

دور صحافة المواطن في تزويد الجمهور الليبي بالمعلومات

د. أبوبكر مصطفى الوصيف^{1(*)}

ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة المواطن في تزويد الجمهور الليبي بالمعلومات ومعرفة دوافع ودرجة اعتمادهم عليها، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور الليبي تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة وذلك نظراً لتشابه سمات مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول إلى كل مجتمع الدراسة وقد تم تحديد الفئة العمرية من 18 سنة فما فوق في العينة المتاحة للدراسة.

حيث تمّ استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: استخدم جميع أفراد عينة الدراسة وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات، حيث أن العينة سحبت عمدياً من مستخدمي هذه الشبكات، وتتنوع معدلات استخدامهم على ثلاث درجات هي: الاستخدام دائماً (78%)، الاستخدام أحياناً (20.5%)، والاستخدام نادراً (2.5%). تتوزع معدلات اعتماد عينة الدراسة على صحافة المواطن على: الاعتماد بدرجة كبيرة (28.5%)، الاعتماد بدرجة متوسطة (51.2%)، والاعتماد بدرجة قليلة (20.2%). أهم وسائل صحافة المواطن التي يستخدمها المبحوثين عينة الدراسة - بالترتيب - هي: الفيسبوك، يوتيوب، تويتر، المدونات.

أوضحت النتائج العامة أن معدلات الثقة في مضمون صحافة المواطن هي: اثق بها بدرجة كبيرة (2 و5%)، اثق بها بدرجة متوسطة (75%)، واثق بها بدرجة محدودة (19.8%).

الكلمات المفتاحية: صحافة المواطن - نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام - المعلومات - ليبيا - الصحفي المواطن.

^{1(*)} 1 محاضر بقسم الإعلام، كلية الفنون والإعلام، جامعة طرابلس - ليبيا.

المقدمة:

مع نهاية القرن العشرين نجحت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة في تحقيق رؤيه عن القرية العالمية. بل أن العالم أصبح مثل رأس الدبوس. وهو أكثر تفاعلاً على كافة الأصعدة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وعسكرياً. فكل السياسات تؤثر وتتأثر بكل السياسات الأخرى بغض النظر عن المكان أو الزمان. وليس بالإمكان تصور العولمة في غياب وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة.⁽¹⁾ ولم يعد النشر على شبكة الويب هو الشكل الوحيد الذي تأخذه الصحافة الالكترونية المعاصرة، إذ أدت التطورات التكنولوجية التي شهدتها 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 المواطنين" 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.⁽²⁾

ويشير مفهوم صحافة المواطنين أيضاً إلى أن الصحافة الجديدة التي يتم إتاحة محتواها لجميع الناس عبر الويب، وتعكس درجة مقبولة من الجهد الإبداعي، ويتم إنتاجها خارج ممارسات وقواعد الصحافة المهنية.⁽³⁾

وشكل إعلام المواطن Citizen Media جانباً رئيسياً من جوانب اهتمام الجمهور فيما يتصل بالحصول على المعلومات وكذلك الاتصال مع الآخرين ومناقشة العديد من القضايا والأحداث واستطلاع الآراء والمواقف المختلفة تجاه مختلف هذه القضايا والأحداث.

ولم تعد أهمية إعلام المواطن تقتصر فقط على اهتمام الجمهور به عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعبر التواصل المباشر عن طريق الانترنت، بل إن الصحافة والقنوات الإخبارية Mainstream Media باتت تعتمد عليه ومن ثم أصبح يصل لقطاعات أعرض من الجماهير ممن لم يكن لديها اتصال مباشر بشبكات التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن.

وأصبحت مشاركات المواطنين والمضامين التي ينتجها المستخدم تمثل جزءاً لا يتجزأ من الصحافة الالكترونية والمواقع الإخبارية فمع تقدم تقنية الويب Web 2.0 استطاع الأفراد غير

المحترفين أو المواطنين تقديم وتعديل والمشاركة في صياغة المضامين التي تنتشر للجمهور وصار ذلك ملمحاً رئيسياً في مختلف وسائل الإعلام وصار بالتالي القائم بالاتصال لا يعمل بمعزل عن إعلام المواطن citizen Media وعن كافة المضامين التي يقدمها المستخدم User Generated Content والذي يمكن تعريفه باعتباره ذلك المحتوى الذي يقدمه الفرد على طوعية والذي يتم بثه وتوزيعه عبر وسائل الإعلام وعبر الانترنت.⁽⁴⁾

وأثارت "صحافة المواطن" اهتمام العديد من الباحثين لمقدرتها على حفز المشاركة العامة في الحياة الديمقراطية؛ وذلك لتميزها عن الصحافة العامة بسماعها للمستخدمين بإدراج تعليقاتهم وقصصهم ضمن الموضوعات التي تطرحها، وفي المجالات التي يرغبون في المشاركة فيها.⁽⁵⁾ وعلى صعيد الاستخدام يمكن القول إن مواقع صحافة المواطنين تمثل ثورة في استهلاك الجماهير لوسائل الإعلام. وعلى سبيل المثال فإنّ موقع يوتيوب الشهير أصبح هو الذي يقود سوق الفيديو على الإنترنت، وفائق استخدامه استخدام الشبكات التلفزيونية الأمريكية الرئيسية الأربعة إن بي سي، وسي بي اس، وفوكس، بمعدل خمس مرات.⁽⁶⁾

وخلص تقرير حول منحنى النمو لوسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة، إلى أنّ وسائل الإعلام الجديدة أفرزت عدداً من الظواهر التي كان لها أثر بالغ في الحياة الاجتماعية للجمهور بشكل عام والشباب منهم بشكل خاص، كما أدت التكنولوجيا الجديدة إلى تحول المواطن إلى إعلامي بدرجة أو بأخرى، حيث أتاحت له التكنولوجيا الجديدة إطلاق رسائل، والتحكم في محتواها وتوقيت إرسالها والتعليق عليها، إضافة إلى أنّ هيمنة الاستخدامات الاجتماعية على الوسائل الإعلامية الجديدة جاءت بهدف تأكيد وتعزيز الحضور الاجتماعي للفرد الذي يتجاوز حدود الجغرافيا والزمن والعرق والدين واللغة.⁽⁷⁾

وتأسيساً على ما سبق تأتي هذه الدراسة لتحاول معرفة دور صحافة المواطن في تزويد الجمهور الليبي بالمعلومات.

قراءة تاريخية لصحافة المواطن:

ترجع بدايات صحافة المواطن تاريخياً إلى لوحات الرسائل والإعلانات التي ظهرت على مواقع البوابات الكبيرة على الويب في تسعينيات القرن الماضي مثل ياهو وأمريكا أون لاين، ثمّ تطورت مع ظهور المدونات في بداية الألفية الجديدة، وظهور الويكي ومواقع التشارك في الصور والفيديو والشبكات الاجتماعية. وتوفر بعض هذه المواقع منصات جماعية لجمع المعلومات مثل الويكيبيديا،

بينما يمثل البعض الآخر منصات شخصية لعرض المنتجات المعلوماتية النصية والمصورة مثل يوتيوب وماي سبيس، فيما يمثل البعض الآخر منصات شخصية وجماعية مثل موقع فيسبوك.⁽⁸⁾ حيث يرجع (دان غليمور) جذور صحافة المواطن إلى (بن فرانكلين) صاحب صحيفة بنسلفانيا جازيت، وقد كان ذا اتجاه جماهيري في بناء صحافته في القرن الثامن عشر، وإلى تجارب كتاب المطويات لدورهم في تأكيد حرية النشر كمواطنين.⁽⁹⁾

لكن المرحلة الحاسمة في بروز تعبير صحافة المواطن كانت مع تفجيرات لندن في يوليو 2005م، التي مثلت فرصة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، فبينما كانت وسائل الإعلام الرئيسية تغطي مؤتمر الدول الصناعية الثمانية في اسكوتلندا، كان الجمهور العادي (المواطنون الصحفيون) ينشرون الصور والأفلام التي تم التقاطها لهذه التفجيرات على شبكة الإنترنت عبر موقع فليكر خلال الساعات الأولى التي تلتها.⁽¹⁰⁾

وتمر صحافة الإنترنت حاليًا بالمرحلة التي سماها (فين كروسبي) الموجة الثالثة، وهي التي حققت فيها مستحدثات الإنترنت حاليًا التخصيص، والفردانية اللتين مكنتنا أفراد الجمهور العادي من تأسيس نظم صحافية جديدة تعددت أسماؤها ولم تتبلور خصائصها بشكل كامل مثلها مثل العديد من التجارب الصحفية في الإنترنت.⁽¹¹⁾

مفهوم صحافة المواطن:

تعد صحافة المواطن مصطلح لدلالة جديدة في الممارسة الصحفية ظهرت في منتصف العقد الأخير في الولايات المتحدة، كبديل للصحافة التقليدية المرتبطة بالنظام القائم وبالنخبة وبالمصالح الاقتصادية والسياسية وبالقيم المعروفة كالموضوعية والحياد والحرية، كما يمكن القول أن صحافة المواطن هي نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دورًا حيًا في عملية جمع وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنيتة مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية، وتوصف صحافة المواطن بأنها: النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستعمل بإنتاج مضامين إعلامية ونشرها عبر وسائل وتطبيقات الاتصال الجديدة تعبيرًا عن تفكير ما أو طرح رؤية ما وعادةً ما تكون نابعة من توجيه معين أو الإيحاء لتصور ما.⁽¹²⁾

ويعرف إعلام المواطن بأنه ما يقوم به المواطن أو مجموعة من المواطنين على الوسائل ومنصات النشر المختلفة عبر حواسيبهم الشخصية وهواتفهم المحمولة من دور نشط في عملية جمع

وتحرير وتحليل ونشر المعلومات بغرض تقديم معلومات دقيقة ومحايدة ومستقلة وموثوق بها تهم نطاقاً جماهيرياً واسعاً وتستجيب لمتطلبات الديمقراطية.⁽¹³⁾

