

Artical History

Received/ Geliş
29/6/2018

Accepted/ Kabul
19/7/2018

Available Online/yayınlanma
1/8/2018

الإعلام الثقافي في البيئة الرقمية : مجموعة عنابة مدينة تقرأ عبر فيسبوك أنموذجا

د . فاطمة الزهراء عبيدي / الجزائر

الملخص

تهدف من خلال هذا المقال الى دراسة الاعلام الثقافي ضمن التطورات التكنولوجية الحديثة التي احدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال لاسيما "شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر"تركيبة اجتماعية الكترونية"، وتعد أحد أهم أشكال الإعلام الجديد ضمن البيئة الرقمية ، ومنه جاءت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيسي التالي :

ماهي خصائص الإعلام الثقافي (شكلا ومضمونا) من خلال ما يتم عرضه عبر مجموعة عنابة مدينة تقرأ عبر فيس بوك ؟

ونظرا لطبيعة الدراسة ، التي تعد من البحوث الوصفية ، حيث تستهدف تحليل ظاهرة معين والحقائق الراهنة المتعلقة بها، فقد اعتمدنا المنهج الوصفي ، كما استخدمنا أداة تحليل المضمون ، وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة من منشورات_ مجموعة عنابة مدينة تقرأ _ كأحد أهم المجموعات الثقافية في مدينة عنابة، بلغت العينة 120 منشورا، وقد توصلنا في نهاية البحث إلى جملة النتائج .

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي، الإعلام الثقافي، البيئة الرقمية .

Abstract

The aim of this research is to inform cultural media about the latest technological developments that have led to a qualitative leap in the world of communication, especially social networks that are considered an electronic social structure. This study is one of the most important forms of new media within the digital environment. next one :

What are the characteristics of cultural media (in form and substance) through what is presented through the " Annabareads" group through Facebook?

Because of the nature of the study, which is a descriptive research aimed at analyzing a particular phenomenon and the current facts related to it, we have adopted the descriptive approach. We also used the content analysis tool. The analytical study was conducted on a sample of the publications of the "Annabareads" Group, which reads as one of the most important cultural groups in Annaba, The sample reached 120 publications. At the end of the research we reached the total results.

Keywords: socialmedia , cultural media, digital environment.

المقدمة

لاشك أن التطور الهائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشارها الواسع قد تغلغل بسرعة في نسيج الحياة لقطاع كبير ومتزايد من الافراد ، كما أنه فتح آفاقا جديدة و أحدث تغييرات سريعة وعميقة في الوقت ذاته في مناحي الحياة المختلفة : الانسانية ، الفكرية ، الاجتماعية و الثقافية ، كما أن التغيرات السريعة والعميقة مست بشكل كبير ومباشر أثرت على كافة أنماط الاتصال الانساني ، و جسدت مقولة "القرية الكونية" لمارشال ماكلوهان بشكل أو بآخر ، حيث أصبحت هذه التكنولوجيا جزءا من حياة الافراد ، المؤسسات والمجتمعات وارتبطت بكافة مجالات النشاط الانساني.

وتعتبر الانترنت من أهم مظاهر هذه التكنولوجيا بروزا وتأثيرا ونجحت في فتح فرص جديدة للتفاعل بين الافراد ونقل أفكارهم ، مشاعرهم ، قيمهم ، همومهم ، ورغباتهم عن طريق علاقات افتراضية وضمن عالم رقمي يعد فضاءا اتصاليا واعلاميا مختلفا تماما عن سابقه (سواء اتصال شخصي أو جماهيري) ونحاول في الدراسة الحالية التطرق إلى جزئية من جملة المشكلات البحثية المطروحة حول الإعلام في العصر الرقمي، عن طريق محاولة معرفة خصائص الإعلام الثقافي من ناحية الشكل والمضمون من خلال الدراسة التحليلية التي تم اجراؤها على مجموعة عنابة مدينة تقرأ عبر فيس بوك .

الاشكالية :

قدمت النظريات والدراسات الإعلامية كثير من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام الثقافي¹ والمضامين الثقافية لوسائل الإعلام وتأثير وسائل الإعلام على النسق الثقافي داخل المجتمع أو المجتمعات التي تتعرض لوسائل الإعلام المختلفة خاصة في عصر الانفتاح الاعلامي والعولمة الاعلامية والثقافية ، وما طرحته من اشكالات مختلفة حول التغيير الثقافي ومميزات الثقافة الجماهيرية وغيرها من الموضوعات وفق نظريات اهمها "نظرية الغرس الثقافي"²

غير أن شبكات التواصل الاجتماعي احدثت ثورة حقيقية في الإعلام ونقلته إلى افاق غير مسبوقه واعطت لمستخدميه فرصا كبيرة للتأثير والفعل متخطيا الحدود التقليدية للمكان والزمان وحرية التعبير، وحدثت بذلك واقعا جديدا مختلفا يوقف احتكار صناعة الإعلام وامتلاك المعلومات ، ويتميز هذا النوع من الاتصال بتحويل المتصل إلى شخص افتراضي يتفاعل ، يؤثر ويتأثر ، يشعر ، يعبر ، يتصرف ضمن بيئة رقمية وهذا يطرح الكثير من الانشغالات والاشكالات البحثية لا سيما الاعلام الثقافي وخصائصه .

وبحكم التغيرات التي يشهدها المجتمع الافتراضي وطبيعة الإعلام وكيفية التواصل التي تحدث داخل هذا الفضاء الرقمي ، يفترض على الباحث في علوم الإعلام والاتصال أن يهتم بمعطيات الإعلام الثقافي وعلاقته كمفهوم وممارسة وظاهرة فعلية عن طريق توظيف مناهج وتقنيات منهجية أكثر مرونة تمكنه من الدراسة الموضوعية لمساهمة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في انتاج واعادة انتاج المحتويات الثقافية ونشرها وجمعها وتخزينها ومعالجتها وصولا إلى مرحلة الابداع والابتكار ، حيث يكون هذا الفضاء فرصة لكل الاشخاص الذين لديهم المهبة و \ أو الرغبة في الكتابة بكل أنواعها أن يوصلوا صوتهم ويعبروا بشكل حر عن

