

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن

دراسة لعينة من طلبة جامعة طبرق

محمود عمر فرج/ جامعة طبرق mahmoud0924305492@gmail.com

تاريخ الارسال: 2022/8/10 تاريخ التقييم: 2022/9/15 تاريخ النشر: 2022/12/7

ملخص الدراسة

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تمحورت حول وسائل الاعلام الجديد كأحد تقنيات التكنولوجيا الحديثة، والذي أدى إلى تحقيق التفاعل بين الافراد والتي تسمح للمشارك بالتواصل مع الآخرين محليا وعالمي، وذلك من خلال تبادل المعارف والمعلومات حول مختلف المواضيع، وهو الامر الذي يؤدي إلى تكوين ثقافة حول تفعيل صحافة المواطن وبذلك جاءت دراستنا للبحث في هذا التساؤل الرئيسي:

ما الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام الجديد لتفعيل صحافة المواطن؟، وقد انبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية تمحورت حول انماط وعادات الاستخدام، والاشباعات المتحقق من الاستخدام، ودوافع الاستخدام

وتعتبر الدراسة وصفية، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، أما عن نوع العينة المختارة في هذه الدراسة فقد اختيرت بأسلوب قصدي، وقمنا باختيار عينة متكونة من 50 مفردة من طلبة قسم الاعلام جامعة طبرق، وكانت الادوات المعتمدة في ذلك استمارة الاستبيان، تناولت الدراسة اولاً المنهجية فقد تم عرض اهداف الدراسة و تساؤلاتها و اهميتها، وبعد ذلك تم التعرف على الدراسات السابقة ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة مباشرة، ثانياً تم سرد ماهية

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

وسائل الاعلام الجديد ، ومسمياته ، سماته و خصائصها ، اهم الظواهر التي صاحبة الاعلام الجديد ، صحافة المواطن المفهوم و التعريف ، الاشكال ، مميزاتها ، العوامل المؤثرة فيها ، صحافة المواطن و الاخلاقيات الجديدة .

أما الإطار التطبيقي فقد قام الباحث بتفريغ البيانات وتحليلها كميًا وكيفيًا لنتحصل على 47 استمارة استبيان صالحة للإجراءات الاحصائية من خلال spss لنتحصل من خلال ذلك على 17 جدولًا حيث أسفرت نتائج الدراسة على مجموعة من النتائج تمثلت في:

*الشباب الليبي يستخدم وسائل الاعلام الجديد بصفة دائمة، وان السبب الذي يدفعهم إلى استخدام هذه الوسائل هو التعرف على الاخبار والمعلومات والمشاركة.

*أكدت الدراسة أن ما يتحصل عليه المواطن الصحفي من وسائل الاعلام الجديد لا يمكن ان يتحصل عليه من الاعلام التقليدي.

*جاء في نتائج الدراسة ان وسائل الاعلام الجديد جعلت من المواطن الصحفي منتجًا للإخبار والاحداث وليس كما عرف في السابق كمتلقي.

*توصلت هذه الدراسة الي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الرئيسية (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباع) ومتغيرات النوع والعمر.

الكلمات المفتاحية: دور الاعلام الجديد، صحافة المواطن

Abstract

Role of Means of Up-to-Date Media in Activation of the Individual's Press: Empirical Study on a Sample from Tubrik University

Mahmoud Omar Faraj/, Tubrik University

This study moved from a problem revolving around the new means of media as one of up-to-date devices of technology, which resulted in achieving interaction among people in a way that permits the user of the net to communicate with others locally and internationally through information and knowledge share on various topics. This, of course, leads to forming education on activation of the individual press. Hence, this study has come to search about the following main question of the study:

What is the role of the up-to-date means of media in activation of the individual's press?

Out of this main question, other sub-questions have emerged around types and usages as well the satisfactions achieved and motives of usage.

This study is descriptive based on the descriptive approach. The type of the sample selected in this study has been selected intentionally as a sample consisted of 50 participants from students of the Department of Media at Tobruk University, using the questionnaire form as a tool. The study handles first the methodology as it exposes objectives of the study, questions of the study, and importance of the study. Then, the study has identified the previous studies relevant to the variables of this study. Second, the study presents the concept of means of up-to-date media, its names, characteristics, the most prominent phenomena associated to the up-to-date media, and the individual's press definition, types, characteristics, and the factors affecting, then the individual's press and the new ethics.

As for the empirical frame, the researcher set up the data and analyzed them qualitatively and quantitatively to obtain 47 questionnaire forms

valid for statistical analysis through SPSS. Through this process, the researcher could get 17 tables, where the following findings have been obtained:

- The Libyan youths use means of up-to-date media continuously, and the main reason for using such means is to be aware of the news and information as well sharing them.
- The study has confirmed that the journalist gets information from the up-to-date media other than the traditional media.
- The findings of the study show that the means of the up-to-date media makes the journalist a producer of news and events not, as it was known in the past, as a receiver.
- The study has concluded that there has been no statistical correlation among the main variables (the scope of usage, type of usage, motives of usages, and satisfactions) and the variables of type and age.

Keywords: Role; up-to-date media; individual's press.

المقدمة

إن قوة وسائل الاعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها و التي تسمح لكل من المرسل و المتلقي بتبادل ادوار العملية الاتصالية ، ولكن تلك الوسائل احدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشمل على النصوص و الصور و الصوت و لقطات الفيديو ، كل تلك الخصائص و غيرها دفعت الجميع الي القفز على تلك الوسائل الجديدة التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة جدا احداث الكثير من التأثيرات المذهلة على مستويات سياسية و اجتماعية و اقتصادية ، حيث برزت وسائل الاعلام الجديد من شبكات و مواقع و مدونات و الفيس بوك و التويتر وغيرها كثير .

حيث ان وسائل الاعلام الجديد احدى افرزات ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة التي احدثت تغييرات ليس فقط في مجال الاعلام بل حتى في المجال السياسي والثقافي وحدثت ايضا تغييرات في المصطلحات والمعاني والمفاهيم، فأصبحنا نتحدث عن الاعلام الجديد وأعلام رقمي والصحفي المواطن بدلا من الاسماء التقليدية.

