



SIATS Journals

The journal of media and social studies for specialized
researches (JMSSR)

Journal home page: <http://www.siatss.co.uk>



مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية

المجلد 2، العدد 2، تموز 2017م.

e ISSN 0127-7448

تأثير الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر
دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بولاية سطيف

وليدة حدادي

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 / الجزائر

haddadiwalida@yahoo.fr

فطيمة اعراب

fatima19arab@gmail.com

جامعة الجزائر 3 / الجزائر

1438هـ / 2017م



ARTICLE INFO

Article history:

Received 20/1/2017

Received in revised form 15/5/2017

Accepted 20/9/2017

Available online 15/7/2017

ملخص:

انطلقت هذه الدراسة من الأهمية التي يكتسيها الإعلام البديل كشكل جديد من الإعلام، وفضاء حر للفكر الجمعي، الذي أتاح للإعلاميين تبادل المعلومات وإنتاج المعرفة بطرق سهلة وسريعة، كما غير من قواعد وأساليب العمل الإعلامي والاتصالي، بفضل تعدد وسائله وتنوعها بين صحافة المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات الإخبارية والمجموعات البريدية، خاصة بعدما أحدثته من تأثيرات كبيرة على الرأي العام تجاه قضايا متعددة لم يكن بإمكان الإعلام التقليدي تحقيقها. وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود اعتماد للإعلاميين بولاية سطيف على الإعلام البديل في أدائهم لعملهم الإعلامي، حيث يرى أكثرهم بوجود علاقة تكاملية بين الإعلام التقليدي والإعلام البديل، هذا الأخير الذي استطاع أن يدعم حرية الإعلام في الجزائر، إلا أنه يوجد شك لديهم فيما يتعلق مصداقية ما ينشر فيه، وهذا ما يفرض ضرورة التحقق من المصادر المعتمدة ودقة المعلومات في الإعلام البديل، وكذا ضرورة وجود قوانين خاصة بالعمل الإلكتروني لضبط الممارسة الإعلامية الإلكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: التأثير ، الإعلام البديل ، العمل الإعلامي ، الإعلامي .



Abstract

This study started from the importance of alternative media as a new form of media, and a free space for collective thought, which allowed the media to exchange information and produce knowledge in easy and fast ways. It also changed the rules and methods of media and communication work, thanks to the multiplicity of its means and its diversity among the blogging press, social networking sites and forums especially since it has had a major impact on public opinion on many issues that traditional media could not achieve. The study found support for the media in the state of Setif for alternative media in the performance of their media work. Most of them see an integrative relationship between traditional media and alternative media, which has been able to support freedom of information in Algeria. And this necessitates the need to verify the sources adopted and the accuracy of information in the alternative media, as well as the need for special laws for the electronic work to control the electronic media practice in Algeria.

Keywords: Influence of alternative media. Media work, Media



مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية منذ منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث عرفت شبكة الانترنت، انتشارا هاما في كل مناطق العالم، وفي كافة المجالات، خاصة مع ظهور الجيل الثاني "web.2"، بفضل تقنياتها وخدماتها المتعددة، التي أتاحت فرصة التقارب والتعارف والتبادل الحر للأفكار والآراء لكافة المجتمعات والفئات، حيث أصبح بإمكان أي مستخدم الاستفادة من الوسائط المتعددة والمحتوى المتنوع والتفاعلية في حياته اليومية والعملية.

ويعتبر الإعلاميون من أهم الفئات التي استفادت من الإمكانيات التي أتاحتها تقنيات الويب 2. في عملية التواصل ونقل المعلومات، حيث أصبحت من أهم مصادر المعلومات والأخبار التي يعتمد عليها الإعلاميون في تغطيتهم الإعلامية لمختلف الأحداث والقضايا الحاصلة في المجتمع، خصوصا مع اندماج الإعلام الجديد مع الإعلام التقليدي، ما ساهم في تفعيل العمل الإعلامي، وجعله قوة لا يستهان بها في مختلف مجالات الحياة، فما وفرته الانترنت من خصائص ومميزات لم توفره أية وسيلة إعلامية من قبل، حيث أتاحت تنوع مصادر المعلومات الإلكترونية، وتعدد المواقع الإخبارية وبنوك المعلومات والصور، وتنوع خدمات المنتديات والمدونات والبريد الإلكتروني، كما كان للإعلام البديل عبر شبكات التواصل الاجتماعي أيضا أدوار هامة في تزويد الإعلاميين بالمعلومات أثناء أداء مهامهم الإعلامية وتغطيتهم للأحداث المختلفة وتفعيلها.

وأتاح ظهور الإعلام البديل كشكل جديد من الإعلام، فضاء حرا للفكر الجمعي لتبادل المعلومات وإنتاج المعرفة، غير من قواعد وأساليب العمل الإعلامي والاتصالي، بفضل تعدد وسائله وتنوعها بين صحافة المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات الإخبارية والمجموعات البريدية، خاصة بعدما أحدثه من تأثيرات كبيرة على الرأي العام تجاه قضايا متعددة لم يكن بإمكان الإعلام التقليدي تحقيقها.

المبحث الأول: الإشكالية وتساؤلاتها

تعتبر الانترنت من أهم الوسائل الإعلامية التي أتاحت التفاعلية والمشاركة في صناعة الأحداث عبر ظهور صحافة المواطن، التي أصبح المواطن الصحفي ينشط من خلالها بالموازاة مع رجال الإعلام ويسهم في تفعيل أدوارهم عبر التغطية الإعلامية للأحداث وسرعة إرسالها وبثها للإعلاميين، وبالتالي المساهمة في تقديم تغطية إعلامية شاملة وآنية للأحداث المختلفة، خاصة بعد الدور الذي مارسه صحافة المواطن في تغطية أحداث الربيع العربي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وساهم تطور وسائل الاستقبال والتفاعل في تفعيل المصادر الإعلامية من جهة، وفي تسهيل الأداء الإعلامي للصحفيين من جهة أخرى، لذا كانت مختلف هذه التحولات التي شكلتها خدمات الانترنت



الإلكترونية عامل إيجابي، دفع بمعظم المؤسسات الإعلامية إلى مسايرتها وتوظيفها لتقديم خدمات إعلامية في المستوى تتماشى وحاجات واهتمامات جماهيرها، فبعد أن كان الجمهور يحصل على الأخبار من وسائل الإعلام التقليدية، أصبح يتلقاها على يريده الإلكتروني أو على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، التي أضحت من الوسائل الاتصالية الضرورية لدى الإعلاميين في تحقيق التواصل والتفاعل مع جمهورهم، مما يضيف قيمة حقيقية للمؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، لأنها أصبحت من أدوات العمل الإعلامي الأساسية في ظل البيئة الرقمية، التي يتم الاعتماد عليها في استقاء المعلومات والأخبار التي قد لا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى.

وقد أفادت دراسة حديثة شملت حوالي 600 صحفي من مختلف مناطق العالم، أن أكثر من 55% من الإعلاميين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعي من أجل العثور على قصص إخبارية من مصادر معروفة، كما أن 43% منهم يستخدمون هذه الأدوات من أجل التحقق من الأخبار التي يكتبونها، إضافة إلى أن 52% لديهم صفحات على الفيسبوك، بينما كان لدى 47% منهم صفحات مهنية على موقع التويتر.⁽¹⁾

ويعتبر الإعلاميون الجزائريون على غرار الإعلاميين في مختلف مناطق العالم من مستخدمي تقنيات الويب 2. في أداء عملهم الإعلامي، خاصة مع ما يعرفه الإعلام الجزائري من مواكبة للموجة الرقمية، باعتبارها أتاحت منابر افتراضية لنشر منتوجاته الإعلامية سواء كان ذلك في الصحافة المكتوبة أو السمعية أو السمعية البصرية. ومنه سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على تأثير استخدام الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر. من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما واقع استخدام وسائل الإعلام البديل لدى الإعلاميين في الجزائر؟
- ما العلاقة بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي في رأي الإعلاميين الجزائريين؟
- كيف أثر الإعلام البديل على حرية العمل الإعلامي في الجزائر؟
- ما هي عوائق وتحديات استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي في الجزائر؟

المبحث الثاني : تحديد المفاهيم الأساسية:

المطلب الأول: مفهوم التأثير

الأثر في اللغة العربية هو بقية الشيء، والجمع، أثار وأثور. والأثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشيء، في اللغة العربية هو التأثير يعني إبقاء الأثر في الشيء ترك فيه أثرا.⁽²⁾

(1) 55% من الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، في: tiiqnya.blogspot.com/2013/01/05html، بتاريخ: 20-2-2017.