1ثقافة الانترنت :دراسة في التواصل الاجتماعي ،حلمي خضر ساري، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،2005، ص ص 55،52

2الاتصال الجماهيري والاعلام ،كامل خورشيد مراد ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،2011، ص151

انتاجهم الذي يتم بثه عبر هذه المنصات الافتراضية الجديدة، وقد جاءت الدراسة الحالية للبحث في خصائص هذه المضامين الثقافية التي يتم بثها عبر مجموعة عناية مدينة تقرأ، كنموذج للدراسة من خلال الاجابة عن الاسئلة التالية :

ما هو واقع الإعلام الثقافي في البيئة الرقمية ؟

وماهي أشكال ومضامين الإعلام الثقافي من خلال ما يتم عرضه عبر مجموعة عناية مدينة تقرأ ؟

ونظرا لطبيعة الدراسة والتي تعد من البحوث الوصفية التي تستهدف تحليل ظاهرة معين والحقائق الراهنة المتعلقة بما فقد اعتمدنا المنهج الوصفي، كما استخدمنا أداة تحليل وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة من منشورات مجموعة عناية مدينة تقرأ _ كأحد أهم المجموعات الثقافية في مدينة عناية، و تعكس مبادرة فعلية ظهرت سنة 2006 تشجع على المطالعة وتبادل الكتب كأحد أهم روافد الثقافة، والاهتمام بالنشاطات الثقافية والأدبية والفكرية التي تحصل في المدينة، وقد تم اختيار الفترة الممتدة ما بين 1 يناير إلى غاية 30 أبريل 2018 لرصد ودراسة وتحليل المنشورات الموجودة في المجموعة، حيث كان يتم اختيار منشور كل يوم ذلك أن المجموعة يتم بث فيها عشرات المنشورات يوميا، وبالتالي فعينة الدراسة ضمت 120 منشورا .

مفاهيم الدراسة :

1. مفهوم الإعلام الثقافي:

إن العلاقة بين الإعلام والثقافة هي علاقة تفاعلية، ذلك أن الإعلام يعد من أهم اوعية نقل الثقافة ونشرها في العصر الحديث، فبعد أن كانت الثقافة حكرا على نخب معينة داخل المجتمع، أصبحت وسائل الإعلام "أدوات ثقافية" تضخ مضامينها لأجل الاستهلاك الجماهيري، حيث أصبحت الوسيلة الأولى لهم "للحصول على جميع أنواع الابداع" كما انها "توفر في الوقت الراهن الزاد الثقافي، وتشكل الخبرة الثقافية للملايين من البشر" 3

وبالتالي فان وسائل الإعلام أصبحت العنصر الأهم في عملية نشر وتعزيز الثقافة داخل المجتمع، وتقدم ما من شأنه زيادة مستوى الفكري والمعرفي والوعي، بشرط أساسي هو توفر البيئة المناسبة ومستوى معين من حرية التفكير والتعبير .

ولان الثقافة مجال مهم جدا، ومثير لكثير من الاشكالات على المستوى المفهمي والبحثي 4

3دراسات تلفزيونية، أديب حضور، المكتبة الإعلامية، 1999، ط1، ص166.

4 مزيد الاطلاع على مفاهيم المتنوعة للثقافة والاشكالات المرتبطة بما انظر :

هذه هي الثقافة، أحمد بن نعمان، دار الامة، الجزائر . ط1

نظرية الثقافة، سليمان العسكري، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 1997

فان ارتباطها بالإعلام اثار بدوره الكثير من الاشكالات خاصة ما تعلق منها بمفهوم " الثقافة الجماهيرية " 5

2. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

بالنظر إلى مسألة الميديا الجديدة بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص نلاحظ أن بعدا من أهم ابعاد دراستها هو دراسة المصطلحات والمفاهيم في حد ذاتها. وذلك منذ الأطوار الاولى للبحوث في هذا المجال حيث اقترحت دانا بويد ونيكول أليسون تعريفا لهذا الصنف من الميديا الجديدة في دراسة ذات طابع ابستمولوجي أصبحت تمثل مرجعا لكل الباحثين في مسألة مواقع التواصل الاجتماعي⁶

وبحسب بويد وأليسون فان شبكات التواصل الاجتماعي هي " صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الواب، تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للجميع، أو شبه متاح للجميع في إطار نظام محدد ، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الاخرين (قائمة الاصدقاء) " 7

وبالتالي يمكن اعتبار هذه المواقع " مجتمعات الكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة من خلال الخدمات والوسائل المقدمة " 8 ومن بين الخدمات التي تقدمها : التعارف ، الصداقة ، المراسلة المحادثة الفورية ، إنشاء مجموعات اهتمام ، وصفحات للأفراد والمؤسسات

ويعرفها ريتشارد وكوشي بأنها " التطبيقات ومنابر وسائل الاعلام عبر شبكة الانترنت والتي تهدف الى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات " 9

ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا نجد : موقع ماي سبايس ، تويتر ، فيس بوك هذا الأخير الذي سيكون محل دراستنا ، والذي أنشأه مارك زوكربيرغ ، حيث لم يعد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي فحسب، بل صار يمثل منتدى

5 ثقافة وسائل الاتصال والتحدي الحضاري في عالم الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1992 ، ص 62

6 مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي ، الصادق الحمامي ، ضمن "شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة" الجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام ،معهد الصحافة وعلوم الاخبار،وحدة البحث في الاتصال ،تنسيق د. معز بن مسعود ، 2015 ، ص 47

Journal , Danah boyd and Nicole Ellison , **history and scholarship,Definition,7Social network sites** October 2007 “,11artical ,13,mediated communication ,of computer

8مدخلات الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت ، شريف درويش اللبان ، دار العالم العربي ، 2011 ، ط 1 ، ص 86

9دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق ، محمد فرج عبد السميع ، دراسة منشورة ، وزارة السياحة المصرية ، 2012 ، ص 20

اجتماعيا وقاعدة تكنولوجية سهلة ، بقاعدة مشتركين كبيرة ومتزايدة . حيث يوفر قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البنية مستغلة التطور التقني والمعلوماتي

3. مفهوم البيئة الرقمية:

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من تطور التكنولوجيا خاصة ما تعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وتعد الانترنت الوجه الاكثر بروزا لتزاوج ثورة المعلومات وثورة الاتصالات ، وقد سمحت الانترنت بخلق فضاء اتصالي جديد مختلف عن سابقه ، ويجمع بين خصائص الاتصال المواجهي الشخصي ، والجمعي ، والجاهيري .