أن الحديث عن صحافة المواطن كإحدى وسائل الاعلام الجديد والدور الذي تقوم به في المجتمع من اشكال النقاش، وكيف ساهمت وسائل الاعلام الجديد في تفعيل دورها وهذا ما نسعى لمناقشته والتحقق منه وذلك من خلال هذه الورقة البحثية الموسومة بعنوان دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن والتي اعتمدنا فيها على عينة من المبحوثين وهم طلاب جامعة طبرق.

اهداف الدراسة

تسعي الدراسة الي تحقيق الاهداف الآتية:

*معرفة عادات استخدام المواطن الصحفي الليبي لوسائل الاعلام الجديد.

*توضيح الدوافع الاولية من استخدام المواطن الصحفي الليبي لوسائل الاعلام الجديد.

*معرفة الاشباعات المتحقق لدى المواطن الصحفي الليبي من استخدامه لوسائل الاعلام الجديد.

أهمية الدراسة

جاءت اهمية هذه الدراسة في كونها تتناول الاتي:

- 1.توضح الدراسة موضوع مهم وحديث وجدي.
- 2.تركزت على المهتمين والمستخدمين لوسائل الاعلام الجديد وموقعها.
- 3.تسلط الضوء على الدور الذي يقدمه مستخدمين التويتر في تفعيل صحافة المواطن حتى اصبحت بظهور الجلي الذي نراه الان.

تحديد مشكلة الدراسة

على الرغم من اهمية التحولات التكنولوجية والرقمية وما اتاحته من مواقع وشبكات وفرص ومزايا، ألا ان هناك الكثير من الادوار التي تقوم بها و التي فرضتها تلك التحولات على بيئة الاعلام بصفة عامة، و تعد صحافة المواطن احدى الوسائل المتزايدة الاستخدام من قبل فئات واسعة من المجتمع، بمختلف فئاتهم العمرية و مستوياتهم التعليمية و الاجتماعية، الامر الذي جعل منها وسيلة مؤثرة يمكن ان تقوم بدور هام في كل المجالات، وعلية تتحدد مشكلة الدراسة في دراسة دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن.

تساؤلات الدراسة

- س1. ما هي عادات استخدام المواطن الصحفي الليبي لوسائل الاعلام الجديد؟
- س2. ما هي الاشباعات المتحققة لدى المواطن الصحفي الليبي من استخدامه لوسائل الاعلام الجديد؟

س3. ما هي دوافع استخدام المواطن الصحفي اللببي لوسائل الاعلام الجديد؟

منهجية الدراسة

اعتمد الباحث على الدراسة الميدانية حتى يتم الوصول الي المعلومات موضوعية وتمكنه من الاجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، والمنهج المستخدم في الدراسة هو المنهج المسحي، ويعرف المنهج الوصفي على أنه طائفة من القواعد العامة للوصول الي الحقيقة في العلوم او هو الطريق المادي الي الكشف عن الحقيقة في العلوم، فهذا يعني أنه لا غنى عنه في البحوث والدراسات العلمية.

أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في الدراسة على الملاحظة والاستبيان كاده رئيسية، وذلك لاعتبارها أكثر الادوات التي تسمح لنا بجمع المعلومات عن المبحوثين بشكل معمق.

الاستبيان هي عبارة عن مجموعة من الاسئلة التي تم تحكيمها وواضحة الصياغة، وقد وزعت على عينة من الطلبة بجامعة طبرق من مستخدمي وسائل الاعلام الرقمي الجديد.

الملاحظة وهي ملاحظة تصرفات الطلاب في مواقع وسائل الاعلام الرقمي الجديد من خلال متابعة مشاركاتهم وطبيعة تفاعلهم والاستجابة التي تتضح من خلال المشاركات.

عينة الدراسة وكيفية اختيارها

أن عينة الدراسة تحددت في مستخدمي مواقع وسائل الاعلام الرقمي الجديد من طلاب جامعة طبرق، ولجأنا الي اختيار العينة القصدية العمدية، وعلية فقد اخترنا عينه قوامها 100 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة أثناء فترة الدراسة والامتحانات من شهر 6 يونيو 2022.

مجالات الدراسة

المجال الزمني / انجزت الدراسة خلال العام الدراسي من شهر 6 يونيو 2022
المجال البشري / يتكون من مجتمع الدراسة من طلاب جامعة طبرق وعددهم 100 طالب.

المجال المكاني / وهو المكان الذي تتواجد به عينة الدراسة جامعة طبرق.

الادبيات والدراسات السابقة

1. حاتم علاونة ، 2017 ، بعنوان - "صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين" سعت الدراسة للتعرف على دور صحافة المواطن كمصدر للمعلومات ، و ما اسباب ظهور صحافة المواطن ، و اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، و على عينة قوامها 200 مفردة من الصحفيين ، و توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج منها : اتفق ما نسبته 86% من افراد العينة على ان عمل المواطن الصحفي أثر على طبيعة عمل الصحفي المحترف ، و تبين ان ما نسبته 45% من افراد العينة يقرؤون صحافة المواطن و يتابعونها ، وما نسبته 30% يتابعونها بشكل قليل .

2. نها عبد المعطي، 2013، بعنوان - "اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت الدراسة القت الضوء على اشكال صحافة المواطن المختلفة، والتعرف الي طبيعة الارتباط بين خصائص صحافة المواطن ودورها في تشكيل المجال العام بين الشباب المصري، وقد توصلت الدراسة الي النتائج التالية: أن هناك توجه ايجابي نحو توظيف المؤسسات الاعلامية للمواطن الصحفي كمصدر جديد للأخبار بنسبة 46.3%، وتطرقت الدراسة الي أن الثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن مازالت غير تامة.