(2) ابن منظور، لسان العرب، ط4، بيروت، دار صادر للنشر المجلد 1، 2005، ص. 52.



وقد استخدمت الكلمة للإشارة إلى القدرة أي كان في تغيير أفكار الآخر وأفعاله، غالبا من دون علم منهم.⁽³⁾

ويمكن تعريف التأثير إجرائيا بأنه انعكاسات استخدام الإعلاميين الجزائريين لوسائل الإعلام البديل كالمدونات الإلكترونية والشبكات الاجتماعية وغيرها على أدائهم لمهنتهم وعملهم الإعلامي.

المطلب الثاني : مفهوم الإعلام البديل:

الإعلام البديل أو إعلام نحن أو صحافة المواطن هي مصطلحات تشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المستعمل (أو المواطن العادي) كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام، بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات اتصالية متعددة، ويمكن لهذا المضمون أن يكون نصيا أو مسموعا أو سمعيا-بصريا، أو يكون متعدد الوسائط، وفي الغالب ينشر عبر تطبيقات الانترنت الاتصالية، كالمدونات، مواقع بث الفيديو، المواقع الاجتماعية، منتديات المحادثة الإلكترونية، كالموسوعات التشاركية...، ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية، كالقنوات التلفزيونية أو الإذاعية، وعبر المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة عامة. وعموما نجد أن رواد صحافة المواطن من الأفراد الهواة والمستعملين العاديين أي غير الممتهين للصحافة، وهم يقابلون الصحفيون المحترفون الذين يمتهون الصحافة، في مؤسسات إعلامية كالتلفزيون والراديو والصحف.⁽⁴⁾

المطلب الثالث: مفهوم العمل الإعلامي

هو القيام بواجبات الإعلام، التي من أهمها نقل الحقائق وتفسيرها والتعليق عليها، والقيام بوظائف الإعلام عامة، ويقال الأداء الإعلامي، يعني قيام الإعلامي أو القائم بالاتصال في مختلف مؤسسات الإعلام بكل ما تتطلبه مهنة الصحافة، كالحصول على الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها والتوجيه والإرشاد.⁽⁵⁾

المطلب الرابع: مفهوم الإعلامي

هو كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع.⁽⁶⁾

ويمكن تعريف الإعلاميين إجرائيا بأنهم الممتهون للعمل الإعلامي في الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو السمعية البصرية أو الإلكترونية، من أجل نشر الأخبار والمعلومات والحقائق، وتغطية الأحداث المختلفة. وقد اقتصرنا دراستنا هذه على الإعلاميين بالصحافة المكتوبة والإذاعة بولاية سطيف.

⁽³⁾ جان فرانسوا دوليه، معجم العلوم الإنسانية، ترجمة جورج كتورة، ط1، أبو ظبي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2009، ص. 179.

⁽⁴⁾ إبراهيم بعزیز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن"، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثالث، 2011، ص: 43.

⁽⁵⁾ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، ط1، 2003، ص146.

⁽⁶⁾ رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتاب الحديث، ص31.

المبحث الثالث: الإطار النظري للدراسة

المطلب الأول: وسائل الإعلام البديل

تتيح شبكة الانترنت خدمات جديدة تتمثل في مختلف وسائل الإعلام البديل، وتتخذ أشكالا متنوعة، نذكر منها ما يلي:

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".⁽⁷⁾

2- المدونات الإلكترونية:

هي تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره صفحة ويب على الانترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، كما أنها موقع على الانترنت سهل الإنشاء والتحديث، يسمح لمؤلفه بالقيام بالنشر في أي موضوع لحظة بلحظة، وتتميز هذه المواقع بالمشاركة والتفاعلية بين مؤلفها وقارئها، ربط الاتصال بمؤلفين ومدونين آخرين، وبذلك فهي وسيلة ليست تستخدم فقط لإضافة المعلومات.⁽⁸⁾

3- مواقع بث الفيديو:

هي مواقع تسمح ببث مقاطع الفيديو سواء مسموعة أو مرئية ويمكن للفرد تحميلها، ومن بين هذه المواقع موقع "myvideo" وموقع يوتيوب "You tube"، وفي يومنا هذا أصبحت هذه المواقع تبث مضمونها لوسائل الإعلام التي تبثها وتستعين بها في مصادرها الإخبارية.

4- فضاءات الحوار:

تقوم هذه الفضاءات على منطق الديمقراطية في المشاركة بالتواصل ما بين الجمهور، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في كون الأفراد الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة حول موضوع ما، يشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقيا، إذ أن كل عضو هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل.⁽⁹⁾

5- المنتديات "ساحات الحوار":

هي عبارة عن مواقع على الويب يتجمع فيها عدد كبير من الأشخاص لتبادل الخبرات، وإعطاء وجهات

(7) زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، جامعة عمان الأهلية، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003، ص23.

(8) عصام منصور، المدونات الإلكترونية، مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، عدد 5 ماي 2009، ص ص95-96.

(9) موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوظيفة، pdf، ص27.

النظر في الموضوعات المطروحة بالمنتديات، ويتم تقسيم المنتدى الواحد إلى عدة أقسام ويحتوي كل قسم بدوره على عدد من الموضوعات، التي قام أعضاء المنتدى أو مشرفيه بوضعها، ويمكن لأي عضو في المنتدى أن يقوم بالرد والتعليق على هذا الموضوع وهكذا.⁽¹⁰⁾

المطلب الثاني: أهمية استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي:

تزايدت أهمية استخدام الانترنت كمصدر من مصادر المعلومات بالنسبة للصحفيين حالياً، خاصة مع ظهور الويب.2، حيث أصبحت تستخدم بشكل عام في العمل الإعلامي، حسب ما توضحه العديد من الدراسات، منها دراسة "لروس ومدليرج" (Ross & Middleberg,1998)، التي أشارت إلى زيادة في نسبة المستخدمين للإنترنت وزيادة اعتمادهم على قواعد المعلومات العامة، التي تغذيهم بمعلومات وأخبار ونشاطات المؤسسات والأجهزة الحكومية الأمريكية، ففي عام 1997 وصلت هذه النسبة إلى 91% من الصحفيين الذين يعتمدون على الإنترنت في مثل هذه الاستخدامات، وقد توصلت دراسة أخرى قام بها "بروس جاريسون" (Garrison,1999) على عينات من الصحفيين الأمريكيين خلال فترة خمس سنوات تراوحت من 185 إلى 287 على الصحف التي يزيد توزيعها على عشرين ألف نسخة إلى زيادة مستخدمي الإنترنت من الصحفيين من 27% عام 1994 إلى أكثر من 63% عام 1998 بصفة يومية، كما أشارت الدراسة إلى أن حوالي 90% من أفراد العينة في العام 1998 يستخدمون البريد الإلكتروني في حين حوالي 51% يستخدمون الإنترنت لنقل الملفات من وإلى صحفهم.⁽¹¹⁾

ربما تكمن أهمية اللجوء لاعتماد هذه الوسيلة لجملة من الإيجابيات، فقد أنهت ثورة الاتصال الجديدة عدد من المفاهيم كهرمية الاتصال، وحارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عددا من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والتشبيك الاجتماعي، وغيرها من المفاهيم والمصطلحات الأخرى، التي تدل في مجملها على مدى الوفرة والتنوع في وسائل الاتصال الجديدة.

وتكمن إيجابيات الإعلام البديل كأبرز مثال في سرعة الاتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاما مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال، وقد ساهم الإعلام البديل في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجيره العديد من القضايا، التي أثارت الرأي العام،

(10) فؤاد شعبان وعبيدة صبطي: المرجع السابق، ص 178.