"إن الرقمية هي أحد سمات حضارة اليوم وهي الخطوة الأساسية التي لا بد منها لكي نتعامل مع الحاسب الالكتروني مع عناصر الدخول والخروج ، وتمثل الرقمنة جوهر الوظيفة الاساسية التي تقوم بها وحدات الادخال"10.

منهج الدراسة :

اختيار المنهج المتبع للدراسة هو خطوة اساسية للباحث لتناول موضوعه واشكالية بحثه بطريقة علمية والوصول إلى نتائج ، ذلك أن المنهج هو "مجموعة الاجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة " كما يعرف بأنه "مجموعة الخطوات العلمية السليمة المتبعة من قبل الباحث والتي يلتزم فيها بالحياد والموضوعية" 11

ونظرا لطبيعة الموضوع المتعلق بدراسة الاعلام الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يعرف بانه " محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة او ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق"12 ويهدف البحث الوصفي إلى " وصف الظاهرة وصفا دقيقا وشاملا وكافيا لاستخلاص الدلالات والنتائج من اجل الوصول إلى

10الإعلام التفاعلي، حسنين شفيق، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص 27

11مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، أحمد بن مرسل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2005 ، ط2،

12مناهج البحث في اعلام الطفل، محمد حسن اسماعيل، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1996، ص 19

تعميمات بشأن الظاهرة او الموقف موضوع الدراسة، للاستفادة منها في المستقبل " 13 وقد تم تطبيقنا للمنهج الوصفي في الدراسة الحالية حسب المراحل التالية: 14

1. مرحلة الاستكشاف والصيغة: حيث تم فيها استطلاع مجال الدراسة، بتصنفح شبكات التواصل الاجتماعي والبحث عن الحسابات او الصفحات او المجموعات التي تهتم بالشأن الثقافي وتشر المضامين الإعلامية الثقافية، وأمام العدد الكبير لها فقد كان من الصعوبة بمكان الاختيار، ليتم انتقاء مجموعة عناية مدينة تقرأ في الاخير كعينة للدراسة، نظرا لتميزها وانتشارها الكبير بين اوساط الشباب خاصة والطلبة والمثقفين في مدينة عنابة في فترة وجيزة.
2. مرحلة التشخيص والوصف المتعمق: وتم فيها تتبع منشورات المجموعة لمدة زمنية وملاحظة أهم جوانب الشكل والمضمون مع تدوين بعض الملاحظات التي سمحت فيما بعد بصياغة استمارة التحليل، والامام بجوانب الموضوع دون الانطلاق من فروض مسبقة كون الدراسة استكشافية ولم يتم دراسة المجموعة من قبل.

أداة جمع البيانات

يتفق علماء المنهجية على أن أداة جمع البحث هي الوسيلة التي يستطيع بها الباحث جمع المعلومات والحصول على البيانات التي يتطلبها بحثه. وقد تم اختيار " تحليل المضمون " كأداة اساسية في الدراسة لتحليل المنشورات التي يتم نشرها عبر المجموعة.

ارتبطت نشأة تحليل المضمون كأداة علمية وأسلوب منهجي في تحليل الدراسات الإعلامية حيث يمكن القول أن الاحتياجات المنهجية لعلم الإعلام دفعت بعض الباحثين في البدايات المبكرة للقرن العشرين إلى بلورة أسلوب جديد في جمع المعلومات وتحليلها وفقا لأشكال وأنماط متنوعة مما يؤدي إلى استنباط مزيد من التحليلات والتفسيرات والاستدلالات الاستبصارات منها وربطها مع مجموعة المعارف الأخرى المتصلة بموضوع التحليل وهو الأسلوب الذي اصطلح على تسميته تحليل المضمون أو تحليل المحتوى.

ومع الانتشار الهائل والواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والمد المعلوماتي الهائل عبرها والذي عرف " بالانفجار المعلوماتي " أصبحت الانترنت هي المثال الأبرز لمصادر المعلومات الجديدة والتي أصبحت تنافس بشكل كبير وسائل الإعلام ومصادر المعلومات التقليدية غير أن طريقة تحليل ودراسة المضمون والمحتوى الرقمي عبر المواقع الالكترونية يخضع بالضرورة لخصائص التقنية ومراعاة الخصوصية التي يعرض بها المحتوى (شكلا ومضمونا). وقد اعتمدنا في التحليل على استمارة تحليل المضمون ضمت محوين أساسين :

13 مناهج البحث العلمي، احمد حسن الرفاعي، دار وائل للنشر و التوزيع، 1998، ط2، ص 122

14 مناهج البحث وطرائق واعداد البحوث، عمار بوحوش، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص 30.

1. محور فئات الشكل: وضم كل من فئات: لغة المنشور ، نوع المنشور ، التفاعلية ،
2. محور فئات المضمون : وضم كل من فئات : موضوع المنشور ، هدفه ، مصدره ، جنس المصدر ، أنواع التعليق .
مع تقديم وصف عام للمجموعة ومميزاتها الذي اعتمد على التحليل الكيفي اضافة إلى التحليل الكمي المستند إلى نتائج الدراسة التحليلية لعينة الدراسة التي ضمت 120 منشور
نتائج الدراسة التحليلية :

1. وصف عام لمجموعة عنابة تقرأ Annaba Reads عبر فيس بوك

شكل رقم (1) يبين صورة للمجموعة



خرج في العام 2016 إلى النور مشروع عنابي يعني بالمعرفة والثقافة ونشر القراءة لدى الشباب الجزائري، هو مشروع مجموعه «عناية مدينة تقرأ» الذي أطلقه مثقفون بونة لأهداف نبيلة و إيجابية تتمثل في تشجيع الناس على القراءة والتحدث عن الكتب، وتشجيع غير القارئ على القراءة، حيث تعمل على النحو التالي:

-تجمع أسبوعي مدة ساعة واحدة، يلتقي فيه محبو القراءة والمهتمون بالقراءة في مجال محدد ليختاروا كتاباً يقرؤونه خلال فترة النادي، ويتناقش المشاركون حول الأفكار والقضايا المطروحة في الكتاب. بحيث يكتسب الاعضاء مهارات تكوين العلاقات الاجتماعية مع ذوي الاهتمام، وإدارة الحوار، وتقبل تباين الآراء، وذلك من خلال تفاعلهم مع الكتاب وتفاعلهم مع بعضهم البعض.