3. محمد عبد العزيز سيد طة ، 2017 ، بعنوان - مصداقية اعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي و البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية كما يدركها الشباب المصري " تهدف الدراسة الي التعرف على مستوى مصداقية اعلام المواطن ، و رصد أهم معايير المصداقية لكل من صحافة المواطن و شبكة التواصل الاجتماعي ، و مدى اعتماد الشباب المصري عليها ، و اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، ومنهج المقارنة ، واستمارة تحليل المضمون ، وتمثلت عينة الدراسة في موقعي الفيس بوك و اليوتيوب و كانت 400 مفردة موزعين بالتساوي بين اربع محافظات ، و توصلت الدراسة الي النتائج التالية : تأكيدها على ارتفاع معدل التعرض للشباب لمواقع التواصل

الاجتماعي ، كما اكدت على ارتفاع معدلات التعرض مقارنة بالبرامج الحوارية المصرية و قدرتها على استقطاب الشباب المصري الذي عجزت الوسائل التقليدية على فعل ذلك .

4. دراسة محمود الفطافطة (2011) وعنوانها " مدى علاقة الإعلام

الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين " الفيس بوك نموذجاً"

وهي دراسة وصفية، استخدمت تحليل المضمون لعينة من صفحات الفيسبوك للمجموعات الفلسطينية، حيث هدفت الى معرفة علاقة الاعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين مع التركيز على موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " لما له من أهمية من حيث الإقبال عليه وأثره في تجسيد مثل هذه الحرية سواء أكان ذلك العالم الافتراضي أو في العالم الواقعي . واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي ، حيث عمدت الدراسة إلى رصد واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين ومدى التبادل والاستفادة التي من الممكن أن يوفرها المجال الاتصالي الجديد للحركات الاجتماعية الفلسطينية في تنظيم ذاتها والتعبير عن أحلامها في قضايا كبرى أهمها الاحتلال وليس آخرها الانقسام، وقد خلصت الدراسة بمجموعة كبيرة من النتائج أهمها ، أن الجهد الفلسطيني استغل الاعلام الجديد لبناء رأي عام لكنه لم يستطع تجاوز طرق العمل التقليدية في الأداء الفلسطيني في كافة حقوله ، وأيضاً أن المجال التقني ساهم بتعزيز حرية التعبير وإعطائها متنفس وطريقة للنشر لكنه لم يبني ثقافة الاختلاف واحترام الرأي الآخر وأن هناك ضعف في الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بنظريات التحول وعلاقتها بنظريات الوسائط الاتصالية في المشهد الفلسطيني .

التعليقات على الدراسات السابقة

- انققت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج المسحي.
- التعرف على الادوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة وكيفية توظيفها.
- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول اشكالية الدراسة وبلورتها.

الإطار النظري

مقدمة

تعتبر رحلة الاعلام الجديد هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة من قبضة المؤسسات الي يد الجمهور ، او حتى قبل ذلك كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من أشكال الاعلامية ، أو ربما يمثل الاعلام الجديد في انطلاقة تكنولوجيات الاتصال الحديث ، و لقد شهد مجال الاعلام نقلة نوعية و غير مسبوقه بظهور شكل جديد من الاعلام ساهم بشكل كبير في ايجاد مساحات و واسعة بعيدة عن الرقابة ، و قد ساهمت عوامل التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في انتشار هذه الوسائل وفي استخدامها على نطاق واسع ، و في الفضاء الافتراضي لم يعد الاشتغال في العمل الاعلامي حكرا على الصحفيين المحترفين فحسب ، بل اصبح بإمكان أي شخص على الشبكة العالمية أن يكون صحفيا كما اصبح بإمكانه ان يلتقط صورا أو يكتب

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

رائيا أو يضع مقطع فيديو أو ان يبث أفكاره أو مشاعره و اهتماماته بكل يسر و سهولة .

وظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام .والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة New media ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن (Interactive) والشبكية Digital والتفاعلية (Internet) وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)

أولا / الاعلام الجديد

يعرفه ليستر: الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو .

المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بأسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع (فاطمة الزهراء، 2018).

أشكال الإعلام الجديد (الإلكتروني)

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار ، ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة ، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيري ، وهنا يشير (برودي) بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت.

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي:

- 1-المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت
- 2-الصحافة الإلكترونية:خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة
- 3-الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على الانترنت
- 4-القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي المباشر على الانترنت
- 5-خدمات الأرشيف الإلكتروني
- 6-الإعلانات الإلكترونية:خدمات النشر الإعلاني على الانترنت
- 7-خدمات إعلانية ترفيهية
- 8 -Blogs المدونات
- 9- (Facebook)قنوات التواصل الاجتماعي ، التويتر
- 10- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول على الهاتف MMS ، - SMS رسائل

11-بث خدمات الأخبار العاجلة(محمود، 2010)

كما يمكن تقسيم الاعلام الجديد الى الاقسام الاربعة:

1 - الاعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاته.

2 - الاعلام الجديد القائم على الاجهزة المحمولة.

3 - الاعلام الجديد القائم على منصة الوسائل التقليدية.

4 - الاعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر.

العوامل الرئيسية للإعلام الجديد تتمثل في:

1 - العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر.

2 - العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من اسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الاسراع في تدفق المعلومات.

3 - العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام من قبل القوى السياسية بالرقمي هدف احكام قبضتها على سير الاموال (الشيخاني، 2010).

مسميات الاعلام الجديد

- الاعلام الرقمي: وهو الاعلام الذي تقوم بعض تطبيقاته على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون
- الاعلام التفاعلي: وهو الاعلام الذي يوفر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون

- الاعلام الشبكي الحي: وهو الاعلام الذي يركز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.
- الوسائط السيبرونية: وهو ما جاء وصفه من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي
- اعلام المعلومات: وهو الاعلام القائم على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جيد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
- اعلام الوسائط التشعبية: وهو الاعلام القائم على الطبيعة المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية.
- اعلام الوسائط المتعددة: وهو الاعلام القائم على وسيلة الاندماج التي تحدث داخل الاعلام الجديد أي بين النص والصورة والفيديو.
(فطافطة، 2011)
- سمات الاعلام الجديد
- السمة الاولى: هي توسيع المشاركة الشعبية في صناعة الاعلام بما جعلنا نشهد ما يمكن أن يسمى ب المواطن الصحفي.
- السمة الثانية: تعزيز الفردية والتي تنتشر دوما بفعل التقدم التقني وتغير أنماط وطرائق المعيشة
- السمة الثالثة: هي اعطاء دفعة قوية لاقتصاديات المعرفة.

