا بالوحدة الوطنية والسلام ولم ينادوا ، بالعنف كما أنهم تحلوا بروح المسؤولية ، وتعهد سلال بإنشاء ثلاث كليات للطب بكل من بشار، ورقلة والاعواط و دعا الجهات المسؤولة بتطبيق وتفعيل منحة الجنوب ، وتنفيذ المشاريع التنموية متعهدا أيضا بمكافحة الفساد واللامبالاة إضافة

¹ سميرة العابد، زهية عبا، ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات، مجلة الباحث، عدد 11، 2012، ص 77، 78.

² نوار سوكو، ع موساوي، ولد قابلية قال أن البطالة ظاهرة وطنية جمعيات أعيان الجنوب معترف بها ضمينا، جريدة

الخبر، 17 مارس 2013، ص 3.

³ وحدة تحليل السياسات في المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، مرجع سبق ذكره.

⁴ مقابلة مع لخضر رزاق بعة، سبق ذكره.

إلى العديد من المشاريع التي ستوفر ما بين 500 و600 منصب دائم ، وبين 2000 و3000 منصب مؤقت¹.

هذه الحلول التي وضعتها السلطة لتهدئة المحتجين واحتواء الأزمة ، وصفها فوزي رباعين بالفاشلة مؤكدا إن ما تقوم به السلطة لتهدئة احتجاجات الجنوب مجرد مسكنات ومحاولات فاشلة وان سياسة الجزائر منذ خمسين سنة لم تتغير وفي كل مرة تلجا إلى الحلول الترقيعية والحل الوحيد هو معاملة كل الجهات الوطن بنفس المعايير ولا بد أن تكون العدالة الشرط الأساسي في توفير المطالب الاجتماعية،² وبضيف سلطاني في هذا الصدد بان الرسالة واضحة من تجمع ورقلة تتضمن أن الشباب لم يعد يؤمن لا بالسلطة ولا بالنواب في البرلمان ولا بالأحزاب ولا بالمجتمع المدني ولا بالنقابات وهذه مقدمة لانفجار السلطة³ ، وبضيف في هذا الإطار منسق اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين أنهم لا يتقون في هؤلاء المسؤولين ولا في القرارات التي يتخذونها فهي حبر على ورق والهدف منها امتصاص غضب الشباب فقط ، نافيا أي نوايا بالانفصال موضحا أن الحل هو فتح قناة للحوار الجاد مع الممثلين الحقيقيين لسكان المنطقة ، مضيفا انه لا يتهم السلطة وحدها بالتخاذل لو إنما هناك أيضا مافيا عالمية تعمل على استغلال هذه الأوضاع المزرية لأبناء المنطقة ومحاولة تسييسها لخدمة أجندتهم الخاصة.⁴

ويذهب "جمال العلامي" في عمود له بعنوان "الجنوب هو الجزائر" إلى اتهام جهات أجنبية تستغل المطالب السلمية لشباب الجنوب وتركب الأمواج لتحقيق مصالحهم الخاصة ووصفهم بأصوات ناشرة ، وشاذة تتحرك في كل مرة لمحاولة اصطياذ غنائم ليست من حقها وهذه المرة اختارت منطقة الجنوب قصد ركوب مطالب مشروعة واحتجاجات سلمية لشباب

¹ نوار سوكو ، الوزير الأول يشيد بوقفة أبناء ورقلة سكان المنطقة رجال ومطالبهم شرعية، جريدة الخبر ، 17 مارس 2013 ص2.

² طلال ضيف، فوزي رباعين للخبر تدابير الحكومة في قضية الجنوب فاشلة ، جريدة الخبر ، 17 مارس 2013، ص2.

³ عثمان لحياني ، سلطاني يؤكد أن فضائح مكاتب المناولة أشنع من فضائح سونطراك المطالبة بتعميم الإجراءات لصالح شباب الجنوب على كل الولايات، جريدة الخبر ، ص3.

⁴ لخضر رزاوي، منسق اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين للشروق هدف مسيرتنا إعادة منطقة الجنوب إلى حضن الدولة، جريدة الشروق اليومي، 13 مارس 2013 ، ص5.

مسالمين يطالبون بحقهم في الشغل والتوظيف ومحاولة تسييس احتجاجات شباب منطقة الجنوب من طرف تجار الفتنة¹. جاء ذلك بالتزامن مع إصدار تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي بيانا نشرته وكالة نواكشوط للأنباء يحرض فيه شباب الجنوب على التظاهر و التخلط في الشوارع².

ويبدو جليا مما سبق ومع اختلاف الآراء حول المذنب الحقيقي في مشاكل أبناء الجنوب إلا أن كل الأطراف السياسية تتفق حول نقطتين مهمتين أولاها شرعية هذه المطالب التي ناد بها المحتجون ، والثانية هي محاولة أيادي مجهولة تسييس أزمة البطالة في الجنوب لأغراض مجهولة.

المبحث الرابع : دور صحافة المواطن في أزمة البطالة في الجنوب

تلعب وسائل الاتصال الحديثة اليوم دورا بارزا في صناعة الأزمات وإدارتها على حد سواء ،ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب وماي سبايس و فيسبوك باتت تلعب دورا اكبر واطر مضيضة بذلك أعباء إضافية على العاملين في العلاقات العامة ،لان نجاح إدارة الأزمات في التقليل من حدة الكوارث والتخفيف من أثارها يعتمد بشكل أساسي على الاتصالات³.

أما في أزمة البطالة في الجنوب فقد استجاب أكثر من 3 آلاف بطل في 23 مارس 2013 لنداء وقفة الكرامة بالاغواط التي دعت إليها مجموعة شبابية من الولاية ذاتها تنشط عبر شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية في الجزائر فيسبوك للدفاع عن حقوق البطالين⁴.

¹ جمال العلامي ، الجنوب هو الجزائر ، جريدة الشروق اليومي، عدد13،3953،13مارس 2014، ص 4.

² زايدي افنيس، القاعدة تحرض شباب الجنوب على الاحتجاج والتخلط لتنفيذ مخططاتها الإجرامية ، جريدة النهار الجديد، عدد1664، 24 مارس 2013، ص7.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي ،مرجع سبق ذكره، ص 292-293.

⁴ حمدي ع، أكثر من ثلاثة آلاف بطل يشاركون في وقفة الكرامة بالاغواط، جريدة النهار الجديد ، 24 مارس 2013، ص

وبذلك فقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك الذي يمثل أهم واجهة لممارسة صحافة المواطن في الجزائر دور مهم قبل احتجاجات بطالي الجنوب ، الذين استجابوا لنداء هذه المجموعة من منبر الفيسبوك .

وفي فترة الاحتجاجات أيضا برز نشاط العديد من المواطنين الذين اهتموا بالنشر في مشكلة البطالة ، وذلك من خلال مواكبة مستجدات الاحتجاجات ونشرها على شكل تعليقات أو تصويرها ورفع مقاطع الفيديو على الشبكة وغيرها .

فكما يقول المواطن الصحفي "كمال ناوي" انه يهتم بالنشر في مشكلة البطالة في الجنوب لان البطالة هي المشكل الكبير الذي يعاني منه شريحة كبيرة من شباب الجنوب ، خاصة بعد تزايد عدد البطالين من جهة ووجود حركات ومنظمات تطالب بحقوق البطالين من جهة الأخرى¹.

وعن دور صحافة المواطن أثناء احتجاجات البطالة في الجنوب يقول ابيك "باعتباري كنت ناشط في هذا الميدان كانت هي التي تنقل الأخبار بنسبة مئة في المائة لأن صحافة الدولة كما يطلق عليها لا تنقل مثل هذه الأخبار ، لأنها تضلل ولا تسمح بنشر الوعي وإيصال المعلومات التي قد تجبرها على المحاسبة أمام الشعب الذي يعتبر العمل حق دستوري بالنسبة له ومنه تعرضنا لصعوبات عديدة وصلت إلى حد الاعتقال لمدة 48 ساعة وصحافة المواطن كانت هي الوحيدة التي كانت تنقل الحقائق إلى الجمهور والعديد من القنوات على غرار (فرانس 24 والمغربية و bbc)، كنا نمدها بالحقائق لبثها عن أزمة الجنوب بحيث كانت الوحيدة القادرة على الاستمرار في محاولة لحل الأزمة"².

ويصف مدير مركز المدينة للصحافة والإشهار "إبراهيم جلول" تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة التي قد تكون ظرفية، وغير مهنية لكنها تعكس مشاهدات حية لتداعيات القضية

¹ مقابلة مع كمال ناوي، صحفي مواطن بنشط في صفحة سبور سوف الفيسبوكية،الوادي،29جانفي 2014.

² مقابلة مع ابيك عبد المالك ، مرجع سبق ذكره.

على الأقل ما يحدث في الشارع ومن يؤطره بقوة الفاعلين، فقد لعبت دور الجوارية والجدية والقرابة العميقة مع معاناة المواطن، إلا أنها تواجه خطر التوجيه والاستغلال من قبل المصالح السياسية والأمنية و المخابراتية.¹

ويرى بكرة أنها استطاعت أن توصل مشاغل المواطن في الجنوب، بعيدا عن التوظيفات المتعددة التي غالبا ما تستعملها أجهزة الإعلام التقليدي، من توظيف سياسي و جهوي، غالبا ما يحرف المغزى الحقيقي من هذه المطالب لأنها تواكب الأحداث اليومية للمواطن، وهذه الاحتجاجات كانت تشكل الحدث آنذاك، وهو ما جعل تغطيتها تتال حصة الأسد، فتغطية صحافة المواطن استطاعت أن توصل إلى الجهات العليا مطالب أبناء الجنوب، وهو ما ساعد هذه الجهات على التدخل في الوقت المناسب للتقليل من مضار هذه الاحتجاجات والحد من آثارها السلبية.²

خاصة في ظل عدم اتخاذ السلطات الوصية لأي إجراءات ردعية لمستخدمي الانترنت في الجزائر ككل كما يصرح بذلك المقدم "دريكي محمد" رئيس قسم الدرك الوطني فصيحة الأبحاث بالوادي " لا يوجد هناك تعليمات فيما يخص إجراءات تردع المواطنين من النشر في مواقع التواصل الاجتماعي، ولا يتدخل الأمن في مثل هذه الممارسات إلا في حالة تقدم أي مواطن آخر بشكوى وثبوت تعرضه للإساءة أو التشهير وأي تهديد مباشر له".³

بالنظر للمعطيات السابقة نستنتج أن صحافة المواطن لعبت عدة ادوار في تسيير أزمة البطالة في الجنوب فمن جهة تعتبر المحرك الأساسي لخروج المتظاهرين إلى الشارع الذين رفعوا نفس الشعارات التي نادى بها المجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي، و التي اعتبرت أيضا مصدرا أساسيا للمعلومات والأخبار حول الاحتجاجات من خلال مجموعة الأخبار والتعليقات ومقاطع الفيديو التي انتشرت عبر الفيسبوك واليوتيوب، فمن المواطنين من

¹ إبراهيم جلول، مدير وكالة اشهار مركز المدينة للصحافة و الإشهار، الوادي، 26 جانفي 2014.

² مقابلة مع لخضر رزاق بكرة، سبق ذكره.

³ مقابلة مع المقدم دريكي محمد، رئيس فصيحة الأبحاث للدرك الوطني بتكسبت، الوادي، 24 فيفيري 2014.

نصب نفسه صحفيا وقام بإعداد التقارير و وحتى محاورة المتظاهرين وإعطاء آرائهم الخاصة وغير ذلك من الممارسات الإعلامية.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: الجداول البسيطة

محور البيانات الشخصية

جدول رقم 1 : توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير الجنس

| المتغير | العدد | النسبة% |
|---------|-------|---------|
| ذكر | 14 | 60,87 |
| أنثى | 9 | 39,13 |
| المجموع | 23 | 100 |

نلاحظ من الجدول السابق أن هناك تفوق عددي لعدد الذكور في مجتمع الدراسة على الإناث حيث قدرت نسبة المراسلين من الذكور بـ 60.87% من مجتمع البحث الكلي في مقابل 39.13% لعدد الإناث.

ويعود ذلك إلى كون قطاع الإعلام ليس القطاع المفضل للإناث في مدينة الوادي نظرا لصعوبة العمل فيه وضرورة العمل الميداني ، وهذا مالا تحبذه الإناث في منطقة الوادي على عكس الذكور الذين لا يجدون صعوبة في ذلك.

إضافة إلى عدم تدريس اختصاص الإعلام في المركز الجامعي بالوادي الأمر الذي يجعل الإناث تملن إلى تخصصات أخرى كالتعليم وغيرها ، على عكس الذكور الذين لا يجدون صعوبة في الالتحاق بكليات و معاهد الإعلام في ولايات أخرى.

جدول رقم 2 : توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير التخصص في التكوين

| المتغير | العدد | النسبة% |
|--------------|-------|---------|
| إعلام واتصال | 18 | 78,26 |
| أخرى | 5 | 21,74 |
| المجموع | 23 | 100 |

اظهرت نتائج الجدول السابق أن اكبر نسبة بين المرسلين لذوي تخصص إعلام واتصال الذين قدرت نسبتهم ب 78.26% من مجتمع البحث، مقابل 21.74 % لباقي التخصصات التي اختلفت بين تخصص علوم سياسية وأدب عربي وكذا رياضيات وإعلام ألي ويظهر هذا التفوق العددي على اهتمام مؤسسات الإعلام في الولاية بتوظيف خريجي الإعلام دون غيرهم بسبب التكوين الأكاديمي لأبجديات العمل الإعلامي ، إضافة إلى وجود نسبة معتبرة لخريجي الإعلام بالولاية .

جدول رقم 3: توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير طبيعة العمل

| المتغير | العدد | النسبة% |
|---------|-------|---------|
| دائم | 14 | 60,87 |
| مؤقت | 9 | 39,13 |
| المجموع | 23 | 100 |

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60.87 % من المبحوثين يحضون بعمل دائم مقابل 39.13 % يعملون بشكل مؤقت، ويعود ذلك إلى ميل بعض المؤسسات الإعلامية في ولاية الوادي لتثبيت طاقمها البشري لمدة طويلة محاولة منها لخلق نمط إعلامي معين ، فوجود مجموعة من المرسلين يعرفون جيدا السياسة الإعلامية للمؤسسة يكون أفضل بكثير من الاضطرار للتغيير¹.

المحور الاول : نظرة المرسلين الصحفيين إلى مفهوم صحافة المواطن

جدول رقم 4 : الموافقة على تسمية ممارسة المواطن لعملية نشر الأفكار بصحافة المواطن

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|----------|-------|-------|---------|
| التكرار | 16 | 7 | 23 |
| النسبة % | 69,57 | 30,43 | 100 |

نلاحظ من الجدول السابق أن أكثر من نصف المرسلين يوافق على تسمية ممارسة المواطن العادي للعملية نشر الأخبار والتعليقات على شبكة الانترنت باسم صحافة المواطن حيث جاءت نسبة المجيبين بنعم 69.57 % مقابل 30.43 % للمجيبين بلا أي غير الموافقين على التسمية .

حيث يبرر معظم المجيبين بنعم بان صحافة المواطن أصبحت أمرا واقعا لا داعي لتجاهله بل علينا التعامل معه بحكمة لصناعة إعلام أكثر انفتاحا، وتقبلا للآخر بينما يرى احد الراضين للتسمية بان مهنة الصحافة مهنة تحكمها أخلاقيات وأسس متعارف عليها واصفا الأخبار التي ينتجها الجمهور بالعشوائية وغير الصادقة في كثير من الأحيان.

¹ مقابلة مع عادل غربي ، مدير وكالة إشهار مركز المدينة للصحافة والإشهار، الوادي، 10-4-2014.

جدول رقم 5 : سبب ظهور صحافة المواطن

| النسبة% | التكرار | الإجابة |
|---------|---------|--|
| 52.17 | 12 | حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث |
| 60.87 | 14 | انتشار استخدام الانترنت |
| 13.04 | 3 | الرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام |
| 17.39 | 4 | هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي |
| 143.47 | 33 | المجموع |

نلاحظ من الجدول السابق أن أكبر نسبة تكرارات جاءت بإرجاع ظهور صحافة المواطن إلى سبب انتشار الانترنت بنسبة قدرت ب 69.87% تلتها نسبة الإجابة بحاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث بنسبة 52.17% أما هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي جاءت بنسبة 17.39 % مقابل 13.04% للرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام.

ويعود إرجاع سبب ظهور صحافة المواطن لانتشار الانترنت واستخدام التقنيات الحديثة، لان الانترنت تمثل القاعدة الأساسية لممارسة صحافة المواطن على اعتبار معظم الوسائط المستخدمة في عمليات النشر هي أساسا تطبيقات تابعة لشبكة الانترنت مثل: الفايسبوك واليوتيوب والمدونات وغيرها .

جدول رقم 6 : الجهة التي ينتمي إليها المواطن الصحفي

| الإجابة | جهة إعلامية | جهة مجهولة | يمثل نفسه فقط | المجموع |
|---------|-------------|------------|---------------|---------|
| التكرار | 4 | 1 | 18 | 23 |
| النسبة% | 17.39 | 3.03 | 54.55 | 100 |

نستنتج من الجدول السابق أن 54.55 % من المراسلين الصحفيين يرون أن المواطن الصحفي لا ينتمي إلى أي جهة معينة ولا يمثل إلا نفسه ، بينما يرى 17.39% منهم انه يمثل جهة إعلامية معينة، ويرى 3.03% فقط أن المواطن الصحفي يمثل جهة مجهولة .

جدول رقم 7 : الهدف من ظهور صحافة المواطن

| الإجابة | التكرار | النسبة% |
|--|---------|---------|
| بديل للإعلام التقليدي | 3 | 13.04 |
| الوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل العادي الوصول إليها | 13 | 56.52 |
| إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة | 12 | 52.17 |
| ورقة ضغط على السلطة | 3 | 13.04 |
| أخرى | 1 | 4.35 |
| المجموع | 32 | 139.12 |

تظهر النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن 56.52% من المراسلين يرون أن الهدف من ظهور صحافة المواطن هو للوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل الصحفي الوصول إليها ، بينما يرى 52.17% من المراسلين أن إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة أهم هدف لظهور صحافة المواطن ، فيما جاء تكرار إجابة بديل للإعلام التقليدي بنسبة 13.04% ومثلها

لورقة ضغط على السلطة ، بينما أجاب 4.35% فقط بإجابة أخرى وهي لمجرد الفضول والتطفل على المهنة .

نفسر إجابة المبحوثين بنسبة كبيرة على هدف الوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل الصحفي الوصول إليها، لان المواطن الصحفي غالبا ما ينشر معلومات وأخبار تدور حول حياته اليومية أو حول حدث يعترضه صدفة في كثير من الأحيان لذلك من الصعب على المراسل الصحفي التواجد في أي مكان أو التكهن بوجود حدث معين ، إضافة إلى أن المراسلين يعتبرون وظيفة المواطن الصحفي مصدر لأخباره حول الأحداث التي لا يتواجد فيها المراسل الصحفي، إضافة لكون الأخبار التي يبثها المواطن الصحفي في شبكات التواصل الاجتماعي تدور حول انشغالاته وما يفكر به لإسماع صوته للمسؤولين وهذا يبرر النسبة الكبيرة التي اختار بها المبحوثين لإجابة إيصال انشغالات المواطنين للسلطة .

جدول رقم 8 : أكثر المواقع نشاط من حيث نشر المواطنين فيها أكثر من وجه نظر المراسل

| المجموع | التلفزيون | | مواقع المخصصة | | مدونات | | يوتيوب | | فيسبوك | | الإجابة | الترتيب |
|---------|-----------|---------|---------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|---------|---------|
| | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | | |
| 100 | 23 | 0 | 0 | 4.35 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 95.65 | 22 | 1 |
| 100 | 23 | 0 | 0 | 4.35 | 1 | 8.7 | 2 | 82.61 | 19 | 4.35 | 1 | 2 |
| 100 | 23 | 21.74 | 5 | 26.09 | 6 | 39.13 | 9 | 13.04 | 3 | 0 | 0 | 3 |
| 100 | 23 | 26.09 | 6 | 43.48 | 10 | 26.09 | 6 | 4.35 | 1 | 0 | 0 | 4 |
| 100 | 23 | 52.17 | 12 | 21.74 | 5 | 26.09 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |

من خلال الجدول السابق نستنتج أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفيسبوك يمثل أنشط المواقع التي ينشر فيها المواطنون حيث جاءت نسبة من رشح الفيسبوك في المرتبة الأولى ب 95.65% فيما اختار 4.35% من المراسلين المواقع المخصصة في المرتبة الأولى. أما عن الترتيب في المرتبة الثانية فقد جاءت أكبر نسبة لبرنامج اليوتيوب حيث اختاره 82.61% من المبحوثين كثاني أنشط موقع من حيث نشاط نشر المواطنين فيه أما عن نسبة المراسلين الذين اختاروا الفيسبوك والمدونات كالثالث أنشط موقع جاءت متساوية وتقدر ب 4.35% تليها نسبة المواقع المخصصة ب 8.7% أما عن الموقع في المرتبة الرابعة فقد جاء رأي المراسلين بنسبة 43.48% لصالح المواقع المخصصة بينما جاءت نسبة اختيار المدونات والتلفزيون متساوية وقدرت ب 26.09% مقابل 4.35% لموقع اليوتيوب. أما ترتيب خامس موقع من حيث نشاط

نشر المواطنين فقد جاء للتلفزيون بنسبة 52.17% تليها المدونات بنسبة 26.09% ثم المواقع المخصصة 21.74% .

ويرجع سبب اختيار المبحوثين لموقع الفايسبوك كأنشط موقع ينشر به المواطنون نظرا لعدة أسباب منها كون موقع الفايسبوك أكثر المواقع استخداما وانتشارا بين المواطنين سواء في الجزائر أو الوطن العربي ككل إضافة لإتاحة عملية النشر بحرية وبدون أي شروط على عكس عدة مواقع أخرى كموقع تويتر الذي يشترط على مستخدميه النشر بعدد كلمات محدودة فموقع الفايسبوك يتيح لمستخدمه النشر بعدة وسائط صوت، صورة، نص، فيديو أو الكل معا. واعتبر المرسلين موقع اليوتيوب ثاني أنشط موقع من حيث النشر لأن الموقع يعتبر أهم موقع لرفع مقاطع الفيديو والوصول إليها بكل سهولة إضافة إلى إمكانية إنشاء قناة خاصة بك على الموقع وكل ذلك بشكل مجاني. أما عن إرجاع مشاركة الإخبار والتعليقات والبرامج التلفزيونية التي رتبها المرسلين في آخر مرتبة وهي الخامسة فيعود ذلك إلى أن الحرية على عمليات النشر في البرامج التلفزيونية تعد محدودة مقارنة بالحرية التي تتيحها المواقع على الشبكة بالإضافة إلى عدم ثقة المواطن في مصداقية بث الأخبار المرسله فأحدى أهم الأسباب التي جعلت المواطن يلجا إلى عملية النشر بنفسه لعدم ثقته المطلقة في ما تنشره وسائل الإعلام¹ .