أهداف «عناية تقرأ»:

1. التحفيز المادي والمعنوي: من خلال انشاء مسابقات، أنشطة وفعاليات
2. التعلّم المستمر: توفير المعلومات في كل ما يتعلق بالقراءة والكتابة بشكل مستمر.
3. جلب أعضاء جدد للمجموعة وغرس حب القراءة في نفوس النشء
4. تشكيل شبكة علاقات و تنظيم لقاءات مع: المتخصصين في مجال النشر، مثقفين وكتاب للحضور إلى اللقاءات الأسبوعية والشهرية.
5. يقدم مشروع «عناية تقرأ» فرصة ذهبية لنشر روايتك وطبعها بالتنسيق مع دار الكنزي للنشر والتوزيع وهذه فرصة لإبراز موهبتك اذا كانت تتوفر فيك كل الشروط.

الخصائص العامة للمجموعة : تحتوي المجموعة عند تصفحها على الايقونات التالية :

1. تم الانضمام : وتحتوي على اختياريين تسمحان للعضو إما إلغاء متابعة المجموعة أو مغادرة المجموعة ، نلاحظ من خلال هذه الخاصية الحرية الممنوحة للعضو لاختيار اما المتابعة او المغادرة ،وبالتالي فعلمية التعرض للمحتوى في مجموعات التواصل الاجتماعي هي قرار حر يعود بالأساس الى قناعات واحتياجات ورغبات المستخدم
2. الاشعارات :وتضم الاختيارات التالية : أبرز الاحداث ،منشورات الاصدقاء ،إيقاف التشغيل ونلاحظ من خلال هذه الخاصية أن المستخدم بالإضافة الى اختياره متابعة المجموعة من عدمه ،يمكنه أيضا التحكم في وتيرة المتابعة من خلال اختيار نوعي لايبرز الاحداث فقط ، أو اختيار متابعة منشورات الاصدقاء فقط وهذا الاختيار الانتقائي يجعل المستخدم عنصرا اكثر فعالية في سيرورة الاعلام والاتصال بحيث يتحول من مجرد متلقي سلمي الى متحكم في زمن وتكرار المشاهدة كما يمكن التحكم الى حد كبير في نوع المرسل او القائم بالاتصال ايضا من خلال ايقاف المتابعة لعضو أو أكثر .
3. خاصية المشاركة :وتسمح بمشاركة رابط المجموعة في حد ذاتها على الحساب الشخصي للعضو ، وهذا للتعريف بها وإطلاع الاصدقاء عليها والانضمام لها ،حيث تقوم شبكات التواصل الاجتماعي على التشبيك وربط الاصدقاء الذين لديهم اهتمامات مشتركة .
4. المزيد :في هذه الخانة يتمكن العضو من إضافة أعضاء جدد بشكل مباشر بشرط أن يكون على قائمة اصدقائه ، كما يمكنه تثبيت الاختصارات ، الابلاغ عن المجموعة ،أو إنشاء مجموعة جديدة .للاشارة انه في حال الابلاغ عن المجموعة تقوم ادارة فيس بوك بتلقي البلاغ وتتصرف بالشكل المناسب بحسب قوانين معينة .واذا ماتكررت البلاغاتمن المحتمل حجب المجموعة او ايقاف تشغيلها .

5. الملفات : هذه الخانة مخصصة لحفظ وتخزين كل الملفات التي تم تحميلها في المجموعة وتضم ملفات نوع PDF ،حيث يمكن للأعضاء الرجوع لها وتحميلها بسهولة عند الرغبة في ذلك بشكل منفصل عن المنشورات في حد ذاتها .وهذا ما ييسر على المستخدم الرجوع للمعلومة بأريحية في الوقت الذي يناسبه وبالطريقة التي تناسبه بغض النظر عن زمن بث المنشور . وقد قامت الباحثة برصد وعد الملفات المحملة في المجموعة خلال المجال الزمني للدراسة فجاءت على النحو التالي

جدول رقم (1) يبين : عدد الملفات المحملة اثناء فترة الدراسة

النسبة	التكرار	
%18.42	14	يناير
%46.05	35	فبراير
%2.63	02	مارس
%32.89	25	أفريل
%100	76	المجموع

والملاحظ من خلال الجدول اعلاه أن العدد الاجمالي للملفات المحملة خلال المجال الزمني للدراسة وصلت الى 76مجموع ملف خلال اربع أشهر ،بلغ أعلى عدد في شهر فبراير و أدناه في شهر مارس .مع الاشارة الى ان العدد الاجمالي للملفات المحملة داخل المجموعة منذ انشائها قاف ال 315 ملف ،تمثلت في قصص وروايات مشهورة وطنية ،عربية ،عالمية باللغة العربية والفرنسية والانجليزية ، بالإضافة الى كتب أخرى متنوعة في التاريخ والدين والعلوم على اختلافها

أما بالنسبة للجزء المخصص للعضو للمساهمة بالنشر في المجموعة فقد ضم الكثير من الاختيارات كما هو مبين في الشكل الموالي :

شكل رقم (2) يبين طريقة كتابة منشور جديد



ومن خلال الخانة المخصص لكل عضو يظهر له بمجرد دخول المجموعة ،الجزء المبين أعلاه والذي يضم : كتابة منشور ، إضافة صورة أو فيديو ، فيديو بث مباشر لنقل أحدث أو تظاهرات حية مباشرة وإشراك بقية الاعضاء في مشاهدته.

أما خانة المزيد، فتعطي العضو اختيارات جديدة اضافة لحرية أكبر في تحديد محتوى منشوره شكلا ومضمونا من خلال :

إضافة ملف ،إنشاء ألبوم صور ،إنشاء مستند ، أنشاء مناسبة ،استطلاع للرأي ،حلقة مشاهدة جماعية، طلب توصيات ، الاشارة الى الاصدقاء ، تحديد المكان .