(11) علي بن شويل القرني: الإعلاميون السعوديون دراسة في استخدامات الوسائل، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، تشرين الثاني 2012، ص 7.



فداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.⁽¹²⁾

المطلب الثالث: معوقات استخدام وسائل الإعلام البديل في العمل الإعلامي

توفر تقنيات الويب.2 جملة من الإيجابيات للإعلاميين أثناء التغطية الإعلامية لمختلف الأحداث كالسرعة والتفاعلية وسرعة انتشار التغطية الإعلامية، وتعدد وتنوع المصادر الإلكترونية حول الحادثة، لكن في نفس الوقت هناك جملة من التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام تقنيات الويب.2 في العمل الإعلامي، من أهمها نذكر ما يأتي:

- عدم شفافية المضمون في كثير من الأحيان، وهي إشكالية تطرح في ظل الإعلام الجديد نظرا لتعدد مصادر الحدث، حيث أصبح بإمكان أي شخص أن يصبح مراسلا وصحفيًا مواطنًا، ينشر الأحداث والأخبار بطريقة غير مهنية واحترافية، ويرسلها لمختلف وسائل الإعلام.
- غموض مصدر المعلومات في كثير من الأحيان بسبب عدم استخدام اسم المصدر، وصعوبة التحقق من ذلك، مما يجعل نسبة من الشكوك حول مصدر المعلومات ومصادقته.
- غياب التحقق الميداني والواقعي من مصدر المعلومة نظرا للتباعد المكاني، وغياب البعد الإنساني من التغطية، الذي ألغى في كثير من الأحداث التنقل إلى مكان الحدث، فالتقنية جمدت الحدث بنمط معين في كثير من الأحيان حيث أصبحت التغطيات التي تعتمد على الانترنت كمصدر من مصادر المعلومات تميل إلى التغطية السطحية في بعض الأحيان، التي لا تعتمد على المصادر الشخصية التي تعتبر أكثر مصداقية، بل تعتمد على المصادر المتاحة عبر شبكة الانترنت.
- ندرة الدراسات العربية في مجال مصداقية المضمون الخبري عبر المواقع الإخبارية، وكذلك مصداقية المواقع الاجتماعية، ومصادقية المعلومات التي تنشر من قبل صحافة المواطن.
- صعوبات التعامل مع تقنيات وخدمات الانترنت بالنسبة للإعلاميين التقليديين الذين يرفضون استخدام تقنيات وخدمات شبكة الانترنت وصعوبة اندماجهم مع هذه المصادر، مقارنة بالإعلاميين الجدد أو الجيل الحالي من الإعلاميين، الذين يفضلون استخدام هذه التقنيات، والذين لا تزال نسبتهم ضعيفة مقارنة بالكوادر الإعلامية القدامى في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

⁽¹²⁾حاتم سليم العلاونة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على عينة من النقابيين، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، نوفمبر 2012، ص 5-6.

المبحث الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهجها

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية ذات المنحى الكشفي التحليلي، التي تستهدف كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد مع تسجيل دلالاتها وخصائصها وتصنيفها وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، بهدف وصف هذه الظاهرة وصفا دقيقا شاملا بكافة جوانبها. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي للكشف عن تأثير استخدام الإعلام البديل على العمل الإعلامي في الجزائر.

والدراسات الوصفية لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدتها بالصورة التي هي عليها كميا وكيفيا بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.⁽¹³⁾

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، الذي "يعتبر من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، وذلك من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها"⁽¹⁴⁾، كما يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقييم شامل.⁽¹⁵⁾

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع الأفراد التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث.⁽¹⁶⁾

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الإعلاميين بالصحافة المكتوبة والإذاعة بولاية سطيف، الذين

(13) محمد شفيق: البحث العلمي، خطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص108.

(14) محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 1993، ص122.

(15) عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص30.

(16) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط2، 2004، ص130.

يستخدمون وسائل الإعلام البديل في أدائهم لمهنتهم الإعلامية.

ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث وتعذر حصر مفرداته عدديا تم اختيار العينة كأسلوب للمعاينة، من خلال اختيار العينة القصدية، وقد قدر أفراد العينة بـ 25 مفردة، وتم تجميع الاستمارات المكتملة خلال الفترة الممتدة من 10 مارس إلى 15 مارس لعام 2017.

وتتضح البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال الجداول الآتية:

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النوع	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور		18	72 %
إناث		7	28 %
المجموع		25	100%

يتبين لنا من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (1) عدد الإعلاميين بولاية سطيف حسب متغير الجنس فتوصلنا إلى أن عدد الإعلاميين يفوق عدد الإعلاميات، حيث بلغ عددهم 18 صحفي مقابل 7 صحفيات وهو ما يمثل على التوالي 72 % مقابل 28 %، وهذا ما يدل على أن مهنة الصحافة هي مهنة المتاعب فهي تحتاج إلى جهد عضلي كبير بجانب الجهد الفكري والحركة والنشاط عاملان ضروريان لأي صحفي وهذه من صفات الشباب، إضافة إلى ميل الذكور إلى هذا النوع من العمل لتلائمه مع شخصية الذكر عكس الإناث اللواتي يملن إلى تخصصات أخرى (كالقضاء، التعليم، الصحة).

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
من 22 سنة إلى 29 سنة		9	36%
من 30 سنة إلى 37 سنة		12	48%
من 38 سنة إلى 45 سنة		2	8 %
من 46 سنة فما فوق		2	8 %
المجموع		25	100%

يبين الجدول أعلاه توزيع الفئات العمرية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة، فتعد الفئة العمرية من [30 سنة إلى 37 سنة] هي الفئة الغالبة على هذه المؤسسات بـ 48%، تليها الفئة العمرية الشابة [من 22 سنة إلى 29 سنة] بـ 36%، بينما الفئة [من 38 سنة إلى 45 سنة و من 46 سنة فما فوق] كانت متساوية

بنسبة 8 %. الأمر الذي يدل على أن الشباب هم الفئة العمرية الأقدر على التعامل مع معطيات التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة \ التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
محرر صحفي	9	36 %
رئيس تحرير	3	12 %
مراسل	4	16 %
مذيع	9	36 %
المجموع	25	100 %

يبين الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة فنجد 9 محررين صحفيين، و 3 رؤساء تحرير، و 4 مراسلين و 9 مذيعين، فهم إعلاميون بالصحافة المكتوبة والإذاعة بولاية سطيف، الذين يستخدمون وسائل الإعلام البديل في أدائهم لمهنتهم الإعلامية.

المطلب الثالث: الاستبيان كأداة لجمع البيانات

استخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان، لأنها "تعد من أنسب الأدوات التي تطبق على المبحوثين خاصة المتعلمين، بالإضافة إلى أنها تحقق إعطاء المبحوثين وقتاً أطول وفرصة أفضل للإجابة بحرية واطمئنان ودقة ودون تحيز".¹⁷ وتفيد أيضاً في جمع البيانات عن مواقف واتجاهات الأفراد وعن معتقداتهم.¹⁸ وقد تم إعداد استمارة البحث الميداني، وصياغة الأسئلة المتضمنة فيها في أشكالها المغلقة والمفتوحة، وترتيبها حسب معطيات الدراسة وأهدافها. تم توزيع الاستمارة على العينة المبحوثة، وتم الاعتماد على أسلوب الاتصال الشخصي.

وقد تضمنت الاستمارة المحاور الآتية:

المحور الأول: واقع استخدام وسائل الإعلام البديل لدى الإعلاميين في الجزائر.

المحور الثاني: العلاقة بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي في رأي الإعلاميين الجزائريين.

المحور الثالث: تأثير الإعلام البديل على حرية العمل الإعلامي في الجزائر.

المحور الرابع: عوائق وتحديات استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي في الجزائر.

¹⁷ محمد شفيق، المرجع السابق، ص 119.

¹⁸ عبد السلام الدولي، وسائل جمع البيانات لأغراض البحث العلمي وأساليبها، مجلة بحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، عدد 28، ديسمبر 1989، ص: 39.



