

## مصدقية مضامين صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدمي

## موقع فيسبوك

## دراسة ميدانية بجامعة جيجل

*Perceived Credibility of Citizen Journalism Content on Social Media Platforms:  
The Perspective of Facebook Users*

## أ/عائشة كريكت

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل aichajournalisme@gmail.com

## ملخص :

تهدف الدراسة إلى الوقوف على مدى مصداقية مضامين صحافة المواطن لدى المتلقين عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وذلك عبر تحديد مقدار الثقة التي يمنحونها لها باعتبارها تحدياً جديداً أوجدته تكنولوجيا الاتصال يتمحور حول المواطن باعتباره مرسلًا وليس مستقبلًا فقط، الأمر الذي قد يشكل حاجسا لوسائل الإعلام التقليدية وطرفا منافسا لها. وفي إطار تحقيق ذلك اعتمدت الدراسة المنهج المسحي كأحد المناهج الوصفية التي تساعدنا في جمع المعلومات الكافية عن ثقة المتلقي في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المضامين المنشورة على الوسائط الجديدة، باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وعينة قصدية مكونة من 40 مفردة من مستخدمي موقع فيسبوك، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل. وقد توصلت الدراسة إلى أن المتلقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يثقون كثيرا في صحافة المواطن ذلك أنه في الكثير من الأحيان ما تنشر أخبار كاذبة، هذا ولا يزال الكثير منهم يثقون في الإعلام التقليدي في ظل وجود إعلام المواطن (77.5%)، بالرغم أن نسبة كبيرة منهم قد توجهت إلى هذا الأخير (57.5%).

الكلمات المفتاحية: المصدقية، صحافة المواطن، مواقع التواصل الاجتماعي

**Abstract**

The aim of the study is to determine the credibility of the contents of the citizen's press through the social networking sites "Facebook", by determining the amount of confidence they give them as a new challenge created by communication technology centered on the citizen as a sender and not only future, which was a concern for the media Traditional and rival parties.

This is what we are trying to focus on based on the descriptive approach as one of the descriptive approaches that help us collect sufficient information about the confidence of the recipient in the age of information and communication technology in the contents published on the new media, represented by the questionnaire as a tool for study, distributed to a target sample at the Faculty of Humanities and Social Sciences.

The study found that recipients through social networking sites do not trust the citizen's press so often that false news is published. Many of them still trust the traditional media in the presence of citizen media (77.5%). Of whom had gone to the latter (57.5%).

**Keywords:** credibility , citizen's journalism, social media.

## I المقدمة:

إن التطور في مجال وسائل الاتصال هو عملية مستمرة ولا يتوقف عند وسيلة معينة، فعندما نتبع التطور التاريخي لوسائل الإعلام والتي ظهرت في الشكل المطبوع مع اختراع المطبعة في القرن 15م، ثم بشكلها السمعي والمرئي مع مطلع القرن 20م، وقد كانت هذه الوسائل هي المهيمنة على الرأي العام وهذا من خلال اعتماد الجمهور عليها اعتمادا كليا في الحصول على المعلومات ومعرفة حيثيات القضايا، فكل ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام هو الأصح وهو الذي سيصبح حديث العامة من الناس

لكن وبعد فترة ليست بطويلة وهي فترة الثمانينات، جاءت وسيلة جديدة سهلت من عملية الحصول على المعلومة بالإضافة إلى سرعة ذلك وهي الانترنت، حيث تتيح للمستخدمين مساحات كبيرة للتعبير من خلالها، خاصة وأنها تتضمن عدة مزايا أهمها سرعة الحصول على المعلومة ومن مختلف المصادر، وبهذا فإنها بدأت تشكل خطرا على وسائل الإعلام الأخرى (صحافة، إذاعة وتلفزيون)

وبعدها بقليل ومع مطلع القرن 21م ظهرت وسائط جديدة عرفت بوسائط الإعلام الجديد والتي جاءت كنتيجة لظهور الويب 2.0 الذي ميزه مشاركة المستخدم في إنتاج المعرفة وتحوله من مجرد متلقي للمعلومة إلى مرسل لها، وتمثلت أساسا في الصحافة الالكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات.....

فهذه الوسائط قد غيرت من مجرى العملية الاتصالية والإعلامية بحيث أعطت دورا جديدا للمتلقي بدل من أن يكون مجرد متلقي لرسائل القائم بالاتصال.

### 1. الإشكالية

أصبح المتلقي في عصر الوسائط الاتصالية الجديدة منتجا للمعلومة والخبر مثله في ذلك مثل الصحفي المحترف الذي يتخذ من عملية جمع ومعالجة الأخبار مهنة أساسية له وهذا ما يعرف بصحافة المواطن.