¹ مقابلة مع شيماء سلطاني، مواطنة صحفية حاصلة على شهادة ليسانس إعلام واتصال تخصص سمعي بصري تنشط في صفحة أخبار شوف سوف، الوادي 2014-2-1.

المحور الثاني: موضوعية تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب

جدول رقم 9 تعبير تغطية صحافة المواطن عن انشغالات المحتجين الحقيقية

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|----------|-------|-------|---------|
| التكرار | 15 | 8 | 23 |
| النسبة % | 65.22 | 34.78 | 100 |

يوضح الجدول أعلاه أن أكبر نسبة للإجابة جاءت بنعم على اعتبار أن تغطية صحافة

المواطن لاحتجاجات البطالة في الجنوب عبرت عن انشغالات المحتجين الحقيقية بنسبة 65.22 %، بينما أجاب 34.78% من المراسلين الصحفيين بعكس ذلك.

ويعود هذا الاختلاف إلى أن المواطنين الصحفيين انهم لم يكن لهم نفس التغطية فمنهم من كانت تغطيته عفوية ومنهم من تقصد تضخيم الأحداث¹، فرغم ذلك يميل معظم المراسلين إلى اعتبار تغطية المواطن لاحتجاجات البطالة عبرت عن انشغالات المحتجين الحقيقية ويدعم هذا النسبة الكبيرة من المبحوثين الذين اختاروا أن إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة يعد من أهم أهداف ظهور صحافة المواطن كما هو موضح في الجدول رقم 7.

جدول رقم 10: الصف الذي جاءت به تغطية صحافة المواطن

| الإجابة | المحتجين | في صف الدولة | موضوعية | المجموع |
|----------|----------|--------------|---------|---------|
| التكرار | 19 | 0 | 4 | 23 |
| النسبة % | 82.61 | 0 | 17.39 | 100 |

¹مقابلة مع شيماء سلطاني، سبق ذكره.

يبين جدول أعلاه أن التغطية جاءت في صف المحتجين حيث اختارها المرسلين بنسبة كبيرة تقدر ب 82.61% بينما جاءت نسبة الإجابة في صف الدولة ب 0% واختار 17.39% أن التغطية لم تكن في صف جهة معينة بل كانت موضوعية .

ونفسر أن نعظم المبحوثين يرون أن تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات جاءت في صف المحتجين بنسبة كبيرة نظرا إلى عدة أسباب يذكر بشير منصر بعض منها في كون بعض المحتجين أصبحوا مواطنون صحفيون في الاحتجاجات إضافة إلى تبني هذه المطالب من قبل نشطاء فايسبوكيون ليس لهم علاقة بالاحتجاجات وحولوا صفحاتهم على الفايسبوك خاصة منابر للدفاع عن ما سموه قضية البطالة في الجنوب¹ . ولأن المواطن بصفة عامة لا ينصب نفسه أبدا مدافع عن السلطة التي يعتبر وسائل الإعلام منبرا لها وتتحدث باسمها هذا ما يفسر أن نسبة المرسلين الذين اختاروا في صف الدولة ب 0% .

جدول رقم 11 : تأثير المواقع التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 20 | 3 | 23 |
| النسبة | 86.96 | 13.04 | 100 |

نستنتج من جدول السابق أن نسبة كبيرة من المرسلين يرون أن تغطية المواقع للاحتجاجات زادت من عدد المشاركين في الاحتجاجات وتمثل ذلك في ارتفاع نسبة المجيبين بنعم التي قدرت بنسبة 86.96% مقابل 13.04% فقط للذين أجابوا بلا لم تأثر المواقع في ازدياد عدد المشاركين في الاحتجاجات .

¹ مقابلة مع بشير منصر ،سبق ذكره .

ونفسر ذلك بانتشار العديد من الصفحات والمدونات التي تتادي الجمهور بالانضمام إلى الاحتجاجات نذكر منها صفحة حركة أبناء الجنوب الجزائري وغيرها من الصفحات التي نشرت خطابات مباشرة دعت فيها للانضمام إلى الاحتجاجات، كما أن المميزات التفاعلية لوسائط الإعلام الجديد جعلت عملية الانتشار لهذه الصفحات تتحقق بصورة سريعة.

جدول رقم 12 : رأي المراسل فيما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات

| الإجابة | مطابق للواقع | متحيز لرأي واحد | المجموع |
|----------|--------------|-----------------|---------|
| التكرار | 8 | 15 | 23 |
| النسبة % | 34.78 | 65.22 | 100 |

يوضح لنا الجدول السابق اغلبية المراسلين يرون أن ما ينشره المواطنون في شبكات

التواصل الاجتماعي متحيز لرأي واحد وجاء ذلك بنسبة 65.22 % بينما يرى 34.78 % أن ما ينشره المواطنين مطابق للواقع.

وتدعم نتائج هذا الجدول جدول رقم 12 الذي يبين أن تغطية صحافة المواطن

لاحتجاجات البطالة في الجنوب جاءت في صف المحتجين وهذا يتوافق مع رأي نسبة كبيرة من المراسلين الذين يرون أن التغطية جاءت متحيزة لرأي واحد .

جدول رقم 13 : اكتساب صحافة المواطن مصداقية اكبر من ميزة بث صوت وصورة من قلب الاحتجاجات

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 13 | 10 | 23 |
| النسبة% | 56.52 | 43.48 | 100 |

نستنتج من الجدول أعلاه انه لا يوجد تفاوت كبير في آراء المراسلين الصحفيين، حيث يرى 56.52% من المراسلين بان بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات اكسبها مصداقية اكبر بينما يرى 43.48% منهم عكس ذلك .

ويرجع اختيار نسبة كبيرة من المراسلين لخيار بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات اكسبها مصداقية اكبر كون المعلومات والأخبار التي ينشرها المواطنين نعتمد على توثيق الأحداث مما لا يجعل مجال للشك بعدم مصداقيتها ، ونفسر اتجاه بعض المراسلين بنسبة معتبرة لعدم إكساب ميزة البث صوت وصورة من قلب الأحداث صحافة المواطن مصداقية اكبر إلى ثبوت عدم صحة الكثير من مقاطع الفيديو والصور التي تم تداولها حول العديد من الأحداث العربية منها خاصة المتعلقة بالأحداث في الوطن العربي ككل، وكذا حول العديد من الأحداث الوطنية هذا ما جعل الثقة في مصداقية هذه الوسائط تتراجع بشكل ملحوظ.

المحور الثالث : صحافة المواطن وعلاقتها بأزمة البطالة في الجنوب

جدول رقم 14 :توزيع إجابات أفراد مجتمع البحث عن عمل صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 17 | 6 | 23 |
| النسبة% | 73.91 | 26.09 | 100 |

يتضح من جدول السابق على أن نسبة كبيرة تتمثل في 73.91% من المراسلين أجابوا بنعم واعتبروا ما ينشره المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات يمثل مصدرا لتزويد الجماهير بالمعلومات عن الاحتجاجات ,بينما أجاب 26.09% بعكس ذلك .

ويعود ذلك لكون شبكات التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت مصدرا هاما للأخبار لكثير من الأفراد خاصة وان الأخبار المنتشرة على صفحات التواصل الاجتماعي غالبا ما تكون مدعمة بصور وفيديوهات عن الأحداث في ظل قلة الأخبار المنشورة عن الاحتجاجات في وسائل الإعلام الرسمية والخاصة.

جدول رقم 15 : الفترة التي برز فيها نشاط صحافة المواطن في الاحتجاجات

| الإجابة | قبل الاحتجاجات | أثناء الاحتجاجات | بعد الاحتجاجات | المجموع |
|---------|----------------|------------------|----------------|---------|
| التكرار | 5 | 15 | 3 | 23 |
| النسبة% | 19.23 | 65.22 | 13.04 | 100 |

يوضح لنا جدول أعلاه أن أكبر نسبة من المرسلين اختارت إجابة أثناء الاحتجاجات بنسبة 65.22% تليها إجابة قبل الاحتجاجات بنسبة 19.23% فيما جاءت المبحوثين الذين اختاروا فترة ما بعد الاحتجاجات 13.04%.

نستنتج من قراءتنا للجدول أن نشاط صحافة المواطن لم يقتصر على فترة معينة رغم أن فترة أثناء الاحتجاجات جاءت الفترة الأنشط في عملية النشر إلا أنه من الملاحظ أن نسبة من يرون أن فترة قبل الاحتجاجات جاءت معتبرة وذلك يرجع إلى أن الاحتجاجات انطلقت أصلاً من دعوة بعض الجهات والأفراد من منابهم على مواقع التواصل الاجتماعي وتدعم هذه النتائج نتائج الجدول رقم 11 التي بينت أن نسبة كبيرة من المرسلين يوافقون على أن تغطية صحافة المواطن لموضوع الاحتجاجات زادت في عدد المشاركين فيها .

جدول رقم 16 تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب

| الإجابة | ايجابي | سلبى | لم يكن لها تأثير واضح | المجموع |
|---------|--------|------|-----------------------|---------|
| التكرار | 10 | 0 | 13 | 23 |
| النسبة% | 43.48 | 0 | 56.52 | 100 |

نستنتج من الجدول أعلاه أن أكبر عدد من المبحوثين اختاروا لم يكن لها تأثير واضح بنسبة تقدر ب 56.52% بينما اختار البقية التأثير الايجابي بنسبة 43.48% مقابل 0% للتأثير السلبى.

جدول رقم 17: هدف صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|-------------------------------------|
| 4.35 | 1 | التغيير السياسي |
| 52.17 | 12 | نقل انشغالات المحتجين للسلطة |
| 65.22 | 15 | توجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة |
| 13.04 | 3 | بديل للصحافة التقليدية |
| 134.78 | 31 | المجموع |

يتضح من الجدول أعلاه أن أهم هدف لصحافة المواطن هو توجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة وتقدر نسبة تكرار الإجابة ب 65.22 % فيما تكررت الإجابة إيصال انشغالات المحتجين للمسؤولين بنسبة 52.17 % فيما فضل 13.04 % من المبحوثين الإجابة ببديل للصحافة التقليدية بينما يرى 4.35 % أن هدفها هو التغيير السياسي.

ويرجع ذلك لان ذلك لان صحافة المواطن تعتبر في الأساس متنفس للمواطن العادي

لتعبير عن مشاكله بالدرجة الأولى والتي يعتقد أنها لا تحوز على اهتمام كافي من وسائل الإعلام أو الجهات المسؤولة لذلك جاءت إيصال انشغالات المواطنين للمسؤولين بنسبة معتبرة فيما تم استبعاد التغيير السياسي واختياره بنسبة ضئيلة لان المحتجين أنفسهم نفوا مطالبتهم بأي أهداف سياسية معينة بل أن مطالبهم تقتصر على الجانب الاجتماعي والمعيشي.

جدول رقم 18 : خدمة صحافة المواطن لأجندة سياسية معينة

| المجموع | لا | نعم | الإجابة |
|---------|-------|-------|---------|
| 23 | 12 | 11 | التكرار |
| 100 | 52.17 | 47.83 | النسبة% |

يتضح من الجدول السابق أن النسب جاءت متقاربة بدرجة كبيرة، حيث جاءت نسبة الذين أجابوا بلا لم تخدم صحافة المواطن أجندته سياسية معينة 52.17% مقابل 47.83 % أجابوا بنعم .

ويعود سبب عدم الميل إلى رأي واحد إلى أن الجزم بوجود أجندة سياسية لصحافة المواطن رأي لا يستند على دلائل قطعية نظرا لاختلاف التغطية في حد ذاتها ،في حين أدى بروز بعض الأسماء غير المنتمية لفريق البطالين والتي نصبت نفسها متحدثا باسم هذه الفئة وظهر ذلك من خلال الصفحات الالكترونية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة والمنسوبة إلى مجهول ، الأمر الذي طرح عدة تساؤلات حول ما إذا كانت تغطية المواطن خدمت أجندة سياسية معينة.

المحور الرابع : طبيعة العلاقة بين المراسل و المواطن الصحفي

جدول رقم 19: تغطية المواطن الصحفي لنفس الأحداث التي يغطيها المراسل

| المجموع | لا | نعم | الإجابة |
|---------|-------|-------|---------|
| 23 | 18 | 5 | التكرار |
| 100 | 78.26 | 21.74 | النسبة% |

يوضح الجدول السابق أن أكبر عدد من المراسلين اختار الإجابة بلا على اعتبار أن المواطن الصحفي لا يغطي نفس المواضيع التي يغطيها المراسل الصحفي وذلك بنسبة 78.26% بينما اختار 21.74% الإجابة بنعم وان المواطن الصحفي يغطي نفس المواضيع التي يغطيها المراسل.

ويرجع ذلك لاعتبار تغطية المواطن الصحفي تميل بشكل كبير لتغطية أحداثه اليومية التي قد لا يعتبرها المراسل الصحفي مهمة لأنها تبدو عادية بالنسبة له في بداية الأمر إضافة إلى أن المواطن وبامتلاكه هاتف أو كميرا قد يصور حدث يعترضه عن طريق الصدفة بينما يتطلب الأمر من المراسل التنقل إلى مكان الحدث ومن هنا لا تحوز نفس المواضيع التي تهتم المواطن على نفس الاهتمام من طرف المراسل الذي يتبع خط افتتاحي معين. أما النسبة القليلة التي ترى بان المواطن يغطي نفس الأحداث لاسيما في المناسبات الكبرى التي يتواجد فيها المواطن والمراسل على حد سواء ما يجعلهما يقومان بنفس التغطية وقد يرجع ذلك كما هو موضح في الجدول رقم 5 الذي يرى فيه المبحوثين أن هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي يعد احد أسباب ظهور صحافة المواطن.

جدول رقم 20 : الأحداث التي لا يغطيها المراسل الصحفي

| الاجابة | يصعب على المراسل الوصول إليها | ترتبط بأحداثه اليومية | يهتم بمواضيع لا يهتم بها المراسل | المجموع |
|---------|-------------------------------|-----------------------|----------------------------------|---------|
| التكرار | 8 | 13 | 4 | 25 |
| النسبة% | 32% | 52% | 16% | 108.7% |

يوضح الجدول السابق أن 52 % من المراسلين يرون أن المواطن الصحفي يهتم بمواضيع ترتبط بأحداثه اليومية بينما اختار 32% تغطية المواضيع التي يصعب على المراسل

الوصول إليها، أما أقل نسبة اختارت اهتمامه بالمواضيع التي لا يهتم بها المراسل وقدرت بنسبة %16.

فمن الملاحظ أن أكبر نسبة أرجعت سبب عدم تغطية المواطن الصحفي لنفس الأحداث التي يغطيها المراسل لاهتمام المواطن بمواضيع ترتبط بأحداثه اليومية نظراً لأن المواطن ليس صحفي يبحث عن الأحداث ليغطيها لكن تقتصر تغطيته على الأحداث القريبة منه والتي تشكل جزءاً من حياته بالدرجة الأولى فهذه الأحداث التي ترتبط به والتي يرى المواطن أنها لا تحوز على اهتمام كافٍ من وسائل الإعلام دفع المواطن الصحفي للاشتراك في صنع الأخبار حول هذه الأحداث وهذا ما يفسر النسبة المعتبرة للمراسلين الذين اختاروا أن تغطية المواطن تركز على المواضيع التي لا يهتم بها المراسل، أو لا يستطيع الوصول إليها .

جدول رقم 21 تشابه طرح المواطن الصحفي والمراسل الصحفي

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 8 | 15 | 23 |
| النسبة% | 34.78 | 65.22 | 100 |

نستنتج من قراءة الجدول أعلاه أن نسبة 65.22% من المبحوثين يرون أن طرح المواطن الصحفي لم يكن مشابهاً لطرح المراسل بينما يرى 34.78% من المراسلين أن الطرح كان متشابهاً. ويعود ذلك إلى أن طرح المراسل الصحفي يعتمد على عدة معايير منها معايير ترتبط بالالتزام بأخلاقيات المهنة والسياسة التحريرية أو الخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية بينما لا يتقيد المواطن بهذه الشروط لبيث أخباره دون المرور بأي حارس بوابة متعلق بوسيلة أو سياسة معينة.

جدول رقم 22 : تأثير نشاط المواطن الصحفي على مكانة المراسل الصحفي

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 8 | 15 | 23 |
| النسبة% | 34.78 | 65.22 | 100 |

كشفت نتائج الجدول نسبة كبيرة من المراسلين لا يرون بان نشاط المواطن الصحفي اثر على مكانتهم كمراسلين بينما يرى 34.78% منهم عكس ذلك .

ونفسر هذه النتيجة إلى اعتبار المراسلين لدور المواطن الصحفي كمكمل لدوره وليس بديل فيسر بعض لمجيبين بلا كون المواطن الصحفي لا يتمتع بنفس المصداقية التي يتمتع بها الصحفي الذي يكون مرغم على تحر الصدق والموضوعية في أخباره لأنه ملزم بالتقيد بضوابط قانونية ومهنية معينه على عكس المواطن الصحفي الذي تبين عدم صدق بعض الأخبار المتداولة من خلاله، ويرى مراسل آخر بان المراسل الصحفي في حد ذاته لم يحصل على مكانته الحقيقية فكيف للمواطن أن يؤثر على مكانته.بينما فسر احد المراسلين الذين يعتقدون بان المواطن الصحفي اثر على مكانته كمراسل بان بعض الوسائل الإعلامية اليوم تتجه إلى الاعتماد على المواطنين في تغطية الأحداث في مناطقهم واقتصر عمل المراسل على عملية تحرير الأخبار.

جدول رقم 23 : متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات

| النسبة % | التكرار | الإجابة |
|----------|---------|---|
| 52.17 | 12 | يعتبر ما ينشره مصدرا للأخبار حول الاحتجاجات |
| 43.48 | 10 | يعتبر ما ينشره يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى |
| 21.74 | 5 | لأنها مدعمة بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات |
| 17.39 | 4 | من باب الاطلاع |
| 134.78 | 31 | المجموع |

أظهرت نتائج الجدول السابق أن 52.17% من المبحوثين يتابعون ما ينشره المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم يعتبرون ما ينشرونه مصدرا للأخبار حول الاحتجاجات بينما يعتبر 43.48% منهم ما ينشر يرتبط بهم كمواطنين بالدرجة الأولى واختار 21.74% متابعة ما ينشر لأنها مدعمة بمقاطع فيديو وصور عن الاحتجاجات بينما جاء اختيار خيار من باب الاطلاع بنسبة ضئيلة تقدر ب 17.39%.

ويعود اعتبار المبحوثين لما ينشره المواطنون كمصدر للأخبار كون الأخبار التي يبيثها المواطن غالبا ما تتعلق كما هو موضح في الجدول رقم 7 بالأحداث التي يصعب على المراسل الصحفي الوصول إليها إضافة إلى كون أهم أهداف ظهورها هو تغطية الأحداث التي ترتبط بحياته اليومية كما جاء في نتائج الجدول رقم 23 و لكون الأخبار التي ينشرها غالبا ما تكون موثقة بصور و مقاطع فيديو حية من قلب الاحتجاجات وهذا كان احد الأسباب التي جعلت المراسل الصحفي يتابع ما ينشره المواطن الصحفي.

جدول رقم 24 : ممارسة المراسل لصحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 17 | 6 | 23 |
| النسبة% | 73.91 | 26.08 | 100 |

يوضح الجدول أن نسبة كبيرة من المراسلين يلجؤون إلى ممارستها للتعبير عن آرائهم بحرية أكبر وقدرت نسبتهم ب 73.91% مقابل 26.08% من المبحوثين لا يلجؤون لممارسة صحافة المواطن .

تأكد النسبة الكبيرة للمبحوثين الذين يمارسون صحافة المواطن النسبة الكبيرة للمراسلين الذين يؤيدون ظهور مفهوم صحافة المواطن كما هو موضح في الجدول رقم وهنا أضافت سببا جديدا لقبول التسمية كون المراسلين الصحفيين وهم صانعو الأخبار في الوسائل الإعلامية يفضلون ممارسة صحافة المواطن للحصول على نوع من الحرية والتعبير عن ما يريدونه حقيقة بعيدا عن القيود التي تفرضها عليهم الوسائل الإعلامية بصفتهم مراسلين من جهة إضافة إلى كونهم مواطنين من جهة أخرى، فهذه الأخيرة اعتبرتها نسبة معتبرة من المراسلين احد أهم الأسباب التي يتابع من أجلها ما ينشره المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي كما هو موضح في الجدول رقم 23، وفي هذا الصدد ترى "مسعودة بوظلعة" أن تأخر الجزائر في قطاه السمعي بصري أدى إلى ظهور صحافة المواطن، التي أصبحت محل اهتمام العديد من وسائل الإعلام، هذا ما أدى بالمراسلين موازاة مع هذا الغلق إلى تأسيس مواقعهم الخاصة بهم لنقل واقع مغاير لما تنقله وسائل الإعلام.¹

¹ مقابلة مع مسعودة بوظلعة، رئيسة القسم الثقافي بجريدة الخبر، الجزائر، 25 مارس 2014.

جدول رقم 25: تحقيق المواطن الصحفي للسبق الصحفي في تغطيته للاحتجاجات ميزه عن المراسل

| الإجابة | نعم | لا | المجموع |
|---------|-------|-------|---------|
| التكرار | 15 | 8 | 23 |
| النسبة% | 65.22 | 34.78 | 100 |

نستنتج من الجدول السابق أن اغلب المراسلين يرون أن السبق الصحفي ميزه فعلا وقدرت نسبتهم ب 65.22% بينما يرى 34.78% غير ذلك .

ويبرز ذلك في رأي المراسلة الصحفية سكيمة بلعروسي في كون شبكات التواصل الاجتماعي شكلت مصدرا مهما للأخبار والمعلومات عن الأحداث حتى أن المراسلين أصبحوا يعتمدون عليها كمصدر لأخبارهم عن الاحتجاجات¹، وبذلك تميز المواطن الصحفي لسبقه والتقاط مشاهد وتفاصيل فور وقوع الأحداث ومن داخلها.

¹ مقابلة مع سكيمة بلعروسي، مراسلة صحفية، جريدة النهار الجديد، الوادي، 1-5-2014.

المبحث الثاني: الجداول المركبة

المحور الأول : نظرة المرسلين الصحفيين إلى ظهور مفهوم صحافة المواطن

جدول رقم 26 : علاقة تسمية ممارسة المواطن لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|--------|---------|--------|---------|---------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | الاجابة |
| 55.56 | 5 | 78.57 | 11 | نعم |
| 44.44 | 4 | 21.42 | 3 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

حسب نتائج الجدول السابق نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يوافقون على تسمية ممارسة المواطن العادي لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن اكبر من نسبة الإناث وتمثل نسبة 78.57 % مقابل 55,56 % من الإناث توافقت على ذلك .والعكس بالنسبة للإجابة بلا فنسبة الذكور الذين لا يوافقون على التسمية اقل بكثير من نسبة الإناث التي قدرت نسبتهن ب 44.44 % مقابل 21.42 % للإناث .