المبحث الخامس : تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: واقع استخدام وسائل الإعلام البديل لدى الإعلاميين في الجزائر.

الجدول رقم 04: يوضح وسائل الإعلام البديل التي يستخدمها الإعلامي لأداء مهامه الإعلامية.

الوسيلة	التوزيع	التكرار	النسبة
المدونات الالكترونية	0	0	% 0
المنتديات الالكترونية	0	0	% 0
البريد الالكتروني	12	23.53	% 23.53
الشبكات الاجتماعية	23	45.10	% 45.10
المواقع الإخبارية	16	31.37	% 31.37
المجموع	51	100	% 100

يبين الجدول أعلاه أن الشبكات الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى ضمن استخدامات الإعلاميين الجزائريين لوسائل الإعلام البديل وذلك بنسبة 45.10%، بالرغم من أنها في بدايتها والإعلاميين لازالوا متخوفين منها ومترددون خاصة بعد مسألة التشكيك في مصداقية ما تقدمه هذه الوسائل من معلومات، لكن مع مرور الزمن وبعد التعرف أكثر على خدماتها المتاحة أكدت على أنها لعبت دورا فعالا في تغذية القطاع الإعلامي على اختلاف أشكاله (سمعي أو مكتوب) بالمادة الإعلامية اللازمة، فقد استطاعت فئة الإعلاميين استيعاب هذه الوسيلة التي يتيحها الإعلام البديل واعتبارها مصدرا لمعلوماتها لا يستهان به، ثم نجد في المرتبة الثانية المواقع الإخبارية بنسبة 31.37 % فهي توفر للإعلامي مجالا رحبا للاختيار بين نوع المواقع حسب نوع المواضيع المبحوث عنها، ويتجه الإعلاميين إلى مواقع الإخبارية نظرا لكونها تنطوي على كم هائل من المعلومات قد تكون لمؤسسات دولية أو وزارات أو لشخصيات فاعلة في المجتمع المدني، فهو يكتفي بكتابة جملة بسيطة ليصل إليه عدد لا محدود من روابط المواقع التي يحتاجها، ثم يأتي البريد الالكتروني في المرتبة الثالثة بنسبة 23.53% يستخدمه الإعلاميون للتواصل فيما بينهم وللتواصل مع جمهورهم، وتلقي ردودهم وأرائهم في نوعية المواد الإعلامية المقدمة إليهم، كما يستخدمه الإعلامي لكونه يسمح بتبادل المواد السمعية.

الجدول رقم 05: يوضح كيفية استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام البديل لأداء عملهم الإعلامي.

أداء العمل	التوزيع	التكرار	النسبة
بشكل دائم		13	37.14 %
في الأحداث الهامة فقط		5	14.29 %
إرسال واستقبال الرسائل والمواد الإخبارية العاجلة		7	20 %
عند التكليف بأداء مهمة سريعة وطارئة		10	28.57 %
المجموع		35	100 %

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 37.14 % من المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام البديل لأداء عملهم الإعلامي بشكل دائم للحصول على المعلومات، وهي نسبة معتبرة تبرز محاولة بعض الإعلاميين الجزائريين الارتقاء بنوعية المواد الإعلامية التي يقدمونها يوميا، فوسائل الإعلام البديل ثرية بكم هائل من المعلومات، وهي غالبا ما تنفرد ببث الكثير من الأحداث التي تعجز المؤسسات الإعلامية العالمية عن تغطيتها أو وصول أخبارها في الوقت المناسب، لذا يلجأ الإعلاميون إلى استقاء المعلومات من هذه الأخيرة ليتمكنوا من الإلمام بالأحداث العالمية والوطنية، ويتحصلوا على التحليل المتعلقة بنفس الأحداث لكن من زوايا مختلفة، كما نجد نسبة 28.57 % من الإعلاميين يستخدمونها عند التكليف بأداء مهمة سريعة وطارئة، تليها نسبة 20 % يستخدمونها عند إرسال واستقبال الرسائل والمواد الإخبارية العاجلة وهي نسب تعبر عن الاندماج الجزئي للإعلاميين الجزائريين في وسائل الإعلام البديل، أي أن هذه الوسائل لم ترتق بعد إلى مستوى الضروريات المهنية في العمل الإعلامي الجزائري، بل لا يزال الإعلامي الجزائري يتعامل مع هذه الوسائل ككمالية أو كوسائل يضطر لاستخدامها حين لا يجد البديل، أما بعض الإعلاميين الذين تقدر نسبتهم بـ 14.29 % فيستخدمونها إلا في الأحداث الهامة فقط، وهم إعلاميون محافظون يفضلون المصادر التقليدية ومترددون، لأن هذه الوسائل تتطلب التحكم في التقنيات التكنولوجية وفي اللغات الأجنبية وفي الإعلام الآلي على وجه الخصوص.

الجدول رقم 06: يوضح أسباب استخدام وسائل الإعلام البديل.

النسبة	التكرار	التكرارات أسباب الاستخدام
% 19.44	14	للحصول على المستجدات وأحدث الأخبار
% 8.33	6	تحسين الأداء الإعلامي
% 12.50	9	لأنها تتيح إمكانية المزج بين تقنيات الصورة والصوت والفيديو
% 15.28	11	إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور
% 13.89	10	لأنها تتيح للإعلامي فرصة التفاعل والتواصل بسهولة
% 11.11	8	لأنها تحقق سبق الإعلامي
% 8.33	6	لأنها تتيح للإعلامي حرية الرأي والتعبير والتعليق على الأحداث
% 2.78	2	تقديم تغطية إعلامية شاملة للأحداث
% 8.33	6	زيادة الثقافة المعرفية
% 100	72	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 19.44 % من الإعلاميين الجزائريين يستخدمونها كوسيلة للحصول على المعلومات وأحدث الأخبار، وهي نسبة تعبر عن الاندماج الجزئي للإعلاميين في عالم الانترنت، في حين يرجع الإعلاميين سبب استخدامهم لوسائل الإعلام البديل إلى إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وقدرت بـ 15.28 %، كما أن نسبة 13.89 % يرون أنها تتيح للإعلامي فرصة التفاعل والتواصل بسهولة، وذلك لكونها تمتاز بالتفاعلية، في المقابل نجد 12.50 % من المبحوثين يستخدمونها لأنها تتيح إمكانية المزج بين تقنيات الصورة والصوت والفيديو (الملتيميديا)، كما أنهم يستخدمونها ل تحسين الأداء الإعلامي ولأنها تتيح للإعلامي حرية الرأي والتعبير والتعليق على الأحداث ولكونها زيادة الثقافة المعرفية والمقدرة بـ 8.33 %، وهذه الأسباب تعود الصحفي على الكسل الإعلامي، فالإعلامي هنا هو مطور محتوى فحسب، فهي تغني الصحفي عن النزول للميدان والاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الأحداث، فلا يبقى للصحفي سوى تغيير وحذف أو إضافة بعض الجمل في التعليق، بل في الكثير من الأحيان يتجاهل مصدر المعلومة وينسب الخبر لنفسه. في الأخير بقي نسبة 2.78 % التي تشكل الأقلية من عينة الدراسة يرجعون سبب استخدامها إلى تقديم تغطية إعلامية شاملة للأحداث.

ومنه نستخلص أن مهما تعددت الأسباب فإن الإعلاميين لا يستطيعون الاستغناء عن وسائل الإعلام البديل فهي تحتل المراتب المتقدمة بين مصادر المعلومات بالرغم من ضعف مصداقيتها، على اعتبار أنها تقدم العديد من الخدمات الإخبارية المجانية، وتفتح المجال أمام الإعلاميين للتواصل والتفاعل وإجراء المقابلات الافتراضية والمثلة في تصريحات مع كبار المسؤولين والاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الأحداث دون الحاجة إلى التنقل.

الجدول رقم 07: يوضح كيفية استخدام وسائل الإعلام البديل.