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

السمة الرابعة: تتعلق بتحدي السلطة عبر منازعتها في امتلاك وسائل الإعلام والرد عليها حين تستخدم هذه الوسائل في التعبئة والحشد.

السمة الخامسة: ترتبط بالإفراط في استخدام الاعلام كركيزة أساسية في السجال العقائدي الذي يدور في العالم أجمع (محمد فضلي، 2009)

خصائص الاعلام الجديد

تتميز رسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا بعدة سمات ألفت بظلالها وفرضت تأثيرها على الاتصال الإنساني بوسائله الحديثة تبرزها شيخاني فيما يلي:

التفاعلية: تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين

اللاجماهيرية: يقصد بها أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي

اللاتزامنية: تعنى امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه.(الشيخاني، 2010)

قابلية التحويل: يقصد بها قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر.

قابلية التحرك أو الحركية: توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان لآخر أثناء الحركة.

قابلية التوصيل: تعنى إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها.

الشيوع والانتشار: يقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

الكونية: إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية (الشيخاني، 2010)

أهم الظواهر التي صاحبت الاعلام الجديد

تطبيقات الاعلام الجديد بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين.

1 - ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين وأحيانا من غير المتخصصين في الاعلام إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام.

2 - ظهور منابر جديدة للحوار

3 - ظهور اعلام الجمهور الى الجمهور

4 - ظهور مضامين جديدة ثقافية وإعلامية

5 - المشاركة في وضع الاجندة

6 - نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية (فاطمة الزهراء،

(2018)

ثانيا / صحافة المواطن

مقدمة

لم يعد النشر على شبكة الويب هو الشكل الوحيد الذي تأخذه الصحافة الإلكترونية المعاصرة، إذ أدت التطورات التكنولوجية التي شهدها الويب في العشرية الأولى من القرن الحادي والعشرين، بالإضافة إلى التطورات الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال اللاسلكي وخاصة تكنولوجيا التليفون المحمول إلى ظهور أشكال جديدة من الصحافة الإلكترونية داخل وخارج الويب. وتبرز من هذه الأشكال عدة أنواع من الصحافة الإلكترونية أبرزها صحافة المدونات، وصحافة الشبكات الاجتماعية، وصحافة الموبايل، والصحافة الإذاعية. ويمكن جمع الأنواع الأربعة تحت مسمى صحافة المواطن citizen Journalism "وهو مفهوم يشير إلى الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدماً كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية .

مفهوم صحافة المواطن وتعريفها

يعد مفهوم صحافة المواطن أحد أكثر المفاهيم اثاره للجدل نظرا لحدائته، من جهة و اختلاف الباحثين حول معناه من جهة اخرى، فهو يشير عند البعض منهم الى الاعلام المواطن وعند البعض الاخر الى الاعلام التشاركي أو التفاعلي أو التعاضدي و عند آخرين الاعلام البديل (الصادق، 2008).
فقد عرفها (مارك جلاسر) بأن صحافة المواطن هي امكانية استخدام الادوات التكنولوجية الحديثة وشبكة الانترنت العالمية من قبل من لا يتوفر لديهم أي

تكوين صحفي مهني، وذلك بغية الخلق والزيادة والتأكد من حقائق الاعلام بمفردها أو بتعاون مع الاخرين.

وأیضا عرفها كل من (بومان ووليس) – بأنها فعل مواطن أو مجموعة من المواطنين يلعبون دورا حيويا في تجميع، وتغطية، وتحليل، ونشر الاخبار والمعلومات، و الغرض من هذه المشاركة هو تقديم معلومات مستقلة، معتمدة، صحيحة، متنوعة، مناسبة للمعلومات التي تطلبها الروح الديمقراطية. (Lee .J .M, 1917).

اشكال صحافة المواطن

1. المدونات الالكترونية.
2. وسائل الاعلام الاجتماعية: وتسمى وسائل التواصل الاجتماعي.
3. مواقع بث الفيديو: وتسمى اليوتيوب -- وماي فيديو.
4. المواقع الاخبارية التساهمية: وهي مواقع شببية بشكل كبير جدا بالصحف الاخبارية ويديرها ويحرر اخبارها في الغالب متطوعين وناشطين.
5. مواقع التحرير الجماعي: (ويكيديا) التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي. (Lee .J .M, 1917).

مميزات صحافة المواطن

أن من مميزات صحافة المواطن جعلت الديمقراطية في متناول الجميع، من خلال نقدها لوسائل الاعلام التقليدية، كبدائية لنقد حال الديمقراطية، أضافه لعدم التزامها بالشروط المتعارف عليها للممارسة الصحفية كالعضوية الالزامية في

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

النقابات المهنية أو الحصول على شهادة جامعية، وبالتالي أصبح كل مواطن يمكنه ان يصبح صحافيا.

العوامل المؤثرة في صحافة المواطن

- العامل التقني: والمتمثل في التقدم التكنولوجي للكمبيوتر، وتجهيزاته، وبرامجه.
- العامل السياسي: ظهر جليا في انهيار بعض الانظمة السلطوية بفعل حركات شعبية داخلية فلقد مكن الفيس بوك والتويتر الشعوب في العديد من الدول من توحيد أصواتهم وهذا ما لم يكن يتحقق من قبل.
- العامل الاقتصادي: أي الشعور بالظلم الاقتصادي وبالتالي امتهان صحافة المواطن كنوع من الثورة على تدني الاوضاع الاقتصادية.
- العامل المهني: والمتمثل في تراجع دور وسائل الاعلام في النقل للجمهور العام ونشر المعرفة، مما ادى لبروز ظاهرة صحافة المواطن لتكون هي الوسيلة التي يمتلكها المواطن لإيصال صوته.(أبوعيشة، 2010).

صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية

تعريفها ... هي تدريب افراد المجتمع وتوجيههم وإرشادهم للمهام الموكلة إليهم، واداء واجباتهم في مختلف المجالات الذاتية الاجتماعية والوطنية، التي يقومون بها من خلال فهمهم لظروف مجتمعهم ومشاركتهم في مختلف القضايا الاجتماعية باستخدام كل سبل تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، ومواقع التواصل الاجتماعي (JOEL.D.R, 2006)

أنشطة صحافة المواطن المساعدة في تنمية المسؤولية الاجتماعية

- قيام مجموعات شبابية بإنشاء مجموعات خاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتم من خلال ذلك توضيح قضايا مهمة في جميع المجالات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية الخ.
- تحويل مستخدمي الانترنت العاديين الي منتجي رسائل اعلامية بلغة مؤثرة.
- الانتقال من مرحلة الجمهور النشط الي المرسل النشط (السيد البخيت، 2000)

صحافة المواطن الاخلاقيات الصحفية المتجددة

تعد الاخلاقيات عنصرا محددة في شكل المهن واستقلاليتها، وفي سياق مسألة الاخلاقيات وعلاقتها بصحافة المواطن، فأن صحافة المواطن تواجه نوعين من الاخلاقيات:

اولا / مجموعة المواثيق والقواعد الاخلاقية للصحافة التقليدية، وكيف أنها لم تعد تساير احتياجات المواطن.

ثانيا / الامر يتعلق بأخلاقيات استعمالات الانترنت عامة والمدونات خاصة.(عزة عبد العزيز، 2006)

كما أن الاسلوب الصحفي و المنهج الذي تتبعه صحافة المواطن قد قسم اهل الصحافة و المهنيين بين متحمس غيور ، متردد ، حذر ، رافض ، أذ يعتبر البعض أن اسلوب الصحفي لصحافة المواطن لا يحترم الموضوعية و الحيادية ، بينما يرى من يعتنق صحافة المواطن انهم يحترمون الموضوعية و النزاهة و اخلاقيات الصحافة عامة ، و لكن دورهم لا يتمثل في الانحياز لجهة معينة ،

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

بل في تفعيل الجدل الاجتماعي ، و أيضا يرى الصحفي المواطن أن الحاجة الي صحافة المواطن ليست رغبة بل هي التزام بأن نشر الخبر لا يكفي حتى يشكل الرأي العام موقفة من الاحداث (خديجة الرحية، 2020)

جدول رقم (1) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
الجنس	ذكر	32 68.1%
	أنثى	15 31.9%
	المجموع	47 100%

يبين الجدول رقم (1) خصائص العينة المدروسة ومن خلال فحص بيانات متغير الجنس الظاهرة بالجدول تبين ان 32 مفردة بنسبة 68.1 % من مفردات العينة هي من جنس الذكور فيما بلغ عدد الاناث 15 مفردة بنسبة 31.9 % اذا من خلال هذه الاحصائيات تتبين ان اقبال الذكور على استخدام وسائل الاعلام الجديد أكثر، وهي نتائج منطقية كون ان اغلبية الدراسات اثبتت ان الشباب أكثر استخداما نظرا لتعدد حاجاتهم لتلبيتها.

جدول رقم (2) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
العمر	18-20	19 40.4%
	20-25	18 38.3%
	25-30	10 21.3%
	المجموع	47 100%

يوضح جدول رقم (2) متغير الفئة العمرية لأفراد العينة، حيث شكلت الفئة العمرية الاولى 40.4% تلتها الفئة العمرية الثانية تحصلت على نسبة مئوية

38.3% وقد اتضح التقارب بين الفئتين، إلا أن الاختلاف كان في الفئة العمرية الثالثة التي كانت بمقدار 10 مفردات ونسبة مئوية كانت 21.3% جدول رقم (3) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب استخدام وسائل الاعلام الجديد

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
هل تستخدم وسائل الاعلام الجديد؟	نعم	43 91.5%
	لا	4 8.5%
	المجموع	47 100%

وضح الجدول رقم (3) استخدام المبحوثين لوسائل الاعلام الجديد و قد عبرت نتائج ان اغلبية العينة يستخدمون هذه الوسائل بنسبة 91.5% هذه النتيجة تدل على ان وسائل الاعلام الجديد لها اهمية بالغة لدى المبحوثين.

جدول رقم (4) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متوسط استخدام وسائل الاعلام الجديد يوميا.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
متوسط استخدام وسائل الاعلام الجيد يوميا	اقل من ساعة	9 19.1%
	من ساعة الي ساعتين	12 25.5%
	من ساعتين الي ثلاث	26 55.3%
	المجموع	47 100%

بينت بيانات الجدول رقم (4) ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لوسائل الاعلام الجديد يوميا إذ جاءت نسبة 55.3% من المبحوثين يستخدمونها من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بنسبة 25.5% يليها

الذين يستخدمونها لأقل من ساعة بنسبة 19.1%، ويرى الباحث أن ساعات استخدام الشباب لوسائل الاعلام الجديد في ظل هذا التقدم التكنولوجي والانتشار الواسع لها معقول بوجه عام. ويلاحظ أن المبحوثين يستخدمون وسائل الاعلام الجديد بشكل مكثف ومتزايد مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة والمتجددة في جميع المجالات من قبل المبحوثين لا سيما فئة الشباب. جدول رقم (5) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب أكثر اماكن استخدام وسائل الاعلام الجديد يوميا.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
ما هي أكثر الاماكن التي تستخدم فيها وسائل الاعلام الجديد؟	الجامعة	2 4.3%
	المقهى	2 4.3%
	المنزل	41 87.2%
	مكان اخر	2 4.3%
	المجموع	47 100%

تبين بيانات الجدول رقم (5) أن المنزل أكثر الأماكن استخداماً لوسائل الاعلام الجديد من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة 87.2%، ثم تساوه اماكن الاستخدام الاخرى من قبل المبحوثين اذ كانت نسبة الاستخدام في الجامعة بنسبة 4.3% كذلك المقهى والاماكن الاخرى بنفس النسبة وهذا يشير الى أن خدمة الانترنت متوفرة في المنازل بشكل كبير لدى مجتمع العينة، وتؤكد بأن ليبيا أصبحت تواكب تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

جدول رقم (6) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المشارك في مجموعات معينة على وسائل الاعلام الجديد

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
هل انت مشارك في إحدى مجموعات معينة علي وسائل الاعلام الجديد؟	نعم	24 %51.1
	لا	23 %48.9
	المجموع	47 %100

يبين الجدول رقم (6) أن افراد العينة مندمجون ضمن مجموعات عبر وسائل الاعلام الجديد ويأتي هذا الاندماج ضمن النشاطات التي يقوم بها المواطن الصحفي والتي تتيح له مجالاً أكبر في مواكبة الاحداث والمساهمة في نشر الأخبار ومشاركتها ومتابعة التفاعل.