أخيرا بيع شيء هذه الخاصية موجودة لكنها غير مستخدمة لأنها عادة تفعل في مجموعات الخاصة بالبيع الالكتروني والتسويق عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

ونشير الى أن النشر يجب أن يخضع لجملة من القواعد والتي على العضو احترامها لانتقاء محتوى ثقافي يتميز بالاحترام والرقي نذكر منها :

1. السماح بالمنشورات الدينية الخالية من التهكم و الاستهزاء و لكن بالمصدر و الصفحة و يكون هذا يومان في الاسبوع "السبت و الأحد" فقط.
2. الاقتباسات العشوائية المنقولة من هنا و هناك و لا تحتوي على اسم الكتاب و الكاتب تحذف دون الرجوع لصاحبها.
3. الكتابات الشخصية التي لا تحتوي على هاشتاغ بقلم لا تمرر و تحذف مباشرة مهما كان كاتبها.
1. المنشورات التي تنقد السياسة الداخلية للدولة، ممنوعة منعاً باتاً.

2. المنشورات التاريخية و العلمية غير مؤيدة بالمصدر او الموقع.. يتم تنبيه صاحبها قبل حذفها ربما يكون نسي وضع المصدر مثلا.. و في حالة عدم الرد او عدم وجود مصدر يكون مصيرها الحذف.
3. يتحتم على طاقم الإدارة تنظيم و الاشراف على المناظرات و هذا ان وجدت بطلب من عضو او مجموعة من الأعضاء سواء كانت أدبية، فلسفية، دينية او فكرية (الدينية تكون حول كتاب فقط)
4. بقية الأيام تكون مخصصة لكل ما يدخل تحت اسم كتاب. شروحات، ملخصات، اقتباسات، ترشيحات و اقتراحات لكتب و روايات، روابط تحميل، طلبات كتب، انتقادات كتب...
5. يتم تنظيم مسابقة ثقافية دورية في جميع الميادين -ثقافة عامة- لكسر الملل و الروتين في المجموعة. و مسابقات او مبادرات مختلفة تخص القراءة و الكتاب في سائر الايام..
6. المنشورات التي تكون عبارة عن مقولة من جملة او كلمة مع صورة بدون مصدر يتم حذفها ؟

1. الاعضاء : هذه الخاصية تمكن العضو من التعرف على :

1. مسؤولو ومشرفو المجموعة : حيث تتكون المجموعة الثقافية عنابة مدينة تقرأ على ستة مسؤولين ومشرف واحد
 2. تمكنه من الاطلاع على أصدقائه المنظمين للمجموعة
 3. الاعضاء التي تجمعهم أمور مشتركة
 4. الاعضاء المقيمون في نفس المدينة (عنابة)
 5. الاعضاء المنضمون حديثا . مع وجود خاصية تمكن من إضافة صديق لكل الاعضاء الموجودين في المجموعة وبالتالي يكون زيادة التشبيك ضمن المجموعة تبعا للخصائص المشتركة او الاهتمامات .
- وهذه الخاصية تجسد المعنى الحقيقي لكون شبكات التواصل الاجتماعي هي "نظام اجتماعي الكتروني " 15 يمكن الافراد من ربط علاقات ضمن منظومة الكترونية مع أعضاء لديهم: اهتمامات ،هوايات مشتركة .

ولإشارة فعدد أعضاء المجموعة في تزايد مستمر فقد منذ نشأتها في 2016 ، فقد كان عدد الاعضاء في بداية الدراسة وتحديدًا في اول شهر يناير 2018، 52606 عضو ليصل في نهاية الدراسة أي في 30 أبريل 2018 الى 60631 أي بزيادة تقدر ب

15 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي ، مجلة التربية، عدد 15 ، سنة 2003 ، جامعة عمان ، ص 23

7905:عضوا ، ولو أردنا حساب معدل الزيادة اليومية للأعضاء لوجدناها تقريبا 65 عضو يوميا، وهذا يدل على الاقبال المهم والمتزايد للأعضاء للانضمام للمجموعة وايضا اهتمامهم بالشأن الثقافي .

6. المناسبات : هذه الخاصية تساعد على انشاء مناسبة وتحديد موعد لها ،مع امكانية دعوة الاعضاء لهذه المناسبة واعلامهم بها . وبالمقابل يمكن للمدعوين قبول حضور المناسبة او الاكتفاء بإبداء نيتهم في الحضور أو عدم الحضور .وقد تتم انشاء 19 مناسبة ثقافية في مجموعة عنابة مدينة تقرأ منذ انشائها في 2016 كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (2) :يبين المناسبات الثقافية في مجموعة عنابة تقرأ

المجموع	2018	2017	2016
26	7	09	10

وقد كانت أول مناسبة للمجموعة في 30 يوليو 2016 ،هي لقاء تعريفى بمجموعة عنابة مدينة تقرأ وقد توالى المناسبات وتنوعت منها ما تعلق بمناسبات بيع روايات مع التوقيع مثل : رواية "قد بلغت من الوجع عتيا " ورواية "سجن القلوب " ، ومنها مع تعلق بمناسبات ثقافية مثل حفل توزيع جوائز الاثري الصغير و مناسبة القراءة الشاطئية... الخ

وقد تزامنت الدراسة الحالية التي امتدت من شهر يناير 2018 الى غاية 30 أفريل 2018

مع عدد مهم من المناسبات الثقافية التي لاقت اهتمام كبيرا سواء من خلال المنشورات او تفاعل الاعضاء وتبرز أهم التظاهرات الثقافية في شهر أفريل : "الصالون الوطني لبيع الكتاب " الذي امتد من 15 الى 29 أفريل 2018 بساحة الثورة عنابة

وقد ضم الصالون عدة تظاهرات ثقافية تم تغطيتها جميعا في المجموعة من خلال منشورات الادمن والاعضاء طوال فترة الصالون اعلاميا من خلال نشر أخبار حول الصالون ، وأهم التظاهرات والنشاطات المزامنة له(طبيعتها ،مكانها، زمانها ...) ومن أهمها نذكر :

1. تثمين نشاطات جمعية "أبناء عنابة" الثقافية
2. قراءات شعرية وفواصل موسيقية بالتنسيق مع فرع عنابة لجمعية الجاحظية
3. نشاط الحكواتي ومسابقات في الثقافة العامة والمطالعة

4. ورشات للرسم

5. محاضرات ، وبيع بالتوقيع لبعض الاسماء المشاركة في المعرض .