فالمستخدم للوسائط الاتصالية على شبكة الانترنت أصبح يكتب وينقل مختلف الأحداث والقضايا، مثله مثل وسائل الإعلام وأحيانا أكثر سرعة منها في نقل الخبر، فبعد أن كان الجمهور مجرد متلقي لمضامين وسائل الإعلام

أصبح اليوم وبفضل هذه الوسائل منتجا لهذا المضمون، ومساهما في إنتاج الأفكار والمعلومات والحقائق... الخ، الأمر الذي قد يجعلها من هذه النمط الاتصالي بديلا عن الإعلام التقليدي وذو مصداقية لدى الجمهور.

وقد قامت دراسة باستطلاع آراء مستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمامات السياسية، وذلك لفحص ما إذا كانوا ينظرون إلى منشورات شبكة الانترنت على أنها ذات مصداقية على غرار نظرائهم الذين يتسلمونها بطريقة تقليدية، حيث تشير إلى أن الناس أقل احتمالا للاهتمام بوسائل الإعلام التي لا يعتبرونها ذات مصداقية، و تؤكد مرة أخرى على قدرة الانترنت كوسيلة إعلام جديدة على اخذ نسبة من شعبية الإعلام التقليدي، وقد وجدت أيضا أن وسائل الإعلام الجديد عبر الإنترنت تميل إلى أن تكون أكثر مصداقية من الوسائل التقليدية<sup>1</sup>.

وفي هذا الإطار نطرح إشكالية دراستنا والتي مفادها: ما مدى مصداقية مضامين صحافة المواطن (والتي تعبر عن مشاركة المواطن العادي في صناعة الخبر ونشره عبر المنصات الالكترونية بالعالم الافتراضي على غرار فيسبوك وتويتر ويوتيوب<sup>2</sup>) لدى المتلقي عبر موقع فيسبوك؟

### التساؤلات الفرعية:

- هل هناك علاقة بين الجنس درجة الثقة التي يمنحها المتلقي لمضامين صحافة المواطن عبر موقع فيسبوك؟
- هل هناك علاقة بين المستوى التعليمي ودرجة الثقة التي يمنحها المتلقي لمضامين صحافة المواطن عبر موقع فيسبوك؟
- هل هناك علاقة بين تصفح موقع فيسبوك ودرجة الثقة التي يمنحها المتلقي لمضامين صحافة المواطن عبر موقع فيسبوك؟
- إلى أي مدى أثرت صحافة المواطن عبر موقع فيسبوك على مصداقية وسائل الإعلام؟

<sup>1</sup> Thomas J.Johnson,Barbara K.kaye, Cruising is Believing?: Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures,journal of Journalism and Mass cimmunication Quartely,vol75,Issue2,1998.

<sup>2</sup> اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة:سلسلة بحوث ودراسات إذاعية،2016،ص37.

## 2. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة انطلاقاً من التطور الكبير الذي أصبح يشهده اليوم قطاع المعلومات حيث ظهرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي بدورها أوجدت مجتمع المعرفة، فالكل أصبح يحاول إنتاج المعلومة ذلك أنها الركيزة التي يقوم عليها هذا المجتمع، وبالتالي خلق نوعاً من الخلط وصعوبة التفريق بين المعلومة الصحيحة والخاطئة والمعلومة الصادقة والكاذبة، خاصة مع التغير في بعض الأدوار والوظائف الخاصة ببعض المؤسسات مثل المدرسة، الأسرة، وسائل الإعلام، وتخليها عن مسؤولياتها تجاه المجتمع مما أدى بالأفراد إلى البحث عن بدائل لتلبية حاجياتهم المعرفية والاجتماعية والترفيهية....

هذا وتتجلى كذلك هذه الأهمية من خلال تركيز الدراسة على نموذج من الفضاءات الافتراضية الحالية (موقع فيسبوك) والتي خلقت هي الأخرى إشكالات عدة متعلقة أساساً بزيادة الهويات الافتراضية غير الحقيقية، ما ينعكس سلباً على نوعية المعلومات التي يتم تداولها وبالتالي على الحقيقة.

## 3. أهداف الدراسة

هذه الدراسة تهدف إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد مدى ثقة المتلقين على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك خصوصاً) في الأخبار المقدمة لهم من طرف المواطنين أنفسهم والذين يصطلح عليهم بالمواطنين الصحفيين.
- تحديد مدى ثقة المتلقين في وسائل الإعلام اليوم خاصة في ظل وجود مصادر مختلفة للمعلومة؛ بالخصوص هذا الشكل الاتصالي (صحافة المواطن) والذي استطاع أن يعالج قضايا لا تكشف عنها وسائل الإعلام، الأمر الذي يمكن أن يؤثر على جماهيرية وسائل الإعلام التقليدية المكتوبة أو السمعية البصرية
- تأكيد الدور الفعلي لصحافة المواطن في إيصال الأخبار والمعلومات الصادقة وحجم اعتماد المتلقين عليها كمصادر للمعلومة.