وعرفها (جويس نب) بأنها "حين يكون الناس مسؤولين عن جمع المحتوى وتشكيل الرؤية وإنتاج ونشر المنتج الإخباري فهذا ادعوه صحافة المواطن، والمحترفون لا دخل لهم بهذا النموذج إطلاقاً (إلا أن يقوموا بالعمل كمواطنين وليس موظفين مقابل أجر) ولتقييم المحتوى كصحافة يجب أن يتضمن مقابلات أصلية، وتقارير، أو تحليلات للأحداث والقضايا، والتي يستطيع الناس الآخرين غير الكاتب الوصول إليها".⁽¹⁴⁾

وصحافة المواطن مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن، وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضاً التعاضدي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية.⁽¹⁵⁾

مميزات صحافة المواطن:

يمكن إدراج مميزات صحافة المواطن وفق ما وضحتها عمر وخماسية:⁽¹⁶⁾

1. كل مواطن هو باحث عن المعلومة، وكل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات: المدونون ومتصفحوا الانترنت والمواطنون والصحفيون والجمعيات الأهلية.
2. التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير: تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة، وتقوم صحافة المواطن بقلب المعادلة والاعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين.
3. سياسة تحرير مختلفة: حيث تعتمد صحافة المواطن على سياسة تحرير خاصة، فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث الموضوعية وأن تتميز بأقصى قدر من السبق.
4. المشاركة الشخصية: تعتبر الديمقراطية المتحركة عملاً فردياً تطوعياً غير خاضع لتوجيهات منظمات معينة بل للقناعات السياسية للفرد نفسه خلافاً للوسائل الاتصالية التقليدية. ومن الملاحظ في السنوات الأخيرة أن وسائل الإعلام التقليدية قد ازدادت نسبة توظيفها لشبكة الانترنت بصفة عامة ولتطبيقات "صحافة المواطن" بصفة خاصة، لأهداف عديدة أهمها: الحفاظ

على قرائها ومسايرتهم بمختلف الوسائط، والتواجد في كل الفضاءات التي يستعملونها، وبالتالي الحفاظ على حصتها من سوق الإعلانات المرتبطة بشكل وثيق بحجم جمهورها. (17)

وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الذي يُطلق عليهم "الصحفيون المواطنون" Citizen Journalists تمييزاً لهم عن الصحفيين المحترفين. فقد دعمت هذه الشبكات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجمع. وكما مكن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة كل الناس أن يكونوا قراءً، فإنّ منصات التواصل الاجتماعي جعلت بإمكان كل الناس أن يصبحوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني، وأن يكونوا مثل الصحفيين - على الأقل - لبعض الوقت (18).

أنواع صحافة المواطن:

يقسم (مارك ديوز) صحافة المواطن لأنواع التالية: (19)

- صحافة مواقع أدلة الإنترنت: حيث يُقدم نوع من الصحافة في مواقع التصنيف والأدلة التي تتمثل أساساً في محركات البحث مثل جوجل، وياهو، وجهات متخصصة في الأخبار مثل News Index، أو حتى مواقع لأفراد مثل: Paperboy، أو جهات للتسويق مثل: Moreover، وهي تؤكد الوظيفة الإخبارية لمحركات البحث.
- صحافة مواقع التعليق: ونشأ هذا النوع في المواقع التي تناقش ما يرد في أجهزة الإعلام الأخرى أياً كانت، وتعمل كرقيب على وسائط الإعلام مثل موقع ميديا شانيل Media Channel، أو ميديا فورم Freedom fourm.

كما يقسم إبراهيم عزيز في بحثه حول دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن أنواع صحافة المواطن إلى الأنواع التالية: (20)

1. المدونات الالكترونية (Les Blogs): هي مواقع الكترونية يمتلكها أفراد (غالباً) ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة، يقترب معظمها من الأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائماً إيجاد سبق صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة التي يحظى بها، وهذا ما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة. ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيبي كزولوجي، ويمكن للقراء والمستعملين التعليق عليها.

2. وسائل الإعلام الاجتماعية (Social Media): وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي (Networking sites social)، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع: Facebook, Twitter, Myspace.

3. مواقع بث الفيديو: وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة (Podcasting)، أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدّة مواقع مشهورة جداً، لدرجة أنّها أصبحت تبث مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها "يوتيوب YouTube، وماي فيديو My video".

4. المواقع الإخبارية التساهمية: وهي مواقع شبيهة جداً بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون، من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة، ومن أشهرها موقع Ohmnews الكوري.

5. مواقع التحرير الجماعي (Participatory Sites): وهي مواقع تعتمد على برمجيات Wiki التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي، يتيح إمكانية التعديل والتنقيح، وأشهرها موسوعة "ويكيبيديا Wikipedia".

وفيما يخص مواقع التشبيك الاجتماعي فقد ازداد عدد مستخدميها في الدول العربية بشكل ملحوظ "ففي مصر هناك 3.4 مليون مستعمل لموقع فايسبوك، وفي كل من الجزائر وتونس والمغرب يوجد 3.7 مليون مستعمل باللغة الفرنسية. وفي مايو 2010م، كان في شمال إفريقيا والشرق الأوسط 15 مليون مستعمل الفايسبوك، 70% منهم من المغرب، السعودية، مصر الإمارات. وفي الجزائر هناك (878,660) مستعمل منهم (7%) بالعربية و(6%) بالإنجليزية، وبالفرنسية (87%).⁽²¹⁾

نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام : Media Dependency

قدم كل من ساندرابول، روكيتش وديلفور عام 1976م أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام وتتلخص فكرة النموذج في أن المتلقي داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات تساهم في تكوين معارفه⁽²²⁾.

ويأتي الاعتماد من قبل الأفراد على وسائل الاتصال، لأنّ الأفراد مثل النظم الاجتماعية، ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الاتصال، ولأنّ الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية.⁽²³⁾

ويرصد النموذج ثلاث أنواع من التغييرات المتعلقة بالتأثير المعتمد على وسائل الإعلام وتتمثل في: مجموعة التأثيرات المعرفية Cognitive وتتحدد في بناء الاتجاهات وإزالة الغموض عن القضايا المختلفة، ومجموعة التأثيرات الوجدانية Effective وتتحدد في تقليل حالة الاغتراب، ومجموعة التأثيرات السلوكية Behavioral.

ويؤكد المدخل على أنّه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما زاد استخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه.⁽²⁴⁾

ويقوم نموذج الاعتماد على عدة افتراضيات رئيسية منها: أنّ درجة استقرار المجتمع تؤثر على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما تفترض النظرية أنّ طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.⁽²⁵⁾

وتستفيد هذه الدراسة من تطبيقات نظرية الاعتماد ذات الصلة بدوافع اعتماد الجمهور الليبي على صحافة المواطن في الحصول على المعلومات، حيث تشير بحوث الاتصال إلى أهمية عدد من المتغيرات التي تفسر مستويات الاعتماد المختلفة على مصادر المعلومات في متابعة الأحداث الجارية⁽²⁶⁾، وتشمل ثقة الأفراد في مصادر المعلومات والتي تتكون من خلال تجاربهم السابقة في التعامل مع هذه المصادر، وما ينطبع لديهم من صور ذهنية بشأنها. وكذلك مدى إتاحة مصادر المعلومات المختلفة لدى الجمهور على اختلاف فئاته وطوائفه، فنخبة المجتمع مثلاً تتمتع بمصادر معلومات أكثر تنوعاً مقارنة بالجمهور العام. وتتحكم سمات الجمهور الديموجرافية في درجة اعتمادهم على مصادر المعلومات المختلفة، وتسهم في تفسير الفجوة المعرفية بين أفراد الجمهور بشأن العديد من القضايا في أحيان كثيرة.⁽²⁷⁾

مشكلة الدراسة:

أنّ جميع البحوث على اختلاف أنواعها أو أشكالها لا بد لها أن تنطلق من مشكلة ترتكز عليها. والمشكلة تعتمد على استخدام أسلوب التقصي والبحث بطريقة علمية لغرض الوصول أو الوقوف على واقع مسبباتها. والعلاقات فيما بين عناصرها. وإعادة صياغتها مرة ثانية في ضوء ما توصل إليه من نتائج في عملية البحث العلمي.⁽²⁸⁾

وتقتضي الأصول العلمية ضرورة ألا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتّى لا تنتهي إلى فراغ. وعلى هذا الأساس فإنّ السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة محددة بحاجة إلى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة.⁽²⁹⁾

وتعد صحافة المواطن أحد الوسائل المتزايدة الاستخدام من قبل فئات واسعة من المجتمع بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي جعل منها وسيلة مؤثرة يمكن أن تقوم بدور هام في الكثير من المجالات. وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في دراسة دور صحافة المواطن في تزويد الجمهور الليبي بالمعلومات ودرجة اعتمادهم عليها.

أهمية الدراسة:

يمكن أن نوضح أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. أهمية دراسة سمات ومزايا صحافة المواطن والأسباب التي دفعت المبحوثين إلى الاعتماد عليها في مجال الحصول على المعلومات والأخبار واتخاذها وسيلة للتواصل مع الأفراد في المجتمع الذي ينتمون إليه أو مع الأفراد في المجتمعات الأخرى.
2. زيادة الدور الذي تلعبه صحافة المواطن في التأثير على الرأي العام حول الموضوعات المختلفة، واهتمام قادة الحكومات والشخصيات السياسية والاجتماعية بإنشاء حسابات لهم عبر وسائل هذه الصحافة بهدف التواصل مع الجماهير.
3. طبيعة الدور الهام الذي تقوم به صحافة المواطن على شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية جديدة وما حظيت به هذه الصحافة من كثافة التعرض لها من قبل الجمهور الذي يزداد يوماً ساعداً بعد ساعة.
4. انتشار صحافة المواطن بشكل كبير في الآونة الأخيرة في ظل ثورة التكنولوجيا والمعلومات والتي مكنت الأفراد من الكتابة وإنتاج مضامين إعلامية حتّى وإن لم يكونوا صحفيين مهنيين

ونشرها على الشبكة العالمية، وحتى بثها في القنوات التلفزيونية والإذاعية ووكالات الأنباء، وهو ما يعد شكلاً جديداً للصحافة وغير مألوف ونوع من أنواع الصحافة البديلة.