جدول رقم (7) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المشارك في إحدى المجموعات.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
إذا كنت مشارك في إحدى المجموعات فما هي؟	اجتماعية	16 %34.0
	ترفيهية	10 %21.3
	ثقافية	17 %36.2
	سياسية	4 %8.5
	المجموع	47 100

أكدت لنا نتائج الجدول (7) ان اغلب افراد العينة مشاركين في مجموعات، وقد تحصلت المجموعات الثقافية على نسبة 36.2 % تليها الاجتماعية بنسبة

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

34.0% ثم الترفيهية بنسبة 21.3 % فيما جاءت المجموعات السياسية بنسبة 8.5 %، بالنسبة للاندماج من قبل افراد العينة في مجموعات فقد تبين من الجدول رقم (6)، ولكن عدم اهتمام افراد العينة بالمجموعات السياسية هذا ما اختلفت به الدراسة عن بعض الدراسات ذات الصلة التي تم الاطلاع عليها، وخاصة في ظل التطورات السياسية المتسارعة.

جدول رقم (8) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الاساليب التي تستخدمها لنقل الاخبار عبر وسائل الاعلام الجديد؟

التصنيف العينة	الفئات	ما هي الاساليب التي تستخدمها لنقل الاخبار عبر وسائل الاعلام الجديد ؟
10.6%	5	الاتصال بالصور
14.9%	7	التعليقات
23.4%	11	الكتابة
51.1%	24	المحادثة
100%	47	المجموع

اكنت لنا نتائج الجدول رقم (7) أن اغلب افراد العينة مشاركين في مجموعات، وقد تحصلت المجموعات الثقافية على نسبة 36.2 % تليها الاجتماعية بنسبة 34.0% ثم الترفيهية بنسبة 21.3 % فيما جاءت المجموعات السياسية بنسبة 8.5 % ، بالنسبة للاندماج من قبل افراد العينة في مجموعات فقد تبين من الجدول رقم (6) ، ولكن عدم اهتمام افراد العينة بالمجموعات السياسية هذا ما اختلفت به الدراسة عن بعض الدراسات ذات الصلة التي تم الاطلاع عليها ، وخاصة في ظل التطورات السياسية المتسارعة .

جدول رقم (9) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب دوافع استخدام وسائل الاعلام الجديد.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
ما هي دوافع استخدامك لوسائل الاعلام الجديد؟	نقل الاخبار والمعلومات	3
	التعرف على الاخبار والمعلومات	38
	اخرى تذكر	6
	المجموع	47
		6.4
		80.9
		12.8
		%100

بينت بيانات الجدول رقم (9) أن اغلبية افراد العينة يستخدمون وسائل الاعلام الجديد بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات ,وقد جاءت بنسبة %80.9 بعد ذلك جاءت دوافع % 00.70 اخرى تختلف من فرد لأخر بنسبة %12.8 لدى عينة البحث ، ثم دافع نقل الأخبار والمعلومات بنسبة % 6.4 لدى العينة ، ويقصد الباحث بدوافع اخرى هي دافع التسلية و الترفيه مثلا ، ويعزى تصدر دافع التعرف على الاخبار و المعلومات الي سرعة وجودة وصول الاخبار و ارسالها وهي الخاصية التي توفرها وسائل الاعلام الجديد اليوم بتطورها لمن يرغب مهنة المواطن الصحفي .

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

جدول رقم (10) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الاساليب التي تستخدمها لنقل الاخبار عبر وسائل الاعلام الجديد؟.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
ما هي أهم مضامين المنشورات التي تشاركها على وسائل الاعلام الجديد؟	صور	5 10.6%
	فيديوهات	7 14.9%
	كتابات وتعليقات	25 53.2%
	مقالات	10 21.3%
	المجموع	47 100%

اوضح الجدول رقم (10) أن مضامين المنشورات التي يشاركها المواطن الصحفي على وسائل الاعلام الجديد تنصدرها الكتابات و التعليقات بنسبة % 53.2 بعد ذلك جاءت المقالات بنسبة 21.3% الا أننا نلاحظ أن هناك تقارب في استخدام مضامين الصور و الفيديوهات الاولى بنسبة 10.6% ، و الثانية بنسبة 14.9% ، وقد يعزى ذلك الي تصديق لما يعرض من معلومات واخبار من خلال الحوارات عل وسائل الاعلام الجديد .

جدول رقم (11) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب رأيهم ما هي اسباب صناعة المواطن الصحفي؟

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
حسب رأيك ما هي اسباب صناعة المواطن الصحفي؟	شعور المواطن بعدم استقلالية الاعلام	7 14.9%
	الحرية عبر وسائل الاعلام الجديد	23 48.9%
	الرغبة في المشاركة في صناعة الخبر	15 31.9%
	اخرى تذكر	2 4.3%
	المجموع	47 100%

اوضح الجدول رقم (11) أن السبب الاول وهو الحرية عبر وسائل الاعلام الجديد هي من أهم الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي بنسبة 48.9% بعد ذلك جاء السبب الثاني وهو الرغبة في المشاركة في صناعة الخبر بنسبة 31.9% يليه السبب الثالث الذي تمثل في شعور المواطن بعدم استقلالية الاعلام التقليدي بنسبة 14.9%، بعد ذلك وأوضحت الدراسة بأن هناك اسباب اخرى بنسبة 4.3%.