ونفس ارتفاع نسبة الذكور الذين يوافقون على تسمية صحافة المواطن مقارنة بالإناث لان الذكور في المنطقة غالبا ما يكونون أنشط من الإناث من خلال التواجد أكثر في قلب الأحداث وحتى من ناحية الولوج إلى شبكات التواصل الاجتماعي فمن خلال عملية توزيع الاستثمارات لاحظنا أن عدد المرسلين الذكور صرحوا بامتلاكهم لعدة حسابات في الفيسبوك مثلا عكس المراسلات اللواتي عبرن عن عدم اهتمامهم بمواقع التواصل الاجتماعية بشكل كبير وهذا ما

تؤكد نتائج الجدول 98 الذي فاقت فيه نسبة المرسلين الذكور الذين يلجؤون إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية أعلى من نسبة الإناث.

جدول رقم 27: علاقة تسمية ممارسة لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 80 | 4 | 66.67 | 12 | نعم |
| 20 | 1 | 33.33 | 6 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول أعلاه يتضح أن 80% من عينة البحث التي تلقت تكوين غير الإعلام والاتصال يوافقون على تسمية ممارسة المواطن العادي لعملية نشر الأفكار والمعلومات بصحافة المواطن مقابل 66.67% من أصحاب التخصص من يشاركونهم في الرأي، أما نسبة الراضين لإطلاق التسمية فقد كانت لأصحاب التخصص الذين شكلت نسبتهم 33.3% مقابل 20% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى الذين يتفقون معهم في الرأي.

ويعود قبول أصحاب تخصصات تكوينه أخرى للتسمية، لأنهم يرون أن العمل الإعلامي هو ممارسة وخبرة بالدرجة الأولى في مقابل أصحاب تخصص إعلام واتصال الذين ينضرون إلى العمل الإعلامي بطريقة أكاديمية وإن أي ممارس للمهنة يجب أن يتعلم أبجديات، أساسيات و أخلاقيات المهنة .

جدول رقم 28 :علاقة تسمية ممارسة لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الإجابة |
| 77.78 | 7 | 64.29 | 9 | نعم |
| 22.22 | 2 | 35.71 | 5 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | الموضوع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المرسلين المؤقتين الذين يوافقون على التسمية اعلي من نسبة الموافقين العاملين بصفة دائمة حيث أجاب 77.78% من المؤقتين بنعم بينما اختار المرسلين الدائمين نفس الإجابة بنسبة 64.29%، كما أن نسبة المرسلين المؤقتين غير الموافقين على إطلاق التسمية اقل من الدائمين الذين يمثلون 35.71% مقابل 22.22% للمجيبين بلا من المؤقتين .

ويعود سبب موافقة المؤقتين أكثر من الدائمين إلى أن المرسلين العاملين بصفة مؤقتة لا يرون المهنة بعين الممارس الدائم الذي ينظر إلى تقدم المواطن الصحفي كتهديد مباشر لعمله كصحفي دائم، لكن نتائج الجدول جاءت عكس بيانات الجدول رقم 100 الذي تبين من خلاله أن نسبة الدائمين الذين يلجئون إلى ممارسة صحافة المواطن أعلى من نسبة المؤقتين الذين يلجؤون إلى ذلك .

جدول رقم 29 : علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير الجنس :

| أنثى | | ذكر | | المتغير | الإجابة |
|--------|-------|--------|-------|---------|--|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | | |
| 40 | 4 | 34,78 | 8 | | حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث |
| 40 | 4 | 43,48 | 10 | | انتشار استخدام الانترنت |
| 10 | 1 | 8,70 | 2 | | الرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام |
| 10 | 1 | 13,04 | 3 | | هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي |
| 100 | 10 | 100 | 23 | | المجموع |

نلاحظ من الجدول السابق أن أكبر نسبة من الذكور والإناث على حد سواء أرجعوا سبب ظهور صحافة المواطن إلى انتشار استخدام الانترنت حيث اختارها الذكور بنسبة 43.48 % بينما ترى 40% من الإناث ذلك إضافة إلى حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث بنسبة 40% التي اختارها الذكور بنسبة أقل من الإناث والتي تتمثل في 34,78%.

أما عن خيار هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي فقد جاءت نسبة المرسلين ضئيلة نوعاً ما بحيث اختارها المرسلين الذكور بنسبة 13.04% بتفوق عددي بسيط على اختيار الإناث اللواتي اخترن هوية المواطن بنسبة 10% بالتساوي مع الإجابة بالرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام التي اختارها الذكور بنسبة أقل تقدر بـ 8,70%.

فالملاحظ من الجدول أعلاه التقارب الكبير في نسب الذكور والإناث والاتفاق على كون انتشار استخدام الانترنت وحاجة المواطنين لمعلومات أكبر عن الأحداث هما أهم سببان لظهور صحافة المواطن .

جدول رقم 30 : علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين :

| أخرى | | إعلام واتصال | | الإجابة المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|--|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | |
| 37,5 | 3 | 36 | 9 | حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث |
| 37,5 | 3 | 44 | 11 | انتشار استخدام الانترنت |
| 12,5 | 1 | 8 | 2 | الرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام |
| 12,5 | 1 | 12 | 3 | هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي |
| 100 | 8 | 100 | 25 | المجموع |

انطلاقاً من معطيات و نسب الجدول السابق يتبين أن نسبة 44% من أصحاب تخصص إعلام واتصال اختاروا الإجابة بسبب انتشار استخدام الانترنت كأهم سبب لظهور صحافة المواطن، مقابل 37.5% من أصحاب تخصص آخر من يرون ذلك. في حين اتجهت ما نسبته 37.5% من أصحاب تخصصات أخرى إلى اعتبار حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث كأهم سبب ويتفق معهم في الرأي 36% من المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال ، بينما نسبة 12.5% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى أرجعوا لهوية المواطن وحبه للنشاط الصحفي، مقابل 12% من أصحاب تخصص إعلام واتصال الذين يتفقون معهم في ذلك، أما 12.5% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى اختاروه سبب ال رقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام مقابل 8% من أصحاب تخصص إعلام واتصال الذين يرون ذلك.

ونفسر اختيار ذوي تخصص إعلام واتصال لسبب انتشار الانترنت كأهم سبب لظهور صحافة المواطن بحكم التخصص، فتعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخداماتها احد أهم المناهج المدرسة في معاهد الإعلام والاتصال، على اعتبارها احد أهم الوسائط الحديثة للإعلام. أما عن باقي النسب فقد جاءت متقاربة جدا .

جدول رقم 31 : علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير الإجابة |
|--------|-------|--------|-------|--|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 38,46 | 5 | 35 | 7 | حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث |
| 38,46 | 5 | 45 | 9 | انتشار استخدام الانترنت |
| 7,69 | 1 | 10 | 2 | الرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام |
| 15,38 | 2 | 10 | 2 | هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي |
| 100 | 13 | 100 | 20 | الموضوع |

يمثل الجدول السابق توزيع إجابات المبحوثين حسب علاقة ظهور صحافة المواطن

بمتغير طبيعة العمل حيث يظهر الجدول اتفاق بين المراسلين الدائمين والمؤقتين حول كون انتشار استخدام الانترنت أهم سبب لظهور صحافة المواطن حيث اختاره 45% من المراسلين الدائمين بينما اختاره المؤقتين بنسبة اقل نوعا ما تتمثل في 38,46% واختارت نفس النسبة من المؤقتين الإجابة حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث بالتساوي مع انتشار الانترنت بينما اختارتها نسبة اقل من الدائمين تتمثل في 35% .

أما الخيار الثالث حسب رأي المرسلين يتمثل في هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي حيث رجه 15.38% من المرسلين المؤقتين كسبب لظهور صحافة المواطن مقبل عدد اقل من الدائمين الذين اختاروه مساواة مع الإجابة الرقابة الممارسة على عمليات نشر الأخبار في وسائل الإعلام تتمثل في 10% فيما يرى 7,69% فقط من المرسلين المؤقتين الرقابة كسبب مهم لظهور صحافة المواطن .

فمن خلال نتائج الجدول لا نلاحظ تفاوت كبير بين إجابات المرسلين المؤقتين والدائمين حيث يتفقون على الأسباب الرئيسية لظهور صحافة المواطن خاصة أهم سبب وهو انتشار الانترنت إلا أن نسبة الذين اختاروه من الدائمين اكبر ويرجع ذلك إلى كون معظم المرسلين الدائمين هم في الأساس من ذوي تخصص إعلام واتصال هذا ما لحظناه من خلال عملية توزيعنا للاستمارات وهذا يؤكد نتائج الجدول رقم 30 الذي يربط بين سبب ظهور صحافة المواطن ومتغير التخصص في التكوين.

جدول رقم 32 : علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|-------------------|--|--------|-------|--------|-------|
| الإجابة | | نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار |
| جهة إعلامية معينة | | 21.43 | 3 | 11.11 | 1 |
| يمثل جهة مجهولة | | 7.14 | 1 | 0 | 0 |
| يمثل نفسه | | 71.43 | 10 | 88.89 | 8 |
| المجموع | | 100 | 14 | 100 | 9 |

نلاحظ من الجدول أعلاه الذي يوضح العلاقة بين الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بالنسبة لمتغير الجنس أن أكبر نسبة للاختيار ليمثل نفسه فقط حيث اختارته 88.89% من الإناث مقابل نسبة أقل من الذكور تقدر بـ 71.43%، فيما يرى 21.43% من الذكور أن المواطن الصحفي يمثل جهة إعلامية معينة وتعتبر نسبة أعلى من نسبة الإناث اللواتي اخترن هذه الإجابة وتقدر نسبتهن بـ 11.11%. أما خيار تميل المواطن الصحفي لجهة مجهولة جاء كأقل خيار تم اختياره حيث نلاحظ انعدام نسبة الإناث اللواتي اخترنه بينما اختاره الذكور بنسبة 7.14%.

ونفسر عدم اختيار الإناث لإمكانية تمثيل المواطن الصحفي لجهة مجهولة مقابل تسجيل اختيار أكبر من طرف الذكور لسبب أن الذكور أكثر اطلاعا من الإناث من ناحية الاهتمام بنشرات الأخبار والتحقيقات الإخبارية ومواضيع الساعة إضافة إلى أن المراسلات في المنطقة أقل تواجدا في أماكن الأحداث مقابل الذكور الذين يعتبر تواجدهم في أماكن الاحتجاجات أمر عادي ومقبول .

جدول رقم 33 : علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير التخصص في التكوين

| المتغير | | إعلام واتصال | | أخرى | |
|-------------------|--|--------------|-------|-------|-------|
| الإجابة | | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% |
| جهة إعلامية معينة | | 3 | 16.67 | 1 | 20 |
| يمثل جهة مجهولة | | 1 | 5.56 | 0 | 0 |
| يمثل نفسه فقط | | 14 | 77.78 | 4 | 80 |
| المجموع | | 18 | 100 | 5 | 100 |

نلاحظ من قراءة بيانات الجدول السابق أن نسبة 80% من المرسلين الذين تلقوا تكوين آخر غير الإعلام واتصال يرون أن المواطن الصحفي يمثل نفسه فقط ويتفق معهم في ذلك 77.78% من المرسلين أصحاب تكوين إعلام واتصال. فيما جاءت نسبة من يرجعون تمثيل المواطن لجهة إعلامية معينة من طرف أصحاب تكوين آخر 20% مقابل 16.67% من أصحاب تخصص إعلام فيما، وتتجه نسبة ضئيلة من المرسلين الذين تلقوا تكوين إعلام واتصال تقدر ب 5.56% إلى الإجابة بجهة مجهولة مقابل انعدام نسبة من يرون ذلك من باقي التخصصات .

ويرجع اختيار نسبة كبيرة من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى لتمثيل المواطن الصحفي لنفسه فقط نتيجة لعدم اطلاعه بشكل كبير على نظريات الاتصال وكيف واستخدامات وسائل الإعلام للتأثير على الجمهور ما يجعل الفريقين لا ينظران بنفس الطريقة لأي وسيلة إعلامية، وهذا يظهر من خلال اختيار نسبة من المرسلين أصحاب التخصص لإمكانية تمثيل المواطن الصحفي لجهة مجهولة مقابل عدم احتمالها من طرف أصحاب تخصصات أخرى.

جدول رقم 34: علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير | الاجابة |
|-------|-------|-------|-------|-------------------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 44.44 | 4 | 0 | 0 | جهة إعلامية معينة | |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | يمثل جهة مجهولة | |
| 55.56 | 5 | 92.86 | 13 | يمثل نفسه | |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع | |

نلاحظ من الجدول السابق نسبة كبيرة تتمثل في أغلبية المرسلين الدائمين يرون أن المواطن الصحفي يمثل نفسه فقط وقدرت نسبتهم بـ 92.86% مقابل عدد اقل بكثير من المؤقتين الذين اختاروا هذا الخيار وتقدر نسبتهم بـ 55.56%، فيما ذهب 44.44% من المرسلين المؤقتين لاعتبار المواطن الصحفي ينتمي إلى جهة إعلامية معينة بينما استبعد المرسلين الدائمين انتمائه لأي جهة إعلامية حيث جاءت نسبة المرسلين الدائمين الذين يرون أن المواطن الصحفي ينتمي إلى جهة إعلامية معينة 0% حيث ذهب 7.14% من المرسلين الدائمين إلى كونه يمثل جهة مجهولة كما نلاحظ أن 0% من المرسلين الدائمين اختاروا انتماء المواطن الصحفي إلى أي جهة مجهولة

جدول رقم 35: علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير الجنس

| الاجابة | | المتغير | | |
|---------|-------|---------|-------|---|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | |
| 10 | 1 | 9.09 | 2 | بديل للإعلام التقليدي |
| 30 | 3 | 45.45 | 10 | الوصول إلى أحداث لا يمكن للمرسل العادي الوصول إليها |
| 50 | 5 | 31.82 | 7 | إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة |
| 0 | 0 | 13.64 | 3 | ورقة ضغط على السلطة |
| 10 | 1 | 0 | 0 | أخرى |
| 100 | 10 | 100 | 22 | المجموع |

يوضح لنا الجدول أعلاه أن 45.45% من المرسلين يرون أن الهدف من ظهور صحافة المواطن هو الوصول إلى أحداث لا يمكن للمرسل العادي الوصول إليها، مقابل 30%

من المراسلات اللواتي يرين الوصول إلى الأحداث التي ليس باستطاعة المراسل الوصول إليها. فيما يتجه 50% من المراسلات لإيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة و يتفق 31.82% من المراسلين الذكور معهم في الرأي . أما 13.64% من الذكور يرون أن الهدف من ظهور نشاط صحافة المواطن كورقة ضغط على السلطة بينما اعتبرت 0% من المراسلات ورقة ضغط كهدف من أهداف ظهور صحافة المواطن .وقد جاءت نسبة المراسلين والمراسلات الذين يرون أن صحافة المواطن جاءت كبديل للإعلام التقليدي متقاربة جدا حيث يرى 9.09% من المراسلين أن الهدف من صحافة المواطن بديل للإعلام التقليدي مقابل 10% من المراسلات .أما بالنسبة للإجابة بأخرى فقد أجاب 10% من المراسلات التطفل على مهنة الصحافة واشبع الفضول عند المواطن كهدف لظهور صحافة المواطن.

نفس اختيار الوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل العادي الوصول إليها من طرف الذكور لان المراسلين الذكور غالبا ما ترجع إليهم القيام بجمع الأخبار من أماكن بعيدة عن المقر على عكس الإناث، لذلك عايش المراسلين الذكور أكثر من الإناث صعوبة الوصول إلى الأخبار. وهذا ما يفسر اختيار المراسلات إيصال انشغالات المواطنين للسلطة وكذا إجابة التطفل على المهنة.

جدول رقم 36: علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | الاجابة | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|--|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 14.29 | 1 | 8 | 2 | | بديل للإعلام التقليدي |
| 42.86 | 3 | 40 | 10 | | الوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل العادي الوصول إليها |
| 42.86 | 3 | 36 | 9 | | إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة |
| 0 | 0 | 12 | 3 | | ورقة ضغط على السلطة |
| 0 | 0 | 4 | 1 | | أخرى |
| 100 | 7 | 100 | 25 | | المجموع |

نلاحظ من الجدول السابق أن 42.86% من المراسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى يرون أن الهدف من ظهور صحافة المواطن هو لل وصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل العادي الوصول إليها، ويوفقههم في الرأي 40% من أصحاب التخصص، تليها نسبة المراسلين من أصحاب تخصص تكويني آخر الذين يعتبرون إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة أهم هدف تقدر نسبتهم ب 42.86%، بينما يرى 14.29% من أصحاب تخصصات أخرى أنها بديل للإعلام التقليدي، ويتفق معهم 8% من أصحاب التخصص، ويتجه 12% من أصحاب التخصص ورقة ضغط على السلطة، و 4% للإجابة بأخرى وهي للتطفل على المهنة.

جدول رقم 37: علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير طبيعة التكوين

| مؤقت | | دائم | | المتغير | الاجابة |
|-------|-------|-------|-------|---|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 0 | 0 | 16.67 | 3 | بديل للإعلام التقليدي | |
| 42.86 | 6 | 38.89 | 7 | الوصول إلى أحداث لا يمكن للمرسل العادي الوصول إليها | |
| 42.86 | 6 | 33.33 | 6 | إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة | |
| 14.29 | 2 | 5.56 | 1 | ورقة ضغط على السلطة | |
| 0 | 0 | 5.56 | 1 | أخرى | |
| 100 | 14 | 100 | 18 | المجموع | |

أما على مستوى طبيعة العمل فقد رأى 42.86% من المرسلين المؤقتين أن الهدف من ظهور صحافة المواطن هو للوصول إلى أحداث لا يمكن للمرسل العادي الوصول إليها ويتفق معهم 38.89% من المرسلين الدائمين. إلا أن 42.86% من المرسلين المؤقتين يرون أن صحافة المواطن جاءت لتحقيق هدف أساسي وهو إيصال انشغالات المواطنين للسلطة ويتفق معهم في ذلك 33.33% من المرسلين الدائمين. تليها نسبة 14.29% للمؤقتين الذين يرون صحافة المواطن ورقة ضغط على السلطة مقابل نسبة قليلة من الدائمين الذين يتفقون معهم في الرأي وتتمثل في 5.56% أما بالنسبة لإجابة بأخرى فقد علق 5.56% من المرسلين الدائمين بان الهدف من ظهور صحافة المواطن فقط للتسلية والتطفل على مهنة الصحافة وإشباع الفضول.

جدول رقم 38 :علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على موقع الفايسبوك بمتغير الجنس

| الفايسبوك | | | | |
|-----------|-------|--------|-------|---------|
| أنثى | | ذكر | | المتغير |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 88.89 | 8 | 100 | 14 | 1 |
| 11.11 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال بيانات الجدول السابق نستنتج أن كل المرسلين الذكور يعتبرون الفايسبوك أنشط موقع لنشر المواطنين وتتمثل نسبتهم ب 100% مقابل 88.89% من المرسلات من ينفقن معهم في الرأي كما اعتبرت النسبة المتبقية من المرسلات والمتمثلة في 11.11% موقع فيسبوك كثاني أنشط موقع .

ونفسر ذلك كون الذكور كما ذكرنا سابقا أكثر اطلاع من الإناث وأكثر تواصلا من خلال الشبكات الاجتماعية ، لان الملاحظ من خلال نشاط الناشرين وحتى المتابعين لعدة صفحات نذكر منها شوف سوف، سبور سوف وغيرها أن معظمهم ذكور، فالإناث في المنطقة بصفة عامة لا يلجن إلى الموقع إلا بأسماء مستعارة في غالب الأحيان عكس المرسلين الذكور.

جدول رقم 39 :علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع الفايسبوك بمتغير التخصص في التكوين

| الفايسبوك | | | | |
|-----------|-------|--------------|-------|--------------------|
| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير الترتيب |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | |
| 80 | 4 | 100 | 18 | 1 |
| 20 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من المراسلين أصحاب تخصص تكوين إعلام واتصال يرون أن موقع الفايسبوك يحتل المرتبة الأولى من حيث نشاط نشر المواطنين فيه مقابل 80% من أصحاب تخصص تكويني آخر يرون ذلك فيما يرى 20% الباقية منهم انه يحتل المرتبة الثانية .

من الملفات اختيار كل المبحوثين المنتمين إلى تخصص إعلام واتصال إلى كون موقع فايسبوك أنشط موقع ينشط فيه المواطنون، نظرا لاهتمامهم بالوسائط الإعلامية الحديثة أكثر من غيرهم من أصحاب تخصصات أخرى بحكم التخصص.

جدول رقم 40: علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على موقع الفايسبوك بمتغير طبيعة العمل

| فايسبوك | | | | |
|---------|-------|--------|-------|--------------------|
| مؤقت | | دائم | | المتغير الترتيب |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 100 | 9 | 92.86 | 13 | 1 |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 2 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

أما بالنسبة لمتغير طبيعة العمل وعلاقته بترتيب نشاط موقع الفايسبوك فقد اتجه 100% من المرسلين المؤقتين إلى اعتبار الموقع أنشط موقع لنشاط المواطنين فيه ويتفق معهم في ذلك 92.86% من المرسلين الدائمين. فيما يرى 7.14% من الدائمين ترتيب موقع فايسبوك كثاني أنشط موقع لنشر المواطنين.

جدول رقم 41: علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير الجنس

| يوتيوب | | | | |
|--------|-------|-------|-------|---------|
| أنثى | | ذكر | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 77.78 | 7 | 85.71 | 12 | 2 |
| 22.22 | 2 | 7.14 | 1 | 3 |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال نتائج الجدول السابق نستنتج أن اغلب المرسلين الذكور وتقدر نسبتهم ب 85.71% يرتبون موقع اليوتيوب كثاني موقع ينشط فيه المواطنون تقابله نسبة 77.78% من المراسلات. أما نسبة 22.22% من المراسلات يتجهن لاعتبار اليوتيوب ثالث أهم موقع من ناحية نشر المواطنين فيه يوافقهن في ذلك 7.14% من المرسلين وذات النسبة المتمثلة في 7.14% من المرسلين الذكور يرتبونه في المرتبة الرابعة .

ونفسر نتائج الجدول باعتبار الذكور أكثر متابعة للأحداث أكثر من المراسلات على الموقع وهذا ما لمسناه من خلال تحدثنا مع بعض المراسلات عن علاقتها بالوسائط الإعلامية الحديثة.