5. ندرة الدراسات الليبية التي تناولت هذا الموضوع من قبل وحاجة المكتبة الإعلامية الليبية لها.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة بمعرفة دور صحافة المواطن في تزويد الجمهور الليبي بالمعلومات ويتفرع عن الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة في الأهداف التالية:

1. التعرف على اتجاهات مستخدمي صحافة المواطن نحو هذه الصحافة وتحديد هذه الاتجاهات إذا ما كانت سلبية أو ايجابية.

2. التعرف على أسباب اعتماد صحافة المواطن لوسائل صحافة المواطن ودرجة هذا الاعتماد.

3. التعرف على مقترحات الجمهور الليبي لوسائل صحافة المواطن من أجل قيامها بدور فاعل في التزويد بالمعلومات.

4. التعرف على أهم سمات صحافة المواطن بتقدير الباحثين، والتي جعلتهم يستخدمون هذه المواقع.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمسح التراث العلمي للدراسات السابقة حول موضوع البحث وتمكن من رصد الدراسات التالية ذات العلاقة المباشرة بموضوع البحث وذلك على النحو التالي:

1. دراسة محمد عبدالعزيز سيد طه (2017) بعنوان: "مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع

التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب

المصري.⁽³⁰⁾

سعت الدراسة للتعرف على مستويات مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لدى الشباب المصري، ورصد أهم معايير مصادقية كل منهم، ورصد آراء واتجاهات الشباب المصري نحوهم، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول الأحداث والقضايا المتلاحقة خلال فترتي الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهجي المسح الإعلامي والمنهج المقارن، إضافة إلى

استمارتي تحليل المضمون والاستبيان وأداة المقارنة المنهجية كأدوات لجمع البيانات، حيث تمثلت عينة الدراسة التحليلية في موقعي (الفييس بوك ويوتيوب).

وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة من الشباب المصري من مستخدمي موقعي (الفييس بوك ويوتيوب) ومن مشاهدي البرامج الحوارية المصرية بلغ قوامها 400 مفردة، موزعة بالتساوي بين أربع محافظات (القاهرة - الإسكندرية - المنيا - قنا) من الفئات العمرية المختلفة من 18-35 عام. وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج:

1. أكدت الدراسة على ارتفاع معدلات تعرض الشباب لموقع Facebook كأكثر مواقع التواصل، تلاه موقع YouTube في المركز الثاني، حيث التنوع الكبير في نوعية مقاطع فيديو قنوات يوتيوب خلال فترتي الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015 تم رفعها بواسطة القنوات المملوكة لـ (النشطاء السياسيين ومقدمو البرامج الساخرة - مواطنون عاديون شهود عيان - شبكة إخبارية إلكترونية)، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة ثم المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت ثم الفضائيات العربية، ونظرًا لشعبية مواقع التواصل الاجتماعي المتزايدة لجأت حملات المرشحين الرئاسيين 2014 ومرشحي البرلمان 2015 إلى الاعتماد عليها كأحد أدوات حملاتهم الانتخابية لاستقطاب فئة الشباب.

2. ارتفاع معدلات تعرض الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالبرامج الحوارية المصرية، حيث قدرتها على استقطاب الشباب المصري لسماحتها التفاعلية التي عجزت وسائل الإعلام التقليدية عن تقديمها لجمهورها.

2. دراسة حاتم علاونة (2017) بعنوان : "صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة

نظر الصحفيين الأردنيين (31)"

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة أهم أسباب ظهور صحافة المواطن، وأبرز المعايير المهنية والتشريعات والأخلاقيات المستخدمة فيها، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، على عينة قوامها (200) مفردة من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الدستور والرأي والغد والأنباط والديار والسبيل) ووكالة الأنباء الأردنية (بترا)، والمسجلة عضويتهم في نقابة الصحفيين الأردنيين، حيث تم استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

لقد احتل سبب "التحولات في المنطقة العربية" قائمة أسباب ظهور صحافة المواطن من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين بنسبة (20.7%)، تلاه "المساهمة في حل مشكلات المجتمع"، بنسبة (19.4%) كما اتفق ما نسبته (86%) من أفراد عينة الدراسة على أن عمل المواطن الصحفي أثر على طبيعة عمل الصحفي المحترف في الوسيلة الإعلامية. وتبين أن (60%) من أفراد عينة الدراسة رأوا أن على وسائل الإعلام تبني المواطن الصحفي (أحياناً)، بينما الذين يرون أن عليها أن تتبناهم (دائمًا) بلغت نسبتهم (18%). ولقد رأى (80%) من أفراد العينة المبحوثة أن على وسائل الإعلام أن تقوم أولاً بمراجعة وتحرير المواد المرسله من المواطن الصحفي ثم نشرها. وأخيراً تبين من خلال بيانات الدراسة أن ما نسبته (45%) من أفراد العينة المبحوثة يقرؤون صحافة المواطن ويتابعونها (أحياناً) بينما الذي يتابعونها بشكل قليل ونادر بلغت نسبتهم (30%).

3. دراسة عزة عبدالعزیز (2015) بعنوان: "مهنية الصحفي المواطن: دراسة تقويمية من منظور الصحفي المحترف في الصحافة العربية"⁽³²⁾.

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير مهنية واحترافية الصحفي المواطن وتقييم ظاهرة الصحفي المواطن من منظور الصحفي التقليدي، بالاعتماد على المنهج المسحي، وباستخدام أسلوب العينة العشوائية للصحفيين المواطنين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبلغ عددهم (94) صحفياً مواطناً، أما بالنسبة للصحفيين الذي يعلمون في وسائل الإعلام التقليدية فقد بلغ عددهم (64) صحفياً عربياً، وقد بينت نتائج الدراسة أن النسبة الكبيرة من الحرية التي تتمتع بها صحافة المواطن كانت السبب الرئيسي لانتشار وفاعلية هذه الظاهرة، وأوضحت الدراسة أنه من الضروري تطوير أدوات المواطن الصحفي التقنية ليظل في حلبة المنافسة مع الصحفي التقليدي، وكشفت النتائج أن الصحفي المواطن من عينة الدراسة لديه بعض الخبرات التي تؤهله للعمل كصحفي من خلال الانترنت، ومن أهم مصاد خبرتهم: العمل الصحفي كمراسل، التعليم الإعلامي، والحصول على دورات متخصصة في الإعلام والتصوير والمونتاج، كما أشارت النتائج إلى أن الصحفي المواطن في عينة الدراسة شارك بالعديد من الأحداث سواء كان ذلك بصورة خبر أو رأي أو مقطع فيديو، جاء على رأس تلك الأحداث الثورات العربية وخصوصاً الثورة المصرية وسيول جدة، والضربات والهجمات الإسرائيلية الجوية على غزة.

4. دراسة ميرفت عوف (2015) بعنوان: "المواطن الصحفي وحرية التعبير في فلسطين - غزة"

نموذجاً"⁽³³⁾

سعت الدراسة إلى التركيز على مساهمة صحافة المواطن في تعزيز حرية التعبير ودورها في إثارة وتسليط الضوء على القضايا المجتمعية المختلفة، انطلاقاً مما أتاحتها لجميع المواطنين من فرص للمشاركة في تقديم وصناعة المحتوى الإعلامي، عبر ما توفره من أدوات ومنصات سهلة ومجانية للوصول إلى الجمهور ولإبداء الرأي في مختلف القضايا، بالاعتماد على المنهج المسحي، ومن خلال استخدام ثلاث أدوات للدراسة هي: الاستبيان والمقابلات التي أجرتها مع مجموعة من الإعلاميين والمواطنين الصحفيين فضلاً عن متابعتها صفحات مجموعة من المواطنين الصحفيين كأداة مكملة للتعرف على أنماط السلوك وما يقومون بنشره عبر المنصات التي يستخدمونها، وبينت نتائج الدراسة أنّ (88%) من المبحوثين يرون أنّ صحافة المواطن ساهمت في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كما أظهرت النتائج أنّ دوافع وأهداف المواطنين الصحفيين من وراء نشاطهم هذا متباينة حيث قال (64%) أنّ الهدف من ممارستهم العمل كصحفيين مواطنين هو التعبير عن آرائهم بينما عزا (42%) منهم ذلك إلى "إطلاع الرأي العام العالمي على حقيقة ما يجري في قطاع غزة"، وأشارت النتائج إلى أنّ السبب الأول لاستخدام وسائل صحافة المواطن هو "سهولة العمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها الكبير" بنسبة (74%) من العينة المبحوثة، وكشفت الدراسة أنّ (74%) من المبحوثين استطاعوا (أحياناً) تزويد وسائل الإعلام بأخبار ومعلومات حول الأوضاع في قطاع غزة بينما قال (26%) أنّ المواطن الصحفي زود دائماً وسائل الإعلام بأخبار ومعلومات عن قطاع غزة، وقال (56%) أنّه ساهم في كشف فساد.