النسبة	التكرار	التوزيع	كيفية الاستخدام
19.72 %	14	البحث عن المعلومات الجديدة وخفايا الأحداث	
9.86 %	7	إرسال واستقبال الأخبار والتقارير	
8.45 %	6	إجراء المقابلات الإعلامية	
15.49 %	11	النشر الإلكتروني	
7.04 %	5	استقبال الأخبار والصور والفيديوهات من وكالات الأنباء والمراسلين	
15.49 %	11	متابعة التطورات الحاصلة في قضايا معينة	
14.08 %	10	وسيلة للتواصل مع زملاء المهنة	
7.04 %	5	تقديم مواضيع وتحقيقات إعلامية متميزة	
2.82 %	2	تقدم أشكال من السبق الصحفي	
100 %	71	المجموع	

يوضح الجدول أن خدمة "البحث عن المعلومات الجديدة وخفايا الأحداث" تأتي في مقدمة سلم الاستخدامات بنسبة 19.72 %، وتأتي "خدمة متابعة التطورات الحاصلة في قضايا معينة" وخدمة "النشر الإلكتروني" في نفس المرتبة بنسبة 15.49 %، تليها خدمة "وسيلة للتواصل مع زملاء المهنة" بنسبة 14.08 %، ثم خدمات أخرى تفاوتت آراء الإعلاميين حولها تتمثل في: "إرسال واستقبال الأخبار والتقارير"، وخدمة إجراء المقابلات الإعلامية، و"خدمة تقديم مواضيع وتحقيقات إعلامية متميزة"، و"خدمة تقدم أشكال من السبق الصحفي" بنسب "9.86 %، 8.45 %، 7.04 %، 2.82 %" على التوالي. ويمكن تفسير اختيار الإعلاميين لخدمة البحث عن المعلومات الجديدة وخفايا الأحداث كون أن وسائل الإعلام البديل هي وسائل حديثة للإعلام والاتصال، حيث أتاحت لمستخدميها من الإعلاميين البحث والمراوغة بين الروابط الإلكترونية

والكشف عن خفايا الأحداث المرتبطة بموضوع الخبر، وذلك لإشباع رغبته في الحصول على المعلومات والأحداث. ونستنتج من هذا أن الإعلاميين الجزائريين بولاية سطيف يستخدمون وسائل الإعلام البديل في مجالات أعمالهم، وبصورة كبيرة في البحث عن المعلومات الجديدة وخفايا الأحداث، وتقدم لهم تلك الخدمة خدمات جليلة تفيدهم في عملهم الإعلامي.

المحور الثاني: العلاقة بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي في رأي الإعلاميين الجزائريين.

الجدول رقم 08: يوضح رأي الإعلاميين فيما تنشره وسائل الإعلام البديل.

النسبة	التكرار	التوزيع رأي الإعلاميين
% 11.90	5	تعبر عن الواقع بمصادقية
% 19.05	8	عدم دقة محتوياتها وسطحياتها في أحيان كثيرة
% 40.48	17	ليس كل ما تنشره صحيح ويحتاج لتحقيق
% 9.52	4	تنشر أكاذيب وأخبار مزيفة
% 19.05	8	تنقل ما لا تنقله وسائل الإعلام التقليدية
% 100	42	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 40.48 % من الإعلاميين المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام البديل ليس كل ما تنشره صحيح ويحتاج لتحقيق، في المقابل يرون أن عدم دقة محتوياتها وسطحياتها في أحيان كثيرة و تنقل ما لا تنقله وسائل الإعلام التقليدية قدرت بنسبة 19.05 %، في حين أن نسبة 11.90 % يرون أنها تعبر عن الواقع بمصادقية، وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع النسب الأولى.

وبهذا يمكن استخلاص أن الإعلامي لا يفضل ما تنشره وسائل الإعلام البديل، فهو بطبعه يفضل المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها حتى وإن كانت تحمل من المساوئ ما يمكن تداركه عبر وسيلة أخرى.

الجدول رقم 09: يوضح العلاقة بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي حسب رأي الإعلاميين.

النسبة	التكرار	التوزيع العلاقة حسب رأي الإعلاميين
% 52	13	علاقة تنافس
% 48	12	علاقة تكامل
% 100	25	المجموع

يبين الجدول أن نسبة 52 % من العينة البحثية توافق على الرأي القائل أن الإعلام البديل يعتبر منافسا للإعلام التقليدي، بينما نسبة 48% من الإعلاميين تعتبر الإعلام البديل يكمل الإعلام التقليدي. وهي نسب متقاربة جدا.

ومنه نستنتج أن نسبة المعارضين على منافسة الإعلام البديل للتقليدي ربما يرجع ذلك إلى أنهم ينتمون جميعا إلى الصحف الورقية ويعتبرونها بمثابة الدافع الأول على بقاء الإعلام التقليدي في الصدارة، حيث تعرف الصحافة الورقية الجزائرية ومختلف وسائل الإعلام الأخرى تصاعدا في مواكبتها للإعلام الجديد من خلال إصدارها لنسخ إلكترونية للمحافظة على بقاء المؤسسة الإعلامية في ظل المنافسة التي تفرضها التغيرات الإعلامية والتكنولوجية الحالية.

الجدول رقم 10: يوضح الأسباب التي تبرر رأي الإعلاميين الذين يعتقدون بوجود علاقة تنافس بين الإعلام البديل والإعلام التقليدي.

النسبة	التكرار	الأسباب المبررة
21.74 %	5	لتميز الإعلام البديل عن التقليدي بمتابعة المستجدات والسبق
17.39 %	4	لاجتذاب الإعلام البديل لقطاع كبير من جمهور الإعلام التقليدي
34.78 %	8	لتميز الإعلام البديل بالسرعة والفعالية
26.08 %	6	الإعلام البديل أدى إلى عزوف الجمهور عن متابعة الإعلام التقليدي
100 %	23	المجموع

يبين الجدول أن نسبة 34.78 % من العينة البحثية تبرر رأيها حول علاقة الإعلام البديل بالإعلام التقليدي علاقة تنافس لأنها تميز الإعلام البديل بالسرعة والفعالية، في حين أن نسبة 26.08 % يرون أن الإعلام البديل أدى إلى عزوف الجمهور عن متابعة الإعلام التقليدي، كما يرون أن تميز الإعلام البديل عن التقليدي بمتابعة المستجدات والسبق وأن اجتذاب الإعلام البديل لقطاع كبير من جمهور الإعلام التقليدي، وقدرت نسبتهم ب 21.74 % و 17.39 % على التوالي.

ومنه نستنتج من خلال نتائج الجدول وحسب رأي المبحوثين أنها تؤمن بوجود الخطر الذي سيجلبه الإعلام البديل لنظيره التقليدي، بحيث قد يهدد وجوده، فقد باتت ضرورة حتمية لا يمكن الهروب منها نظرا لما تتميز به من ميزات التفاعلية والآنية والتجديد المستمر، والتي هي ليست موجودة في الإعلام التقليدي.

الجدول رقم 11: يوضح مبررات اعتقاد الإعلاميين بأن علاقة الإعلام البديل بالإعلام التقليدي علاقة تكامل.

النسبة	التكرار	التوزيع
	ر	المبررات باعتقاد علاقة التكامل
18.42 %	7	يقدم الإعلام البديل معلومات وحقائق تساعد في استكمال التغطيات الإعلامية
15.79 %	6	يمثل الإعلام البديل أرشيفا للإعلاميين يمكن الاعتماد عليه في أي وقت
15.79 %	6	الإعلام البديل وسيلة اتصال فعالة مع المصادر
18.42 %	7	الإعلام البديل وسيلة فعالة للتعبير عن الرأي تفوق الإعلام التقليدي
15.79 %	6	لا يمكن للإعلام البديل أن يحل محل الإعلام التقليدي من حيث التنظيم واتساع التغطية
7.89 %	3	تنخفض مصداقية الإعلام البديل مقارنة بالمصداقية المرتفعة للإعلام التقليدي
7.89 %	3	توظيف تقنيات الإعلام البديل في المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام التقليدي
100 %	38	المجموع

يوضح الجدول أن نصف أفراد العينة وافقوا على العلاقة التكاملية بين الإعلام البديل والتقليدي وذلك لأسباب منها: أن "الإعلام البديل يقدم معلومات وحقائق تساعد في استكمال التغطيات الإعلامية"، كما أن "الإعلام البديل وسيلة فعالة للتعبير عن الرأي تفوق الإعلام التقليدي"، وقدرت النسبة بـ 18.42%، في حين أن نسبة 15.79% يرجعون السبب إلى أن "الإعلام البديل يمثل أرشيفا للإعلاميين يمكن الاعتماد عليه في أي وقت"، كما يعتبرون أن "الإعلام البديل وسيلة اتصال فعالة مع المصادر، أيضا لا يمكن للإعلام البديل أن يحل محل الإعلام التقليدي من حيث التنظيم واتساع التغطية، وجاءت نسبة ضئيلة من الإعلاميين ترجع السبب إلى أن "تنخفض مصداقية الإعلام البديل مقارنة بالمصداقية المرتفعة للإعلام التقليدي"، و"توظيف تقنيات الإعلام البديل في المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام التقليدي" قدرت نسبتهم بـ 7.89%.