جدول رقم 42 :علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير التخصص في التكوين

| يوتيوب | | | | |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 60 | 3 | 88.89 | 16 | 2 |
| 40 | 2 | 5.56 | 1 | 3 |
| 0 | 0 | 5.56 | 1 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة كبيرة من المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال يرتبون يوتيوب كثاني أنشط موقع من ناحية نشر المواطنين فيه وتتمثل نسبتهم في 88.89% فيما يرى 60% من ذوي تخصصات تكوينية أخرى ذلك ويتجه 40% من أصحاب تكوين في تخصصات أخرى أن موقع يوتيوب يحتل المرتبة الثالثة حسب نشاط نشر المواطنين فيه ويتفق معهم في ذلك 5.56% فقط أصحاب تكوين إعلام واتصال فيما فضلت نسبة 5.56% من ذوي تخصص إعلام واتصال ترتيب موقع يوتيوب كرابع أنشط موقع. نفس نتيجة أن اكبر نسبة من المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال لتصنيف موقع اليوتيوب بعد موقع الفيسبوك إلى كون أصحاب التخصص يميلون دائما إلى متابعة الوسائط الاتصالية الحديثة أكثر من المرسلين في تخصصات أخرى.

جدول رقم 43 : علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير طبيعة العمل

| يوتيوب | | | | |
|--------|-------|-------|-------|---------|
| مؤقت | | دائم | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 77.78 | 7 | 85.71 | 12 | 2 |
| 22.22 | 2 | 7.14 | 1 | 3 |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

يرتب حسب نتائج الجدول السابق 85.71% من المرسلين الدائمين موقع اليوتيوب كثاني أنشط موقع ينشط به المواطنين يتفق معهم في ذلك 77.78% من المرسلين المؤقتين أما 22.22% من المرسلين المؤقتين يتجهون إلى ترتيبها في المرتبة الثالثة ويتفق معهم في ذلك 7.14% من الدائمين مقابل نسبة قليلة من المرسلين الدائمين الذين يرتبون اليوتيوب كرابع أنشط موقع ينشر فيه المواطنون وتقدر نسبتهم ب 7.14%

اختار المرسلين الدائمين اليوتيوب كثاني أنشط موقع بنسبة كبيرة، أكثر كون المرسلين الدائمين يتميزون بالخبرة أكثر من المؤقتين، لذلك جاء ترتيب اغلبهم لموقع اليوتيوب في المرتبة الثانية.

جدول رقم 44 : علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير الجنس

| مدونات | | | | |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| أنثى | | ذكر | | المتغير |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 14.29 | 2 | 2 |
| 22.22 | 2 | 50 | 7 | 3 |
| 33.33 | 3 | 21.43 | 3 | 4 |
| 44.44 | 4 | 14.29 | 2 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول السابق أن اغلب المراسلين والذين تقدر نسبتهم ب 50% يرتبون التدوين في المرتبة الثالثة من حيث نشاط المواطنين بالنشر فيه يقابلهم عدد قليل من المراسلات وتقدر نسبتهم ب 22.22% بينما تتجه 44.44% منهن إلى ترتيبها في المرتبة الخامسة من حيث النشاط ويوافقهن في ذلك 14.29% من المراسلين أما 33.33% من المراسلات يصنفنها كرابع أنشط موقع في مقابل 21.43% من المراسلين الذكور الذين يرون ذلك بينما تتجه نسبة قليلة من المراسلين الذكور المقدر ب 14.29% إلى ترتيبها كثاني أنشط موقع من حيث كثافة نشر المواطنين فيه.

نفسر اختيار نسبة من الذكور لترتيب المدونات كثاني أنشط موقع عكس الإناث، لأننا لاحظنا من خلال عملية جمع الاستمارات أن بعض المراسلات لا يعرفن حتى ما معنى كلمة مدونة، على عكس المراسلين الذكور الذين لمسنا فيهم نشاط أكبر وإمام بالموضوع.

جدول رقم 45: علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير التخصص في التكوين

| مدونات | | | | |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 11.11 | 2 | 2 |
| 20 | 1 | 44.44 | 8 | 3 |
| 20 | 1 | 27.78 | 5 | 4 |
| 60 | 3 | 16.67 | 3 | 5 |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن أكبر نسبة لذوي تكوين في اختصاصات أخرى و نسبتهم 60% يرتبون نشاط نشر المواطنين في المدونات في المرتبة الخامسة يوافقهم في ذلك 16.67% من أصحاب تخصص إعلام واتصال، بينما يراها 44.44% من المتخصصين في الإعلام والاتصال كثالث أنشط موقع، يتفق معهم في ذلك 20% من المتكويين في تخصصات أخرى فيما تتجه 27.78% من المراسلين الذين تلقوا تكوين إعلام واتصال إلى اعتبار المدونات رابع أنشط موقع ينشر فيه المواطنون ويتفق معهم 20% من المراسلين ذوي تخصصات أخرى.

ويرجع هذا الاختلاف الواضح في كون أصحاب تخصص إعلام واتصال ينظرون إلى الأمور بطريقة مختلفة عن أصحاب تخصصات أخرى.

جدول رقم 46 :علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير طبيعة العمل

| مدونات | | | | |
|--------|-------|-------|-------|---------|
| مؤقت | | دائم | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 14.29 | 2 | 2 |
| 11.11 | 1 | 57.14 | 8 | 3 |
| 44.44 | 4 | 14.29 | 2 | 4 |
| 44.44 | 4 | 14.29 | 2 | 5 |
| 100 | 6 | 100 | 14 | المجموع |

نستنتج من بيانات الجدول السابق أن أكبر نسبة من المراسلين أصحاب العمل الدائم

يرون أن المدونات هي ثالث أنشط موقع ينشط فيه المواطن الصحفي وتقدر نسبتهم

ب57.14% مقابل 11.11% من المراسلين المؤقتين الذين يرون ذلك. كما نلاحظ تساوي نسبة

المراسلين المؤقتين الذين صنفوا المدونات في المرتبتين الرابعة والخامسة وتقدر ب 44.44%

وكذا نسبة المراسلين الدائمين الذين صنفوا المدونات ضمن المرتبة الثانية والرابعة والخامسة

وقدرت ب 14.29%.

جدول رقم 47: علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في المواقع المخصصة بمتغير الجنس

| مواقع وخصصه | | | | |
|-------------|-------|--------|-------|---------|
| أنثى | | ذكر | | المتغير |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 2 |
| 22.22 | 2 | 28.57 | 4 | 3 |
| 55.55 | 5 | 35.71 | 5 | 4 |
| 22.22 | 2 | 21.43 | 3 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 55.55% من المراسلات يصنفن نشاط نشر المواطنين في المواقع المخصصة في المرتبة الرابعة ويتفق معهن في الرأي 35.71% من المراسلين الذكور بينما يتجه 28.57% من المراسلين الذكور إلى ترتيبها كالثالث أنشط موقع مقابل 22.22% من المراسلات من يتفقن معهم في ذلك. وذات نسبة المراسلات سجلن المواقع المخصصة كخامس موقع ينشط فيه المواطنون تقابلها نسبة 21.43% للمراسلين الذكور أما أقل نسبة فقد سجلت بتصويت المراسلين الذكور على احتلال المواقع المخصصة للمرتبتين الأولى والثانية وقد جاءت النسب متشابهة قدرت ب 7.14% .

جدول رقم 48 :علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في المواقع المخصصة بمتغير التخصص في التكوين

| مواقع مخصصة | | | | |
|-------------|-------|--------------|-------|---------|
| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 5.56 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 5.56 | 1 | 2 |
| 20 | 1 | 27.78 | 5 | 3 |
| 40 | 2 | 44.44 | 8 | 4 |
| 40 | 2 | 16.67 | 3 | 5 |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق أن أعلى نسبة سجلها ذوي تخصص إعلام واتصال الذين يرون أن المواقع المخصصة تحتل المرتبة الرابعة من حيث نشاط نشر المواطن الصحفي فيها وتقدر نسبتهم ب 44.44% مقابل 40% من المراسلين أصحاب تخصصات أخرى من يتفوقون معهم في الرأي. ونفس النسبة للذين يرون المواقع المخصصة خامس أنشط موقع من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى مقابل عدد اقل من ذوي اختصاص إعلام واتصال الذين يتفوقون معهم في الرأي وقدرت النسبة ب 16.67%. فيما يتجه 27.78 % من مختصي إعلام واتصال إلى ترتيب نشاط نشر المواطنين كالثالث أنشط موقع يوافقهم في ذلك 20 % من المراسلين أصحاب تكوين آخر. بينما ترى اقل نسبة من ذوي اختصاص إعلام واتصال والمتمثلة في 5.56 % أن المواقع المخصصة تحتل المرتبة الأولى من حيث نشاط

نشر المواطنين فيها وذات النسبة لذوي اختصاص إعلام واتصال الذين يرون المواقع المخصصة ثاني أنشط موقع من ناحية نشاط نشر المواطنين فيه وتتمثل نسبتهم في 5.56%.

جدول رقم 49 : علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين على المواقع المخصصة بمتغير طبيعة العمل

| مواقع مخصصة | | | | |
|-------------|-------|-------|-------|---------|
| مؤقت | | دائم | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 7.14 | 1 | 2 |
| 33.33 | 3 | 21.43 | 3 | 3 |
| 66.67 | 6 | 28.57 | 4 | 4 |
| 0 | 0 | 35.71 | 5 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن 66.67% من المرسلين المؤقتين يرون أن

نشاط المواطنين بالنشر في المواقع المخصصة يحتل المرتبة الرابعة يتفق مهم في ذلك

28.57% من المرسلين الدائمين أما نسبة الدائمين الذين صنفوها في المرتبة الخامسة فتمثلت

في 35.71% مقابل 0% للمؤقتين الذين أجابوا بنفس المرتبة تليها نسبة المؤقتين الذين رتبوا

نشاط المواطن الصحفي فيها في المرتبة الثالثة وقدرت نسبتهم بـ 33.33% يتفق معهم في

الرأي 21.43% من المرسلين الدائمين أما اقل نسبة فجاءت بالتساوي بين المرسلين الدائمين

الذين صنفوا المواقع المخصصة في المرتبة الأولى والثانية وقدرت نسبتهم بـ 7.14%.

جدول رقم 50 :علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين البرامج التلفزيونية بمتغير الجنس

| انثى | | ذكر | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 22.22 | 2 | 21.43 | 3 | 3 |
| 22.22 | 2 | 28.57 | 4 | 4 |
| 55.56 | 5 | 50 | 7 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن اكبر نسبة من المرسلات ترى أن البرامج التلفزيونية تعتبر خامس أنشط موقع ينشط فيه المواطن الصحفي وتقدر نسبتهم ب 55.56% مقابل 50% من المرسلين الذكور من يرون ذلك تليها نسبة 28.57% من المرسلين الذين يرتبونها كرايع أنشط موقع ويتفق مهم في ذلك 22.22% من المرسلات أما بقية المرسلات اللواتي قدرت نسبتهم ب 22.22% يرين أن البرامج التلفزيونية تعتبر ثالث أنشط موقع ينشر فيه المواطنون مقابل 21.43% من الذكور الذين يعتقدون ذلك .

جدول رقم 51 علاقة رأي المرسلين في نشاط المواطنين في برامج التلفزيون بمتغير التخصص في التكوين

| التلفزيون | | | | |
|-----------|-------|--------------|-------|---------|
| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 20 | 1 | 22.22 | 4 | 3 |
| 40 | 2 | 22.22 | 4 | 4 |
| 40 | 2 | 55.55 | 10 | 5 |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

نلاحظ من بيانات الجدول السابق أن أكبر نسبة من المرسلين ذوي تخصص إعلام

واتصال في التكوين يرتبون البرامج التلفزيونية كخامس أنشط موقع من حيث نشاط نشر

المواطنين فيه وتقدر نسبتهم بـ 55.55% يقابلهم 40% من المرسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى من يرون ذلك فيما اتجهت نسبة 40% من المرسلين أصحاب تخصصات أخرى إلى ترتيبها بالمرتبة الرابعة ويتفق معهم في ذلك 22.22% من ذوي اختصاص إعلام واتصال أما 22.22% منهم فقد اختاروا تصنيفها في المرتبة الثالثة مع 20% من ذوي تخصصات أخرى.

جدول رقم 52 : علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في البرامج التلفزيونية بمتغير طبيعة العمل

| التلفزيون | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|---------|
| مؤقت | | دائم | | المتغير |
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الترتيب |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 22.22 | 2 | 21.43 | 3 | 3 |
| 22.22 | 2 | 28.57 | 4 | 4 |
| 55.56 | 5 | 50 | 7 | 5 |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أكبر نسبة من المراسلين المؤقتين يرون أن البرامج التلفزيونية تعتبر خامس أنشط موقع ينشط فيه المواطن الصحفي وتقدر نسبتهم بـ 55.56 % مقابل 50% من المراسلين الدائمين الذين يرون ذلك تليها نسبة 28.57% من المراسلين الدائمين الذين يرتبونها كرابع أنشط موقع ويتفق معهم في ذلك 22.22% من المؤقتين أما بقية المراسلين المؤقتين اللذين قدرت نسبتهم بـ 22.22% يرون أن البرامج التلفزيونية تعتبر ثالث أنشط موقع ينشر فيه المواطنون مقابل 21.43% من الدائمين الذين يعتقدون ذلك .

جدول رقم 53: علاقة تعبير تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الاجابة | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار |
| نعم | 10 | 71.43 | 5 | 55.56 | |
| لا | 4 | 28.57 | 4 | 44.44 | |
| المجموع | 14 | 100 | 9 | 100 | |

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن 71.43% من المراسلين يرون أن تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات عبرت عن انشغالات المحتجين الحقيقية مقابل 55.56% من الإناث من يتفقن معهم على ذلك. فيما ترى 44.44% من المراسلات أن التغطية لم تعبر عن انشغالات المحتجين الحقيقية ويشاركنه الرأي 28.57% من المراسلين الذكور.

نفس النسبة المرتفعة للمراسلين الذكور الذين يرون أن تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب عبرت عن انشغالات المحتجين الحقيقية كون الذكور الأكثر تواجدا في الاحتجاجات أكثر من الإناث، في نفس الوقت يعتبر الذكور أنشط من الإناث من ناحية الاطلاع والدخول إلى الصفحات الخاصة على شبكة الانترنت.

جدول رقم 54: علاقة تعبير تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 60 | 3 | 66.67 | 12 | نعم |
| 40 | 2 | 33.33 | 6 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن ما نسبته 66.67% من المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال يرون أن تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب عبرت عن انشغالات المحتجين الحقيقية في مقابل 60% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى يتفقون معهم في الرأي، أما 40% من المرسلين من خارج التخصص يرون أنها لم تنقل الانشغالات الحقيقية ويتفق معهم في الرأي 33.33% من تخصص إعلام واتصال.

على اعتبار أن المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال أكثر متابعة للأحداث والاحتجاجات من غيرهم من أصحاب تخصصات أخرى وربطها بما ينشر في شبكة الانترنت، مع أن هذا الاختلاف لا يظهر بشكل كبير فالاختلاف في الآراء جاء بشكل طفيف.

جدول رقم 55 : علاقة تعبير تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير الاجابة |
|--------|-------|--------|-------|--------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 77.78 | 7 | 57.14 | 8 | نعم |
| 22.22 | 2 | 42.86 | 6 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

أما بالنسبة لمتغير طبيعة العمل فيوضح الجدول أعلاه أن نسبة المراسلين المؤقتين الذين يرون أن تغطية صحافة المواطن عبرت عن مطالب المحتجين الحقيقية اكبر من نسبة المراسلين الدائمين حيث قدرت نسبتهم 77.78% مقابل 57.14% من الدائمين . فيما يرى 42.86% من المراسلين الدائمين عكس ذلك على اعتبار تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات لم تعبر عن المطالب الحقيقية للمحتجين يتفق في ذلك معهم 22.22% من المراسلين المؤقتين.

ونفس ارتفاع نسبة المؤقتين الذين يرون أن التغطية عبرت على انشغالات المحتجين الحقيقية لان المراسلين المؤقتين احتكوا أكثر من الدائمين بالمحتجين على عكس الدائمين، ففي الغالب يتمركز عمل المراسلين المؤقتين خارج المقر مما يجعلهم أكثر احتكاكا بأرض الواقع.

جدول رقم 56 : علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الاجابة | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار |
| المحتجين | 11 | 78.57 | 8 | 88.89 | |
| في صف الدولة | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| موضوعية | 3 | 21.43 | 1 | 11.11 | |
| المجموع | 14 | 100 | 9 | 100 | |

انطلاقاً من الجدول المتعلق في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بدلالة متغير الجنس يتبين أن 88.89% من فئة الإناث يرون أن التغطية جاءت في صف المحتجين مقابل 78.57% من فئة الذكور ممن يعتقدون ذلك، أما الذين يرون أن التغطية التزمت الموضوعية فقد سجلنا ما نسبته 21.43% من فئة الذكور و 11.11% من فئة الإناث، أما عن الذين يعتقدون أنها جاءت في صف الدولة فلم تسجل أي نسبة سوى من الذكور أو الإناث.

ونفسر عدم اختيار أن تغطية صحافة المواطن جاءت في صف الدولة لان صحافة المواطن جاءت للتعبير عن انشغالات المواطنين ونقلها إلى السلطة كما جاء في نتائج الجدول رقم 7، فيما جاءت نسبة الذكور الذين يرون أن التغطية جاءت موضوعية بحكم اقترابهم أكثر من موقع الأحداث أكثر من الإناث.

جدول رقم 57: علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين

| الاجابة | | إعلام واتصال | | المتغير |
|---------|-------|--------------|-------|--------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 60 | 3 | 88.89 | 16 | المحتجين |
| 0 | 0 | 0 | 0 | في صف الدولة |
| 40 | 2 | 11.11 | 2 | موضوعية |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

نلاحظ من الجدول السابق أن اكبر نسبة من أصحاب تخصص إعلام واتصال يرون أن تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات جاءت في صف المحتجين، وتقدر نسبتهم بـ 88.89% ويتفق معهم في ذلك 60% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى. أما عن نسبة المرسلين الذين يرون أن التغطية جاءت موضوعية فقد سجلنا أكبر نسبة لدى أصحاب تخصصات أخرى وقدرت بـ 40% مقابل 11.11% فقط من تخصص إعلام واتصال من يرى ذلك. مقابل عدم تسجيل أي إجابة لفي صف الدولة.

ويعود ارتفاع نسبة أصحاب تخصصات أخرى الذين اختاروا أن التغطية كانت موضوعية مقابل نسبة قليلة من أصحاب تخصص إعلام واتصال، إلى أن المتخصصين في الإعلام يعرفون أن أي تغطية إعلامية تكون موضوعيتها نسبية، وخاصة بالنسبة لصحافة المواطن التي جاءت متحيزة لرأي واحد كما هو واضح من نتائج الجدول رقم 12.

جدول رقم 58: علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير الاجابة |
|-------|---|-------|----|--------------------|
| 77.78 | 7 | 85.71 | 12 | المحتجين |
| 0 | 0 | 0 | 0 | في صف الدولة |
| 22.22 | 2 | 14.29 | 2 | موضوعية |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

يتضح من خلال الجدول المتعلق بعلاقة الصف الذين كان فيه فرد العينة بمتغير طبيعة العمل و يتضح من ذلك أن ما نسبته 85.71% من المراسلين بمناصب دائمة يرون أن تغطية صحافة المواطن جاءت في صف المحتجين في حين 77.78% بمناصب مؤقتة يتفقون معهم في الرأي، بينما ما نسبته 22.22% من المراسلين المؤقتين يعتقدون أن التغطية التزمت الموضوعية ويفق معهم في ذلك 14.29% من المراسلين المؤقتين. مقابل 0% من الفئتين ممن يرون أن التغطية جاءت في صف الدولة.

نفسر اختيار نسبة اكبر من المؤقتين بان تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات جاءت موضوعية، مقارنة بالدائمين الذين غالبا ما يكونون أكثر خبرة من المؤقتين وينظرون للأمور من زاوية أعمق.

جدول رقم 59 : علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 77.78 | 7 | 92.86 | 13 | نعم |
| 22.22 | 2 | 7.14 | 1 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال هذا الجدول الذي يحوي علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت

الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير الجنس يتضح جليا أن نسبة 92.86% في المائة من الذكور يرون أن تغطية المواقع الالكترونية للاحتجاجات أثرت على عدد المشاركين فيها، ويتفق معهم 77.78% من المراسلات، وقد جاءت نسبة الإناث اللواتي يرين أن تغطية المواقع الالكترونية لم تأثر في عدد المشاركين فيها 22.22% مقابل 7.14% من الذكور من يرون ذلك.

نفس ارتفاع نسبة الذكور الذين يعتقدون أن المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات

أثرت على عدد المشاركين فيها لان الذكور كانوا أكثر تواجدا في الاحتجاجات من الإناث، لذلك من السهل على المراسلين الذكور الاحتكاك بالمحتجين والحصول على معلومات أكثر من الإناث.

جدول رقم 60 : علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 80 | 4 | 88.89 | 16 | نعم |
| 20 | 1 | 11.11 | 2 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول الخاص ب علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين يتضح أن ما نسبته 88.89% من أصحاب تخصص إعلام واتصال يعتقدون أن المواقع الالكترونية أثرت في عدد المشاركين في الاحتجاجات في حين 80% من أصحاب التخصصات الأخرى يتفقون معهم في الرأي، أما عن نسبة المرسلين الذين يرون أنها لم تؤثر فقد جاءت نسبة أصحاب تخصصات أخرى أعلى من تخصص إعلام واتصال تقدر ب 20% مقابل 11.11% .

وعليه نستنتج أن أصحاب تخصص إعلام و اتصال أكثر إدراكا بتأثير المواقع الالكترونية بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع المخصصة وغيرها على اعتبارها وسيلة إعلامية فعالة، وذلك بحكم التخصص على عكس أصحاب تخصص آخر غير الإعلام والاتصال الذين لم يتلقوا تكويناً أكاديمياً في هذا الشأن، ولا يعرفون أجدبيات العمل الإعلامي من نظريات للتأثير والإقناع وغيرها.

جدول رقم 61 : علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 77.78 | 7 | 92.86 | 13 | نعم |
| 22.22 | 2 | 7.14 | 1 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول الخاص ب علاقة تأثير بمتغير طبيعة العمل نستنتج أن ما نسبته 92.86% من الذين لهم طبيعة عمل دائم يرون أن المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات أثرت على عدد المشاركين في ها مقابل 77.78% من الذين لهم طبيعة عمل مؤقتة، بينما 22.22 من المرسلين أصحاب عمل المؤقتة لا يرون أن التغطية أثرت على عدد المشاركين في الاحتجاجات مقابل 7.14% من المرسلين الدائمين الذين يتفوقون معهم في الرأي.

ونفس ارتفاع نسبة الدائمين المحبيين بنعم أكثر من المؤقتين أن عامل الخبرة الذي يتمتع به الدائمين يمكنهم من النظر إلى العملية الإعلامية بطريقة أفضل من المؤقتين الذين غالبا ما يكونون مبتدئين في المهنة.