جدول رقم (12) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب ما يتحقق جراء اختيارك لوسائل الاعلام الجديد في نقل ونشر الاخبار.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
ما الذي يتحقق لك جراء اختيارك لوسائل الاعلام الجديد في نقل ونشر الاخبار؟	التعبير بكل حرية	16 34.0%
	التفاعل مع الاحداث	10 21.3%
	مواكبة الاحداث والتطورات	21 44.7%
	المجموع	47 100%

بين الجدول رقم (12) أن مواكبة الاحداث والتطورات تتحقق بشكل كبير للمواطن الصحفي من خلال اختيارك لوسائل الاعلام الجديد في نقل ونشر الاخبار وجاءت بنسبة 44.7%، تليها التعبير بكل حرية بنسبة 34.0%، كما جاء في بيانات الجدول أن اختيار المواطن الصحفي لوسائل الاعلام الجديد في نقل ونشر الاخبار، يحقق التفاعل مع الاحداث وذلك بنسبة 21.3%.

جدول رقم (13) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في نشاط او حدث عبر وسائل الاعلام الجديد؟

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
هل شاركت في	لا	25 %53.2
نشاط او حدث	نعم	22 %46.8
عبر وسائل الاعلام الجديد؟	المجموع	47 %100

اشار الجدول رقم (13) إلى أن ما نسبته 53.2% من عينة البحث لم يشاركوا في احداث او نشاطات على وسائل الاعلام الجديد، بينما كانت نسبت الذين قاموا بمشاركة في النشاطات والاحداث 46.8%، النتائج هنا كانت مغايرة لبعض الدراسات لان وسائل الاعلام الجديد تتيح للمواطن الصحفي الحرية لإقامة النشاطات والاحداث والتفاعل والدعوة للمشاركة مفتوحة.

جدول رقم (14) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائل الاعلام الجديد في تحويل المواطن الصحفي من فعل التلقي الى الانتاج.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
هل ساهمة وسائل الاعلام الجديد في تحويل سلوك المواطن من فعل التلقي الي الانتاج من خلال؟	الحرية المتاحة	28 59.6
	انعدام الرقابة	19 40.4
	المجموع	47 %100

اوضح الجدول رقم (14) بأن وسائل الاعلام الجديد ساهمة في تحويل سلوك المواطن من فعل التلقي الفعل الانتاج من خلال الحرية المتاحة حيث بلغت نسبتها 59.6% تليها انعدام الرقابة بنسبة 40.4%، من هذه النتيجة تبين لنا

أن الحرية المطلقة التي تتميز بها وسائل الاعلام الجديد دون غيرها استطاع المواطن الصحفي من خلالها أن يتلقى الاخبار والمعلومات والاحداث وتكون باستطاعته المشاركة والتفاعل وتغيير المضمون وانتاجه او ارساله.
جدول رقم (15) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب ما يتحقق من أشباعات صحفية من استخدامك لوسائل الاعلام الجديد؟

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة
هل ما يتحقق من أشباعات صحفية من استخدامك لوسائل الاعلام الجديد يختلف عن الاعلام التقليدي؟	لا يختلف مع ما تحصل عليه من وسائل الاعلام التقليدي	8 %17.0
	يختلف عما تحصل عليه من وسائل الاعلام التقليدي	39 %83.0
	المجموع	47 %100

جاء في نتائج الجدول رقم (15) أن اغلبية العينة يؤكدون بان الإشباعات الصحفية المتحصلين عليها من استخدام وسائل الاعلام الجديد تختلف عن التي تحصل عليها من الإعلام التقليدي وذلك بنسبة كانت %83.0، بينما اوضح الجدول ما نسبته %17.0 من المبحوثين أكدوا بان لا اختلاف فيما يتحقق لديهم من اشباعات صحفية، هذه النتائج رأى الباحث انها تؤكد نتائج الجدول رقم (14) حيث ان الرقابة في الاعلام التقليدي بعكس الاستقلالية التي يتمتع بها المواطن الصحفي في وسائل الاعلام الجديد.

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع والعمر وبين المتغيرات الرئيسية للدراسة (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباعات المتحققة).

جدول رقم (16) يوضح قيمة كا² لاختبار العلاقة بين متغيري النوع والعمر وبين بعض المتغيرات الرئيسية للدراسة .

متغير النوع				المتغيرات
الدلالة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا ²	
غير دالة	.628	2	.930	مدى الاستخدام
غير دالة	.131	3	5.637	نمط الاستخدام
غير دالة	.401	2	1.827	دوافع الاستخدام
غير دالة	.838	2	.355	الاشباعات المتحققة
متغير الفئات العمرية				المتغيرات
غير دالة	.294	4	4.932	مدى الاستخدام
غير دالة	.122	6	10.067	نمط الاستخدام
غير دالة	.328	4	4.626	دوافع الاستخدام
غير دالة	.538	4	3.117	الاشباعات المتحققة
مستوى المعنوية = 0.05				

يظهر من خلال الجدول رقم (16) قيمة كا² التي تم حسابها بين متغير النوع والعمر و بين المتغيرات الرئيسية (مدى الاستخدام ، نمط الاستخدام ، دوافع الاستخدام ، الاشباعات) حيث يمثل المتغير الأول المتغير المستقل والذي يعد مقياساً رتبياً يعتمد على أسماء المتغيرات الرئيسية التي تعرضت لها العينة ، ويعد هذا المتغير مهم أيضاً بالإضافة للمتغير السابق حيث يمكن من خلاله التعرف على علاقته بمدى التغير الذي قد يحدث لكل بعد من أبعاد التقييم

بالإضافة إلى معرفة علاقته بمستوى التقييم العام للمتغيرات الرئيسية فيما يتعلق بالعمر و النوع.

ونلاحظ من الجدول أعلاه أن جميع القيم الاحتمالية غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، ويشير ذلك إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الرئيسية ومتغير النوع والعمر، وعلى ذلك يمكن القول بأن المتغيرات الرئيسية (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباع) لا علاقة لها بالعمر والنوع في استخدام وسائل الاعلام الجديد.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الرئيسية للدراسة (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباع المتحققة)

جدول رقم (17) يوضح قيمة كا2 لاختبار العلاقة بين المتغيرات الرئيسية للدراسة

متغير النوع			كا ²	المتغيرات
الدالة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية		
غير دالة	.408	6	6.140	مدى الاستخدام + نمط الاستخدام
غير دالة	.880	4	1.190	مدى الاستخدام + دوافع الاستخدام
غير دالة	.191	4	6.106	مدى الاستخدام + الاشباع المتحققة
غير دالة	.950	6	1.629	دوافع الاستخدام + نمط الاستخدام
غير دالة	.230	4	5.608	دوافع الاستخدام + الاشباع المتحققة
غير دالة	.686	6	3.934	نمط الاستخدام + الاشباع المتحققة
مستوى المعنوية = 0.05				

يظهر من خلال الجدول رقم (17) قيمة كا2 التي تم حسابها بين المتغيرات الرئيسية (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباع)

ونلاحظ من الجدول أعلاه أن جميع القيم الاحتمالية غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، ويشير ذلك إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الرئيسية للدراسة، وعلى ذلك يمكن القول بأن المتغيرات الرئيسية (مدى الاستخدام، نمط الاستخدام، دوافع الاستخدام، الاشباع) لا علاقة لها في استخدام وسائل الاعلام الجديد.