وتبين نتائج الجدول أن أغلب الإعلاميين المبحوثين يرون أن الإعلام البديل وسيلة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال تقديم معلومات وحقائق تساعد في استكمال التغطيات الإعلامية، وفي هذه الحالة فإن الإعلام البديل يعد امتدادا للنشاط الإعلامي التقليدي، بالإضافة إلى أنها تحقق لبعض الإعلاميين أرشيفا يمكن

الاعتماد عليه في أي وقت لتغطية خبرهم وغيرها من الخدمات المجانية. ومنه نستخلص أن العلاقة التكاملية التي تنبأ بها أغلب الإعلاميين تشير إلى سير الإعلام التقليدي والبديل بشكل متوازي مع تزايد في الاستفادة منه سواء في عملية التحرير أو الاتصالات ونشرها في الوسائل الإعلامية التقليدية.

المحور الثالث: تأثير الإعلام البديل على حرية العمل الإعلامي في الجزائر.

الجدول رقم 12: يوضح مدى مساهمة الإعلام البديل في دعم حرية التعبير حسب رأي الإعلاميين

النسبة	التكرار	مدى المساهمة / التوزيع
36%	9	كبيرة جدا
28%	7	كبيرة
32%	8	متوسطة
4%	1	ضعيفة
0%	0	ضعيفة جدا
100%	25	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 36% من الإعلاميين يعتبرون أن الإعلام البديل ساهم في دعم حرية التعبير بدرجة كبيرة جدا وفي المقابل 28% بدرجة كبيرة، كما يتضح نسبة 32% منهم الذين يعتبرون أن مستوى مساهمة هذا النوع في دعم حرية التعبير هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين، ونسبة 4% التي تعبر عن أن مستوى مساهمته في دعم حرية التعبير ضعيف لا يلبي احتياجات الإعلاميين.

ومنه نستنتج وجود اختلاف بين الإعلاميين فيما يتعلق درجة مساهمة الإعلام البديل في دعم حرية التعبير، إلا أنهم يتفقون في اعتقادهم بهذه المساهمة، التي أثرت على ممارستهم المهنية في وسائل الإعلام التقليدية التي يعملون بها، فبعد ما أحدثته تطبيقات الإعلام البديل خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث الربيع العربي في البلدان العربية، أصبح لزاما إصدار قانون للإعلام في الجزائر مواكبا لهذه التغيرات أو بعض منها، والذي كانت نتيجته فتح مجال أكثر لحرية التعبير، وفتح التعددية في مجال السمع البصري، وهي نتيجة متوقعة لأنها تؤكد أن الإعلاميين في الجزائر عموما في عملهم تأثروا بالانفتاح على تطبيقات الإعلام البديل، فهم لا يكتفون بالمستوى المتواضع الذي يقدمونه في موادهم الإعلامية عبر الإعلام التقليدي فيما سبق.

الجدول رقم 13: يوضح تفعيل الإعلام البديل للعمل الإعلامي في رأي أفراد العينة.

النسبة	التكرار	التوزيع رأي العينة في تفعيل الاعلام
88 %	22	نعم
12 %	3	لا
100	25	المجموع

يبين الجدول أن الإعلام البديل يفعل العمل الإعلامي للإعلاميين بنسبة 88 % وهي نسبة تدل على أهمية هذا النوع من الوسائل في العمل الإعلامي، فقد ساهمت بشكل كبير في إثراء المواد الإعلامية وجعلها أكثر تأثيراً وأكثر فاعلية. وحاجة أي إعلامي لهذه الوسائل هي حاجة ضرورية فهذا النوع من الوسائل يحمل العديد من الميزات والخدمات التي تسهل العمل الإعلامي وتجعله أكثر حيوية، سواء تحدثنا عن الشبكات الاجتماعية أو وسائل الإعلام البديل بصفة عامة، فكلاهما ركيزة من ركائز العصر الرقمي.

في حين نجد نسبة 12% من الإعلاميين الذين لا يرون أن الإعلام البديل يفعل العمل الإعلامي وهذا راجع إما لتفضيلهم الإعلام التقليدي باعتبارها مصادر بسيطة تعودوا على استخدامها، أو لأنهم يحملون في نفوسهم شكاً حول مصداقية هذه المصادر، فهي بالأساس ترفض المجازفة المهنية.

الجدول رقم 14: يوضح مبررات الإعلاميين الذين يعتقدون بأن الإعلام البديل يفعل العمل الإعلامي.

مبررات الاعتقاد	التكرار	النسبة
يوفر التنوع المعلوماتي	8	% 12.90
السرعة وتوفير الوقت والجهد والتكلفة المادية المنخفضة	13	% 20.97
الوصول إلى عدد كبير ولا محدود من الجمهور	13	% 20.97
حرية الوصول إلى المعلومات	4	% 6.45
نشر الأخبار مدعومة بالصوت والصورة والفيديو	6	% 9.68
مصدر هام في التغطية الإعلامية للأحداث خاصة في وقت الأزمات	9	% 14.52
تدعيم النقاش والحوار حول القضايا المهمة	4	% 6.45
ضمان لحق حرية التعبير	5	% 8.06
تحقيق جودة الأداء الإعلامي	0	% 0
المجموع	62	% 100

يبين الجدول أعلاه الرضا الرئيسي الذي يحققه الإعلام البديل للإعلاميين في العمل الإعلامي هو السرعة وتوفير الوقت والجهد والتكلفة المادية المنخفضة، والوصول إلى عدد كبير ولا محدود من الجمهور بنسبة 20.97%، ويكون ذلك عند تزويدهم بالأخبار وهو الأهم في العمل الإعلامي، يليه مصدر هام في التغطية الإعلامية للأحداث خاصة في وقت الأزمات وقدرت نسبته بـ 14.52%، فهنا الإعلامي يقوم بالتحليل الإخبارية التي تزيد من قدرة الصحفي على تحليل الأزمة والربط بين الأمور والأحداث لاستخلاص النتائج اللازمة، لأنه هناك أخبار تستدعي التمعن والبحث والتحليل، لأن لها خلفيات متعددة وأبعاد على الإعلامي الكشف عنها، كما نجد نسبة 12.90% من الباحثين يرون أنها توفر التنوع المعلوماتي، وذلك عن طريق تزويد الإعلامي بمهارات جديدة لأن الاطلاع على مصادر عديدة تكسب خبرات للإعلاميين وتجعلها متماشية مع العصر الذي نعيش فيه، في المقابل يرون نشر الأخبار مدعومة بالصوت والصورة والفيديو بنسبة 9.68%، فكل هذه الاحتياجات المهنية من نقل للصور وللمواد السمعية البصرية وغيرها تساعد الإعلامي في عمله من أجل التأثير في الرأي العام، يليه ضمان لحق حرية التعبير بنسبة 8.06% أي أنها تتيح للإعلامي التعبير عن رأيه بكل حرية عكس ما كان عليه في الإعلام التقليدي، الذي يتقيد فيه الإعلامي بسلطة الخط الافتتاحي، وكذا حرية الوصول إلى المعلومات و تدعيم النقاش والحوار حول القضايا المهمة قدرت بنسبة 6.45%، وهذا يخلق نوع من التواصل بين الإعلاميين حتى لو كانوا

من أقطار متباعدة في العالم لتبادل المعلومات ومناقشة كل المواضيع، بما فيها المواضيع المحظور التصريح عنها والحديث فيها في وسائل الإعلام التقليدي.