جدول رقم 62 : علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|---------------------|--|-------|-------|-------|-------|
| الاجابة | | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% |
| مطابق للواقع | | 4 | 28.57 | 4 | 44.44 |
| متحيز لرأي واحد فقط | | 10 | 71.43 | 5 | 55.56 |
| المجموع | | 14 | 100 | 9 | 100 |

من خلال الجدول الخاص بعلاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير الجنس يتضح أن ما نسبته 71.43% من الذكور يرون أن ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات كان متحيزين لرأي واحد فقط مقابل 55.56% من المراسلات اللواتي يتفقن معهم في الرأي، أما مدى مطابقته للواقع فترى ذلك 44.44% من المراسلات ويتفق معهن في الرأي 28.57% من المراسلين الذكور.

نفس ارتفاع نسبة الذكور الذين يرون أن النشر كان متحيز بحكم احتكاك المراسلين الذكور أكثر بالمحتجين وكذلك المواطنين الصحفيين الذين غطوا الاحتجاجات بحكم أن أغلبهم من فئة الذكور، وحتى من مبدأ أن الذكور في المنطقة والمراسلين منهم يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعية بأسمائهم الحقيقية، مما يسهل عليهم عملية الحصول على المعلومات أفضل من الإناث اللواتي يستخدمن أسماء مستعارة أو مزيفة في بعض الأحيان.

جدول رقم 63: علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|---------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 60 | 3 | 27.78 | 5 | مطابق للواقع |
| 40 | 2 | 72.22 | 13 | متحيز لرأي واحد فقط |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن ما نسبته 72.22 % من أصحاب تخصص إعلام و اتصال يرون أن ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات كان متحيز لرأي واحد فقط، في مقابل 40% من أصحاب تخصصات أخرى من الذين يرون ذلك. أما عن مطابقته للواقع فاخترها 60% من أصحاب تخصصات أخرى ونسبة اقل من أصحاب تخصص إعلام واتصال تقدر نسبتهم ب 27.78 % .

يرجع السبب دائما إلى عامل التخصص حيث نلاحظ أن نتائج الجدول تتنافى مع بيانات الجدول 55 الذي أجاب فيه أصحاب تخصصات أخرى بان تغطية صحافة المواطن جاءت في صف المحتجين أي أنها متحيزة لرأي واحد على عكس الإجابات في الجدول الذي جاءت فيه اكبر نسبة للإجابة بمطابق للواقع، وهذا يفسره نقص التكوين الأكاديمي على عكس أصحاب تخصص إعلام واتصال الذين جاءت إجاباتهم متوافقة.

جدول رقم 64 : علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 44.44 | 4 | 28.57 | 4 | مطابق للواقع |
| 55.56 | 5 | 71.43 | 10 | متحيز لرأي واحد فقط |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول الخاص بعلاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل أن ما نسبته 71.43 في المائة من أصحاب عمل دائمة صرحوا أن ما ينشر هو متحيز لرأي واحد فقط بينما 55.56% من أصحاب عمل مؤقت ،في حين الذين عبروا عن أن ما ينشر و مطابقته للواقع فكان 44.44 في المائة من أصحاب العمل المؤقت و 28.57 في المائة من صاحب عمل دائم.

نفسر أن معظم المرسلين الدائمين اختاروا أن ما ينشر متحيز لرأي واحد، في مقابل أن المرسلين المؤقتين ليس لديهم رأي واحد لوجود لعدم وجود نسبة عظمة بسبب عامل الخبرة الذي ينقص المرسلين المؤقتين، الذين يفتقدون إلى رؤية واضحة للأمور على عكس الدائمين.

جدول رقم 65 : علاقة اكتساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 44.44 | 4 | 64.29 | 9 | نعم |
| 55.56 | 5 | 35.71 | 5 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول أجابت نسبة كبيرة من المراسلين الذكور قدرت نسبتهم بـ 64.29% إجابتهم بنعم على أن ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات أكسبتها مصداقية اكبر ويتفق معهم في ذلك 44.44% من المراسلات، بينما اتجهت 55.56% من المراسلات للإجابة بعكس ذلك ويتفق معهن في الرأي نسبة اقل من الذكور تقدر بـ 35.71%.

جدول رقم 66: علاقة اكتساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 60 | 3 | 55.56 | 10 | نعم |
| 40 | 2 | 44.44 | 8 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

كتعليق على الجدول السابق يتضح أن 60 في المائة من أصحاب اختصاص آخر كانت إجاباتهم نعم أي أن ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات أكسبتها مصداقية أكبر ، هذا ويوافقهم 55.56% في الرأي من أصحاب تخصص إعلام و اتصال، بينما تعتقد نسبة 44.44% من أصحاب تخصص إعلام و اتصال أن ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات لم تكسبها مصداقية أكبر ويتفق معهم في ذلك 40% من المتكويين بتخصص آخر .

نفس ارتفاع نسبة المجيبين بنعم من أصحاب تخصصات أخرى مقابل عدد أقل من أصحاب تخصص إعلام واتصال الذين ينضرون إلى وسائط تكنولوجيا الإعلام والاتصال ليس دليل صادق مائة في المائة، بالنظر إلى ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة اليوم، على عكس المراسلين أصحاب تخصصات أخرى .

جدول رقم 67 : علاقة اكتساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية أكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير الاجابة |
|-------|-------|-------|-------|--------------------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | |
| 66.67 | 6 | 50 | 7 | نعم |
| 33.33 | 3 | 50 | 7 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

تعليقا على الجدول الخاص بعلاقة اكتساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية أكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل فإن 66.67% من فئة عمل مؤقت كانت الإجابة نعم ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب

الاحتجاجات أكسبت صحافة المواطن مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات مقابل 50% من فئة أصحاب عمل دائم يعتقدون ذلك، بينما 50% الباقية من نفس الفئة كانت إجابتهم لا واتفقت معهم في ذلك 33.33% من أصحاب عمل مؤقت.

جدول رقم 68: علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الاجابة | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار |
| نعم | 11 | 78.57 | 6 | 66.67 | |
| لا | 3 | 21.43 | 3 | 33.33 | |
| المجموع | 14 | 100 | 9 | 100 | |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 78.57 بالمائة من الذكور كانت الإجابة بنعم صحافة المواطن زودت الجمهور بالمعلومات في مقابل 66.67% من الإناث اللواتي اجبن نفس الإجابة. في حين اتجهت 33.33% من المراسلات للإجابة بان صحافة المواطن لم تزود الجمهور بالمعلومات حول الأحداث، واتفق معهن في ذلك 21.43% من المراسلين الذكور.

ونفس ارتفاع نسبة الذكور الذين أجابوا بنعم على عكس الإناث كون الذكور أكثر احتكاك بالجمهور أكثر من الإناث، إضافة إلى كون الذكور أكثر اطلاعا على ما ينشر في المواقع أكثر من الإناث، بحكم الاختلافات في الاهتمامات.

جدول رقم 69 : علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتياجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 80 | 4 | 72.22 | 13 | نعم |
| 20 | 1 | 27.78 | 5 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن 80 بالمائة من أصحاب تخصص آخر كانت إجاباتهم بان صحافة المواطن زودت الجمهور بالمعلومات حول الأحداث، في مقابل 72.22% بالمائة من أصحاب تخصص إعلام واتصال كانت إجاباتهم نفسها. في حين اتجه 27.78% نفس الاختصاص للإجابة بلا على اعتبار أن صحافة المواطن لم تزود الجمهور بالمعلومات حول الأحداث في مقابل عدد اقل من أصحاب تخصص آخر تقدر نسبتهم ب 20%.

ورغم الاتفاق في وجهات النظر حول تزويد صحافة المواطن للجمهور بالمعلومات عن الاحتياجات، بين فئة أصحاب تخصص إعلام واتصال وتخصصات أخرى إلا أن الموافقين من تخصص إعلام واتصال اقل لأنهم يرون أن الخبر الصحفي مقدس وان ليست كل معلومة خبر لأنها يجب أن تكون نابعة من مصدر موثوق منه على عكس صحافة المواطن التي تعتبر مصادر مجهولة بالنسبة لهم.

جدول رقم 70 : علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن
الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 66.67 | 6 | 78.57 | 11 | نعم |
| 33.33 | 3 | 21.43 | 3 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 78.57 بالمائة من المراسلين الذين لهم طبيعة عمل دائم كانت إجابتهم بنعم على أن صحافة المواطن زودت الجمهور بالمعلومات حول الأحداث في مقابل 66.67 بالمائة من أصحاب طبيعة عمل مؤقت من اتفق معهم في الرأي، في حين رجحت 33.33 من المراسلين أصحاب عمل مؤقت أن صحافة المواطن لم تزود الجمهور بالمعلومات حول الأحداث ويشاطرهم الرأي 21.43% من المراسلين الدائمين.

ويعود اختيار المراسلين الدائمين لكون صحافة المواطن زودت الجمهور بالمعلومات عن الأحداث لان المراسل الدائم يعتبر ما ينشره المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما يمدّه بالأخبار والمعلومات حول الاحتجاجات وهذا ما يوضحه الجدول رقم 97، مقارنة بالمراسلين الدائمين الذين يرون ذلك بنسبة اقل.

جدول رقم 71: علاقة الفترة التي كان فيها نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى |
|------------------|--|-------|-------|-------|
| الاجابة | | تكرار | نسبة | تكرار |
| قبل الاحتجاجات | | 3 | 18.75 | 2 |
| أثناء الاحتجاجات | | 10 | 62.5 | 6 |
| بعد الاحتجاجات | | 3 | 18.75 | 2 |
| المجموع | | 16 | 100 | 10 |

انطلاقا من الجدول السابق يتبين أن ما نسبته 62.5% من المرسلين الذكور يرون أن نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا أثناء الاحتجاجات و الإجابة نفسها لـ 60% من المرسلات ، بينما الإجابة بقبل و بعد الاحتجاجات فكانت 20% عند المرسلات مقابل نسبته 18.75% قبل و بعد الاحتجاجات عند فئة المرسلين الذكور .

نلاحظ أن النسب جاءت متقاربة جدا ورجحت فترة أثناء الاحتجاجات التي كانت نسبة الذكور أكثر بقليل نسبة لكونهم أكثر متابعة وتواجدا في قلب الأحداث من المرسلات، أما عن ارتفاع نسبة المرسلات اللواتي اجبن بقبل وبعد الاحتجاجات أكثر من الذكور كون الإناث دائما أو غالبا ما يكون اشد ملاحظة من الذكور .

جدول رقم 72: علاقة الفترة التي كان فيها نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الإجابة |
| 16.67 | 1 | 20 | 4 | قبل الاحتجاجات |
| 66.67 | 4 | 60 | 12 | أثناء الاحتجاجات |
| 16.67 | 1 | 20 | 4 | بعد الاحتجاجات |
| 100 | 6 | 100 | 20 | المجموع |

انطلاقا من الجدول أعلاه يتبين أن نسبته 66.67% من أصحاب تخصص آخر أجابوا بان نشاط صحافة المواطن كان أكثر بروز أثناء الاحتجاجات و الإجابة نفسها لـ 60 في المائة من أصحاب تخصص إعلام و اتصال ، بينما الإجابة بقبل و بعد الاحتجاجات فكانت 16.67 بالمائة عند أصحاب تخصص آخر، مقابل نسبته 20% قبل و بعد الاحتجاجات عند فئة تخصص إعلام و اتصال .

نفس ارتفاع نسبة أصحاب تخصصات تكوينية أخرى فترة الاحتجاجات بزيادة طفيفة عن أصحاب تخصص إعلام واتصال لان التغطية في هذه الفترة كانت واضحة أكثر منها في فترة أخرى، مقابل ارتفاع نسبة أصحاب التخصص الذين أجابوا بقبل وبعد مقارنة بأصحاب تخصصات تكوينية أخرى لان نظرة أصحاب التخصص تختلف عن التخصصات الأخرى، فهم يلاحظون ويحللون المشهد الإعلامي باستمرار، لأنهم يعرفون قيمة توقيت الرسالة أكثر من غيرهم.

جدول رقم 73 : علاقة الفترة التي كان فيها نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 18.18 | 2 | 20 | 3 | قبل الاحتجاجات |
| 54.55 | 6 | 66.67 | 10 | أثناء الاحتجاجات |
| 27.27 | 3 | 13.33 | 2 | بعد الاحتجاجات |
| 100 | 11 | 100 | 15 | المجموع |

انطلاقا من الجدول يتبين أن ما نسبته 66.67 بالمائة من أصحاب عمل دائم أجابوا بان نشاط صحافة المواطن كان أكثر بروز أثناء الاحتجاجات و الإجابة نفسها لـ 54.55 في المائة من أصحاب عمل مؤقت، بينما يرى 27.27 بالمائة من فئة عمل مؤقت أن نشاط صحافة المواطن كان أكثر بروزا في فترة ما بعد الاحتجاجات ويتفق معهم في ذلك 13.33% من المرسلين الدائمين، بينما أجاب 20% من فئة أصحاب عمل دائم بفترة قبل الاحتجاجات مقابل 18.18% من المرسلين المؤقتين الذين يرون ذلك .

جدول رقم 74 : علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|-----------------------|--|-------|------|-------|-------|
| الإجابة | | تكرار | نسبة | تكرار | نسبة |
| إيجابي | | 7 | 50 | 3 | 33.33 |
| سلبى | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| لم يكن لها تأثير واضح | | 7 | 50 | 6 | 66.67 |
| المجموع | | 14 | 100 | 9 | 100 |

انطلاقاً من الجدول إذ سجلنا نسبة 66.67% من المراسلات كانت إجابتهم بلم يكن هناك تأثير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي وتغطيتها للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب مقابل نسبة 50% للذكور الذين يرون ذلك، بينما اختارت 50% الباقية من الذكور الإجابة بان تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب ايجابية و نفس الإجابة لـ 33.33% لدى المراسلات، بينما عن سلبية تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب فلم نسجل أي إجابة عند كلا الجنسين.

نفس ارتفاع نسبة الإناث اللواتي يرين أن التغطية لم يكن لها تأثير واضح مقارنة بالذكور لان الإناث لم يتواجدن في قلب الاحتجاجات على عكس الذكور الذين عايشوا الأحداث ورصدوا آراء المحتجين عن قرب لذلك جاءت نسبة المراسلين الذكور الذين يرون أن التغطية جاءت ايجابية.

جدول رقم 75 : علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير | |
|------|---|--------------|----|-----------------------|--|
| | | | | الإجابة | |
| 40 | 2 | 44.44 | 8 | إيجابي | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | سلبى | |
| 60 | 3 | 55.56 | 10 | لم يكن لها تأثير واضح | |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع | |

انطلاقاً من الجدول السابق سجلنا نسبة 60 بالمائة من أصحاب تخصص آخر غير

الإعلام والاتصال كانت إجابتهم بلم يكن هناك تأثير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي

وتغطيتها للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب واتفق معهم في الرأي من أصحاب تخصص

إعلام و اتصال نسبة بـ 55.56 بالمائة، بينما 44.44 بالمائة من فئة إعلام و اتصال

اختارت الإجابة بكون تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب

إيجابية و اتفق معهم في ذلك . 40% من المرسلين أصحاب تخصص تكويني آخر، بينما عن

سلبية تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب فلم نسجل أي إجابة

عند كلا الفئتين.

نفس ارتفاع نسبة المجيبين بلم يكن لها تأثير واضح من طرف المرسلين أصحاب

تخصصات تكوينية أخرى مقارنة بأصحاب التخصص كون المرسل الذي تلقى تكوين إعلام

واتصال يدرك جيداً أن لكل تغطية تأثير معين يتم عبر مراحل معينة، سواء كان هذا التأثير

انتقائي أو غير ذلك.

جدول رقم 76 علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | الاجابة | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|-----------------------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 44.44 | 4 | 42.86 | 6 | ايجابي | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | سلبي | |
| 55.56 | 5 | 57.14 | 8 | لم يكن لها تأثير واضح | |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع | |

انطلاقاً من الجدول أعلاه لاحظنا أن نسبة 55.56% من المرسلين المؤقتين يرون انه لم يكن هناك تأثير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي وتغطيتها للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب ويتفق مهم في ذلك من المرسلين الدائمين 57.14، بينما يرى 44.44 من المرسلين المؤقتين أن التغطية كانت ايجابية ويوافقهم في الرأي 42.86% من المرسلين الدائمين، بينما عن سلبية تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات أزمة البطالة بالجنوب فلم نسجل أي إجابة عند كلا الفئتين.

جدول رقم 77: علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير الجنس

| الاجابة | | المتغير | |
|---------|-----|---------|-------|
| أنثى | ذكر | تكرار | نسبة% |
| 0 | 1 | 5 | 36.36 |
| 36.36 | 8 | 40 | 54.55 |
| 54.55 | 9 | 45 | 9.09 |
| 9.09 | 2 | 10 | 100 |
| 100 | 20 | 11 | 5 |

انطلاقاً من الجدول يتضح أن 54.55 بالمائة من فئة المراسلات يرين أن الهدف من تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات ما هو إلا توجيه للرأي العام نحو مشكلة البطالة و نفس الرأي بالنسبة لـ 45 بالمائة من الذكور أما 40% من الذكور اعتبروا نقل لانشغالات المحتجين للمسؤولين أهم هدف يوافقهم في ذلك 36.36% من المراسلات، فيما يرى 10% من الذكور صحافة المواطن جاءت كبديل للصحافة التقليدية يتفق معهم في ذلك 9.09% من المراسلات، فيما اختارت اقل نسبة من الذكور التغيير السياسي بنسبة 5% مقابل انعدام لنسبة الإناث المتفقات معهم في الرأي.

نفس ارتفاع نسبة المراسلات اللواتي اجبن بتوجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة أكثر من الذكور كون المراسلين الذكور وبحكم نزولهم إلى أماكن الاحتجاجات يعرفون أن البطالة ليست المشكلة الوحيدة التي تكلم عنها المحتجون، بدليل أن نسبة الذكور الذين أجابوا لإيصال انشغالات المحتجين للسلطة بصفة عامة اكبر من نسبة الإناث مما يعني أن هناك مشاكل

أخرى غير البطالة، إضافة إلى اختيار المرسلين للتغيير السياسي الذي استبعدته المراسلات كليا.

جدول رقم 78 : علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير الاجابة |
|-------|---|--------------|----|-------------------------------------|
| 0 | 0 | 4 | 1 | التغيير السياسي |
| 33.33 | 2 | 40 | 10 | نقل انشغالات المحتجين للمسؤولين |
| 50 | 3 | 48 | 12 | توجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة |
| 16.67 | 1 | 8 | 2 | بديل للصحافة التقليدية |
| 100 | 6 | 100 | 25 | المجموع |

انطلاقاً من يتضح أن 50 بالمائة من فئة تخصص آخر ترى أن الهدف من تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات لتوجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة و يتفق معهم في الرأي نسبة 48 من فئة تخصص إعلام واتصال، أما 40 من أصحاب تخصص إعلام واتصال تهدف إلى نقل انشغالات المحتجين للمسؤولين بالدرجة الأولى ووافهم في ذلك 33.33% من أصحاب تخصص تكويني تخصص آخر، في حين جاءت نسبة المجيبين ببديل للإعلام التقليدي من أصحاب تخصصات أخرى 16.67 مقابل 8 بالمائة من فئة تخصص إعلام و اتصال الذين يشتركون معهم في نفس الرأي، أما نسبة 4 من تخصص إعلام واتصال فقد اختارت هدف التغيير السياسي كأهم هدف مقابل انعدام نسبة المجيبين بذلك في تخصصات أخرى.

نفس ارتفاع نسبة المرسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى الذين أجابوا بتوجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة أكثر أصحاب تخصص إعلام إلى أن أصحاب تخصص إعلام واتصال يدركون أن أزمة البطالة في الجنوب هي نتاج مجموعة من المشاكل أدى تراكمها إلى انفجار لان البطالة ليست المشكلة الوحيدة التي تكلم عنها المحتجون إضافة إلى وجود عوامل أخرى ، بدليل أن نسبة أصحاب تخصص إعلام الذين أجابوا لإيصال انشغالات المحتجين للسلطة بصفة عامة اكبر من نسبة ذوي تخصصات أخرى إضافة إلى اختيارهم لهدف التغيير السياسي مقابل عدم تسجيل أي اختيار من طرف غيرهم، هذا و نفس ارتفاع نسبة الذين اختاروا هدف بديل للإعلام التقليدي من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى وانخفاض نسبة تخصص إعلام واتصال لان هذه الأخيرة تؤمن أن مهنة الصحفي هي مهنة تحكمها بروتوكولات معينة وتقوم على أخلاقيات و قوانين معينة وهذا الاعتقاد نابع من التكوين في التخصص عكس المرسلين من تخصصات أخرى الذين يرون أن المهنة هي ممارسة وخبرة بالدرجة الأولى.

جدول رقم 79 : علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|-------------------------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 0 | 0 | 5 | 1 | التغيير السياسي |
| 36.36 | 4 | 40 | 8 | نقل انشغالات المحتجين للمسؤولين |
| 63.64 | 7 | 40 | 8 | توجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة |
| 0 | 0 | 15 | 3 | بديل للصحافة التقليدية |
| 100 | 11 | 100 | 20 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول الخاص يتضح أن 63.64 بالمائة من المرسلين المؤقتين يرون أن الهدف من تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات هو لتوجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة، ويتفق معهم في ذلك 40 من المرسلين الدائمين، أما 40% من المرسلين الدائمين فقد اعتبروا نقل انشغالات المحتجين إلى السلطة أهم هدف لظهور صحافة المواطن، ويشاطرهم الرأي 36.36% من المرسلين المؤقتين، في حين اتجهت نسبة 15% من المرسلين الدائمين إلى اعتبار صحافة المواطن بديل للصحافة التقليدية مقابل 0% من المرسلين المؤقتين من يرى ذلك. و 5% من فئة عمل دائم أجابت بغرض التغيير السياسي بينما لم يسجل ولا إجابة بخصوص تغيير سياسي لدى المرسلين المؤقتين.

ومنه نفسر هذا الارتفاع في نسبة المرسلين المؤقتين اللذين أجابوا بتوجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة أكثر من الدائمين، نظراً لكون هذه الفئة الأخيرة تتمتع بخبرة ونظرة تحليلية للأمور أكثر من المرسلين المؤقتين، بدليل أن نسبة الدائمين الذين أجابوا بإيصال انشغالات

المحتجين للسلطة بصفة عامة اكبر من نسبة المؤقتين إضافة إلى انعدام إجاباتهم عند هدف التغيير السياسي وكذا بديل للإعلام الذي أجابت به نسبة معتبرة من المرسلين المؤقتين .

جدول رقم 80: علاقة ارتباط صحافة المواطن أجندة سياسية معينة بمتغير الجنس.

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير الإجابة | |
|------|---|--------------|----|--------------------|----|
| | | | | نعم | لا |
| 60 | 3 | 44.44 | 8 | نعم | |
| 40 | 2 | 55.56 | 10 | لا | |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع | |

نلاحظ من الجدول السابق أن 55.56% من المراسلات و 50% من المرسلين يرون أن تغطية صحافة المواطن لاحتجاجات البطالة في الجنوب لم ترتبط بأي أجندة سياسية معينة، بينما يتجه 50% من المرسلين الذكور إلى الإجابة بنعم وربط تغطية صحافة المواطن بأجندة سياسية معينة تتفق معهن في ذلك 44.44% من المراسلات .