5. دراسة نهى عبدالمعطي (2013) بعنوان: "اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة

المواطن على شبكة الإنترنت"⁽³⁴⁾

سعت الدراسة إلى قياس اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت، وإلقاء الضوء على أشكال صحافة المواطن المختلفة، كذلك رصد التغيرات التي أحدثتها صحافة المواطن على الجمهور لسمات ومعايير ثراء المضمون الإعلامي لصحافة المواطن، والتعرف إلى طبيعة الارتباط بين خصائص صحافة المواطن ودورها في تشكيل المجال العام بين الشباب المصري. بالاعتماد على المنهج المسحي، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ هناك توجهاً إيجابياً نحو توظيف المؤسسات الإعلامية للمواطن الصحفي كأحد أدواتها باعتباره مصدراً جديداً للأخبار بنسبة (46.3%)، تلتها اعتباره مكسب لمهنة الصحافة بنسبة (21.8%)، وتطرقنا الدراسة إلى أنّ الثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن ما زالت غير تامة، على الرغم من توفر العديد

من معايير الثراء الإعلامي في صحافة المواطن، ولكن تنحصر هذه المعايير في الجانب المتعلق بالموضوعية والمصداقية وعمق التغطية الإعلامية.

6. دراسة El Semary and Al Khaja (2013) بعنوان: "The Credibility of Citizen

Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati⁽³⁵⁾"

سعت هذه الدراسة الاستكشافية إلى البحث في مسألة مصداقية الصحافة التلفزيونية التقليدية وصحافة المواطن، بالاعتماد على المنهج المسحي، على عينة قوامها (298) من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي الإماراتيين، و(93) من الصحفيين المواطنين، وذلك في شهر ديسمبر من عام (2012)، حيث قام المستطلعين بتقييم مصداقية الصحافة التلفزيونية التقليدية وصحافة المواطن باستخدام مقياس المصداقية والذي يتألف من (12) عنصراً، وأكدت نتائج الدراسة أن مصداقية (الصحفيين المواطنين) في صحافة المواطن أعلى من مصداقية مراسلي التلفزيون، كما بينت النتائج أن مصداقية وسائل الإعلام التقليدية تزيد على حساب مصداقية وسائل الإعلام الجديدة، وأظهرت النتائج أن مصداقية الصحافة التقليدية تتبع من خبرة ذوي المهارات العالية من المراسلين والمحريين، وكذلك عمق التغطية الإخبارية المقدمة من خلال تحليلات الأحداث ومجريات الأمور.

7. دراسة Joy Fang, Traditional media trumps citizen journalism for credibility, Wednesday

citizen journalism for credibility, Wednesday⁽³⁶⁾: Joy Fang (2012)

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مصداقية صحافة المواطن ووسائل الإعلام التقليدية وأجرى الباحث دراسته على عينة بلغت (801) مبحوثاً من طلاب جامعة سنغافورة، أكدت النتائج أن (80%) من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام التقليدية ما تزال تتمتع بثقة أكثر من صحافة المواطن، وأوضح (65.9%) من المبحوثين أنهم يشاركون بكتاباتهم عبر صفحاتهم على الفيس بوك وتويتر. وأكد (58.7%) لا يستخدمون أسماء مستعارة.

8. دراسة فتحية بوغازي (2011) بعنوان: "صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي"⁽³⁷⁾.

هدفت الدراسة إلى معرفة تمثل الصحفي لهويته المهنية في ظل تطور ظاهر "صحافة المواطن"، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الاستطلاعية معتمدة على منهج المسح على عينة بلغت (182) صحفياً من صحفي الصحافة المكتوبة بالجزائر العاصمة. وأكدت نتائج الدراسة أن

(87.4%) من عينة الدراسة يعتبرون المواطن الذي ينشر أخبارًا على شبكة الإنترنت مساعدًا لهم على أداء مهنتهم. كما أشارت النتائج إلى أنّ (57.1%) من المبحوثين يرون أنّهم سيصبحون في المستقبل معالجين للمادة الإعلامية التي يصنعها المواطن. وأكد (62.6%) من عينة الدراسة أنّ المواطن الصحفي لا يقوم بنفس المهام التي يقوم بها الصحفي المحترف.

التعليقات على الدراسات السابقة:

1. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول إشكالية الدراسة وبلورتها.
2. التعرف على الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة، وكيفية الاستفادة منها، وتوظيفها لخدمة الدراسة، والاستفادة من النتائج واستخدامها في مناقشة النتائج التي توصل إليها.
3. اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج المسحي.

تساؤلات وفروض الدراسة:

1. تساؤلات الدراسة:

1. ما معدلات تعرض المبحوثين (عينة الدراسة) لوسائل صحافة المواطنين ؟
2. ما عدد أيام استخدام عينة (الدراسة) لصحافة المواطن ؟
3. ما مدة الاستخدام اليومية لوسائل صحافة المواطن بوجه عام ؟
4. ما فترات استخدام عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن ؟
5. ما هي دوافع استخدام الجمهور الليبي (عينة الدراسة) لوسائل صحافة المواطن ؟
6. ما الموضوعات التي يحرص الجمهور الليبي (عينة الدراسة) على تناولها ومناقشتها؟
7. ما معدلات اعتماد الجمهور الليبي (عينة الدراسة) على صحافة المواطن في الحصول على معلومات .
8. ما معدلات استخدام وسائل صحافة المواطن لدى (عينة الدراسة) ؟
9. ما أساليب تصفح وسائل صحافة المواطن لدى الجمهور الليبي (عينة الدراسة) ؟
10. ما معدلات الثقة في صحافة المواطن لدى الجمهور الليبي (عينة الدراسة) ؟
11. ما مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة المواطن في نشر المعلومات ؟

2. فروض الدراسة:

1. الفرض الأول: توجد فروق دالة احصائياً بين المبحوثين (عينة الدراسة) طبقاً لمتغيراتهم الديمغرافية في درجة اعتمادهم على صحافة المواطن في الحصول على معلومات.
2. الفرض الثاني: توجد فروق دالة احصائياً بين المبحوثين (عينة الدراسة) طبقاً لمتغيراتهم الديمغرافية في معدلات استخدام لصحافة المواطن.
3. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين استخدام وسائل صحافة المواطن ودوافع الاعتماد عليها في الحصول على معلومات.
4. الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين دوافع الاعتماد على صحافة المواطن في الحصول على معلومات والتأثيرات المترتبة عليها.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

1. الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media "مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناتاً من كانوا وأينما كانوا".⁽³⁸⁾

2. شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من الشبكات العالمية متصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور.⁽³⁹⁾

3. وسائل صحافة المواطن:

يقصد بوسائل صحافة المواطن جميع وسائل الإعلام الجديد مثل: شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، والمجموعات الإخبارية، واليوتيوب، والمننديات الاجتماعية، والسياسية، وغيرها.⁽⁴⁰⁾

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث ما، وهي اعتماد الجمهور الليبي على صحافة المواطن في الحصول على معلومات بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي الذي يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام، والذي يعد

الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات، عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة، بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها.⁽⁴¹⁾

ومنهج المسح الإعلامي: هو جهد علمي منظم يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، لفترة زمنية كافية للدراسة.⁽⁴²⁾ وذلك من خلال استخدام منهج المسح الذي اعتمد على أسلوب المسح بالعينة لعينة من الجمهور الليبي وذلك لصعوبة الحصر الشامل لجميع مفردات المجتمع الليبي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الليبي القاطن بمدينة طرابلس "عاصمة ليبيا" والبالغ عددهم حوالي (200,000، 2نسمة) حسب تعداد السكان العام للعام 2018⁽⁴³⁾ أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم اختيار (400) مفردة بأسلوب العينة المتاحة وذلك نظرًا لتشابه سمات مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول إلى كل مجتمع الدراسة وقد تم تحديد الفئة العمرية من 18 سنة فما فوق في العينة المتاحة للدراسة.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة من العينة المبحوثة، وقد تكون من محاور، شكلت ما مجموعه (12) سؤالاً.

قياس الثبات والصدق:

لقياس صدق الاستمارة تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري، من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين (*) الذين قرروا أنّ الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وأشاروا إلى بعض التعديلات التي تم ادخالها على نموذج الاستبيان لتحقيق أهداف الدراسة. ولقياس ثبات البيانات، استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار Test Reset على عينة عشوائية من (40) مبحوثاً بواقع (10%) من العينة، وذلك بعد أسبوعين من تجميع البيانات، ثم استخدم معامل الثبات ألفا Alpha حيث بلغت قيمته (88%) وهي نسبة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد مراجعة بيانات الاستمارة يدويًا تم ترميز البيانات، وتم ادخالها إلى الحاسب الآلي، ومن ثمّ تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لمعالجة البيانات احصائيًا واستخراج النسب المئوية.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

وتتضمن نتائج الدراسة الميدانية والتي تمّ إجراءها على (400) مبحوث من الجمهور الليبي من مستخدمي صحافة المواطن وموضوعاتها.

1. توصيف عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية:

جدول رقم (1) يبين خصائص أفراد العينة الديموغرافية والمهنية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	200	50%
	أنثى	200	50%
الفئة العمرية	18-29	192	48%
	30-39	123	30,7%
	40 سنة فأكثر	85	21,2%
المستوى التعليمي	متوسط	306	76,5%
	جامعي	17,5%	6%
	دراسات عليا	24	6%
الوظيفة	طالب	195	48,7%
	موظف	177	44%
	أعمال حرة	28	7%
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	مرتفع	23	5,7%
	متوسط	311	77,7%
	منخفض	66	16,5%

تشير بيانات الجدول (1) إلى أنّ نسبة الذكور من المجموع الكلي للعينة بلغت (50%) ونسبة الإناث (50%) وأنّ نسبة المبحوثين الذين كانت أعمارهم من 18-29 سنة بلغت 48% ونسبة الفئة العمرية 30-39 (30,7%) ونسبة الفئة العمرية ممّن كانت أعمارهم 40 سنة فأكثر (21,2%).

ونسبة من كان مستواهم التعليمي متوسط (76,5%) ونسبة جامعي (17,5%) ونسبة شهادات عليا (6%) ونسبة من كانت مهنتهم طالب (48,7%) ونسبة موظف حكومي (44,2%) ونسبة من كان مستواهم الاقتصادي مرتفع بلغت (5,7%) ومتوسط (77,7%) ومنخفض (16,5%).