المحور الرابع: عوائق وتحديات استخدام الإعلام البديل في العمل الإعلامي في الجزائر.

الجدول رقم 15: يوضح التحديات التي تواجه الإعلام البديل.

العوائق والتحديات	التكرار	النسبة
الاستهداف من الحكومات للتقليل من دوره وتأثيره	11	22.45 %
تعرض الإعلاميين للطرْد والحبس	3	6.12 %
عدم وجود قوانين تحمي حقوق العاملين به وتحدد واجباتهم	13	26.53 %
عدم مراعاته لأخلاقيات العمل الإعلامي	11	22.45 %
فقدان وسائله للمصداقية	11	22.45 %
المجموع	49	100 %

يوضح الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون أن الإعلام البديل يواجه العديد من التحديات والعوائق، يأتي في مقدمتها عدم وجود قوانين تحمي حقوق العاملين به وتحدد واجباتهم وقدرت بـ 26.53%، وهذا يعني أنه غير تابع لمؤسسة تتحكم في الأوضاع وفي العاملين أي عدم وجود قانون يضبط الإعلام البديل، تليه الاستهداف من الحكومات للتقليل من دوره وتأثيره، وعدم مراعاته لأخلاقيات العمل الإعلامي، وفقدان وسائله للمصداقية بنسبة 22.45 %، هذه التحديات راجعة إلى كون هذا الأخير لا يضبطه قانون ولا سلطة ضبط تتحكم في ممارسته إعلاميا، فهذا هو الإشكال الذي يتخوف منه الإعلاميون وهو فقدان وسائله للمصداقية، لأنه فضاء افتراضي يسمح بنشر كل الأخبار ومن كل المصادر التي تكون في حالات معينة مزيفة، لا يمكن الثقة فيما تتضمنه.

ومنه نستخلص من خلال نتائج الجدول أنه للاعتماد على الإعلام البديل في العمل الإعلامي لابد من تدخل الدولة وإظهار إرادة حقيقية لتنظيمه، لأنه بالرغم من تميزه بحرية إعلامية، إضافة إلى إيجابيات أخرى كثيرة، إلا أن له سلبيات أيضا، مما يخلق نوع من القيود على الإعلاميين، وذلك راجع لعدم تفعيل سلطة ضبط تتحكم فيه، فالإعلام البديل هو وسيلة من وسائل الاتصال اليومي وحاليا أصبح شيء جديد هو إعلام المواطن، أي مساحة افتراضية متاحة للجميع على حد سواء من الإعلاميين وغير الإعلاميين.

الجدول رقم 16: يوضح الاقتراحات للاستفادة من الإعلام البديل في العمل الإعلامي .

النسبة	التكرار	الاقتراحات التكرارات
43.75 %	14	ضرورة وجود قوانين خاصة بالعمل الالكتروني لضبط الممارسة الإعلامية الالكترونية
56.25 %	18	ضرورة التحقق من المصادر المعتمدة ودقة المعلومات في الإعلام البديل
%100	32	المجموع

يبين الجدول أعلاه اقتراحات الإعلاميين للاستفادة من الإعلام البديل في العمل الإعلامي، مما يمكنهم من استخدام وسائله الاستخدام الأمثل، والمتمثلة في قيام المسؤولين على المؤسسات الإعلامية الجزائرية بضرورة التحقق من المصادر المعتمدة ودقة المعلومات في الإعلام البديل قبل الاعتماد عليها، والمقدرة بنسبة 56.25%، كما أكد الإعلاميون على ضرورة وجود قوانين خاصة بالعمل الالكتروني لضبط الممارسة الإعلامية الالكترونية في الجزائر، وقدرت بنسبة 43.75%. وعلى العموم فإن المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى إجراءات رقابية صارمة بعض الممارسات سواء في الإعلام البديل أو التقليدي.

النتائج العامة للدراسة:

لقد أسفرت هذه الدراسة عن جملة من النتائج، وهي كالآتي:

- 1- يتبين من خلال دراستنا أن أغلب الإعلاميين الذين يستخدمون الإعلام البديل هم من فئة الذكور بنسبة 72 %، وهذا ما يدل على أن مهنة الصحافة هي مهنة المتاعب فهي تحتاج إلى جهد عضلي كبير بجانب الجهد الفكري، فالحركة والنشاط عاملان ضروريان لأي صحفي وهذه من صفات الشباب.
- 2- وتعرف وسائل الإعلام الجزائرية تحولات عميقة في بنيتها البشرية حيث أن معظم الإعلاميين ينتمون إلى الفئة العمرية من [30 سنة إلى 37 سنة]، هي الفئة الغالبة على هذه المؤسسات بـ 48%، الأمر الذي يدل على أن الشباب هم الفئة العمرية الأقدر على التعامل مع معطيات التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.
- 3- يستخدم الإعلاميون الجزائريون وسائل الإعلام البديل لأداء مهامهم الإعلامية، فاحتلت الشبكات الاجتماعية المرتبة الأولى 45.10% بالرغم من أنها في بدايتها والإعلاميين لازالوا متخوفين منها ومترددون خاصة بعد مسألة التشكيك في مصداقية ما تقدمه هذه الوسائل من معلومات، ثم نجد في المرتبة الثانية المواقع الإخبارية بنسبة 31.37 %، فالإعلاميون يقبلون على هذه المواقع نظرا لكونها تنطوي على كم هائل من المعلومات قد

تكون لمؤسسات دولية أو وزارات أو لشخصيات فاعلة في المجتمع المدني، فهو يكتفي بكتابة جملة بسيطة ليحصل على العديد من روابط المواقع التي يحتاجها، ثم نجد البريد الإلكتروني في المرتبة الثالثة بنسبة 23.53% يستخدمه الإعلاميون للتواصل فيما بينهم، وتلقي ردودهم وأرائهم في نوعية المواد الإعلامية المقدمة إليهم.

4- يعتمد الإعلاميون على وسائل الإعلام البديل لأداء عملهم الإعلامي بشكل دائم للحصول على المعلومات بنسبة 37.14% فهي تبرز محاولة بعض الإعلاميين الجزائريين الارتقاء بنوعية المواد الإعلامية التي يقدمونها يوميا، فوسائل الإعلام البديل ثرية بكم هائل من المعلومات، وهي غالبا ما تنفرد ببث الكثير من الأحداث التي تعجز المؤسسات الإعلامية العالمية عن تغطيتها أو وصول أخبارها في الوقت المناسب، أي أن هذه الوسائل لم ترتق بعد إلى مستوى الضروريات المهنية في العمل الإعلامي الجزائري، بل لا يزال الإعلامي الجزائري يتعامل مع هذه الوسائل ككمالية أو كوسائل يضطر لاستخدامها حين لا يجد البديل.

5- إن أسباب استخدام الإعلاميين لوسائل الإعلام البديل متعددة، حيث لا يستطيع الإعلاميون الاستغناء عن وسائل الإعلام البديل فهي تحتل المراتب المتقدمة بين مصادر المعلومات بالرغم من ضعف مصداقيتها، على اعتبار أنها تقدم العديد من الخدمات الإخبارية المجانية، وتفتح المجال أمام الإعلاميين للتواصل والتفاعل وأجراء المقابلات الافتراضية والمثلة في تصريحات مع كبار المسؤولين والاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الأحداث دون الحاجة إلى التنقل.

6- أن الإعلاميين الجزائريين بولاية سطيف يستخدمون وسائل الإعلام البديل في مجالات أعمالهم بنسبة 19.72%، وبصورة كبيرة في البحث عن المعلومات الجديدة وخفايا الأحداث، وتقدم لهم تلك الخدمة خدمات جليلة تفيدهم في عملهم الإعلامي.

7- أن الإعلامي لا يفضل ما تنشره وسائل الإعلام البديل، فهو بطبعه يفضل المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها حتى وإن كانت تحمل من المساوئ ما يمكن تداركه عبر وسيلة أخرى.