جدول رقم 81 : علاقة ارتباط صحافة المواطن أجندة سياسية معينة بمتغير التخصص في التكوين

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| | | | | الاجابة |
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 44.44 | 4 | 50 | 7 | نعم |
| 55.56 | 5 | 50 | 7 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

أما بالنسبة لمتغير التخصص في التكوين نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أعلاه أن 60% من المرسلين الذين تلقوا تكوين آخر غير الإعلام يرون أن صحافة المواطن خدمت في تغطيتها أجندة سياسية معينة، مقابل 44.44 من أصحاب التخصص الذين ينفقون معهم في الرأي، بينما يرى 55.56% ممن تلقوا تكوين إعلام واتصال عدم ارتباط تغطية صحافة المواطن لاحتجاجات البطالة في الجنوب بأي أجندة سياسية معينة ويتفق معهم في ذلك 40% من أصحاب تخصصات تكوينية أخرى .

ونفس ارتفاع إجابة أصحاب تخصصات تكوينية أخرى حول ارتباط تغطية صحافة المواطن لاحتجاجات الجنوب بأي أجندة سياسية معينة، إلى كون معظم المرسلين الذين ينتمون إلى تخصصات تكوينية أخرى تلقوا تكوين تابع للعلوم السياسية والعلاقات الدولية، لذلك جاءت إجاباتهم وفق تحليلات سياسية نابعة من منطلق التخصص.

جدول رقم 82: علاقة ارتباط صحافة المواطن بأجندة سياسية معينة بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 55.56 | 5 | 42.86 | 6 | نعم |
| 44.44 | 4 | 57.14 | 8 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

أما عن متغير طبيعة العمل فقد أظهرت نتائج الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المراسلين ذوي مناصب عمل دائمة تقدر بـ 57.14% يرون عدم ارتباط تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب بأي أجندة سياسية معينة مقابل 44.44% فقط من المراسلين المؤقتين من يعتقدون ذلك. أما عن نسبة المؤقتين الذين أجابوا بنعم فقد فاقت نسبة الدائمين حيث ترى 55.56% من المؤقتين ارتباط تغطية صحافة المواطن بأجندة سياسية مقابل 42.86% فقط من الدائمين من يرون ذلك .

جدول رقم 83 : علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المرسل بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 22.22 | 2 | 21.43 | 3 | نعم |
| 77.78 | 7 | 78.57 | 11 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نلاحظ من بيانات الجدول السابق أن نسبة المرسلين الذكور والإناث الذين يرون أن المواطن الصحفي لم يغطي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل متقاربة جدا حيث قدرت نسبة الذكور بـ 78.57% مقابل 77.78% للمراسلات. أما الذين يرون عكس ذلك فقدرت نسبتهم بالنسبة للمراسلات بـ 22.22% مقابل 21.43% للذكور.

نفسر عدم الاختلاف الكبير في نسب إجابات الذكور والإناث أن هذه العملية تتم بالملاحظة العادية ولا تتدخل فيها أي عوامل أو متغيرات لتحديدتها.

جدول رقم 84 علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير الإجابة |
|--------|-------|--------------|-------|--------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 20 | 1 | 22.22 | 4 | نعم |
| 80 | 4 | 77.78 | 14 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

نستنتج من هذا الجدول الخاص يتبين أن 80 بالمائة من فئة تخصص آخر غير الإعلام كانت إجاباتهم بلا يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بينما 77.78 بالمائة من فئة تخصص إعلام و اتصال كانت لهم نفس إجابة. فيما اختار 22.22% من أصحاب تخصص إعلام واتصال الإجابة بنعم يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل ويتفق معهم في ذلك 20 بالمائة من المرسلين ينتمون إلى تخصصات أخرى.

وبهذا لا يكون هناك تفاوت كبير في النسب الخاصة بمتغير التخصص في التكوين وهناك اتفاق شبه كامل على كون المواطن الصحفي لا يغطي نفس المواضيع التي يغطيها المراسل الصحفي.

جدول رقم 85: علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير الاجابة |
|--------|-------|--------|-------|--------------------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | |
| 11.11 | 1 | 28.57 | 4 | نعم |
| 88.89 | 8 | 71.43 | 10 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

نستنتج من هذا الجدول، يتبين أن 88.89 بالمائة من فئة عمل دائم كانت إجابتهم بلا يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل مقابل 71.43 بالمائة من فئة عمل دائم كانت لهم نفس إجابة. بينما يرى 28.57% من المراسلين الدائمين أن المواطن الصحفي يغطي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل مقابل 11.11% من المراسلين المؤقتين الذين يرون ذلك.

ونفسر هذا الاختلاف وان كان ليس كبير جدا أن المراسلين الدائمين ومن منطلق خبرتهم في المجال كانت نسبتهم اقل على اعتبار أن المواطن الصحفي يغطي في بعض الأحيان نفس الأحداث التي يغطيها المراسل الصحفي.

جدول رقم 86 :علاقة الإجابة بـ: " لا" بمتغير الجنس

| الاجابة | | المتغير | |
|---------|-----|---------|-------|
| أنثى | ذكر | تكرار | نسبة% |
| 1 | 7 | 16.67 | 36.84 |
| 4 | 9 | 66.67 | 47.37 |
| 1 | 3 | 16.67 | 15.79 |
| 6 | 19 | 100 | 100 |

انطلاقاً من عدد الذين كانت إجابتهم بلا يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل حسب متغير الجنس يتضح أن 66.67% من فئة الإناث برروا ذلك لارتباط تغطية المواطن الصحفي بمواضيع ترتبط بأحداثه اليومية و نفس التبرير اختاره 47.37% من المراسلين الذكور. أما نسبة 36.84 من الذكور عللوا ذلك بتغطية المواضيع التي يصعب على المراسل الوصول إليها، واتفقت معهم 16.67% من الإناث. بينما اختارت ما نسبته 16.67% من المراسلات تبرير إجابتهن بالاهتمام بالمواضيع التي لا يهتم بها المراسل الصحفي واتفق معهن في الرأي 15.79% من فئة الذكور.

نفس اختيار الإناث لارتباط المواضيع التي يهتم بها المواطن الصحفي بحياته اليومية بنسبة كبيرة لان الإناث عادة أكثر اهتماما واطلاعا على تفاصيل الحياة اليومية للأفراد أكثر من الذكور، أما عن اختيار الذكور أكثر من الإناث لارتباط مواضيع المواطن الصحفي بالمواضيع التي يصعب على المراسل الوصول إليها وذلك راجع إلى أن المراسلين في المنطقة هم المكلفين أكثر من الإناث للتنقل إلى أماكن الأحداث والتوترات من أجل جمع المعلومات والأخبار لذلك هم أكثر إدراكا بصعوبة الوصول إلى بعض المواضيع لارتباطها بحيات الأشخاص الخاصة أو غيرها من الصعوبات.

جدول رقم 87 علاقة الإجابة ب لا بمتغير التخصص في التكوين

| آخر | | إعلام و اتصال | | المتغير |
|--------|-------|---------------|-------|---|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 20 | 1 | 35 | 7 | يصعب على المراسل الوصول إليها |
| 60 | 3 | 50 | 10 | ترتبط بإحداثه اليومية |
| 20 | 1 | 15 | 3 | يهتم بالمواضيع التي لا يهتم بها المراسل |
| 100 | 5 | 100 | 20 | المجموع |

انطلاقاً من عدد الذين كانت إجابتهم لا يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل حسب متغير التخصص في التكوين يتضح أن 60 بالمائة من فئة تخصص آخر برروا اختيارهم بارتباطها مواضيع المواطن الصحفي بأحداثه اليومية ويشاطروهم الرأي 50% من فئة تخصص إعلام و اتصال، فيما اختارت نسبة 35% من نفس الفئة بتغطية مواضيع يصعب على المراسل الوصول إليها ويتفق معهم في ذلك 20% من فئة تخصص آخر. بينما فضل 20% من المراسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى الإجابة باهتمامه بمواضيع لا يهتم بها المراسل و نفس الإجابة لـ 15% من المراسلين أصحاب تخصص إعلام و اتصال.

جدول رقم 88 : علاقة الإجابة بـ:"لا" بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | الاجابة | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 30 | 3 | 33.33 | 5 | يصعب على المراسل الوصول إليها | |
| 40 | 4 | 60 | 9 | ترتبط بأحداثه اليومية | |
| 30 | 3 | 6.67 | 1 | يهتم بالمواضيع التي لا يهتم بها المراسل | |
| 100 | 10 | 100 | 15 | المجموع | |

انطلاقاً من عدد الذين كانت إجابتهم بلا يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل حسب متغير طبيعة العمل يتضح أن 60% من المراسلين الدائمين برروا إجابتهم بكون مواضيع المواطن الصحفي ترتبط بأحداثه اليومية واتفق معهم في الرأي . 40% من المراسلين المؤقتين، بينما يرى 33.33% من المراسلين الدائمين أن المواطن الصحفي يهتم بالمواضيع التي يصعب على المراسل الوصول إليها، والإجابة نفسها لـ 30% من المراسلين المؤقتين. بينما اختارت نسبة 30% من المراسلين المؤقتين تبرير إجابتها باهتمام المواطن الصحفي بمواضيع لا يهتم بها المراسل واتفق معهم 6.67% من المراسلين الدائمين.

جدول رقم 89 : علاقة طرح المواطن الصحفي في تغطيته للاحتجاجات وشبابه بطرح المراسل بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 44.44 | 4 | 28.57 | 4 | نعم |
| 55.56 | 5 | 71.43 | 10 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول السابق يتضح أن 71.43% من فئة الذكور كانت إجابتهم لا ليس لهما نفس الطرح، واتفق معهم في ذلك 55.56% من المراسلات، بينما أجابت نسبة 44.44% من المراسلات ب نعم لهما نفس الطرح وشاطرهم في الرأي. 28.57% من المراسلين الذكور. من الملاحظ ميل نسبة كبيرة من الذكور إلى إجابة واحدة بنسبة كبيرة عكس الإناث وهذا دليل على أن الإناث عايشوا الأحداث بشكل اقرب من الإناث بحكم تمكن المراسلين الذكور من الاحتكاك بالاحتجاجات، وحتى معرفة أصداء الجمهور من خلال قيام المراسلين الذكور بعمليات تغطية ميدانية للأحداث أكثر من الإناث.

جدول رقم 90 : علاقة طرح المواطن الصحفي في تغطيته للاحتجاجات وشابهاه بطرح المراسل بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 20 | 1 | 38.89 | 7 | نعم |
| 80 | 4 | 61.11 | 11 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

انطلاقا من الجدول السابق يتضح أن 80% من المراسلين أصحاب تخصص تكويني آخر كانت إجاباتهم بلا لم يكن لهما نفس الطرح، واتفق معهم في ذلك 61.11% من المراسلين أصحاب تخصص إعلام و اتصال. بينما جاءت نسبة المراسلين من داخل التخصص الذين أجابوا بنفس الطرح 38.89% ويشاطرهم الرأي 20 بالمائة من المراسلين ذوي تخصص تكويني آخر.

جدول رقم 91 : علاقة طرح المواطن الصحفي في تغطيته للاحتجاجات وشابهاه بطرح المراسل بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 44.44 | 4 | 28.57 | 4 | نعم |
| 55.56 | 5 | 71.43 | 10 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول يتضح أن 71.43% من فئة عمل دائم كانت إجاباتهم بلا ليس لهما نفس الطرح ويتفق معهم في ذلك 55.56% من المرسلين المؤقتين. بينما تتجه نسبة 44.44% من المرسلين المؤقتين إلى اعتبار الطرح كان متشابهاً ويشاطرهم الرأي 28.57% من المرسلين الدائمين.

من الملاحظ ميل نسبة كبيرة من المرسلين الدائمين إلى الإجابة بان طرْح المواطن الصحفي والمراسل الصحفي لم يكن متشابهاً، عكس المؤقتين الذين لم تكن لهم إجابة بارزة ويرجع ذلك دائماً إلى عمل الخبرة الذي يتمتع به المرسلين الدائمين مقارنة بالمؤقتين، مما يجعل نظرتهم للأمر أكثر دقة وتحديداً.

جدول رقم 92 : علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك كمراسل بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الإجابة |
| 44.44 | 4 | 28.57 | 4 | نعم |
| 55.56 | 5 | 71.43 | 10 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 71.43% من فئة الذكور كانت إجاباتهم بـ "لا" لم

يؤثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتهم كمراسلين صحفيين، واتفق معهم في الإجابة 55.56% من المراسلات، بينما يرى 44.44% من المراسلات أن نشاط المواطن الصحفي اثر على مكانتهن كمراسلات مقابل 28.57% من المرسلين الذكور الذين يعتقدون ذلك.

نفسر أن أغلبية المرسلين الذكور لا يوافقون على كون نشاط المواطن الصحفي اثر على مكانتهم كمراسلين مقابل عدم وجود رأي محدد عند الإناث بدرجة كبيرة لان المرسلين الذكور

يرون أن الأمر يعنيههم بدرجة أكبر من الإناث، لأن عمل المراسلين الذكور في الميدان أكثر من المراسلات اللواتي غالباً ما يقتصر عملهن على عمليات التحرير. وتبرر إحدى المراسلات المحببات بلم يؤثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتها كمراسلة بكون المراسل الصحفي لم يحصل على مكانته الحقيقية رغم احترافيته وإمامه بأخلاقيات وآداب العمل الإعلامي فكيف للمواطن الغير مؤهل إعلامياً بان يؤثر على مكانة المراسل.

جدول رقم 93 : علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك ك مراسل بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 60 | 3 | 27.78 | 5 | نعم |
| 40 | 2 | 72.22 | 13 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن 72.22% من فئة تخصص إعلام و اتصال كانت إجابتهم لا لم يؤثر نشاط المواطن الصحفي على مكانة المراسل الصحفي، ويتفق معهم في ذلك 40% من المراسلين من تخصصات تكوينية أخرى. بينما اختارت 60% من المراسلين من تخصصات أخرى بان نشاط المواطن الصحفي اثر على مكانة المراسل الصحفي وشاظرهم الرأي 27.78% من المراسلين أصحاب تخصص إعلام و اتصال .

نفس ارتفاع نسبة الذين يرون إن نشاط المواطن الصحفي لم يؤثر على مكانته كمراسل من جهة المراسلين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال، وذلك لأنهم يعتبرون أن للمراسل دوره الاحترافي هذا ما يفتقر إليه المواطن الصحفي، فرغم نشاطه إلا أن للمراسل دوره الثابت

ومصادقته بسبب وضوح مصادره وإتباعه لأسلوب صحفي معين في التحرير يراعي به خصائص جمهوره على عكس أسلوب المراسل الصحفي الذي غالباً ما يكون عشوائياً في عملية التحرير. فيما يرى أصحاب تخصصات أخرى غير ذلك لأنهم أساساً يعتمدون في عملهم على الخبرة والممارسة وليس على التكوين الأكاديمي.

جدول رقم 94: علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانته كمراسل بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 55.56 | 5 | 21.43 | 3 | نعم |
| 44.44 | 4 | 78.57 | 11 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 78.57% من المراسلين الدائمين يرون بان نشاط المواطن الصحفي لم يؤثر على مكانته كمراسل صحفي، واتفق معهم في ذلك 44.44% من المراسلين المؤقتين. بينما يرى 55.56% من المراسلين المؤقتين أن نشاط المواطن الصحفي اثر على مكانته كمراسل وشاطرهم في الرأي 21.43% من المراسلين الدائمين.

ونفسر كون اكبر نسبة من المراسلين الدائمين ترى أن نشاط المراسل الصحفي لم يؤثر

في مكانته كمراسل صحفي مقارنة بالمراسلين المؤقتين الذين لم يكن لهم رأي واضح بهذا الشأن، وهذا راجع لعامل الخبرة إضافة إلى كون المراسل الدائم يعتبر مكانه في المؤسسة الإعلامية ثابت ولا يعرضه نشاط المواطن الصحفي من خطر الاستغناء عنه على عكس المراسل المؤقت الذي يكون مهدد دائماً بالاستغناء عنه.

جدول رقم 95: علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|---|--|-------|-------|-------|-------|
| الإجابة | | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% |
| يعتبر ما ينشره مصدر للأخبار حول الاحتجاجات | | 7 | 33.33 | 5 | 50 |
| يعتبر ما ينشره يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى | | 7 | 33.33 | 3 | 30 |
| مدعمة بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات | | 5 | 23.81 | 0 | 0 |
| باب الاطلاع | | 2 | 9.52 | 2 | 20 |
| المجموع | | 21 | 100 | 10 | 100 |

انطلاقاً من بيانات الجدول أعلاه نستنتج أن 50 بالمائة من فئة الإناث يعتبرون ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي مصدر للأخبار حول الاحتجاجات وتفق معهن في الإجابة 33.33% من المراسلين، بينما يعتبر 33.33% من المراسلين الذكور ما ينشره المواطن الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى، ويتفق معهم في ذلك 30% من المراسلات، فيما يتابع 23.81% من المراسلين الذكور ما ينشره المواطنون كونه مدعم بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات مقابل 0% من المراسلات. أما الإجابة بمن باب الاطلاع فقد اختارها 20% من المراسلات ويشاطرنهن في الرأي. 9.52% من المراسلين الذكور.

ونفس ارتفاع نسبة المراسلات اللواتي يعتبرن ما ينشره المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للأخبار حول الاحتجاجات مقارن بالذكور، كون الإناث اقل حضوراً في الاحتجاجات لذلك يلجأ إلى مصادر غير مباشرة كتغطية المواطن الصحفي واعتمادها

كمصدر على عكس المراسل الذي يعتمدها بشكل اقل لأنه أكثر قدرة على التواجد في قلب الأحداث مما يمكنه من الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها المباشرة. ويؤكد ذلك انخفاض نسبة المراسلين الذكور الذين يتابعون ما ينشره المواطنون من باب الاطلاع مقابل ارتفاع نسبة المراسلات لحاجة المراسلات إلى معرفة معلومات أكثر عن الأحداث التي لم يتحصل عليها بطريقة مباشرة.

جدول رقم 96 : علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير | الاجابة |
|-------|-------|--------------|-------|---|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | | |
| 28.57 | 2 | 41.67 | 10 | يعتبر ما ينشره مصدر للأخبار حول الاحتجاجات | |
| 42.86 | 3 | 29.17 | 7 | يعتبر ما ينشره يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى | |
| 14.29 | 1 | 16.67 | 4 | مدعمة بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات | |
| 14.29 | 1 | 12.5 | 3 | باب الاطلاع | |
| 100 | 7 | 100 | 24 | المجموع | |

انطلاقاً من الجدول أعلاه نستنتج إن 42.86 بالمائة من فئة تخصص آخر يعتبرون ما ينشره المواطن الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى، ويتفق معهم في ذلك 29.17 % من تخصص إعلام واتصال. فيما يعتبر 41.67% من فئة تخصص إعلام و اتصال ما ينشره مصدر للأخبار حول الاحتجاجات يتفق معهم في ذلك 28.57 % من المراسلين أصحاب تخصصات أخرى. بينما يعتبر 16.67% من فئة تخصص إعلام و اتصال اعتبروه مدعم بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات و نفس الإجابة لـ 14.29% من

فئة تخصص آخر، فيما يتابع 14.29% من المرسلين أصحاب تخصص آخر من باب الاطلاع ويشاطرهم الرأي . 12.5% من المرسلين أصحاب تخصص إعلام واتصال.

ونفسر اختيار نسبة كبيرة من المرسلين أصحاب تكوين إعلام واتصال لاعتبار ما ينشره المواطنون مصدر للأخبار لأنهم بحكم تخصصهم التكويني الذي يمكنهم من تصنيف مصادره الإخبارية واعتبار صحافة المواطن من المصادر الخيرية المجهولة، على عكس أصحاب تخصص تكويني آخر الذين ينظرون إلى ما ينشر كمواطنين ومستقبلين عاديين وهذا ما تؤكد ارتفاع نسبة أصحاب تخصصات تكوينية أخرى الذين يتابعون ما ينشر من باب الاطلاع فقط أكثر من أصحاب التخصص.

جدول رقم 97 : علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 33.33 | 4 | 42.11 | 8 | يعتبر ما ينشره مصدر للأخبار حول الاحتجاجات |
| 41.67 | 5 | 26.32 | 5 | يعتبر ما ينشره يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى |
| 8.33 | 1 | 21.05 | 4 | مدعمة بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات |
| 16.67 | 2 | 10.53 | 2 | باب الاطلاع |
| 100 | 12 | 100 | 19 | المجموع |

انطلاقاً من الجدول أعلاه نستنتج أن 42.11 بالمائة من المرسلين الدائمين يعتبرون ما ينشره المواطنون مصدراً للأخبار حول الاحتجاجات ويتفق معهم في الرأي 33.33 % من المرسلين المؤقتين، أما 41.67% من المرسلين المؤقتين فيعتبرون ما ينشره المواطن الصحفي

بمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط به كموطن بالدرجة الأولى و يتفق معهم في ذلك 26.32 % من المرسلين المؤقتين، فيما اختار 21.05% من المرسلين الدائمين ميزة أن ما ينشر مدعم بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات كسبب لمتابعة ما ينشر ويشاطرهم الرأي نسبة اقل من المرسلين المؤقتين تمثلت في 8.33 % ، أما المتابعة من باب الاطلاع فقد اختارها 16.67 % من المرسلين المؤقتين مقابل 10.53 % من المرسلين الدائمين.

ونفسر استخدام المرسلين الدائمين لما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر

للأخبار نتيجة خبرة المرسلين الدائمين التي تمكنهم من تصنيف مصادر الأخبار وسهولة التعامل معها وكذا الأخبار الصادرة عنها، في مقابل يمثل الاعتماد عليها كمصدر من طرف المرسلين المؤقتين نوع من المخاطرة بالنظر إليها كمصدر مجهول وغير موثوق منه، لهذا يتجنبه المؤقتين الذين يفضلون متابعته كونهم مواطنون عاديون ومن باب الاطلاع أيضا.

جدول رقم 98 : علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير الجنس

| المتغير | | ذكر | | أنثى | |
|---------|--|-------|-------|-------|-------|
| الاجابة | | تكرار | نسبة% | تكرار | نسبة% |
| نعم | | 12 | 85.71 | 5 | 55.56 |
| لا | | 2 | 14.29 | 4 | 44.44 |
| المجموع | | 14 | 100 | 9 | 100 |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 85.71% من المرسلين الذكور يلجؤون لممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية وتشاطرهم في الرأي 55.56 % من المراسلات. في

حين لا تلجؤ 44.44% من المراسلات لممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية أكبر و يتفق معهم في ذلك 14.29% من المرسلين الذكور.