2. معدلات تعرض عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن:

يوضح الجدول التالي رقم (16) توزيع عينة الدراسة من مستخدمي وسائل صحافة المواطن

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات استخدام وسائل صحافة المواطن

المجموع		الإناث		الذكور		النوع معدلات الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
78	312	75	150	81	162	دائماً
20.5	82	23	46	18	36	أحياناً
2.5	10	2	4	3	6	نادراً
المجموع		200		200		

$$\text{كا}^2 = 2.523 \text{ و } 2 = \text{درجة الحرية} = 2, \text{ مستوى المعنوية} = 0.284$$

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- استخدم جميع أفراد عينة الدراسة وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات، حيث أن العينة سحبت عمدياً من مستخدمي هذه الشبكات، وتوزع معدلات استخدامهم على ثلاث درجات هي: الاستخدام دائماً (78%)، الاستخدام أحياناً (20.5%)، والاستخدام نادراً (2.5%).

- أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في استخدامهم لوسائل صحافة المواطن طبقاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.284).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة محمود حمدي (2009)، والتي توصلت الي ان (61%)، من عينة الدراسة يستخدمون الانترنت بانتظام وتتقارب معدلات الاستخدام لدى كل من الذكور والاناث. (44)

3. عدد أيام استخدام عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن:

يوضح الجدول التالي رقم (3) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد أيام استخدامهم لوسائل صحافة المواطن.

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد استخدامهم أيام لوسائل صحافة المواطن

النوع			الذكور			الإناث			المجموع
عدد أيام الاستخدام			ت	%	ك	ت	%	ك	ت
يوميًا			1	62	124	1	61	122	246
ست إلى خمس أيام			3	14	28	3	6.5	13	41
أربع إلى ثلاث أيام			5	2.5	5	3	6.5	13	18
يومان أو يوم واحد			4	5.5	11	5	0.5	1	12
حسب الظروف			2	16	32	2	25.5	51	83
المجموع			200			200			400

$$K^2 = 18.512, \text{ درجة الحرية} = 4, \text{ مستوى المعنوية} = 0.001$$

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يستخدم وسائل صحافة المواطن يوميًا (61%) من عينة الدراسة، وتراوح عدد أيام الاستخدام عند باقي المبحوثين بين الاستخدام من ست إلى خمس أيام (10.3%)، ومن أربع إلى ثلاث أيام (4.5%)، ومن يومين إلى يوم واحد (3%)، وحسب الظروف (7 و20%).

- وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في عدد أيام استخدامهم لوسائل صحافة المواطن، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.001) وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.217).

4. مدة الاستخدام اليومية لوسائل صحافة المواطن بوجه عام:

يوضح الجدول التالي رقم (4) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدة الاستخدام لوسائل صحافة

المواطن

جدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدة الاستخدام اليومية لوسائل صحافة المواطن

النوع			الذكور			الإناث			المجموع
مدة الاستخدام			ت	%	ك	ت	%	ك	ت
أقل من ربع ساعة			4	2	6	7	2.5	5	9
ربع - نصف ساعة			8	4	7	5	5.5	11	19
نصف ساعة			23	11.5	5	4	10	20	43
ساعة - ساعتين			72	33.5	1	1	34	68	140
3 ساعات			27	13.5	3	6	5	10	37
4 ساعات			25	12.5	4	2	29.5	59	84
5 ساعات فأكثر			41	20.5	2	3	13.5	27	68
المجموع			200			200			400

كا² = 26.286، درجة الحرية = 6، مستوى المعنوية = 0.00

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد ساعات الاستخدام اليومية لدى عينة الدراسة - بالترتيب - هي: من ساعة إلى ساعتين (35%)، أربع ساعات (21%)، خمس ساعات فأكثر (17%)، نصف ساعة (10.8%)، ثلاث ساعات (9.3%)، ربع - نصف ساعة (4.8%)، وأقل من ربع ساعة (2و2%).

- وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام اليومية لوسائل صحافة المواطن حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.00) وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.059).

5. فترات استخدام عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن:

يوضح الجدول التالي رقم (5) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً للنوع وفترات استخدامهم لوسائل صحافة المواطن.

جدول رقم (5)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً للنوع وفترات استخدامهم لوسائل صحافة المواطن

مستوى المعنوية	كا ²	المجموع			الإناث			الذكور			النوع / فترات الاستخدام
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.618	0.255	3	56	224	3	48	96	3	64	128	الفترة الصباحية
0.776	0.081	4	14.5	58	4	15	30	4	14	28	فترة الظهيرة
1.335	0.92	5	7.3	29	5	6	12	5	8.5	17	فترة العصر
0.061	3.823	1	77	308	2	83	166	2	71	142	فترة المساء
0.001	11.527	1	61.8	247	1	53.5	107	1	70	140	فترة السهرة
			400			200			200		جملة من سئلوا

* درجة الحرية = 1 لكل فترة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم فترات الاستخدام - بالترتيب - هي: فترة المساء (77%) تليها فترة السهرة (8و61%) ثم الفترة الصباحية (56%)، فترة الظهيرة (14.5%)، وفترة العصر (7.3%).
- أوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث في استخدامهم لوسائل صحافة المواطن خلال الفترة المسائية لصالح الإناث وذلك لتوافر حرية أكبر في مجتمعاتنا للذكور لقضاء وقت فراغهم ليلاً خارج المنزل مقارنة بالإناث حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية

(0.061) وهى علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.096)، كما توجد فروق في فترات الاستخدام خلال فترة السهرة لصالح الذكور حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.001) وهى علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.180).

6. دوافع استخدام الجمهور الليبي (عينة الدراسة) لوسائل صحافة المواطن

جدول رقم (6) دوافع استخدام الجمهور الليبي (عينة الدراسة) لوسائل صحافة المواطن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جداً		الموافقة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,99	4	1,5	6	4,7	19	7,5	30	5,7	23	80,5	322	1. تعوضني عن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات
1,14	2	0,7	3	1,5	6	49,5	198	4,7	19	43,5	174	2. وسيلة مهمة للتعبير عن أفكارى وأرائى الشخصية
1,29	2	0,7	3	4	16	49,5	198	4,2	17	41,5	166	3. تساعدني في التعرف على أفكار وثقافة الآخرين
1,10	3	1	4	4,2	17	9,5	38	5,7	23	79,5	318	4. سهولة البحث عن معلومات
1,24	4	5,7	23	12	48	22,2	89	16	64	44	176	5. الاسترخاء وملء وقت الفراغ
1,03	2	11,2	45	11,2	45	42,5	170	4,2	17	30,7	123	6. تساعدني في تكوين صداقات جديدة مع الآخرين
1,17	2	4,2	17	8	32	19	76	10,5	42	35,7	223	7. تساعدني على المشاركة في الأنشطة المجتمعية
1,07	2	4,7	19	3,7	15	26	104	43,5	174	22	88	8. مميزات بإرسال التعليقات والصور من الفيديو من أبرز مميزات صحافة المواطن
1,08	3	1,5	6	9,2	37	7,5	30	5,2	21	72,2	289	9. تتيح التفاعل مع ما ينشر والمشاركة السياسية والاجتماعية
1,21	2	10	40	10	40	9,2	37	5,7	23	65	260	10. تتيح لي إجابات مختلفة للعديد من التساؤلات

- تشير بيانات الجدول السابق رقم (6) حول دوافع استخدام المبحوثين لوسائل صحافة المواطن أن دافع "تعويض عن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات" جاء في الترتيب الأول وبنسبة (80,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا الدافع (0,99) عند متوسط حسابي (4) تلاه دافع "سهولة البحث عن معلومات" حيث بلغت درجة الانحراف المعياري (1,10) وبنسبة (79,5%).

وجاء دافع "تتيح لي التفاعل مع ما ينشر والمشاركة السياسية والاجتماعية في الترتيب الثالث وبنسبة بلغت (72,1%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري (1,08) وبينت النتائج أن الدوافع المنفعية هي التي تقف وراء استخدامهم لوسائل صحافة المواطن حيث جاء دافع "تتيح لي إجابات مختلفة للعديد من التساؤلات" في المرتبة الرابعة في فئة بدرجة كبيرة جداً وبنسبة (65%).

ودافع "تساعدني على المشاركة في الأنشطة المجتمعية" بنسبة (55,7%) في حين انخفضت الدوافع الطقوسية التي تقف وراء الاستخدام حيث جاء دافع استخدام وسائل صحافة المواطن بغرض الاسترخاء وملء وقت الفراغ بنسبة بلغت (44%) في فئة بدرجة كبيرة جداً في حين (16%) يستخدمونها بدرجة كبيرة لتحقيق هذه المنفعة.

وجاء دافع "وسيلة مهمة للتعبير عن أفكارى وأرائى الشخصية" في الترتيب السابع وبنسبة (43,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا الدافع (1,14) عند متوسط حسابي (2) تلاه دافع "تساعدني في التعرف على أفكارى وثقافة الآخرين" في الترتيب الثامن وبنسبة (41,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا الدافع (1,29) عند متوسط حسابي (2)، تلاه دافع "تساعدني في تكوين صداقات جديدة مع الآخرين" وبنسبة (30,7%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا الدافع (1,03) عند متوسط حسابي (2).