#### 4. مفاهيم الدراسة

##### 1- المصادقية.

يعرفها "خليل أبو أصبع" على أنها: المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذي يتم فيه الحكم عليه بناء على أنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز كموضوع ثقة، حيث تعد واحدة من 3 عوامل: المصادقية، الجاذبية، السلطة تجعل المصدر مؤثرا في إقناع الجمهور، حيث تؤدي مصادقية إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدي القوة إلى الإذعان<sup>1</sup>.

قدمت دراسة تصورات الجمهور بشأن مصادقية وسائل الإعلام باستخدام العديد من المفاهيم، بما في ذلك "مصادقية وسائل الإعلام"، "الثقة في وسائل الإعلام"، "التشكيك الإعلامي"، و"السخرية الإعلامية"

بشكل عام، يهتم الباحثون المهتمون بمفهوم المصادقية بتصورات الجمهور من وسائل الإعلام، وليس مع المصادقية الفعلية للصحفيين، بحثت الأبحاث المبكرة حول مصادقية وسائل الإعلام في جامعة "ييل" في الخمسينات من القرن العشرين عن مصادقية المتصلين، وقاست تأثير هذا التلاعب على الإقناع لدى الجمهور، فقط في 1970 بدأ الباحثون في التعامل معها ليس كصفة ثابتة للمصدر ولكن كإدراك ديناميكي للجمهور<sup>2</sup>.

ومن العناصر المكونة لهذا المفهوم نجد<sup>3</sup>:

- الثقة: وتشير إلى مجموعة من المعتقدات والأحكام الإيجابية المرتبطة بشخصية الفرد والتي قد تؤدي به إلى قبول أو رفض ما يتلقاه بالرجوع إلى معتقداته واتجاهاته بغض النظر عن جودة ما يتلقاه
- الجودة: لتكون المعلومات المقدمة للمتلقي ذات جودة لا بد من توفر جملة من المعايير وهي أن تكون المعلومات: دقيقة، شاملة، موثوق بها وذات فائدة
- الإقناع: يعتبر الإقناع نتيجة حتمية لقبول المتلقي للمعلومات واقتناعه بمصداقيتها.

<sup>1</sup> صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجذلاوي للنشر والتوزيع، ط5، عمان، 2006، ص227.

<sup>2</sup> Yariv Tsfaty, Media Credibility <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0080.xml>

<sup>3</sup> بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار: دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، ص257.

■ الشعبية أو الرواج: فشعبية المصدر خاصية أساسية لكسب قبول المتلقي للرسالة.

ويمكن حصر المؤشرات المكونة لمفهوم المصدقية فيما يلي<sup>1</sup>:

1. معالجة القضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور.
2. تعددية أبعاد كل عنصر من العناصر المكونة للموضوع.
3. عرض وجهات النظر (تعددية الاتجاه).
4. الاستناد إلى أدلة ووقائع.
5. الدقة والاكتمال وتغطية الحقائق.
6. الثقة في المؤسسات الإعلامية.
7. استقلالية الإعلام عن الاهتمامات والمصالح الخاصة واستقلاليتها عن المؤسسات الأخرى.

وعليه يمكن القول أن المصدقية كمفهوم مرتبط أساساً بوسائل الإعلام إذ يعد أهم الأسس التي يقوم عليها نشاطها، وذلك بتقديم المعلومة الصادقة والصحيحة حيث تعتبر من وجهة نظر المتلقي وسائل ذات مصداقية أم لا، انطلاقاً مما تقدمه من أخبار ومعلومات حتى تكسب ثقة الجمهور.

وفي هذه الدراسة يشير المفهوم إلى: ثقة المتلقي في الأخبار والمعلومات التي ينشرها أشخاص عاديون عبر موقع فيسبوك ومدى تصديقهم لها، وهذا من حيث كونها: دقيقة-مستندة على أدلة-مبنية على مصدر موثوق.

## 2- صحافة المواطن.

هي مشاركة المواطن العادي في صناعة الخبر ونشره عبر القنوات الاتصالية الحديثة بالعالم الافتراضي و تتمظهر هذه الصحافة من خلال أشكال متعددة منها:

- مشاركة متابعي وسائل الإعلام الكلاسيكية من خلال القيام بتعليقات أو عبر نشر الصور والفيديوهات التي تم التقاطها أثناء الأحداث أو من خلال نشر خبر بإحدى المنصات الإلكترونية.

<sup>1</sup> فاروق خالد، الإعلام العربي والإعلام الدولي والمصدقية الإعلامية، تاريخ النشر 2013/08/18 متوفر على الرابط التالي <http://www.balagh.co/mosoa/pages/tex.php?tid=1540> تاريخ التصفح 2019/03/6 15:18

- مواقع الصحافة التشاركية مثل موقع Rue89 أو موقع OH my news بكوريا الجنوبية.