ونفس ارتفاع نسبة الذكور الذين يمارسون صحافة المواطن مقارنة بالإناث لعدة أسباب نذكر منها أن الذكور أنشط من الإناث من ناحية التحركات و التواجد في أماكن الاحتجاجات ما يجعلهم في المكان المناسب دائماً للحصول على المعلومات وتوثيقها ومن ثم نشرها، إضافة إلى أن الإناث يخفن عند نشر أي معلومة قد تمس شخص أو مجموعة من الأشخاص تعرضهن لخطر التطاول أو الاعتداء على عكس الذكور الذين غالباً ما يكونون أكثر شجاعة من الإناث.

جدول رقم 99 : علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|-------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 80 | 4 | 72.22 | 13 | نعم |
| 20 | 1 | 27.78 | 5 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 80 بالمائة من المرسلين أصحاب تخصص تكويني آخر يلجؤو إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية و يتفق معهم 72.22% من المرسلين أصحاب تخصص إعلام و اتصال، في حين أن 27.78% من المرسلين من داخل التخصص لا يلجؤون إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية، ويشاطرهم الرأي 20% من أصحاب تخصص تكويني آخر.

وهذا يؤكد نتائج الجدول رقم 27 الذي بينت نتائجه أن نسبة كبيرة من المراسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى يوافقون على تسمية نشر المواطن للأخبار والمعلومات بصحافة المواطن وذلك لان المراسلين من خارج التخصص يرون أن العمل الإعلامي هو ممارسة وخبرة بالدرجة الأولى، لذلك يلجا المراسلين من خارج التخصص إلى ممارسة صحافة المواطن أكثر من أصحاب التخصص الذين يعتبرون العمل الإعلامي مبني على بروتوكولات وأخلاقيات معينة يجب أن يتم من خلالها.

جدول رقم 100: علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 55.56 | 5 | 85.71 | 12 | نعم |
| 44.44 | 4 | 14.29 | 2 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن 85.71% من المراسلين الدائمين يلجؤون إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية اكبر ويتفق معهم في ذلك 55.56% من المراسلين المؤقتين، في حين لا يلجا 44.44% من المراسلين المؤقتين إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية، وكذلك الحال بالنسبة لـ 14.29% من الدائمين.

ونفسر اهتمام المراسلين الدائمين بعملية النشر أكثر من المؤقتين لان هذه الفئة الأخيرة تعتبر عملها غير ثابت أو مستقر لذلك تسعى للمحافظة عليه أكثر من الدائمين الرسميين في المؤسسة، لذلك يبتعد المؤقتون على أي مشكل أو سوء تفاهم يمكن أن يحصل، هذا ما تأكده

نتائج الجدول رقم 28 الذي يبين ارتفاع نسبة المرسلين المؤقتين الذين يوافقون على إطلاق تسمية صحافة المواطن على ممارسة المواطن لعملية نشر الأخبار والأفكار لكن هاجس التخوف منهم من عملية الممارسة الفعلية لصحافة المواطن.

جدول رقم 101: علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات وتميزه عن المرسل بمتغير الجنس

| أنثى | | ذكر | | المتغير |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| نسبة% | تكرار | نسبة% | تكرار | الاجابة |
| 66.67 | 6 | 64.29 | 9 | نعم |
| 33.33 | 3 | 35.72 | 5 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 66.67 بالمائة من فئة المرسلات كانت إجابتهم بنعم أن تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات ميزة عن المرسل الصحفي، ويتفق معهن في الرأي 64.29% من المرسلين الذكور، بينما اختار 35.72% من فئة الذكور الإجابة ب لا لم يميز السبق الصحفي تغطية المواطن الصحفي عن المرسل الصحفي، مقابل 33.33% من فئة الإناث من يرون ذلك.

ويرجع هذا لعدم وجود فرق كبير في نظرة المرسلات والمرسلين إلى أن ميزة السبق الصحفي تميز تغطية على تغطية أخرى، وبذلك جاءت النسبة متقاربة واتفاق في الرأي.

جدول رقم 102: علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات وتمييزه عن المراسل بمتغير التخصص في التكوين

| أخرى | | إعلام واتصال | | المتغير |
|--------|-------|--------------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الإجابة |
| 60 | 3 | 66.67 | 12 | نعم |
| 40 | 2 | 33.33 | 6 | لا |
| 100 | 5 | 100 | 18 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 66.67% من فئة تخصص إعلام و اتصال كانت أن تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات ميزة عن المراسل ويتفق معهم في الرأي 60% من فئة تخصص آخر، بينما تتجه نسبة 40% من نفس فئة تخصص تكويني آخر إلى عدم اعتبار ميزة السبق الصحفي كميزة ميزت المواطن الصحفي عن المراسل، ونفس الإجابة أجاب بها 33.33% من فئة تخصص إعلام و اتصال.

ونفس التقارب الكبير في النتائج كون المراسل الصحفي بصفة عامة في عملية جمعه للأخبار والمعلومات يبحث دائما عن الأخبار غير المستهلكة، وهذا ما يجعل تغطيته مهمة لذلك يتميز المواطن الصحفي كونه سباق إلى بعض المواضيع من المراسل الصحفي، فرغم التقارب في النسب إلا أن نسبة أصحاب اختصاص إعلام واتصال جاءت اكبر وذلك بحكم دراسته لأهمية السبق الصحفي في أي تغطية في معاهد وكليات الإعلام، ما يجعله أكثر وعيا بأهمية هذه الميزة.

جدول رقم 103: علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات وبتميزه عن المراسل بمتغير طبيعة العمل

| مؤقت | | دائم | | المتغير |
|--------|-------|--------|-------|---------|
| نسبة % | تكرار | نسبة % | تكرار | الاجابة |
| 66.67 | 6 | 64.29 | 9 | نعم |
| 33.33 | 3 | 35.71 | 5 | لا |
| 100 | 9 | 100 | 14 | المجموع |

من خلال الجدول السابق يتضح أن 66.67% من فئة عمل مؤقت كانت إجابتهم بنعم كون السبق الذي يحققه المواطن الصحفي في تغطيته للاحتجاجات ميزة عن المراسل ويتفق معهم في ذلك 64.29% من فئة عمل دائم، ويتجه 35.71% من نفس الفئة السابقة إلى عدم تميز المواطن الصحفي عن المراسل من خلال تحقيقه للسبق الصحفي وذلك بالتساوي مع 33.33% من فئة عمل مؤقت.

ونفس عدم وجود اختلاف كبير بين رأي المراسلين الدائمين والمؤقتين في كون ميزة السبق الصحفي تميز المواطن الصحفي عن المراسل كون كلا الفئتين سواء بالخبرة أو حتى بالملاحظة العادية يتضح ذلك فكل مراسل يبحث من خلال جمعه للأخبار إلى تحقيق السبق لان الخبر يموت في لحظة ولادته.

تحليل السؤال المفتوح 104 : مستقبل صحافة المواطن في الجزائر

يختلف تصور المبحوثين حول مستقبل صحافة المواطن في الجزائر فمنهم من يرى أنها بحاجة إلى رسكلة وإعادة تنظيم لتكون مبنية على أساس وأخلاقيات صحفية حقيقية، وتقرب أكثر من هموم المواطن الحقيقية وما يهمه، وإذا تمت تلك الإصلاحات فيها فسيكون لها دور

كبير في نقل الأخبار وانشغالات المواطن إلى السلطات بشكل أكثر سلاسة لأنها تساهم في تغطية الأحداث التي يستطيع المراسل الوصول إليها، ولها دور كبير في ترقية وإنجاح العمل الصحفي فقد ترقى لتكون بديل مكمل للإعلام التقليدي، بينما ذهب جزء من المراسلين إلى اعتبار نشاط المواطن الصحفي كوسيلة ضغط على المراسل الصحفي تلزمه تحري الصدق والتزام الحياد، بينما يتجه فريق آخر من المراسلين إلى عدم قبول صحافة المواطن كنوع إعلامي جديد حيث يرون أن هذا النوع لن يذهب لبعيد لأن المراسل الصحفي في حد ذاته لم يأخذ حقه ومكانته التي يستحقها، فكيف لمواطن يمارس صحافة غير مقننة وبدون مبادئ وأخلاقيات في العمل إضافة إلى الاختباء وراء الأسماء المستعارة يجعل منهم أفراد مشكوك فيهم وفي نواياهم ، فهي معرضة للتضليل والاضطراب وينقصها العمل الجدي لحل المشكلات كما اعتبرها البعض عائق في وجه المراسل الصحفي فهي تحد من مكانته وعمله كصحفي محترف.

المبحث الثالث : نتائج الدراسة

نستنتج من خلال الدراسة التطبيقية لآراء المراسلين الصحفيين في تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب، دراسة مسحية لمراسلي ولاية الوادي وذلك بالإجابة على تساؤلات الدراسة وفي ضوء الأهداف المسطرة ما يلي :

1. أن أغلبية المراسلين الصحفيين خاصة الذكور منهم يوافقون على إطلاق تسمية صحافة المواطن على ممارسة المواطن العادي لعملية نشر الأفكار والمعلومات على شبكة الانترنت أو عبر أي وسيلة إعلامية أخرى، ومن ثم إطلاق اسم المواطن الصحفي عليه، كونه مفهوم يواكب التغيرات الحاصلة من خلال ازدياد استخدام شبكة الانترنت ووسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إضافة إلى حاجة المواطنين لمعرفة معلومات وأخبار أكثر عن الأحداث المحيطة بهم.
2. يرى اغلب المراسلين أن الصحفي المواطن لا يقوم بتمثيل أي جهة إعلامية معينة أو مجهولة وإنما يمثل نفسه فقط في محاولة منه للتعبير عن آرائه وأفكاره ورؤيته الخاصة بفعالية اتجاه ما يحدث حوله من أحداث هذا ما اختارته الإناث أكثر من الذكور .
3. نسبة كبيرة من المراسلين ترى أن الهدف من ظهور صحافة المواطن هو الوصول إلى أحداث لا يمكن للمرسل الوصول إليها إضافة إلى إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة مستبدين كونها بديل للإعلام التقليدي وهذا ما يبين أن المراسلين الصحفيين لا يرون أن صحافة المواطن كبديل لهم بل مكمل لعملهم .
4. يرى أغلبية المراسلين أن موقع الفايسبوك هو أكثر أنشط المواقع استخداما للنشر من طرف المواطنين وخاصة الذكور، وذلك لان الموقع يعتبر أشهر المواقع على الشبكة، وأكثرها رواجاً واستخداماً في الجزائر .

5. يرى أغلبية المرسلين أن تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب عبرت عن مطالب المحتجين فقط، وقد جاءت في صفهم فقط ولم تلتزم الموضوعية في التغطية ، فهي متحيزة لرأي واحد.
6. ترى نسبة كبيرة من المرسلين أن تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات أثرت على زيادة المشاركين فيها، وذلك باستجابة العديد من المحتجين إلى الدعوات التي وجهت من منابر شبكات التواصل الاجتماعي للتظاهر والاحتجاج، ومنه نستنتج أن هذه الصفحات أو المدونات وغيرها كان لها تأثير كبير على متابعتها فلها القدرة على جمعهم وتفريقهم في نفس الوقت.
7. يتفق أغلبية المبحوثين أن ميزة توثيق الأحداث وبثها صوت وصورة اكسب الأخبار التي تنتجها صحافة المواطن مصداقية.
8. يتفق اغلب المرسلين الصحفيين أن صحافة المواطن عملت أثناء الاحتجاجات على تزويد الجمهور بمعلومات عن الأحداث، خاصة في ظل نقص في التغطية من قبل وسائل الإعلام التقليدية، وهذا يتوافق مع كون أغلبية المرسلين يوافقون على تسمية ممارسة المواطن العادي لنشر المعلومات والأفكار بصحافة، إذ تعد وظيفة تزويد الجمهور بالمعلومات إحدى أهم وظائف الصحافة.
9. ترى اكبر نسبة من المبحوثين أن فترة نشاط صحافة المواطن كانت أثناء الاحتجاجات، من خلال قيام العديد من المحتجين والمتفرجين بتغطية الاحتجاجات ونشرها على شبكة الانترنت، غير أن نسبة معتبرة من المرسلين ترى أن فترة ما قبل الاحتجاجات كانت أنشط فترة لصحافة المواطن وظهر ذلك من خلال تسجيل نشاط بعض الصفحات على الشبكة، في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة والتي دعت إلى تنظيم هذه الاحتجاجات في الأساس.
10. يرى أكثر من نصف المرسلين أن تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات لم يكن لها تأثير واضح على الأحداث وذلك لصعوبة قياس التأثير لأنه داخلي أكثر منه خارجي.

11. يرى اغلب المبحوثين أن الهدف الرئيسي من تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب هو توجيه الرأي العام نحو مشكلة البطالة، كونها احد أهم المشاكل التي يعاني منها المحتجون من جهة وإيصال انشغالات المواطن في الجنوب للمسؤولين لإيجاد حلول جذرية لها.
12. لا يوجد اتفاق بين المراسلين على وجود أو عدم وجود أجندة سياسية معينة تسير وفقها تغطية صحافة المواطن حيث جاءت النسب جد متقاربة، رغم تفوق نسبة المراسلين الذين يرجحون عدم خدمة صحافة المواطن لأجندة سياسية معينة، إلا أن هناك فئة معتبرة منهم خاصة من طرف المراسلين أصحاب تخصصات تكوينية أخرى اعتبرت أن تغطية صحافة المواطن خدمت أجندة سياسية معينة .
13. يرى أغلبية المراسلين أن المواطن الصحفي لا يغطي نفس المواضيع التي يعطيها المراسل فالمواطن يهتم أكثر بمواضيع ترتبط بأحداثه اليومية، أو ما يتعلق بها أكثر من غيرها من المواضيع، إضافة إلى المواضيع التي يصعب على المراسل الوصول إليها. وبذلك لم يكن طرح المراسل وطرح المواطن الصحفي متشابهة في تغطية الأحداث.
14. يرى اغلب المراسلين أن نشاط المواطن الصحفي لم يؤثر على مكانتهم كمراسلين صحفيين لان أخباره تبقى بعيدة عن الاحترافية التي يتمتع بها المراسل.
15. يمارس أغلبية المراسلين صحافة المواطن للتعبير عن آرائهم بحرية اتجاه الأحداث والقضايا التي تثيرهم بشكل شخصي، بعيدا عن عمله كمراسل تابع لوسيلة إعلامية معينة ولخطها الافتتاحي.
16. يرى اغلب المراسلين أن تحقيق المواطن الصحفي للسبق الصحفي اكسبه شهرة ومصداقية وقيمة اكبر لأخباره عن الأخبار التي ينشرها المراسل، لان هذه الميزة تعتبر مهمة للغاية لإكساب الخبر أهمية وقيمة اكبر.
17. يرى اغلب المراسلين الصحفيين أن صحافة المواطن في الجزائر سيكون لها دور بارز في تغطية الأحداث مستقبلا، إلا أنها بحاجة إلى تنظيم و التزام بأخلاقيات المهنة .

الخاتمة

من خلال هذه الدراسة التي حملت عنوان آراء المراسلين في تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب، دراسة مسحية على مراسلي ولاية الوادي، والتي حاولنا من خلالها التعرف على نظرة المراسلين إلى ظهور مفهوم صحافة المواطن، و نشاط المواطن الصحفي إضافة إلى التعرف على دور صحافة المواطن في الأزمات من خلال اتخاذ أزمة البطالة في الجنوب كمقاربة لازمة برز فيها نشاط صحافة المواطن وللتعرف على طبيعة العلاقة بين المراسل الصحفي والمواطن الصحفي، فقد جاءت نظرة المراسلين الصحفيين إلى ظهور مفهوم صحافة المواطن بطريقة ايجابية، على اعتباره مفهوم جديد فرضته استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، فرض هو الآخر نمطا إعلاميا أكثر حرية بعيدا عن الرقابة الممارسة على عمليات نشر المعلومات والأخبار، مما أدى بالمراسلين للاعتماد عليه كمصدر لأخبارهم حول الأحداث والأزمات كأزمة البطالة في الجنوب رغم إقرارهم بعدم موضوعية الأخبار والمعلومات الناتجة عن تغطيتها للاحتجاجات، بالإضافة إلى تحول الكثير من المراسلين الصحفيين إلى صحفيين مواطنين يمارسون صحافة المواطن إلى جانب كونهم صحفيين تابعين لوسيلة إعلامية محددة .

وتطرح هذه النتيجة عدة تساؤلات أخرى تتعلق بمستقبل مكانة المراسل الصحفي، ومصداقية الأخبار التي يقدمها المراسل مقارنة مع حداثته وسبق أخبار المواطن الصحفي في ظل التطور التكنولوجي الحاصل، في ميدان العلم والتكنولوجيا من جهة، والإعلام بصورة خاصة في ظل ما يطرحه المفهوم من إشكاليات تخص مصداقيته وضرورة التكوين الأكاديمي لممارسة العمل الصحفي .

قائمة المراجع

قواميس ومعاجم

1. حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
2. الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، دار المشرق الثقافي ، عمان، 2010.

كتب باللغة العربية

1. إبراهيم عبد الرزاق انتصار ، صفد حسام الساموك ، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ،الدار الجامعية للطباعة والنشر و الترجمة، جامعة بغداد، 2011.
2. إبراهيم مروان عبد المجيد ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان، 2000 .
3. أبو سمرة خالد ، محمد عبد حسين، عبد المالك محمد، سيكولوجية الرأي العام المفهوم النشأة و التكوين الأهمية والتأثير طرق وأساليب القياس، دار الراجية للنشر والتوزيع ،عمان، 2011.
4. أبو سمرة خالد ،محمد عبد حسين، عبد المالك محمد، سيكولوجية الرأي العام المفهوم النشأة والتكوين الأهمية والتأثير طرق وأساليب القياس، دار الراجية للنشر والتوزيع ،عمان، 2011.
5. أنجريس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية ، دار القصبه للنشر ،الجزائر، ط2، 2006 .
6. بن مرسللي احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
7. حلاوة محمد السيد، رجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2011.
8. حمدي محمد الفاتح ،مسعود بوسعدية ، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ،الجزائر، 2011.
9. خضور أديب ، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،الرياض، 1999.
10. الدليمي الرزاق محمد ، الإعلام وإدارة الأزمات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ، 2012.
11. دليو فضيل ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال NTIC_ NICT المفهوم الاستعمالات الآفاق،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
12. دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة، 2003.
13. زاقود عبد السلام جمعة ، إدارة الأزمات الدولية في ظل النظام العالمي الجديد ، دار زهران للنشر والتوزيع ،الأردن، 2013.

14. سعودي محمد عبد الغني، محسن احمد الخضيرى ، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة، 1992.
15. الطائى محمد حميد ،خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمى وتطبيقاتها فى الاعلام والعلوم السياسية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، 2008.
16. العالم صفوت، دور وسائل الإعلام فى مراحل التحول الديمقراطى مصر نموذجا ، مركز الجزيرة للدراسات، 2013-3-14.
17. عبد الفاتح عبد الكافي إسماعيل، الأزمات والإعلام والعلاقات العامة ،مركز الإسكندرية للكتاب، الازرابطة، 2012.
18. عبد المجيد علي ،اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات ، دار الجامعة الجديدة ،الازرابطة ، 2008.
19. عبيدات محمد ،محمد أبو نصار ،عقلة مبيضين ، منهجية البحث العلمى القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للنشر ،عمان ، 1999.
20. عوض صابر فاطمة ،ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمى ،مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية،الإسكندرية ، 2002.
21. غيلمور دان ،ترجمة : نفين نور الدين، الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن اجل الجميع ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010.
22. محمد جابر سامية ، منهجية البحث فى العلوم الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.س. ن.
23. محمد مسعد محي ، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات ،الكتب العربى الحديث،الإسكندرية، ط 2 ، 2000.
24. المساعدة ماجد عبد المهدي ، إدارة الأزمات المداخل المفاهيم العمليات ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان ، 2012.
25. مكاوي حسن عماد ،الإعلام ومعالجة الأزمات ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ، 2005.
26. ناصر هيثم ، دليل المدونين نحو الانتشار و التأثير، مركز حماية وحرية الصحفيين،الأردن .
27. يسري احمد عبد الرحمان ، النظرية الاقتصادية الكلية والجزئية ،الدار الجامعية ،الإسكندرية ، ط 2 ، 2004.

مذكرات

1. بن صالح بن سلمه عبد العزيز ، التخطيط الإعلامى ودوره فى مواجهة الكوارث والأزمات دراسة مسحية على العاملين فى مديرية الدفاع المدنى ووزارة الثقافة والإعلام فى مدينة الرياض ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير فى العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004.

2. بوغازي فتيحة ، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2011.
3. زودة مبارك ، دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة، 2011-2012.
4. عبد القادر الجدلي رحي ، واقع استخدام أساليب إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية ،غزة، 2006.
5. الفطاطة محمود ، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين فيسبوك نموذجا ،المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية مدى،فلسطين، 2011.
6. المنصور محمد ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية "العربية نموذجا " ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك، 2012.
7. محمد القحطاني سحبي ، دور إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة في الدفاع المدني ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الإدارية ،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 1424.

دوريات ومجلات

1. احمدين محمد ،المدونات الالكترونية BLOGSمجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 192، القاهرة، أكتوبر 2008.
2. بعزیز إبراهيم ، مواقع التواصل الاجتماعي والتحولت السياسية في الوطن العربي ،مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2012.
3. بكيري برتراند ، ولاري كيلمان ، من صحافة المواطن إلى محتوى الأخبار التي ينتجها مستعملوها ،المجلة الالكترونية يواس إيه الإعلام يصنع التغيير ، وزارة الخارجية الأمريكية، العدد 12، ديسمبر 2007.
4. بورتر شارلين ، كل مواطن مراسل صحفي ، المجلة الالكترونية يواس إيه الإعلام يصنع التغيير، وزارة الخارجية مكتب برامج الإعلام الخارجي، عدد 12 ، ديسمبر 2007.
5. الحمامي الصادق ، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الإعلام والعصر، عدد سبتمبر ، الإمارات، 2013.
6. دباس العبادي هاشم فوزي ،عمار عبد الأمير زوين ، معرفة مدى دور العلاقات العامة في مواجهة الأزمات دراسة تطبيقية في شركة بغداد للمنتجات الغذائية ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4، 2006.

7. الزرن جمال، البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن ،مجلة الباحث الإعلامي ،جامعة بغداد،العدد تموز،اب،ايلول 2012.
8. سالم تريان ماجد ، الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة ، مجلة مدى الإعلام،المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ،عدد 6، فلسطين، نيسان 2012.
9. شيخاني سميرة ،الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ،العدد 2،1 ،دمشق،2010.
10. العابد سميرة ،زهية عباز ، ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات ،مجلة الباحث، عدد 11، 2012.
11. عبد الصادق عادل ، الفضاء الالكتروني والرأي العام تغيير المجتمع والأدوات والتأثير ، مجلة قضايا استراتيجية،المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني،العدد 1،ديسمبر 2010.
12. عبد الله سامح ، الصحافة الشعبية نهاية عصر الصحفي المحترف ، مجلة الفن الإذاعي،اتحاد الإذاعة والتلفزيون ،العدد 197،القاهرة، جانفي 2010.
13. عبد الوهاب بن بركة ، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية ، مجلة الباحث ،عدد7، 2010/2009.
14. اليازي صبحي رشيد ، إدارة الأزمات من وحى القرآن دراسة موضوعية ، مجلة الجامعة الإسلامية "سلسلة الدراسات الإسلامية"،العدد 2، غزة، يونيو 2011.