أمّا الترتيب العاشر والأخير فجاء لدافع ارسال التعليقات والصور من الفيديو من أبرز مميزات صحافة المواطن وبنسبة (22%) فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا الدافع (1,07) عند متوسط حسابي (2).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة علياء عبدالفتاح (2007) والتي توصلت إلى أن الدوافع النفعية جاءت في المرتبة الأولى في التعامل مع الانترنت تلتها الدوافع الطقوسية.⁽⁴⁵⁾

7. الموضوعات التي يحرص الجمهور الليبي (عينة الدراسة) على تناولها ومناقشتها:

جدول رقم (7) يوضح الموضوعات التي يحرص الجمهور الليبي على تناولها ومناقشتها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جداً		الموافقة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1,31	3	2	8	7	28	30,7	123	10,5	42	49,7	199	1. شؤون التعليم
1,37	2	7,5	30	4,5	18	52,7	211	31,5	126	8,7	35	2. المجتمع المحلي "شؤون البلديات"
1,22	2	5,2	21	9,5	38	28,7	115	19	76	37,5	150	3. شؤون الصحة
1,26	3	2,7	11	5	20	20	80	14	56	58,5	233	4. الاقتصاد الليبي
1,40	2	7,5	30	8,5	34	24,5	98	53	212	6,5	26	5. شؤون شخصية (خاصة)
1,20	2	6,7	27	15	60	17,2	69	19,5	78	41,5	166	6. انقطاع الكهرباء
1,19	2	0,7	3	6,5	26	30	120	58,2	233	7,5	30	7. انقطاع المياه
1,26	2	4	16	10	40	22	88	55,2	221	9,2	37	8. البنية التحتية
1,18	3	0,5	2	2	8	3,5	14	16,5	66	79	316	9. الأمن والسلم الاجتماعي في ليبيا
1,35	3	2,7	11	10	40	50,2	201	31,5	126	5,5	22	10. صور ومنشورات التاريخ الليبي

- تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أنّ الموضوعات المتعلقة بالأمن والسلم الاجتماعي في ليبيا جاءت في المرتبة الأولى على سلم أولويات المبحوثين من ناحية مناقشتها وتناولها عبر وسائل صحافة المواطن وبنسبة بلغت (79%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,18 درجة).

تلاها من حيث التداول والمناقشة الموضوعات التي لها علاقة بشؤون الاقتصاد الليبي وبنسبة كبيرة جداً بلغت (58,5%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري بلغ (1,26). ثم جاءت الموضوعات المتعلقة بشؤون التعليم في الترتيب الثالث وبنسبة (49,7%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لها (1,31).

تلاها الموضوعات المتعلقة بشؤون انقطاع الكهرباء وبنسبة (41,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لها (1,20) ثم جاءت موضوعات شؤون الصحة في المرتبة الخامسة وبنسبة بلغت (37,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,22)، ثم جاءت الموضوعات المتعلقة بالبنية التحتية في المرتبة السادسة وبنسبة بلغت (9,2%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,26)، وجاءت الموضوعات المتعلقة بالمجتمع المحلي "شؤون البلديات" في الترتيب السابع وبنسبة كبيرة جداً بلغت (8,7%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري بلغ (1,37).

فيما جاءت الموضوعات المتعلقة بانقطاع المياه في الترتيب الثامن بنسبة بلغت (7,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,19) تلاها الموضوعات المتعلقة بالشؤون الشخصية "الخاصة" بنسبة (6,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,40) وجاءت الموضوعات المتعلقة بصور ومنشورات التاريخ الليبي في الترتيب العاشر والأخير وبنسبة (5,5%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذه الموضوعات (1,35).

8. معدلات الاعتماد على وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات:

يوضح الجدول التالي رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات اعتمادهم على وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات.

جدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات اعتمادهم على وسائل صحافة المواطن

النوع			الذكور			الإناث			المجموع
معدلات الاعتماد			ت	%	ك	ت	%	ك	ت
اعتمد عليها بدرجة كبيرة			2	27	54	2	30	60	2
اعتمد عليها بدرجة متوسطة			1	53	106	1	49.5	99	1
اعتمد عليها بدرجة قليلة			3	20.5	40	3	20.5	41	3
المجموع			200			200			400

$$\text{كا}^2 = 0.786, \text{ درجة الحرية} = 2, \text{ مستوى المعنوية} = 0.696$$

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات اعتماد عينة الدراسة على صحافة المواطن على: الاعتماد بدرجة كبيرة (28.5%)، الاعتماد بدرجة متوسطة (51.2%)، والاعتماد بدرجة قليلة (20.2%).
- وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة احصائياً بين الذكور والإناث في معدلات اعتمادهم على وسائل صحافة المواطن حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.696)

9. معدلات استخدام وسائل صحافة المواطن لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (9) توزيع إجابات المبحوثين من الجمهور الليبي عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات استخدام وسائل صحافة المواطن.

جدول رقم (9)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات استخدام وسائل صحافة المواطن

مستوى المعنوية	كا	المجموع		الإناث			الذكور			النوع الوسيلة ومعدلاتها
		%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.298	3.684	87	360	1	86	172	1	94	188	دائماً
		8	32	2	11.5	23	2	4.5	9	أحياناً
		1.3	5	4	1	2	3	1.5	3	نادراً
		0.8	3	3	1.5	3	-	-	-	لا
0.018	10.354	54.3	217	1	46.5	93	1	62	124	دائماً
		33	132	2	37.5	75	2	28.5	57	أحياناً
		4.3	87	4	5	10	4	3.5	7	نادراً
		8.5	34	3	11	22	3	6	12	لا
0.055	8.042	16	64	4	13.5	27	2	18.5	37	دائماً
		28.5	114	2	24	48	1	33	66	أحياناً
		20.5	82	3	22.5	45	2	18.5	37	نادراً
		35	140	1	40	80	4	30	60	لا
0.012	0.825	5	20	4	4.5	9	4	5.5	11	دائماً
		15.8	63	3	16	32	3	15.5	31	أحياناً
		23	92	2	21.5	43	2	24.5	49	نادراً
		56.3	225	1	58	116	1	54.5	109	لا
		400		200		200				المجموع

* درجة الحرية = 3 لكل شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أهم وسائل صحافة المواطن التي يستخدمها المبحوثين عينة الدراسة - بالترتيب - هي: الفيسبوك، يوتيوب، تويتر، المدونات.
- أوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث في استخدامهم لليوتيوب حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.018) وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.141)، كما توجد فروق بين الذكور والإناث في استخدامهم لتويتر حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.055) وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.164).
- أوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق بين المبحوثين في استخدامهم للمدونات حيث بلغت فيه مستوى المعنوية (0.012)، وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.081)

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد العزيز طه حول ارتفاع معدلات تعرض لشباب لموقع Facebook كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية بنسبة فاقت (70%).⁽⁴⁶⁾

10. أساليب تصفح وسائل صحافة المواطن:

يوضح الجدول التالي رقم (10) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع وأساليب تصفح وسائل صحافة المواطن.

جدول رقم (10)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع وأساليب تصفح وسائل صحافة المواطن

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أشارك وأعلق	130	65	106	53	236	59
قراءة العناوين والتعليقات فقط	41	20.5	62	31	103	25.7
قراءة العناوين فقط	29	14.5	32	16	61	15.2
المجموع	200		200		400	

$$كا^2 = 2.188، درجة الحرية = 2، مستوى المعنوية = 0.345$$

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أن أساليب تصفح عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن - بالترتيب - هي: أشارك بفاعلية وعلق على المواقع (59%)،، واكتفى بقراءة العناوين والتعليقات دون مشاركة بنسبة (25.7%)، واكتفى بقراءة العناوين فقط (15.2%).
- وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين في أسلوب تصفحهم وسائل صحافة المواطن طبقاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة مستويات المعنوية (0.345) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

11. معدلات الثقة في صحافة المواطن لدى عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (11) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات الثقة في صحافة المواطن لديهم

جدول رقم (11)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات الثقة في صحافة المواطن لديهم

النوع			الذكور			الإناث			المجموع
معدل الثقة في صحافة المواطن	ك	%	ك	%	ت	ك	%	ت	ك
اثق بها بدرجة متوسطة	152	76	1	148	74	1	300	75	1
اثق بها بدرجة محدودة	38	19	2	41	20.5	2	79	19.8	2
المجموع	200		200			200			400

كا² = 0.286، درجة الحرية = 6، مستوى المعنوية = 0.866

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن معدلات الثقة في مضمون صحافة المواطن هي: اثق بها بدرجة كبيرة (2 و5%)، اثق بها بدرجة متوسطة (75%)، واثق بها بدرجة محدودة (19.8%).
- وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً في معدلات الثقة في صحافة المواطن طبقاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة المعنوية (0.866)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة نهى عبد المعطي 2014 والتي توصلت إلى أن الثقة

في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن مازالت غير تامة (47).

12- مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة المواطن في نشر المعلومات

جدول رقم (12) يوضح مقترحات المبحوثين لتطوير أداء صحافة المواطن في نشر المعلومات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جداً		الموافقة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1,00	2	2	8	7,5	30	9	36	30,7	123	50,7	203	1. رفع كفاءة شبكة الانترنت وخدماتها
0,94	1	95	2	1	4	16,5	66	30	120	52	208	2. إصدار قانون أو ميثاق للإعلام الإلكتروني
1,16	2	0,7	3	20,2	81	32,5	130	28	112	19,2	77	3. تنفيذ ورش عمل تبرز الدور التنموي لصحافة المواطن
0,98	1	5,7	23	7,5	30	33,2	133	29	116	24,5	98	4. تدريب وتعليم فئات المجتمع على هذه الوسائل
1,03	2	3,7	15	10	40	24,5	98	31,7	127	30	120	5. الحرص على المصداقية في عرض المعلومات
1,12	2	10	40	2,2	9	291	116	30	48	28,7	115	6. البعد عن التشهير بالأشخاص والمؤسسات
1,06	2	5	20	6	24	16	64	40,5	162	32,5	130	7. تفعيل مبدأ حرية نشر المعلومات

- تشير بيانات الجدول السابق إلى العديد من المقترحات التي يرى المبحوثون أنها تسهم في تطوير أداء صحافة المواطن في نشر المعلومات حيث جاء في مقدمتها إصدار قانون أو ميثاق للإعلام الإلكتروني وبنسبة (52%) في فئة كبيرة جداً وبلغ الانحراف المعياري لهذا المقترح (0,94)، تلاه رفع كفاءة شبكة الانترنت وخدماتها حيث بلغت درجة الانحراف المعياري (1) وبنسبة (50,7%) وجاء مقترح تفعيل مبدأ حرية نشر المعلومات في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (32,5%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري (1,06) وجاء الحرص على المصداقية في عرض المعلومات في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (30%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري (1,03)، تلاها البعد عن التشهير بالأشخاص والمؤسسات في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (28,5%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري (1,12) وجاء في الترتيب السادس تدريب وتعليم فئات المجتمع على هذه الوسائل بنسبة بلغت (24,5%) في فئة كبيرة جداً وانحراف معياري (0,98) وأخيراً جاءت مقترحات تنفيذ ورش عمل تبرز الدور التنموي لصحافة المواطن في الترتيب السابع والأخير في فئة كبيرة جداً بنسبة بلغت (19,2%) عند درجة انحراف (1,16).