ولعل أبرز المصطلحات لصحافة المواطن هي: الإعلام التشاركي، إعلام المصادر المفتوحة و الإعلام البديل، كلها تحمل في فحواها مشاركة المواطن في المحتوى الإعلامي.<sup>1</sup>

وفي الدراسة تشير صحافة المواطن إلى: كافة المعلومات والأخبار التي ينشرها مستخدمي موقع فيسبوك باعتبارهم منتجين للمعلومة وليس فقط مستقبلين لها، حيث يشكلون مصدرا للجمهور في معرفة حثيات القضايا والأحداث اليومية، ويشكلون بذلك مواطنين صحفيين أو صحفيين هواة.

### 3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

هي مواقع تتيح خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب<sup>2</sup>، وتشجع هذه المواقع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.<sup>3</sup>

### 4- تعريف موقع فيسبوك

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف مؤسسها (مارك زوكربيرج)، يقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء أو التعديل على الصفحات<sup>4</sup>

### 5. الإجراءات المنهجية للدراسة.

#### 1. نوع الدراسة ومنهجها

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى رصد مصادقية المضامين التي تنتج من طرف المواطن الصحفي لدى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فقد استخدمت منهج المسح الميداني لجمع البيانات

<sup>1</sup> تالا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، وحدة البحوث والدراسات، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين، 2015، ص5.

<sup>2</sup> علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2015، ص155.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وإبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم)، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص27.

<sup>4</sup> نسرين حسونة، الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف) متوفر على

الرابط [www.alukah.net/culture/0/67973](http://www.alukah.net/culture/0/67973) ، 20:29، 10/11/2018

وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية، وهذا بالقطب الجامعي تاسوست بجامعة محمد الصديق بن يحيى بحيث يمثل المجال الجغرافي للدراسة.

2. أدواتها البحثية: استخدمت الدراسة أداة الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات من مفردات العينة والتي تكونت من أعضاء الهيئة التدريسية، الموظفين والطلبة.

ويعتبر الاستبيان من أهم وأكثر أدوات جمع البيانات استخداما في بحوث الإعلام، لهذا فقد اعتمدنا على الاستبيان المقيد بحيث يوجه للمبحوث أسئلة ذات إجابات محددة (الأسئلة المغلقة فقط).  
تضمن الاستبيان عدة أسئلة وزعت على عدة محاور (بالإضافة إلى البيانات الأولية) تركزت حول:  
المحور الأول: استخدام موقع فيسبوك في الحصول على الأخبار.  
المحور الثاني: دقة وقابلية تصديق الأخبار المنشورة من طرف المواطنين على موقع فيسبوك.  
المحور الثالث: صحافة المواطن وأثرها على مصادقية وسائل الإعلام.

3. مجتمع الدراسة وعينتها: يمثل مجتمع الدراسة في الطلبة، الأساتذة، الإداريون على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست بجامعة جيجل.

ونظرا لصعوبة حصر مجتمع البحث وعدم القدرة على توفير إحصاءات دقيقة بشأنه، خاصة وأنه يشتمل على: كل الطلبة، كل الأساتذة، كل الإداريين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست بجامعة جيجل فقد تم اختيار عينة بطريقة قصدية ، بحيث روعي فيها أن يكونوا جميعهم من مستخدمي موقع فيسبوك بغض النظر إن كانوا مستخدمين لصفحات مشتركة أم حسابات شخصية، وقد تم الاعتماد على هذا النوع من العينات غير الاحتمالية.

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية للعينة للتعرف على استخداماتها لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من حيث الحصول على الأخبار ومعرفة الأحداث، بالإضافة إلى عادات التصفح وهذا لتجنب الوقوع في مفردات ليست من مستخدمي هذا الموقع.

وقد بلغ إجمالي عينة الدراسة 40 مفردة تم اختيارها بمراعاة المعايير الآتية:

- استخدام موقع فيسبوك في الحصول على الأخبار.
- التصفح المنتظم لموقع فيسبوك.

ملاحظة: تم توزيع 50 استمارة على أساس أن العينة 50 مفردة لكن استرجعنا 40 استمارة ولهذا قدر حجم العينة بـ 40 مفردة فقط.



## 6. الإطار النظري للدراسة.

### 1. نشأة صحافة المواطن.

كان مصطلح صحافة المواطن خلال التسعينات من القرن الماضي يعبر عن اهتمام الصحافة بمشاغل المواطنين إذ كانت الصحافة تفتح فضاءها الإعلامي للمواطنين لمناقشة مشاكلهم، ولعل أبرز التجارب التي شهدتها القرن الماضي سبر الآراء الذي قامت به مجلة the register الأمريكية سنة 1993 ونشرت نتائجه في شكل مقالات متسلسلة تحت عنوان «صوت الشعب»

ويرى أغلب الباحثين في الوقت الحاضر أن نشأة صحافة المواطن قد ارتبطت بتوفر عاملين اثنين هما:

- محدودية المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام الكلاسيكية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون).