6. النتائج المتعلقة بالشكل :

جدول رقم(3) يبين لغة المنشورات

النسبة	التكرار	
%90	108	اللغة العربية
%3.33	4	اللغة الفرنسية
%6.66	8	اللغة الانجليزية
%00	00	اللغة الهجينة
%00	00	الرموز
%100	120	المجموع

يختلف الناس في مفهومهم للغة بحسب الزمان والمكان وأيضا السياق الذي يدركون فيه كونها ويجاولون تعريفها، والعلاقة بين الإعلام واللغة هي علاقة ارتباطيه وثيقة : فالاتصال عند أهل اللغة هو وظيفة من وظائف اللغة ، واللغة عند مختصي الاتصال هي

وسيلة مهمة من وسائل العملية الاتصالية ، حيث أن وسائل الاتصال متعددة منها : الصحافة، الإذاعة ، التلفزيون ، السينما، المؤتمرات، العلاقات العامة... الخ16 .

"أن اللغة الإعلامية ظاهرة مركبة ،خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي هذا إلى جانب السياسة والتجارة والاقتصاد والموضوعات العامة " حيث أنها تهدف إلى اتصال ناجح بحيث أن "اللغة الإعلامية ،لغة معرفية تقوم على الوظيفة الهادفة ، وتتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة والسلامة والتبسيط ، فهي لغة عملية تعبر عن الحياة والحركة والعمل والانجاز " 17

كما أن اللغة الإعلامية هي لغة فن تطبيقي لا يقصد لذاته وإنما يهدف إلى تحقيق غايات معينة وان يؤدي إلى وظائف محددة منها : الإخبار ، الإعلام ، التفسير أو التوضيح ، التسلية او الإمتاع ،التسويق والإعلان ، التعليم والتنشئة الاجتماعية... الخ .

ونلاحظ من خلال نتائج الدراسة التحليلية في الجدول أعلاه أن اللغة المستعملة بشكل أكبر في منشورات المجموعة هي اللغة العربية الفصحى بنسبة تقدر ب 90%، وهذا ما يدل على حرص الاعضاء على استخدام لغتهم العربية

واللغة الإعلامية تتسم بجملة من الخصائص حيث لا تحصر فقط على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها وإنما أيضا مراعاة البساطة والإيجاز والنفاذ المباشر للموضوع والتأكيد على الأصالة والاختصار والصحة ولو كان ذلك بلغة بسيطة ،وكما يقول عباس محمود العقاد : " استعمال الفصحى لغة للإعلام ليس مطريا عسير المنال ، فلغة الإعلام هي الفصحى المبسطة... بإظهار خصائص العربية مثل :المرونة، العمق وهي الخصائص التي تجعلها تنبض بالحياة والترجمة الآمنة والأفكار والاتساع للألفاظ والتعبيرات الجديدة ، التي تحكم بصلاحياتها :الاستعمال والذوق والشيوخ.... ذلك أن وسائل الإعلام هي التي تشكل مقياس نشاط الناس وعلاقتهم ،أذا كان مضمونها يخفي طبيعتها ،فالوسيلة الإعلامية ذاتها تتفاعل مع القالب الثقافي الذي تعمل في إطاره .

جدول رقم (4): يبين نوع المنشورات

النسبة	التكرار	
17.5%	21	نص فقط
00%	00	صورة فقط
4.16%	05	فيديو

16الاتصال الجماهيري والاتصال ، كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،2011.

17المدخل إلى وسائل الإعلام ،عبد العزيز شرف، دار الكتاب ،القاهرة مصر، 1999،ص 228

%76.66	92	نص وصورة
%1.66	02	نص وفيديو
%100	120	المجموع

يظهر من خلال الجدول اعلاه أن المنشورات ظهرت بأشكال مختلفة وشملت النصوص، الصور، الفيديوهات... او المزاجية بينها، غير أن الشكل المستخدم بنسبة أكبر هو الجمع بين النص والصورة وذلك لتعزيز المعنى من خلال ارتباط الصورة بالنص وذلك راجع لقوة الصورة في خلق وتعزيز المعنى لدى المتلقي وترسيخها في ذهنه من خلال الذاكرة البصرية، والواقع أن استعمال الوسائط المتعددة يعتبر الميزة البارز للإعلام الجديد بما فيه النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتمنحه فرصا مذهلة وهذا ما دفع الباحثين للحدوث عنها باعتبارها "ذات تأثير يشابه تأثير المولد البخاري اللازم لتشغيل محرك المعلومات الذي يستطيع أن يقدم منتجات اعلامية متعددة لا تستطيع كل وسيلة بمفردها أن تقدمها" 18

كما يجدر الإشارة إلى أن النشر في المجموعة تضبطه جملة من القواعد التي تم تحديدها مسبقا في منشور مثبت 19

جدول رقم (5) يبين نوع التفاعل مع المنشور

النسبة	التكرار	
%56.91	3366	أعجبني
%10.22	605	أحبيته
%0.72	43	أضحكني
%0.20	12	أستغرب

18 وسائل الإعلام الجديدة، حسني محمد نصر، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ص 303

19 أنظر المنشور المثبت على المجموعة.

%0.05	03	أحزني
%0.45	27	أغضبني
%31.41	1858	التعليق
%00	00	المشاركة
%100	5914	المجموع

تعد التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد وتتيح هذه الخاصية "الحصول على رجع صدى فوري ومباشر ووجهات نظر القراء وتعقيباتهم فور النشر" 20 ويظهر من خلال الجدول أعلاه الحجم المهم للتفاعلات مع المنشورات محل الدراسة التي قدرت بـ 5914 كان الاعجاب هو الشكل الابرز للتفاعل بنسبة 56,91 % ، تليها التعليقات بنسبة 31.41%.

3- النتائج المتعلقة بالمضمون:

جدول رقم (6): يبين موضوع المنشورات

النسبة	التكرار	
%16.66	20	مساهمة الأعضاء (شعر، نثر، خواطر، قصة قصيرة....)