مقالات الجرائد

1. افتيس زايدي ، القاعدة تحرض شباب الجنوب على الاحتجاج والتخلاق لتنفيذ مخططاتها الإجرامية ، جريدة النهار الجديد، عدد 1664، 24 مارس 2013 .
2. رزوي لخضر ، منسق اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين للشروق هدف مسيرتنا إعادة منطقة الجنوب إلى حضن الدولة، جريدة الشروق اليومي، عدد 3953، 13 مارس 2013.
3. سوكو نوار ، الوزير الأول يشيد بوقفة أبناء ورقلة سكان المنطقة رجال ومطالبهم شرعية ، جريدة الخبر، عدد 7016، 17 مارس 2013.
4. سوكو نوار ، ع موساوي ، ولد قابلية قال أن البطالة ظاهرة وطنية جمعيات أعيان الجنوب معترف بها ضمناً، جريدة الخبر، عدد 1760، 17 مارس 2013.
5. ضيف طلال ، فوزي ربايعين للخبر تدابير الحكومة في قضية الجنوب فاشلة ، جريدة الخبر ، عدد 1760، 17 مارس 2013.
6. ع حمدي ، أكثر من ثلاثة آلاف بطال يشاركون في وقفة الكرامة بالاغواط ، جريدة النهار الجديد، عدد 1664، 24 مارس 2013.
7. العلامي جمال ، الجنوب هو الجزائر ، جريدة الشروق اليومي، عدد 3953، 13 مارس 2014.

8. لحياني عثمان ، سلطاني يؤكد أن فضاء مكاتب المناولة أشنع من فضاء سونطراك المطالبة بتعميم الإجراءات لصالح شباب الجنوب على كل الولايات، جريدة الخبر، عدد 1760، 17 مارس 2013

الملتقيات والمؤتمرات

1. احمد فاروق رضوان، إدارة اتصالات الأزمة من خلال الموقع الالكتروني للمنظمة دراسة على أزمة استدعاء السيارات لشركة "تويوتا" خلال عام 2012، مؤتمر "الإعلام وإدارة الأزمات"، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 1-19 ديسمبر 2012.
2. بن عبد الله الحلوة خالد، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان " الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود، الرياض، 1-16 افريل 2012.
3. بن هلهول الرويلي علي ، تنمية المهارات الإستراتيجية للقائد ، الحلقة العلمية الخاصة بمنسوبي المديرية العامة لحرس الحدود إدارة الأزمات الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2-5 الى 1-6-2011.
4. توفيق شريهان ،شيرين كدواني، المدونات السياسية وحرية التعبير كحق من حقوق المواطنة ، المؤتمر العالمي الأول لقسم الإعلام بعنوان "الإعلام والبناء الثقافي لحقوق المواطنة" ،جامعة أسيوط، 1-20 فيفري 2008.
5. صالح كاتب سعود ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جده، 13-15 ديسمبر 2011.
6. عكيلة سامي عبد الرؤوف ، دور الإعلام الجديد في صناعة القادة، مؤتمر الشباب الثاني نحو جيل شبابي قيادي طموحات ورؤى، مؤسسة إبداع للدراسات والتدريب، افريل 2013.
7. الغامدي قينان عبد الله ، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني، ندوة الإعلام والأمن الالكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية ، السعودية، ماي 2012
8. اللبان شريف درويش ، الفايسبوك والإعلام البديل، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الفايسبوك والشباب، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية ، يوليو 2009.
9. مصطفى صادق عباس ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش الى نيكولاس نيغريونتي، أبحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009.
10. مصطفى صادق عباس ، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات ، جامعة الشارقة ،الشارقة، 22-24 نوفمبر 2005.

تقارير

1. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2011.
2. تقرير خيرة بلعون، ارتباط المواطن السعودي بالانترنت، نشرة أخبار mbc 2، 3-2014، الجمعة على الساعة 19:15.
3. مراسلون بلا حدود لحرية الإعلام، التصنيف العالمي 2013 خيبات أمل واستقرار بعد الربيع العربي، فرنسا، 2013.

المقابلات

1. مقابلة مع إبراهيم جلول، مدير وكالة إشهار مركز المدينة للصحافة و الإشهار، الوادي ، 26 جانفي 2014.
2. مقابلة مع بشير منصر ،مواطن صحفي ينشط في صفحة أخبار شوف سوف الفيسبوكية، الوادي ، 29 ديسمبر 2013.
3. مقابلة عبر شبكة الفيسبوك مع د.عبد الصبور فاضل، عميد كلية الاعلام جامعة الأزهر، مصر، 2014/4/8
4. مقابلة مع المقدم دريكي محمد ،رئيس فصيلة الأبحاث للدرك الوطني بتكسبت ،الوادي، 24 فيفيري 2014.
5. مقابلة مع ابيك عبد المالك ، صحفي مواطن وعضو في اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين، ورقلة، 2014/03/27.
6. مقابلة مع سكينه بلعروسي ،مراسلة صحفية ،جريدة النهار الجديد، الوادي ، 1-5-2014 .
7. مقابلة مع شيماء سلطاني ،مواطنة صحفية حاصلة على شهادة ليسانس إعلام واتصال تخصص سمعي بصري تتشط في صفحة أخبار شوف سوف الفيسبوكية، الوادي 1-2-2014.
8. مقابلة مع عادل غربي ، مدير وكالة إشهار مركز المدينة للصحافة والإشهار،الوادي، 10-4-2014.
9. مقابلة مع كمال ناوي، صحفي مواطن ينشط في صفحة سبور سوف الفيسبوكية، الوادي، 29 جانفي 2014.
10. مقابلة مع لخضر رزاق بعرة، رجل أعمال وعضو سابق في المجلس الولائي ، الوادي ، 12 جانفي 2014.
11. مقابلة مع مسعودة بوظلعة، رئيسة القسم الثقافي بجريدة الخبر، الجزائر ، 25مارس 2014.

المواقع الالكترونية

1. بعزیز إبراهيم، صحافة المواطن السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، .unblog .brahimsearch .FR ، 2012 .
2. ح أمال، عبد الحق ب، الفيسبوك يجعل من الجزائريين صحفيين أحرار ، 3 افريل 2014 .
<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/159353.htm>
3. وحدة تحليل السياسات في المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ،
<http://www.dohainstitute.org/release/d79b229b-4a03-4016-a501-0889369ed357> ، 3 افريل 2014 ، على الساعة 15:50 .
4. وليد غرايبي محمد، الاحتجاجات في الجنوب الجزائري بين مطالب الإصلاح واسطوانة المؤامرة ،
<http://algerian-vision.com/2013/04/19> ، 1 افريل 2014 .
5. <http://www.france24.com/ar/20140317> ,23-3-2014.

مراجع باللغة الاجنبية

1. Jurrat Nadine , citizen journalism and the internet, open society media program , London ,2011.
2. Mihal Collen, democracy citizen media and risistance ,study of the new river free press , Virginia, July14,2004.
3. Rabah Sadek ,social networking platforms as a virtual public sphere in the arab world,global media journal ,vol2 , spring 2012-2013 .

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

آراء المراسلين في تغطية صحافة المواطن لازمة البطالة في الجنوب

-دراسة مسحية على مراسلي ولاية الوادي -

بين يديك استمارة في اطار اعداد دراسة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة لذلك نرجو منكم الاجابة بكل اهتمام و صدق مع العلم ان هذه المعلومات ستبقى سرية و لن تستعمل الا لاجراض البحث العلمي

ضع علامة x في خانة الاجابة الصحيحة

إشراف الأستاذ:

بشير الدين مرغاد

إعداد الطالبة:

حوه حليلات

السنة الجامعية 2013 / 2014

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر أنثى

التخصص في التكوين: إعلام واتصال أخرى

أذكرها

طبيعة العمل: دائم مؤقت

1 وجهة نظر المرسلين اتجاه مفهوم صحافة المواطن :

1. هل انت مع تسمية ممارسة المواطن لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن:

نعم لا

2. ظهرت صحافة المواطن نتيجة ل :

حاجة المواطنين لمعلومات أكثر عن الأحداث

انتشار استخدام الانترنت

الرقابة الممارسة على عمليات نشر الاخبار في وسائل الاعلام

هوية المواطن وحبه للعمل الصحفي

3. هل يمثل المواطن الصحفي :

جهة إعلامية معينه يمثل نفسه فقط

يمثل جهة مجهولة أخرى اذكرها

4. في اعتقادك هل الهدف من ظهور صحافة المواطن :

بديل للإعلام التقليدي

الوصول إلى أحداث لا يمكن للمراسل العادي الوصول إليها

إيصال انشغالات المواطنين إلى السلطة

ورقة ضغط على السلطة

أخرى اذكرها

5. رتب هذه المواقع حسب نشاط نشر المواطنين فيها أكثر من وجه نظرك :

فيسبوك

يوتيوب

المدونات

المواقع المخصصة

مشاركات مقاطع الفيديو في القنوات التلفزيونية

أخرى اذكرها

2. موضوعية تغطية صحافة المواطن لاحتجاجات البطالة في الجنوب :

1. هل عبرت تغطية صحافه المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية :

نعم لا

2. هل كانت تغطية صحافة المواطن للاحتجاجات في صف:

المحتجين

في صف الدولة

موضوعية

اخرى اذكرها

3. هل أثرت المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين فيها :

نعم لا

4. هل أكسبت ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في

تغطيتها للاحتجاجات :

نعم لا

3. صحافة المواطن وعلاقتها بأزمة البطالة في الجنوب :

1. هل عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات :

نعم لا

2. متى كان نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات :

قبل الاحتجاجات

أثناء الاحتجاجات

بعد الاحتجاجات

3. هل كان تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب :

ايجابي سلبي لم يكن لها تأثير واضح

4. في اعتقادك هل كان هدف صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات :

التغيير السياسي

نقل انشغالات المحتجين للمسؤولين

توجيه الراي العام نحو مشكلة البطالة

بديل للصحافة التقليدية

5. هل خدمت صحافة المواطن أجنده سياسية معينه :

نعم لا

كيف ذلك

4. طبيعة العلاقة بين المراسل و المواطن الصحفي :

1. هل يغطي المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل :

نعم لا

إذا كانت إجابتك لا فهو يغطي المواضيع التي :

يصعب على المراسل الوصول إليها

ترتبط بأحداثه اليومية

يهتم بالمواضيع التي لا يهتم بها المراسل

أخرى اذكرها

2. في رأيك هل كان طرح المواطن الصحفي في تغطيته للاحتجاجات مشابه لطرح المراسل :

نعم لا

3. هل اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك كصحفي :

نعم لا

4. ما رأيك فيما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات :

مطابق للواقع

متحيز لرأي واحد فقط

5. في رأيك لماذا يتابع المراسل ما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي :

لأنه يعتبر ما ينشر مصدر للاخبار حول الاحتجاجات

يعتبر ما ينشر يرتبط به كمواطن بالدرجة الأولى

لأنها مدعّمه بصور ومقاطع فيديو عن الاحتجاجات

من باب الاطلاع فقط

لسبب آخر اذكره

6. هل تلجأ لممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائك بحرية :

نعم لا

لماذا.....

7. في اعتقادك هل تحقيق المواطن الصحفي للسبق الصحفي في تغطيته للاحتجاجات ميزه عن

المراسل :

نعم لا

8. ما هي نظرتك لمستقبل صحافة المواطن في الجزائر

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 1 | توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير الجنس | 71 |
| 2 | توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير التخصص في التكوين | 72 |
| 3 | توزيع أفراد مجتمع البحث وفق متغير طبيعة العمل | 72 |
| 4 | الموافقة على تسمية ممارسة المواطن لعملية نشر الأفكار بصحافة المواطن | 73 |
| 5 | سبب ظهور صحافة المواطن | 74 |
| 6 | الجهة التي ينتمي إليها المواطن الصحفي | 75 |
| 7 | الهدف من ظهور صحافة المواطن | 75 |
| 8 | أكثر المواقع نشاط من حيث نشر المواطنين فيها أكثر من وجه نظر المراسل | 77 |
| 9 | تعبير تغطية صحافة المواطن عن انشغالات المحتجين الحقيقية | 79 |
| 10 | الصف الذي جاءت به تغطية صحافة المواطن | 79 |
| 11 | تأثير المواقع التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات | 80 |
| 12 | رأي المراسل فيما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات | 81 |
| 13 | اكتساب صحافة المواطن مصداقية اكبر من ميزة بث صوت وصورة من قلب الاحتجاجات | 82 |
| 14 | عمل صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات | 83 |
| 15 | الفترة التي برز فيها نشاط صحافة المواطن في الاحتجاجات | 83 |
| 16 | تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب | 84 |
| 17 | هدف صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات | 85 |
| 18 | خدمة صحافة المواطن لأجندة سياسية معينة | 86 |
| 19 | تغطية المواطن الصحفي لنفس الأحداث التي يغطيها المراسل | 86 |
| 20 | الأحداث التي لا يغطيها المراسل الصحفي | 87 |
| 21 | تشابه طرح المواطن الصحفي والمراسل الصحفي | 88 |
| 22 | تأثير نشاط المواطن الصحفي على مكانة المراسل الصحفي | 89 |
| 23 | متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات | 90 |
| 24 | ممارسة المراسل لصحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية | 91 |
| 25 | تحقيق المواطن الصحفي للسبق الصحفي في تغطيته للاحتجاجات ميزه عن المراسل | 92 |
| 26 | علاقة تسمية ممارسة المواطن لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير الجنس | 93 |
| 27 | علاقة تسمية ممارسة لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين | 94 |
| 28 | علاقة تسمية ممارسة لعملية نقل الأخبار بصحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل | 95 |
| 29 | علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير الجنس | 96 |
| 30 | علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين | 97 |
| 31 | علاقة ظهور صحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل | 98 |
| 32 | علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير الجنس | 99 |
| 33 | علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير التخصص في التكوين | 100 |
| 34 | علاقة الجهة التي يمثلها المواطن الصحفي بمتغير طبيعة العمل | 101 |
| 35 | علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير الجنس | 102 |

| | | |
|-----|---|----|
| 104 | علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين | 36 |
| 105 | علاقة الهدف من ظهور صحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل | 37 |
| 106 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع الفيسبوك بمتغير الجنس | 38 |
| 107 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع الفيسبوك بمتغير التخصص في التكوين | 39 |
| 108 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع الفيسبوك بمتغير طبيعة العمل | 40 |
| 109 | رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير الجنس | 41 |
| 110 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير التخصص في التكوين | 42 |
| 111 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على موقع اليوتيوب بمتغير طبيعة العمل | 43 |
| 112 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير الجنس | 44 |
| 113 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير التخصص في التكوين | 45 |
| 114 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في التدوين بمتغير طبيعة العمل | 46 |
| 115 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في المواقع المخصصة بمتغير الجنس | 47 |
| 116 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في المواقع المخصصة بمتغير التخصص في التكوين | 48 |
| 117 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين على المواقع المخصصة بمتغير طبيعة العمل | 49 |
| 118 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين البرامج التلفزيونية بمتغير الجنس | 50 |
| 119 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في برامج التلفزيون بمتغير التخصص في التكوين | 51 |
| 120 | علاقة رأي المراسلين في نشاط المواطنين في البرامج التلفزيونية بمتغير طبيعة العمل | 52 |
| 121 | علاقة تعبير صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير الجنس | 53 |
| 122 | علاقة تعبير صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير التخصص في التكوين | 54 |
| 123 | علاقة تعبير صحافة المواطن للاحتجاجات عن انشغالات المحتجين الحقيقية بمتغير طبيعة العمل | 55 |
| 124 | علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير الجنس | 56 |
| 125 | علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير التخصص في التكوين | 57 |
| 126 | علاقة في أي صف كانت تغطية صحافة المواطن بمتغير طبيعة العمل | 58 |
| 127 | علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير الجنس | 59 |
| 128 | علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 60 |
| 129 | علاقة تأثير المواقع الالكترونية التي غطت الاحتجاجات على عدد المشاركين في الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 61 |
| 130 | علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير الجنس | 62 |
| 131 | علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 63 |
| 132 | علاقة ما ينشره المواطنون في شبكات التواصل الاجتماعي عن الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 64 |
| 133 | علاقة اكساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير الجنس | 65 |
| 133 | علاقة اكساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 66 |
| 134 | علاقة اكساب ميزة بث صحافة المواطن صوت وصورة من قلب الاحتجاجات مصداقية اكبر في تغطيتها للاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 67 |
| 135 | علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات بمتغير الجنس | 68 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 69 | علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 136 |
| 70 | علاقة إذا عملت صحافة المواطن على تزويد الجمهور بالمعلومات عن الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 137 |
| 71 | علاقة متى كان نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات بمتغير الجنس | 138 |
| 72 | علاقة متى كان نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 139 |
| 73 | علاقة متى كان نشاط صحافة المواطن أكثر بروزا في تغطية الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 140 |
| 74 | علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير الجنس | 141 |
| 75 | علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير التخصص في التكوين | 142 |
| 76 | علاقة تأثير تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتجاجات على أزمة البطالة في الجنوب بمتغير طبيعة العمل | 143 |
| 77 | علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير الجنس | 144 |
| 78 | علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 145 |
| 79 | علاقة هدف تغطية صحافة المواطن من تغطية الاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 147 |
| 80 | علاقة صحافة المواطن بلجنة سياسية معينة بمتغير الجنس | 148 |
| 81 | علاقة صحافة المواطن بلجنة سياسية معينة بمتغير التخصص في التكوين | 149 |
| 82 | علاقة صحافة المواطن بلجنة سياسية معينة بمتغير طبيعة العمل | 150 |
| 83 | علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بمتغير الجنس | 150 |
| 84 | علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بمتغير التخصص في التكوين | 151 |
| 85 | علاقة تغطية المواطن الصحفي نفس الأحداث التي يغطيها المراسل بمتغير طبيعة العمل | 152 |
| 86 | علاقة الإجابة بـ: "لا" بمتغير الجنس | 153 |
| 87 | علاقة الإجابة بـ لا بمتغير التخصص في التكوين | 154 |
| 88 | علاقة الإجابة بـ: "لا" بمتغير طبيعة العمل | 155 |
| 89 | علاقة تشابه طرح المواطن الصحفي وطرح المراسل في تغطيته للاحتجاجات بمتغير الجنس | 156 |
| 90 | علاقة تشابه طرح المواطن الصحفي وطرح المراسل في تغطيته للاحتجاجات بمتغير التخصص في التكوين | 157 |
| 91 | علاقة تشابه طرح المواطن الصحفي وطرح المراسل في تغطيته للاحتجاجات بمتغير طبيعة العمل | 157 |
| 92 | علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك كصحفي بمتغير الجنس | 158 |
| 93 | علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك كصحفي بمتغير التخصص في التكوين | 159 |
| 94 | علاقة اثر نشاط المواطن الصحفي على مكانتك كصحفي بمتغير طبيعة العمل | 160 |
| 95 | علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير الجنس | 161 |
| 96 | علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير التخصص في التكوين | 162 |
| 97 | علاقة متابعة المراسل لما ينشره المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأحداث بمتغير طبيعة العمل | 163 |
| 98 | علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير الجنس | 164 |
| 99 | علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير التخصص في التكوين | 165 |
| 100 | علاقة لجوء المراسل إلى ممارسة صحافة المواطن للتعبير عن آرائه بحرية بمتغير طبيعة العمل | 166 |
| 101 | علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات و تميزه عن المراسل بمتغير الجنس | 167 |
| 102 | علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات و تميزه عن المراسل بمتغير التخصص في التكوين | 168 |
| 103 | علاقة تحقيق المواطن الصحفي للسبق في تغطيته للاحتجاجات و تميزه عن المراسل بمتغير طبيعة العمل | 169 |

فهرس الموضوعات

| الصفحة | الفهرس |
|--------|--|
| 1 | مقدمه..... |
| 4 | الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة..... |
| 5 | 1 : إشكالية الدراسة..... |
| 8 | 2 : تحديد المفاهيم الاجرائية..... |
| 10 | 3 :نوع الدراسة..... |
| 11 | 4 : منهج وأدوات الدراسة..... |
| 14 | 5 : مجتمع الدراسة..... |
| 15 | الفصل الثاني : مدخل إلى صحافة المواطن وتحول المثلي الى مرسل..... |
| 16 | المبحث الأول : ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة..... |
| 20 | المبحث الثاني : تعريف الاعلام الجديد..... |
| 25 | المبحث الثالث : صحافة المواطن كمقاربة للاعلام الجديد..... |
| 25 | المطلب الاول: مفهوم صحافة المواطن..... |
| 27 | المطلب الثاني: نشأة صحافة المواطن..... |
| 31 | المطلب الثالث: اشكال صحافة المواطن..... |
| 37 | المبحث الرابع : واقع صحافة المواطن في الوطن العربي..... |
| 42 | المبحث الخامس: واقع صحافة المواطن في الجزائر..... |
| 46 | الفصل الثالث : أزمة البطالة في الجنوب..... |
| 47 | المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للالزمات..... |
| 47 | المطلب الاول: تعريف الازمة..... |
| 48 | المطلب الثاني: سمات الازمة..... |
| 49 | المطلب الثالث: الفرق بين الازمة والمفاهيم المشابهة..... |
| 51 | المطلب الرابع: مفاهيم مرتبطة بالازمة..... |
| 53 | المطلب الخامس: ابعاد الازمة..... |
| 53 | المطلب السادس: انواع الالزمات..... |
| 57 | المطلب السابع: اسباب الالزمات..... |
| 59 | المطلب الثامن: مراحل الازمة..... |
| 60 | المبحث الثاني : دور الاعلام في إدارة الأزمات..... |

| | |
|-----|---|
| 63 |المبحث الثالث :البطالة في الجنوب بين الأزمة والمشكلة..... |
| 66 |المبحث الرابع : دور صحافة المواطن في أزمة البطالة بالجنوب..... |
| 70 |الفصل الرابع : الجانب التطبيقي للدراسة..... |
| 71 |المبحث الأول : الجداول البسيطة..... |
| 93 |المبحث الثاني : الجداول المركبة..... |
| 171 |المبحث الثالث : نتائج الدراسة..... |
| د |الخاتمة..... |
| 175 |قائمة المراجع..... |
| 176 |الملاحق..... |
| 177 |فهرس الجداول..... |