- تطور الوسائل التكنولوجية والرقمية وهو ما يعبر حالياً عن الشكل الثاني لصحافة المواطن، والتي لم تعد من مشمولات المؤسسات الإعلامية بل هي سلطة يمارسها المواطن العادي.

ولقد تطورت فيما بعد صحافة المواطن عبر 3 مراحل:

- 1/ من 1990-2003: تطورت صحافة المواطن مع نشأة المدونات blogs وكان لهذه المدونات دور فعال أثر أحداث 11 سبتمبر 2001 بعد أن أدلى مستعملوها بصفة شهود عيان بتفاصيل حادثة انفجار مبنى وزارة الخارجية الأمريكية، والتي تتناقض مع روايات الإعلام الأمريكي الرسمي، ثم نشأت سنة 2003 مدونات الحرب war blogs التي يتحدث من خلالها الجنود الأمريكيون عن حرب العراق.
- 2/ من 2006-2008: ظهور مواقع الصحافة التشاركية التي تعطي للمواطن الفرصة لنشر مقالاته بعد التثبت من أنها تتماشى مع الحقوق المتمتع بها، وهي مزاجية بين الإعلام المهني وغير المهني.
- 3/ انطلاقاً من سنة 2011: هي فترة تأطير لصحافة المواطن؛ لنجد بعض المدونين التحقوا للعمل بالمؤسسات الإعلامية الكلاسيكية وأصبح المواطن الصحفي أحد المصادر المهمة بالنسبة لوسائل الإعلام<sup>1</sup>.

### 2. مخاوف بشأن مصادقية وسائل الإعلام الرقمية

لطالما كانت هناك مخاوف بشأن مصادقية مصادر المعلومات بعد فترة وجيزة من ظهور مسألة تأسيس المصادقية في البيئة الرقمية أو الالكترونية فظهرت الحاجة لتعليم الجمهور لاسيما الشباب التقييم النقدي

<sup>1</sup> جامعة الدول العربية عصر الميديا الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص38.

للمعلومات تحت مسمى تطوير الفكر النقدي، وتمثل وسائل الإعلام الرقمية تحديات جديدة لمستهلكي المعلومات ومن بين هذه التحديات أو المخاوف<sup>1</sup>:

- الكمية الهائلة التي تنتجها هذه الوسائط من خلال التدفق الهائل للمعلومات للمتلقين في ظل انخفاض تكلفة إنتاج المعلومات ونشرها، فقد أتاحت الشبكة الرقمية لكل شخص أن يكون مراسلاً
- عدم وجود حراسة البوابة و إلغاء الوسطاء ومعايير مراقبة الجودة: فقد أشار العديد من الباحثين إلى أن المعلومات المنشورة على الويب قد لا تكون خاضعة للتصفية من خلال حراس البوابات المحترفين، وبالتالي قد تكون رديئة ناقصة وغير دقيقة.
- غموض هوية المصدر والسياق الذي تنتج فيه المعلومات: المصدر يعد أمراً حاسماً في المصادقية، فالمصدر قد يكون متوفراً أو مخفياً أو مفقوداً تماماً وهو ما يظهر في مجموعات الدردشة، المدونات....

## 7. نتائج الدراسة

### 1. تفريغ وعرض بيانات الدراسة

نتائج المحور الأول: استخدام موقع فيسبوك في الحصول على أخبار صحافة المواطن  
جدول رقم(2) يمثل عادة تصفح موقع فيسبوك.

| النسبة المئوية | التكرار | عادة تصفح موقع فيسبوك |
|----------------|---------|-----------------------|
| 55             | 22      | دائماً                |
| 35             | 14      | أحياناً               |
| 10             | 4       | نادراً                |
| 100            | 40      | المجموع               |

يظهر من خلال الجدول رقم(2) أن غالبية مفردات العينة يتصفح موقع فيسبوك بصفة دائمة وهذا من خلال نسبة 55% بينما 35% يتصفحونه أحياناً، في حين 10% المتبقية لا يتصفحونه إلا نادراً، وهذا يزيد من احتمال تلقي الأخبار بشكل مستمر، لأن تصفح فيسبوك أصبح تقريباً من العادات اليومية للأفراد لدرجة تشبه الإدمان، وهذا بدوره يجعله الوسيلة الأكثر اعتماداً في معرفة المستجدات والأحداث.

<sup>1</sup> تالا حلاوة، مرجع سبق ذكره، ص 7-8.

جدول رقم (3) يمثل تأثير استخدام فيسبوك على التعرض لوسائل الإعلام.