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق دالة احصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية في درجة اعتمادهم على صحافة المواطن في الحصول على معلومات.

جدول رقم (13)

اختبار "ت" أو "ف" للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للمتغيرات الديموغرافية ودرجة اعتمادهم على صحافة

المواطن في الحصول على معلومات

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت أو ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ت	المتغير	المتغيرات الديموغرافية الاعتماد	
							النوع	الاعتماد على صحافة المواطن
0.279	398	1.086	2.01	8.41	200	الذكور		
			2.31	8.18	200	الإناث		
0.758	2، 397	0.278	2.32	8.22	131	المنخفض	المستويات الاقتصادية الاجتماعية	
			2.12	8.26	148	المتوسط		
			2.06	8.41	121	المرتفع		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في اعتمادهم على صحافة المواطن في الحصول على المعلومات حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.279) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

- وأظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية الاجتماعية في استخدامهم لصحافة المواطن ونرفض بذلك الفرض، ويرجع ذلك إلى انتشار استخدام صحافة المواطن بغض النظر عن اختلاف المتغيرات الديموغرافية.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة احصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم

الديموغرافية في معدلات استخدامهم لصحافة المواطن في الحصول على معلومات.

جدول رقم (14)

اختباري "ت" و"تحليل التباين One Way ANOVA" للفروق بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للمتغيرات

الديموغرافية ومعدلات استخدامهم لصحافة المواطن في الحصول على معلومات

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت أو ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ت	المتغير	المتغيرات الديموغرافية معدلات استخدامهم	
							النوع	معدلات صحافة المواطن
0.889	398	-0.146	1.81	6.53	200	الذكور		
			1.69	6.55	200	الإناث		
0.026	2، 397	3.873	1.60	6.24	131	المنخفض	المستويات الاقتصادية الاجتماعية	
			1.86	6.52	148	المتوسط		
			1.73	6.83	121	المرتفع		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدلات استخدامهم لصحافة المواطن في الحصول على معلومات، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.889) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وأظهر استخدام اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.026) وهي قيمة دالة إحصائياً لصالح المبحوثين من المستوى المرتفع ونقبل بذلك الفرض جزئياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل صحافة المواطن ودوافع الاعتماد عليها في الحصول على معلومات.

جدول رقم (15)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام وسائل صحافة المواطن ودوافع الاعتماد عليها في الحصول على معلومات

الدوافع						الدوافع استخدام
التوجيه		التسلية		الفهم		
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.126	0.079	0.018	0.123	0.00	0.235	استخدام صحافة المواطن للحصول على المعلومات
400						ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام صحافة المواطن للحصول على معلومات وكل من دافعي الفهم والتسلية، وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.235، 0.123) على التوالي، ونقبل بذلك الفرض جزئياً.

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع الاعتماد على وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات والتأثيرات المترتبة عليها.

جدول رقم (16)

معامل بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع الاعتماد على وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات والتأثيرات المترتبة عليها

الدوافع						التأثيرات
التوجيه		التسلية		الفهم		
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
0.00	0.346	0.091	0.085	0.00	0.442	المعرفة
0.00	0.328	0.00	0.326	0.00	0.368	الوجدانية
0.00	0.424	0.011	0.129	0.00	0.594	السلوكية
400						ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين دافع التسلية والتأثيرات المعرفية، بينما توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين دافع التسلية والتأثيرات السلوكية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.129)، وتوجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بقية الدوافع والتأثيرات محل الدراسة حيث بلغت قيم معامل بيرسون (0.442، 0.368، 0.594، 0.326، 0.346، 0.424) على التوالي. ونقبل بذلك الفرض جزئياً.

ثانياً: خاتمة الدراسة:

تضمنت الخاتمة مناقشة لأهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة، إضافة إلى مقترحات الدراسة.

أولاً: مناقشة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وهي كما يلي:

1. استخدم جميع أفراد عينة الدراسة وسائل صحافة المواطن في الحصول على معلومات، حيث أن العينة سحبت عمدياً من مستخدمي هذه الشبكات، وتتنوع معدلات استخدامهم على ثلاث درجات هي: الاستخدام دائماً (78%)، الاستخدام أحياناً (20.5%)، والاستخدام نادراً (2.5%).
2. يستخدم وسائل صحافة المواطن يومياً (61%) من عينة الدراسة، وتراوحت عدد أيام الاستخدام عند باقي المبحوثين بين الاستخدام من ست إلى خمس أيام (10.3%)، ومن أربع إلى ثلاث أيام (4.5%)، ومن يومين إلى يوم واحد (3%)، وحسب الظروف (7 و20%).
3. أوضحت النتائج العامة أن عدد ساعات الاستخدام اليومية لدى عينة الدراسة - بالترتيب - هي: من ساعة إلى ساعتين (35%)، أربع ساعات (21%)، خمس ساعات فأكثر (17%)، نصف ساعة (10.8%)، ثلاث ساعات (9.3%)، ربع - نصف ساعة (4.8%)، وأقل من ربع ساعة (2 و2%).

4. أهم فترات الاستخدام - بالترتيب - هي: فترة المساء (77%) تليها فترة السهرة (8 و61%) ثم الفترة الصباحية (56%)، فترة الظهيرة (14.5%)، وفترة العصر (7.3%).
5. أوضحت نتائج الدراسة حول دوافع استخدام المبحوثين لوسائل صحافة المواطن ان الدوافع المنفعية هي التي تقف وراء استخدامهم لوسائل صحافة المواطن حيث جاء دافع "تعويض عن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات" في الترتيب الأول وبنسبة (80,5%) تلاه دافع "سهولة البحث عن معلومات" وبنسبة (79,5%).
- وجاء دافع "تتيح لي التفاعل مع ما ينشر والمشاركة السياسية والاجتماعية في الترتيب الثالث وبنسبة بلغت (72,1%) وبينت النتائج أن حيث جاء دافع "تتيح لي إجابات مختلفة للعديد من التساؤلات" في المرتبة الرابعة في فئة بدرجة كبيرة جداً وبنسبة (65%).
- في حين انخفضت الدوافع الطقوسية التي تقف وراء الاستخدام حيث جاء دافع استخدام وسائل صحافة المواطن بغرض الاسترخاء وملء وقت الفراغ بنسبة بلغت (44%) في حين (16%) يستخدمونها بدرجة كبيرة لتحقيق هذه المنفعة.
6. بينت نتائج الدراسة ان الموضوعات المتعلقة بالأمن والسلم الاجتماعي في ليبيا جاءت في المرتبة الأولى على سلم أولويات المبحوثين من ناحية مناقشتها وتداولها عبر وسائل صحافة المواطن وبنسبة بلغت (79%). تلاها من حيث التداول والمناقشة الموضوعات التي لها علاقة بشؤون الاقتصاد الليبي وبنسبة كبيرة جداً بلغت (58,5%). ثم جاءت الموضوعات المتعلقة بشؤون التعليم في الترتيب الثالث وبنسبة (49,7%) تلاها الموضوعات المتعلقة بشؤون انقطاع الكهرباء وبنسبة (41,5%) ثم جاءت موضوعات شؤون الصحة في المرتبة الخامسة وبنسبة بلغت (37,5%).
7. تتوزع معدلات اعتماد عينة الدراسة على صحافة المواطن على: الاعتماد بدرجة كبيرة (28.5%)، الاعتماد بدرجة متوسطة (51.2%)، والاعتماد بدرجة قليلة (20.2%).
8. أهم وسائل صحافة المواطن التي يستخدمها المبحوثين عينة الدراسة - بالترتيب - هي: الفيسبوك، يوتيوب، تويتر، المدونات.
9. أن أساليب تصفح عينة الدراسة لوسائل صحافة المواطن - بالترتيب - هي: أشارك بفاعلية وعلق على المواقع (59%)، واكتفى بقراءة العناوين والتعليقات دون مشاركة بنسبة (7 و25%)، واكتفى بقراءة العناوين فقط (2 و15%).

10. أوضحت النتائج العامة أن معدلات الثقة في مضمون صحافة المواطن هي: اثق بها بدرجة كبيرة (25%)، اثق بها بدرجة متوسطة (75%)، واثق بها بدرجة محدودة (19.8%).

11. بينت نتائج الدراسة فيما يخص المقترحات التي يرى المبحوثين انها تسهم في تطوير أداء صحافة المواطن في نشر المعلومات ان مقترح إصدار قانون أو ميثاق للإعلام الالكتروني جاء في الترتيب الاول وبنسبة (52%). تلاه رفع كفاءة شبكة الانترنت وخدماتها حيث بلغت درجة وبنسبة (50,7%) وجاء مقترح تفعيل مبدأ حرية نشر المعلومات في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (32,5%) وجاء الحرص على المصادقية في عرض المعلومات في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (30%). تلاها البعد عن التشهير بالأشخاص والمؤسسات في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (28,5%).

نتائج اختبارات الفروض:

- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في اعتمادهم على صحافة المواطن في الحصول على المعلومات حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.279) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

- واطهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية الاجتماعية في استخدامهم لصحافة المواطن ونرفض بذلك الفرض، ويرجع ذلك إلى انتشار استخدام صحافة المواطن بغض النظر عن اختلاف المتغيرات الديموغرافية.

- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدلات استخدامهم لصحافة المواطن في الحصول على معلومات ، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.889) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، واطهر استخدام اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.026) وهي قيمة دالة إحصائياً لصالح المبحوثين من المستوى المرتفع ونقبل بذلك الفرض جزئياً.

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام صحافة المواطن للحصول على معلومات وكل من دافعي الفهم والتسلية، وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.235)، (0.123) على التوالي، ونقبل بذلك الفرض جزئياً.

وجود علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين دافع التسلية والتأثيرات المعرفية، بينما توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين دافع التسلية والتأثيرات السلوكية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون

(0.129)، وتوجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بقية الدوافع والتأثيرات محل الدراسة حيث بلغت قيم معامل بيرسون (0.442، 0.368، 0.594، 0.326، 0.346، 0.328، 0.424) على التوالي. ونقبل بذلك الفرض جزئياً.
توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بضرورة ما يأتي:

1. التوسع بإجراء الدراسات العلمية في مجال صحافة المواطن، كونها وسيلة إعلامية حديثة ومتميزة من أجل تحديد النواحي الايجابية في عملها لغرض تطويرها وتحديد النواحي السلبية من أجل تلافيتها والعمل على معالجتها مستقبلاً.
2. عقد ورشات عمل تدريبية من قبل المؤسسات الإعلامية للمواطن الصحفي ليتمكن من خلالها التدريب على أصول مهنة الصحافة، وكيفية التعامل مع المعدات والأجهزة الخاصة، وكيفية التواصل الصحيح مع الجمهور، ووسائل الإعلام التقليدية.
3. تطوير صحافة المواطن وتحسين أدائها لما حققت من قدره على تعزيز حرية الرأي والتعبير، وإيلائها أهمية خاصة كونها جزء لا يتجزأ من الإعلام الجديد الذي تفوق على الإعلام التقليدي واستقطاب جماهير كبيرة فضلاً عن دورها الذي أعطى المواطن شعور أنه جزء من صناعة الحدث.
4. ضرورة الاستفادة من قدرات المواطن الصحفي، وحث المؤسسات الإعلامية على تبني هذه القدرات من خلال تدريبه على أخلاقيات العمل الصحفي وحقوق النشر وخصوصيته، وتطوير سياسات حديثة تتضمن مجموعة من القواعد التي تنظم التعامل مع إعلام المواطن والاستفادة مما يقدمه من مضامين ويما يبسر اتخاذ القرار المهني الأخلاقي وفقاً لهذه القواعد المنظمة والمعلنة.

المراجع:

1. بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. عالم الكتب. الطبعة الأولى. القاهرة. 2008. ص 148.
2. حسني نصر وسائل الإعلام الجديدة: أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج للصحافة الإلكترونية. (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2013) ص 121.

3. Wunsch-Vincent, S., Vickery, G. (2006), "Participated web: user – creatent", available at: www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf (accessed August 30, 2007).
4. Faculty of information and media studies at the University of western Ontario (FIMs UGC Research Team), Mobilizing user generated content for Canada's digital advantage, prepared for social sciences and Humanities Research Council of Canada, 2010, P.10.
5. سيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (2) مجلد 9، 2008م، ص. 18.
6. Prescott, L. (2007), "How user – generated media got big?", at: www.imediaconnection.com/content/13271.asp.
7. شريف اللبان/ الفيس بوك والإعلام البديل، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر "الفيس بوك والشباب" (القاهرة: برنامج المجتمع المدني مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، 2009م). ص 12.
8. Lanchester, J, (2006), "A bigger", available www.guardian.co.uk/weekend/story/0,1937496,00.html (accessed October 20, 2007).
9. عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009، ص 121.
10. عبدالناصر عبدالعال، الديمقراطية المحمولة: الخلوي يصنع صحافة المواطنين، مقال منشور، صحيفة الحياة بتاريخ 2014/01/01م، متوفر على www.daralhayat.com
11. عباس صادق، مرجع سابق، ص 126.

12. علي الأمير، "الصورة الذهنية لصحافة المواطن لدى النخبة الإعلامية". بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الرابع "الاتصال الرقمي في زمن المكاشفة". أريد: جامعة اليرموك. 2014م، ص 7.
13. محمد، محمد عبدالحكيم، مدى اعتماد الشباب الجامعي على إعلام المواطن وعلاقته بمستوى معرفة الأحداث المصرية الجارية في أوقات الأزمات منشور، في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (1)، أبريل/ مايو، 2013م.
14. Nip, j., 2006, Exploring the second phase of public journalism, articl–Journalism Studies, available online at: <http://Jornalsonline.tandff.co.uk.html>>2006. Accessed Apr. 2014.
15. Et "Public des Journalistes Responsabilite: Jean–Francois: TETU Journalism" http://www.Journalismsicomunicare.eu/rrjc/gratis/4_2008_TETU_responsab.ilite public Journalism.pdf
16. حمداوي عزو رمضان خماسية، "صحافة المواطن والإعلام التقليدي .. علاقة تكامل أم تنافس؟" متاح على <http://manifest.univ-ouargla.dz> 2015م.
17. The Ucla Internet Report 2001, "Surveying the Digital Future", ucla Center for Communication Policy, P33.
18. حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، (الكويت : مكتبة الفلاح، ص 74.
19. Deuz M., Online Journalism: Modeling the First Generation of News Media on the World Wide Web First Monday. Op. Cit.
- انظر أيضًا عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص.ص. 190-192.
20. إبراهيم بعزیز: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، بحث منشور في المجلة التونسية لبحوث الإعلام، العدد 12، أبريل 2019م، ص 48.

21. Carrington Media: Middle East & North Africa Facebook Demographics May 2010, Spot on Public Relations, 2010, pp, 3-5.
22. Denis, Mc Quail. Mequail's Mass Communication Theory, 6th Edition. (USA: Sage Pulishers. 2009). Pp. 225-257.
23. ملفين ديلفير، ساندر روكيتش نظريات وسائل الاتصال (ط 4) (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002) ص ص 417 - 418.
24. Stanley. J. Baran & Dennis, K. Davis. Mass Communication Theory. (USA: McGraw. 2011) P . 324.
25. James. Watson. Media Communication: A Introduction to Theory and Process, 3th Edition. (USA: Plagrave Macmillan, 2008) pp. 77-80.
26. Sun, Shaojing, et als, The Role of of Motivation and Media Involvement it Explaining Internet Dependency, Journal of Broadcasting & Electronic Media, September 2008, pp. 404-431.
27. Severin, W. J. & Tankord, J. W., Communication Theories: Origins, Methods and Uses In the Mass Media, Addison Wesley. Longman, London, 2007, p. 81.
28. محمد عبدالحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب) 2000.
29. سمير محمد حسين: تحليل المضمون، (القاهرة: عالم الكتب)، 1998، ص 111.
30. محمد عبدالعزيز سيد طه، "مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري رسالة دكتوراه غير منشورة" (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2017).
31. حاتم سليم علونة: "صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين" دراسة مسحية، دراسة منشورة بالمجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، (عمان: الجامعة الأردنية، 2017م)، ص ص 22-38).

32. عزة عبدالعزيز، "مهنية الصحفي المواطن: دراسة تقييمية من منظور الصحفي المحترف في الصحافة العربية"، ورقة علمية قدمت إلى مؤتمر "الصحافة المكتوبة أزمة أم تحولات، 2015م.
33. ميرفت عوف: "المواطن الصحفي وحرية التعبير في فلسطين - غزة نموذج". المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية "مدى". 2015م.
34. نها عبدالمعطي: "اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب - قسم الإعلام، 2013م.
35. Hebatalla El Semary, May Al Khaja. 2013. "The Credibility of Citizen Journalism and Traditional TV Journalism among Emirati Youth: Comparative study". American International Journal of Contemporary Research, 3 (11). Mutsvairo, Bruce, Columbus, Simon and Leijendekker.
36. Joy Fang, Traditional media trumps citizen journalism for credibility, Wednesday, Feb 15, 2012, Available at: (www.news.asiaone.com/News/Latest+News/Singapore/Story/A1Story20120215-27972.html)
37. فتحية بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي: دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية، رسالة ماجستير (جامعة الجزائر: 3: كلية العلوم السياسة والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2011م).
38. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جकारتا، 13-15 ديسمبر 2011، ص 6.
39. جمال الشرهان، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، (الرياض: مطابع الحميضي، 2003) ص. 134.

40. ماجد تزيان، دور صحافة المواطن في تعزيز ثقافة التغيير السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 43، يناير - مارس 2014م (القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة ص 34).
41. محمد عبدالحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية". (القاهرة: عالم الكتب) 2000، ص 158.
42. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 1999) ص ص 131، 132.
43. تقرير التنمية البشرية في ليبيا العام 2018 (طرابلس، الهيئة الوطنية للتوثيق والمعلومات، 2019) ص 12.
- (*) تم عرض نموذج الاستمارة على المحكمين التالي أسمائهم:
1. أ.د. محمد علي شرف الدين الفيتوري عميد مدرسة الفنون والإعلام بالأكاديمية الليبية.
2. أ.د. الطاهر عمار العباني الأستاذ بكلية الفنون والإعلام بجامعة طرابلس.
3. أ.د. علي المنتصر فرفر رئيس مكتب الدراسات العليا والتدريب والأستاذ بكلية الفنون والإعلام بجامعة طرابلس.
44. محمود حمدي. دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب. في: المتمر العلمي الدولي الخامس عشر، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث، 7-9 يوليو 2009. ص ص 1001 - 1600. ص 925.
45. علياء عبدالفتاح. دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي: دراسة مقارنة بين مستخدمي وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت. رسالة دكتوراه. (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007). ص 321.
46. محمد عبدالعزيز سيد طه، مرجع سابق، ص 282.
47. نهى عبدالمعطي، مرجع سابق، ص 298.