%13.33	16	اقتباسات من الكتب
%19.16	23	سير الكتاب والاعلام
%12.5	15	تغطية النشاطات الثقافية
%5	06	معلومات ثقافة عامة
%2.5	03	ثقافات الشعوب الاخرى
%11.66	14	أسئلة حوارية وموضوعات للنقاش
%19.16	23	مواضيع متنوعة
%100	120	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها تنوعا في الموضوعات المنشورة عبر المجموعة

وعلى خلاف الوسائل التقليدية التي كانت تبث نوعا معينا من الثقافة الجماهيرية التي يري البعض وخاصة مدرسة فرنكفورت انها لا تعبر عن الثقافة الشعبية وانما هي مفروضة من أصحاب المراكز والطبقات المسيطرة على الوضع القائم 21

نلاحظ أن شبكات التواصل الاجتماعي تجمع بشكل واضح بين مساهمات الاعضاء من خلال كتاباتهم (شعر ، نثر خواطر قصة قصيرة... الخ) حيث تعتبر المجموعة منبرا لكل من يجد في نفسه الموهبة ليوصل موهبته للجمهور الذين هم اعضاء المجموعة أنفسهم.

كما جاءت الموضوعات بنسب متقاربة جدا وتنوعت بين اسهامات الاعضاء وعرض الاقتباسات المختلفة من الكتب والروايات الوطنية والعربية والادب العالمي ، سير الكتاب والمؤلفين (حيث يتم عرض سير كاملة لهم في تواريخ ميلادهم او وفاتهم) ويوجد أيضا كاتب الاسبوع بالتركيز على عرض كتاباته وأدبه طوال اسبوع كامل، بالإضافة إلى المعلومات العامة وعرض ثقافات وعادات الشعوب والكثير من المواضيع المتنوعة التي تشمل : الطب ، العلوم ، التاريخ وعلم الفلك والاحياء .

جدول رقم (7): يبين هدف المنشور

21 نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، محمد عبد الحميد ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ، ط3 ، ص 213

النسبة	التكرار	
%51.66	62	الاعلام
%13.33	16	التوعية
%4.16	5	التنشئة الاجتماعية
%30.83	37	التسلية
%100	120	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن الوظيفة الإعلامية هي الغالبة على منشورات المجموعة بنسبة %51.66 وظهرت من خلال المنشورات التثقيفية من اقتباسات وسير الإعلام وأخبار الثقافة والعلم والادب داخل وخارج المدينة والوطن كتغطية الاحداث الثقافية المحلية (كما سبق الاشارة له في عنصر المناسبات) او حتى عربية وعالمية ، وأركان حدث في مثل هذا اليوم ... الخ وتليها التسلية بنسبة %30,83 وظهرت من خلال المسابقات الدورية والمتعددة للمجموعة مثال : اختيار أفضل عضو ، أفضل خاطرة ، أفضل صورة ، أفضل اقتباس ... الخ ، في حين وظيفة التوعية مثلت %13,33 من مجموع المنشورات ، وظهرت احيانا من خلال التعريف ببعض الامراض أو النباتات النادرة ، وايضا تصحيح بعض المفاهيم أو الافكار الخاطئة المتداولة وذكر خلفياتها العلمية والتاريخية ، مرجعيات الاحتفال بعيد الحب مثلا او اليوم العالمي لمرضى السرطان من الاطفال ... وغيرها .

جدول رقم (8) يبين: مصدر المنشورات

النسبة	التكرار
--------	---------

%19.16	23	الأدمن
%76.66	92	الاعضاء
%4.16	05	عضو جديد
%100	120	المجموع

يظهر من خلال الجدول اعلاه أن مصدر المنشورات في الغالب كان لأعضاء المجموعة وذلك بنسبة 76,66% وهذا الامر طبيعي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما مجموعات الفيس بوك ، وهناك نذكر أن هذه النقطة هي تحول اساسية للإعلام الثقافي والاعلام بشكل عام في البيئة الرقمية وفي ظل تكنولوجيا الحديثة للعلام والاتصال ، حيث أن المضامين في الوسائل التقليدية كانت ذات مصدر واحد ولم يكن للجمهور رأي يذكر الا من استطلاعات الرأي ودراسات الجمهور 22، وتجسدت علاقة الجمهور بالوسائط الإعلامية في القراءة والاستماع والمشاهدة فقط .

لكن مع ظهور مفهوم الإعلام الجديد تغيرت هذه العلاقة تماما ، حيث أصبح المستخدم (أعضاء المجموعة مثلا في حالتنا) هو الشرط الاساسي في وجود العديد من أشكال هذا الإعلام الجديد حيث أن " العلاقة بين الفرد والاعلام الجديد هي علاقة تفاعلية قائمة على انتاج الفرد للمضامين والتعليق عليها ونشرها بشتى الوسائل ، فلم يعد المثقفون والساسة والصحفيون يحتكرون سلطة الكلام والتعبير عن الذات " 23.

وعليه يمكن ملاحظة الدور المهم للجمهور في هذا العالم الافتراضي والذي هو نفسه المرسل والمصدر والمنتج للمضامين ، فهو يسهم في اختيارها تصنيفها نشرها والتعليق عليها وابتكار واجهات عرض وأدوات جديدة للاستخدام ، مع الاشارة إلى دور "الأدمن" أو المسؤول عن المجموعة في فرض نوع من الرقابة المحدودة على المضامين المنشورة في حدود شروط النشر الذي سبق وتم تبيانه سابقا . وهذا ما دفع البعض للحديث عن مفهوم جديد "لحراس البوابة" في ظل الإعلام الجديد.

أما عن جنس المستخدمين والاعضاء الذين يقومون بالنشر في مجموعة عنابة مدينة تقرأ فهذا ماسيتم توضيحه من خلال الجدول التالي :

جدول رقم (9) يبين جنس صاحب المنشور

22 لمزيد الاطلاع على دراسات الجمهور...انظر

23الاتصال الجماهيري والاعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات) ، كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة ، ط1، 2011، ص 420 .

النسبة	التكرار	
46.83%	49	حساب فيس بوك لأنثى
59.16%	71	حساب فيس بوك لذكر
100 %	120	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول أن هناك تقارب بين نسبي أصحاب المنشورات بين الذكور 59,16% والإناث 46.83% .