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| نعم     | 23      | 57.5           |
| لا      | 17      | 42.5           |
| المجموع | 40      | 100            |

يظهر من خلال الجدول رقم (3) أن استخدام موقع فيسبوك أثر على التعرض لوسائل الإعلام وهذا لدى 57.5% من عينة الدراسة، إلا أن 42.5% منهم لم يحدث أي تأثير ولا زالوا محافظين على قراءة الصحف ومشاهدة التلفزيون والاستماع للإذاعة، ونفهم من هذه النسبة (57.5%) إن مواقع التواصل الاجتماعي أو ما تعرف بالإعلام البديل قد أخذت حصة معتبرة قد كانت لوسائل الإعلام التقليدية من قبل، وبذلك أصبحت منافسا لها وخطر عليها، خاصة مع تزايد اعتماد المتلقين عليها واستخدامها الشبه الدائم، إذا علمنا أنها قد أصبحت وسائل لنشر الأخبار والمعلومات من طرف مختلف المستخدمين.

جدول رقم (4) يمثل درجة تلقي أخبار صحافة المواطن على موقع فيسبوك

| درجة تلقي أخبار صحافة المواطن | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------------------|---------|----------------|
| درجة كبيرة                    | 14      | 35             |
| درجة متوسطة                   | 23      | 57.5           |
| درجة ضعيفة                    | 3       | 7.5            |
| المجموع                       | 40      | 100            |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من العينة يتلقون أخبار صحافة المواطن بدرجة متوسطة وهذا كما بينت نسبة 57.5%، تليها بدرجة كبيرة 35%، في حين أن 7.5% ضعيفة، وهذا يدل على أن صحافة المواطن قد أخذت حيزا لا بأس به من اهتمام المتلقي، وهذه النسبة قابلة للارتفاع مع تزايد اهتمامات الأفراد على المواقع الافتراضية خاصة في ظل التغيرات الاجتماعية التي يكون لها مواقع دور كبير فيها بما ينعكس إيجابا على نسبة الاستخدام.

الخور الثاني: دقة وقابلية تصديق أخبار صحافة المواطن من المتلقي على موقع فيسبوك  
جدول رقم (5) يمثل مدى مصداقية الأخبار المنشورة من طرف المواطنين على موقع فيسبوك

| مصدقية صحافة المواطن | التكرار | المجموع |
|----------------------|---------|---------|
| ذات مصداقية          | 4       | 10      |
| مشكوك فيها           | 36      | 90      |
| المجموع              | 40      | 100     |

أجمعت غالبية عينة الدراسة حسب الجدول رقم (5) أن أخبار صحافة المواطن على موقع فيسبوك قابلة للشك وهذا بنسبة 90% و10% رأيت أنها ذات مصداقية، وهذا لأن مصدرها هو المواطن لا الصحفي الذي يجهل بعض معايير نشر المعلومة، وغياب التحقق قبل النشر، إذا ما قورنت بوسائل الإعلام وربما هذا ما يشكل نقطة ضعفها النمط الصحفي الجديد.  
جدول رقم (6) يمثل درجة الثقة التي يمنحها المتلقي لأخبار صحافة المواطن.

| درجة الثقة     | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|---------|----------------|
| كبيرة          | 5       | 12.5           |
| متوسطة         | 31      | 77.5           |
| ضعيفة          | 2       | 5              |
| لا أثق نهائياً | 2       | 5              |
| المجموع        | 40      | 100            |

يظهر من خلال الجدول رقم (6) أن المتلقين ليست لهم درجة كبيرة بأخبار صحافة المواطن وهذا بنسبة 12.5% و77.5% يثقون بدرجة كبيرة، 5% بدرجة ضعيفة و5% أخرى لا يثقون فيها نهائياً.  
وهذا يرجع ويؤكد ما يواجهه صحافة المواطن رغم ما تقدمه من أخبار، إلا أنها لم ترقى بعد لتكون وسيلة تنافس وسائل الإعلام وهذا بسبب عدم ثقة المتلقي، ذلك أن المواطن الصحفي عندما ينشر المعلومة قد يكون تابع لمصلحة ما أو جهة ما حسب اعتقاد الكثير، وعليه فالثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن ما زالت غير تامة، على الرغم من توفر العديد من معايير الثراء الإعلامي في صحافة المواطن وأغلبها محصور في الجانب المتعلق بالموضوعية والمصدقية وعمق التغطية الإعلامية.

جدول رقم (7) يمثل تلقي أخبار صحافة المواطن تبين أنها كاذبة

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| نعم     | 36      | 90             |
| لا      | 4       | 10             |
| المجموع | 40      | 100            |

يظهر من خلال الجدول رقم (7) أن غالبية العينة معتادة على تلقي أخبار صحافة المواطن تبين كذبها فيما بعد وهذا لدى 90% منهم، ذلك أن أغلب المواطنين الصحفيين ممن ينشرون عبر صفحات الفيسبوك يعتمدون على مصادر غير موثوقة، بالإضافة إلى أنهم غير متمرسين إعلاميا خاصة ما تعلق بهذا الشأن. وقد تم التأكد من صدقها لدى 70% عبر وسائل الإعلام، و20% عبر الاتصال الشخصي، وهذا ما يؤكد الممارسة العشوائية لصحافة المواطن وعدم الدقة في تقديم المعلومة، فالمواطن الصحفي لا يبذل جهدا في التأكد من الخبر قبل نشره وهذا ما يعد من نقاط ضعفه مقارنة بالصحفي المحترف فبالرغم من كون صحافة المواطن تقدم الجانب المضيء من المجتمع لكنها قد تتحول إلى صحافة يمكن تسميتها بالصفراء، نظرا لوجود الأخبار الكاذبة وبذلك لكي تكون مهنية فإنها تحتاج للتهذيب.