8- أن نسبة 52% من العينة البحثية توافق على الرأي القائل أن الإعلام البديل يعتبر منافسا للإعلام التقليدي، بينما ترى نسبة 48% من الإعلاميين أن الإعلام البديل يكمل الإعلام التقليدي.

9- أن الإعلاميين يؤمنون بالتهديد الذي سيجلبه الإعلام البديل لنظيره التقليدي، فقد باتت ضرورة حتمية لا يمكن الهروب منها نظرا لما تتميز به من ميزات التفاعلية والآنية والتجديد المستمر والتي هي ليست في متناول الإعلام التقليدي.

10- أن أغلب الإعلاميين المبحوثين يرون في الإعلام البديل وسيلة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال تقديم معلومات وحقائق تساعد في استكمال التغطيات الإعلامية، وفي هذه الحالة فإن الإعلام البديل يعد

امتدادا للنشاط الإعلامي التقليدي، بالإضافة إلى تحقيق لبعض الإعلاميين أرشيفا يمكن الاعتماد عليه في أي وقت لتغطية خبرهم وغيرها من الخدمات المجانية. وفي الخير نستخلص أن العلاقة التكاملية التي تنبأ بها أغلب الإعلاميون تشير إلى سير الإعلام التقليدي والبدل بشكل متوازي مع تزايد في الاستفادة منه سواء في عملية التحرير أو الاتصالات ونشرها في الوسائل الإعلامية التقليدية.

11- أن حالة عدم قبول الإعلاميين لمساهمة الإعلام البدل في دعم حرية التعبير هي ردة فعل متوقعة لأنها تؤكد أن الإعلاميين في عملهم يتجاهلون التفتح المتواجد في الإعلام البدل، فهم يكتفون بالمستوى المتواضع الذي يقدمونه في موادهم الإعلامية عبر الإعلام التقليدي.

12- الرضا الرئيسي الذي يحققه الإعلام البدل للإعلاميين في العمل الإعلامي هو السرعة وتوفير الوقت والجهد والتكلفة المادية المنخفضة، والوصول إلى عدد كبير ولا محدود من الجمهور بنسبة 20.97%، ويكون ذلك عند تزويدهم بالأخبار وهو الأهم في العمل الإعلامي نسبته بـ 14.52%، فهنا الإعلامي يقوم بالتحاليل الإخبارية التي تزيد من قدرة الصحفي على تحليل الأزمة والربط بين الأمور والأحداث لاستخلاص النتائج اللازمة، لأنه هناك أخبار تستدعي التمعن والبحث والتحليل، لأن لها خلفيات متعددة وأبعاد على الإعلامي الكشف عنها، وهذا يخلق تواصلا بين الإعلاميين حتى لو كانوا من أقطار متباعدة في العالم لتبادل المعلومات ومناقشة المواضيع الحساسة في أي مكان وكذا الحفاظ على الروح العملية العالية.

13- أن المبحوثين يفضلون الإعلام التقليدي على الإعلام البدل، وذلك راجع للتحديات التي تواجهه، وهذا راجع حسب رأي الإعلاميين إلى عدم وجود قوانين تحمي حقوق العاملين به وتحدد واجباتهم وقدرت بـ 26.53%، وهذا يعني انه غير تابع لمؤسسة تتحكم في الأوضاع وفي العاملين أي عدم وجود قانون يضبط الإعلام البدل، تليه الاستهداف من الحكومات للتقليل من دوره وتأثيره، وعدم مراعاته لأخلاقيات العمل الإعلامي، وفقدان وسائله للمصداقية بنسبة 22.45%، هذه التحديات راجعة إلى كون هذا الأخير لا يضبطه قانون ولا سلطة ضبط تتحكم في ممارسته إعلاميا، وهو إشكال يتخوف منه الإعلاميون، يرتبط بفقدان وسائله للمصداقية.

14- أن لممارسة الإعلام البدل في العمل الإعلامي لابد من تدخل الدولة وإظهار إرادة حقيقية لتنظيمه، لأنه بالرغم من وجود حرية فيه إلا أن الإعلاميين لا تزال بعض القيود يعانون منها، وذلك راجع لعدم تفعيل سلطة ضبط تتحكم فيه، فالإعلام البدل هو وسيلة من وسائل الاتصال اليومي، ومتغير يؤثر بشكل حتمي على الممارسة الإعلامية في الجزائر.

15- تتمثل الاقتراحات التي قدمها الإعلاميون للاستفادة من الإعلام البدل في العمل الإعلامي، وتمكين الإعلاميين من استخدام وسائله الاستخدام الأمثل في أن يقوم المسؤولين على المؤسسات الإعلامية الجزائرية بضرورة

التحقق من المصادر المعتمدة ودقة المعلومات في الإعلام البديل، وكذا ضرورة وجود قوانين خاصة بالعمل الإلكتروني لضبط الممارسة الإعلامية الإلكترونية .

خاتمة:

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام في الوقت الحالي تمارس دورا مهما جدا في حياة الناس، حيث أصبح دورها يفوق دور الأسرة ومؤسسات التنشئة الأخرى في التأثير على وجدان الجمهور وسلوكياته، فهي تعد الغذاء الفكري اليومي في تنوير عقول الناس باطلاعهم على مجريات الأحداث ومختلف المعارف في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي. وهو ما يجعل من انفتاحها على مختلف التغيرات التكنولوجية والاجتماعية والإعلامية من الأمور الضرورية، لتقديم خدمات إعلامية تتوافق والحاجيات الجديدة لجمهور وسائل الإعلام.

وتعتبر الخدمات والتقنيات الجديدة التي أتاحها الإعلام البديل كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، من أهم المتغيرات التي أثرت على العمل الإعلامي منذ مطلع القرن الحالي، حيث استطاعت أن تتيح للإعلاميين فرصا كبيرة للتواصل وتبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، مما سمح لهم بالتقرب أكثر من اهتمامات الجمهور، وجعله أقرب ما يكون من الأحداث الحاصلة في مختلف مناطق العالم، من خلال تغطية شاملة وآنية وسريعة.

ووسائل الإعلام الجزائرية ليست بمنأى عن هذه التغيرات، حيث عرفت مؤخرا العديد من العناوين الصحفية الإلكترونية والاعتماد على مقابل إلكتروني في مختلف المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وكذا مواكبة لأشكال الإعلام البديل، لإمكانياته المتعددة كمصدر مهم للمعلومات. وقد توصلت الدراسة في هذا الإطار إلى وجود اعتماد للإعلاميين على الإعلام البديل في أدائهم لعملهم الإعلامي، حيث يرى أكثرهم بوجود علاقة تكاملية بين الإعلام التقليدي والإعلام البديل، هذا الأخير الذي استطاع أن يدعم حرية الإعلام في الجزائر، إلا أنه يوجد شك لديهم فيما يتعلق مصداقية ما ينشر فيه، وهذا ما يفرض ضرورة التحقق من المصادر المعتمدة ودقة المعلومات في الإعلام البديل، وكذا ضرورة وجود قوانين خاصة بالعمل الإلكتروني لضبط الممارسة الإعلامية الإلكترونية في الجزائر.

مراجع البحث

1. إبراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، 2011.
2. ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دار صادر للنشر، ط4، المجلد1، 2005.
3. جان فرانسوا دوليه، معجم العلوم الإنسانية، ترجمة جورج كتورة، أبو ظبي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط1، 2009.
4. حاتم سليم العلاونة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري دراسة ميدانية على عينة من النقابيين، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، نوفمبر 2012.
5. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتاب الحديث.
6. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
7. عبد السلام الدولي، وسائل جمع البيانات لأغراض البحث العلمي وأساليبها، مجلة بحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، عدد 28، ديسمبر 1989.
8. عصام منصور، المدونات الإلكترونية، مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، عدد 5 ماي 2009.
9. علي بن شويل القرني، الإعلاميون السعوديون، دراسة في استخدامات الوسائل، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن، تشرين الثاني 2012.
10. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
11. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 1993.
12. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، المجلد 1، 2003. محمد شفيق، البحث العلمي خطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
13. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط2، 2004.



14. موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، pdf.
15. 55% من الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، في: tiiqnya.blog
spot.com/2013/01/05html، بتاريخ: 2017-2-20.