نتائج الدراسة

*بينت الدراسة ان اغلبية الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديد من فئة الذكور حيث بلغت نسبتهم 68.1 %، بينما بينت أن فئة الاناث جاءت بنسبة 31.9 %.

*اوضحت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الاكثر استخداما لوسائل الاعلام الجديد كانت من

18-20 بنسبة 40.4% وايضا الفئة العمرية 20-25 بنسبة 38.3% وقد دل ذلك على عدم وجود تفاوت ملحوظ بين الفئتين.

*اثبتت الدراسة أن نسبة استخدام وسائل الاعلام الجديد بين المبحوثين كانت عالية جدا بنسبة 91.5 % بينما الذين لا يستخدمونها كانت ضعيفة بنسبة 8.5%.

*توصلت الدراسة الي ان متوسط استخدام المبحوثين لوسائل الاعلام الجديد يوميا مرتفع بنسبة 55.3%.

*بينت الدراسة أن من أكثر الأماكن استخداماً لوسائل الاعلام الجديد كان المنزل، بنسبة 87.2 %، مقارنة بلا مكان الاخرى مثل المقهى والجامعة، وقد تم شرح النتيجة في الجدول رقم 5.

*توصلت الدراسة الي أن افراد العينة مندمجون ضمن مجموعات عبر وسائل الاعلام الجديد بنسبة 51.1% وقد تحصلت المجموعات الثقافية على نسبة % 36.2.

*جاء في نتائج الدراسة أن استخدم وسائل الاعلام الجديد كان بدافع التعرف على الأخبار والمعلومات وبنسبة عالية مقدارها 80.9% من المبحوثين.
* توصلت الدراسة الى ان الكتابة والتعليق هي ما يشارك به المواطن الصحفي على وسائل الاعلام الجديد بنسبة 53.2 % .

*بينت الدراسة أن أهم الأسباب التي صنعت المواطن الصحفي هي الحرية عبر وسائل الاعلام الجديد، كما اوضح الجدو رقم (11) وقد تجلت هذه الحرية في مواكبة الاحداث والتطورات.
44.7% كما في الجدول رقم (12).

*توصلت الدراسة الي ان التغيير الذي إطرء على المواطن الصحفي وتطوره حيث أصبح منتج للإخبار والاحداث ما هو الا نتاج لاستخدام وسائل الاعلام الجديد وذلك بنسبة 59.6% كما أن الإشباعات الصحفية المتحصلين عليها من هذه الوسائل تختلف عن التي تحصل عليها من الإعلام التقليدي وذلك بنسبة كانت 83.0%.

توصيات الدراسة

*أوصت الدراسة بضرورة العمل على التخلص من بعض الفروقات الموجودة في استخدام وسائل الاعلام الجديد بين الشباب تعزى لمتغير النوع.

*مساندة المجموعات المشاركة و الناشطة على وسائل الاعلام الجديد وتنظيم عملها خاصة المهمة بنشر القضايا للارتقاء إلى مستوى وحجم هذه القضايا.

*ضرورة استخدام وتوظيف جميع وسائل الاعلام الجديد في خدمة القضايا المختلفة كالدونات

أو تويتر ومشاركة الفيديو اليوتيوب، وموقع الصور وعدم الاقتصار على موقع واحد.

*كما اوصت الدراسة بضرورة توفير الخدمة الجيدة لاستخدام وسائل الاعلام الجديد بشكل متساوي في جميع الاماكن سواء في العمل او المنزل والمقاهي والنوادي ... الخ

*أوصت الدراسة الي ضرورة الاهتمام بالشباب المشاركين والمتفاعلين على وسائل الاعلام الجديد بتكثيف الدعوة لهم في جميع المجالات وفتح قنوات للأحداث والنشاطات.

المراجع

- JOEL.D.R-
larerolte du pronetariat des mass .(2006) .
.paris: fayard .*media aux medias*
- Lee .J .M-
.Histore of American Journalism .(1917) .
.Boston
- lee .j.m-
.history of american .(2017) .
boston
- أبو عيشة .(2010) .*الاعلام الالكتروني (المجلد الاولي)* . عمان: دار اسامة
للنشر و التوزيع .
- السيد البخيت .(2000) .*الصحافة و الانترنت* . القاهرة: العربي للنشر و
التوزيع .
- خديجة الرحية .(2020) .*صحافة مواطن* . سورية: الجامعة الافتراضية
السورية .
- سميرة الشبخاني .(2010) .*الاعلام الجديد في عصر المعلومات (الإصدار
المجلد 26)* . مجلة جامعة الشرق .
- عباس مصطفى الصادق .(2008) .*الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و
التطبيقات* . عمان: الشروق للنشر و التوزيع .

دور وسائل الاعلام الجديد في تفعيل صحافة المواطن: دراسة لعينة طلبة من جامعة طبرق

- عبد الباسط احمد هاشم محمود. (2010). *التفاعلية في وسائل الاعلام الحديثة*. المانيا: جامعة الميناو.
- عزة عبد العزيز. (2006). *مصادقية الاعلام العربي*. القاهرة: العربي للنشر و التوزيع.
- فاطمة الزهراء. (2018). *دور مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية*. سوهاج: جامعة سوهاج.
- محمد فضلي. (2009). *الصحافة الالكترونية - الواقع و المستقبل*. القاهرة.
- محمد فطافطة. (2011). *علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي و التعبير في فلسطين*. فلسطين: المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الاعلامية.