جدول رقم (8) يمثل دقة الأخبار المنشورة من طرف صحافة المواطن

| دقة الأخبار | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------|---------|----------------|
| نوعا ما     | 32      | 80             |
| غير دقيقة   | 8       | 20             |
| المجموع     | 40      | 100            |

ما نلاحظه من بيانات الجدول رقم (8) أن 80% من المتلقين أن أخبار صحافة المواطن دقيقة نوعا ما، و20% ترى أنها غير دقيقة على الإطلاق، وهذا الأمر مرتبط بوجود الأخبار الكاذبة والإشاعات كما أظهر الجدول السابق (7)، ولعل أمر الدقة له علاقة بعدم وجود أي عقوبة لصاحب المعلومة في حالة نشر معلومات غير صحيحة أو مسيئة ذلك لغياب الرقابة والجانب القانوني الذي ينظم عملية النشر في هذه الوسائل.

### الخور الثالث: مضامين صحافة المواطن وأثرها على مصداقية وسائل الإعلام.

جدول رقم (9) يمثل الثقة في وسائل الإعلام في ظل وجود أخبار صحافة المواطن.

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| أثق     | 31      | 77.5           |
| لا أثق  | 9       | 22.5           |
| المجموع | 40      | 100            |

تثبت نتائج الجدول رقم (9) أن المتلقين يثقون في وسائل الإعلام حتى بوجود صحافة المواطن وتقدر نسبتهم بـ 77.5%، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام لازالت تتمتع بمكانتها كمصدر موثوق للمعلومة والتي لطلما عرفت بها منذ نشأتها، إلا أن 22.5% فقدوا هذه الثقة بعد ظهور إعلام مصدره المواطن والذي استطاع أن يقدم في الكثير من الأحيان المعلومة التي أخفتها وسائل الإعلام أو لم تقدمها كما يجب، وهذه النسبة فيها نوع من التهديد لمكانة الإعلام التقليدي.

جدول رقم (10) يمثل ما إذا كانت صحافة المواطن بديلا عن وسائل الإعلام

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| نعم     | 18      | 45             |
| لا      | 22      | 55             |
| المجموع | 40      | 100            |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صحافة المواطن أصبحت بديلا عن الإعلام التقليدي وهذا عند 45% من العينة، في حين أن 55% منها لازالت تعتبر وسائل الإعلام مصدرها الرئيسي للمعلومة، وهذا التقارب يوحي باهتمام المتلقي بصحافة المواطن واعتماده عليها كمصدر للمعلومة مثله مثل وسائل الإعلام وبالتالي قد تكون منافسة لها.

جدول رقم (11) يمثل تبرير الإجابة بنعم (تابع للجدول السابق)

| النسبة المئوية | التكرار | التبرير                  |
|----------------|---------|--------------------------|
| 20             | 8       | سريعة                    |
| 17.5           | 7       | غير تابعة لمصالح أو ضغوط |
| 7.5            | 3       | مصدرها المواطن           |
| 45             | 18      | المجموع                  |

يظهر الجدول رقم (11) وفي إطار نسبة 45 % التي تعتبر صحافة المواطن بديلا عن وسائل الإعلام ارجع 25% الأمر لكون هذه الصحافة غير خاضعة لمصالح سياسية أو اقتصادية فمصدرها المواطن وهو غير موجه لخدمة السلطة أو ربح مادي، في حين ارجع 20% ذلك إلى عامل الفورية في تقديم الخبر وقت حدوثه، وهذا ما تختلف به عن وسائل الإعلام التي لطالما تبدو للمتلقي أنها تخضع لمصالح سياسية واقتصادية وتقدم ما يريده أصحاب المصالح لا ما يريده الجمهور.

### النتائج النهائية للدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على مدى مصادقية المضامين التي ينشرها المواطنون الصحفيون على موقع فيسبوك بالنسبة للمتلقي، ومن خلال النتائج المذكورة سابقا وصلنا إلى الاستنتاجات الآتية بخصوص إشكالية الدراسة:

- صحافة المواطن ذات مصادقية نسبية بالنسبة للمتلقين (90%)، فالمواطن الصحفي لا يتأكد من المعلومة ومصدرها قبل نشرها لأنه لا يتعرض لعقاب أو مسائلة كما هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام.
- أخبار صحافة المواطن على موقع فيسبوك قابلة للشك وهذا بنسبة 90 %.
- 77.5% يثقون في مضامين صحافة المواطن بدرجة متوسطة وهذا بالاعتماد على مصدر الأخبار
- 90% معتادة على تلقي أخبار كاذبة لصحافة المواطن، وقد تم التأكد من صدقها لدى 70% عبر وسائل الإعلام، و20% عبر الاتصال الشخصي.
- 80% من المتلقين يتلقون أخبار صحافة المواطن غير دقيقة.
- لا تسند صحافة المواطن عبر موقع فيسبوك على أدلة ووقائع بشكل دائم، وهذا لدى 55% من المتلقين

- هناك نسبة متواضعة لعملية إعادة نشر أخبار صحافة المواطن وهذا بنسبة تقدر بـ 35% بينما 65% لا يعيدون النشر، وهذا قد يعود إلى الثقة المتوسطة للغالبية في ما ينشر (77.5%)، خوفا من الوقوع في الإشاعات.
- لا يوجد ارتباط بين جنس المبحوث (ذكر-أنثى) ودرجة الثقة التي يمنحها لصحافة المواطن على موقع فيسبوك حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  0.5 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05.
- لا يوجد ارتباط بين المستوى التعليمي للمبحوث ودرجة الثقة في صحافة المواطن على موقع فيسبوك، حيث بلغت  $\chi^2$  0.8 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05.
- لا يوجد ارتباط بين حجم التصفح لموقع فيسبوك (دائما-أحيانا-نادرا) ودرجة الثقة في صحافة المواطن على موقع فيسبوك حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  0.6 و هي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05.
- لم تؤثر صحافة المواطن على موقع فيسبوك لحد الآن بدرجة كبيرة على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام، فهذه الأخيرة لازالت ذات مصداقية بالنسبة لـ 77.5%، فبرغم من أن المواطن الصحفي يمكن أن يشكل بديلا عن الصحفي المهني من ناحية الحصول على المعلومات، إلا أنه حين يتعلق الأمر بصدق المعلومة تكون وسائل الإعلام حاضرة أفضل من المواطنين الصحفيين، ذلك أن البيئة الرقمية تتميز بسرعة الحصول على المعلومة لكن القليل من يعطي المعلومة النوعية (الدقيقة و الصادقة).



## خاتمة

تعد قضية صحافة المواطن بديلا عن وسائل الإعلام التقليدي أحد الإشكالات المهمة اليوم في ظل وجود وسائط الإعلام الجديد، وإن كانت هذه الدراسة قد حاولت إلقاء الضوء على مدى ثقة جمهور الوسائط الجديدة في هذا الشكل الصحفي، إلا أن الحاجة لدراسات أخرى تظل قائمة خاصة في تأثيرها على وسائل الإعلام من حيث مهنتها أو مكانتها لدى الجمهور، لهذا توصي الدراسة ب:

- ضرورة أن يمتلك المتلقي القدرة على النقد لتحديد المعلومات الصحيحة من الكاذبة؛ حتى لا يصبح مساهما في نشر الإشاعة.
- ضرورة أن يتحرى كل من ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي للدقة والتأكد من صحة الخبر قبل النشر، وهو ما يتطلب بدوره أن التزام المواطن الصحفي بالقيم والأخلاق حتى يكون ذو دور فعال ومؤثر في أحداث التغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي...
- ضرورة أن تتحرى وسائل الإعلام للدقة والمصادقية والموضوعية في تقديم المعلومات ومعالجة قضايا المجتمع.
- ضرورة الاهتمام أكثر بدراسة تأثير صحافة المواطن على وسائل الإعلام من أجل تحقيق تراكمية علمية في هذا الشأن.
- ضرورة وجود تكامل بين وسائل الإعلام التقليدية وصحافة المواطن وهذا بتوظيفها في نقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات.

## قائمة المراجع

1. بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار (دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، جامعة باتنة، 2016-2017.
2. تالا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، وحدة البحوث والدراسات، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين، 2015.
3. اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 2016.
4. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم)، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013.
5. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ط5، عمان، 2006.
6. علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2015.
7. فاروق خالد، الإعلام العربي والإعلام الدولي والمصادقية الإعلامية، تاريخ النشر 2013/08/18 متوفر على الرابط التالي <http://www.balagh.co/mosoa/pages/tex.php?tid=1540>
8. نسرين حسونة، الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف) مقال متوفر على الرابط التالي [www.alukah.net/culture/0/67973](http://www.alukah.net/culture/0/67973)
9. Thomas J. Johnson, Barbara K. kaye, Cruising is Believing?: Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures, journal of Journalism and Mass cimmunication Quartely, vol75, Issue2, 1998.
10. Yariv Tsfaty, Media Credebility <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0080.xml>