الاستنتاجات

1. ظهر من خلال الدراسة أن مجموعة عنابة تقرأ عبر الفيس بوك تعتبر امتدادا افتراضيا لمبادرة عنابة تقرأ في الواقع ، حيث ساهمت بشكل كبير وفي وقت وجيز للتعريف بالمبادرة ونشر أفكارها واهدافها بين أوساط الشباب العنابي خاصة من طلبة وجامعيين وغيرهم ، المهتمين بالمطالعة والادب وكل المجالات الثقافية ، حيث وجدوا في المجموعة فرصة لنشر أفكارهم و اظهار مواهبهم وايضا تبادل المعلومات والمشاركة في الاهتمامات بالشأن الثقافي العام في المدينة .
2. تميزت المجموعة كأحد أشكال الإعلام الثقافي الجديد بجملة من الخصائص المميزة من ناحية الشكل: كاستخدام اللغة العربية ، واستخدام الوسائط المتعددة لاسيما الصور والفيديو بالإضافة إلى النصوص المكتوبة ...
3. من ناحية المضمون فقد تنوعت الموضوعات المنشورة بشكل متساوي تقريبا بين (مشاركات الاعضاء ، الاقتباسات ، سير الإعلام والمشاهير ، الثقافة العامة ، ثقافات المجتمعات الاخرى) كما جاءت هذه المضامين لوظائف الإعلام بالدرجة الاولى
4. تساعد خاصية التفاعلية في خلق أكثر نشاط وفاعلية بين أعضاء المجموعة من خلال خصائص الإعجاب التعليق والمشاركة، وتثير بعض المنشورات أكثر من غيرها مجالاً للتفاعل.
5. نستنتج أن إنتاج المضمون الثقافي ضمن مجموعة عنابة مدينة تقرأ تقوم على استخدام كل عضو في المجموعة لبروفائله لأجل خلق المحتوى يبيث المنشورات عبر المجموعة التي يوفرها المستخدم بنفسه او ينقلها من مصادر أخرى كالكتب او المراجع أو المواقع الالكترونية الاخرى عبر الانترنت أو من بروفائلات أصدقاء اخرين من خلال سبل المضامين المتاحة من صور او نصوص وفيديوهات او المزج بينها .
6. لاحظنا من خلال النتائج أن العلاقة بين الجمهور والوسيلة قد تغير بشكل كبير في ظل الإعلام الجديد وان مضامين الإعلام الثقافي في البيئة الرقمية الجديدة خلقت نوع جديد من الجمهور أصبح يتبوأ المكانة الأهم حيث يعتبر مرسل

ومستقبل في آن معا وتحول من جمهور إلى مستخدم للوسيلة ، حيث يقوم أعضاء المجموعة باختيار المضامين ونشرها والتأليف والاقتباس وحتى التعليق والنقد وابداء الرأي بشكل مباشر من خلال خاصية التفاعل مع المنشورات بشكل رمزي (أحبيته، اعجبني، ازعجني.... الخ) أو بشكل مكتوب من خلال التعليقات والتي هي فرصة مهمة لاستكمال بناء المعنى والمضمون الاتصالي والثقافي من خلال المناقشة والحوار . وبالتالي يصبح للمستخدم خيار واردة للتفاعل مع مايشاء وكيفما يشاء مع المضامين وقتما يشاء بشكل متزامن أو غير متزامن بحسب مايناسبه وليس مفروضا عليه من الوسيلة الإعلامية .

7. أحدثت الثورة التكنولوجية انقلابا في المفاهيم والنظم والقيم التي تضبط العلاقات بين الأشخاص وبين المجتمعات ولهذا لا بد من تكثيف الجهد البحثي في الوطن العربي عموما والجزائر خصوصا لمتابعة هذه التغيرات وفهمها، حيث تغير الإعلام الثقافي في البيئة الرقمية (شكلا ومضمونا) كما كان عليه في الوسائل التقليدية (الجرائد والإذاعة والتلفزيون..) وظهر ما يعرف بإعلام المواطن ، حيث يتولى أعضاء المجموعات وخاصة (الادمن) عملية انتاج ، تعميم . تطوير ، نشر وأحيانا نفي المحتويات الموجودة على المجموعة بما يتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم وميولهم ، وبالتالي يكونون أكثر حرية في انتاج المحتوى الإعلامي الخاص بهم.

التوصيات

وتوصي الدراسة في الأخير بتطوير الأدوات المنهجية وأساليب دراسة وتحليل الإعلام الجديد والسؤال الأخير الذي لا مناص منه في نهاية هذه الدراسة هل يمكننا أن نواصل البحث والدراسة وايضا التفكير في مواقع التواصل الاجتماعي بالطرق ذاتها(النظرية والمنهجية) التي استخدمت في دراسة الوسائل "التقليدية": التلفزيون والراديو والصحف .

لقد حان الوقت لأن نفكر بشكل مختلف ولما لا مبتكر نظريا ونهجيا في نوع جديد من الميديا يطرح إشكالات جديدة مختلفة تماما عن سابقتها.

المراجع

1. الاتصال الجماهيري ، إدوين إمري وآخرون ، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم ، المجلس الاعلى للثقافة ، المشروع القومي للترجمة ، القاهرة ، 2000،
2. الاتصال الجماهيري والاتصال، كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2011.
3. الاتصال الجماهيري والاعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات) ، كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة ، ط1، 2011.
4. الاتصال الجماهيري والاعلام ، كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2011.
5. الإعلام التفاعلي، حسنين شفيق ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010.

6. ثقافة الانترنت :دراسة في التواصل الاجتماعي ،حلمي خضر ساري، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،2005
7. دراسات تلفزيونية ،أديب خضور ،المكتبة الإعلامية ،1999،ط1.
8. دراسات متطورة في علم النفس الاعلامي ،حسنين شفيق ،دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ،القاهرة ،2010.
9. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق ، محمد فرج عبد السميع ، دراسة منشورة ، وزارة السياحة المصرية ، 2012
10. مابعد الافتراضي (استكشاف اجتماعي للثقافة المعلوماتية)، فيليب ريجو ،ترجمة عزت عامر، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، 2009 .
1. المدخل إلى وسائل الإعلام ، عبد العزيز شرف، دار الكتاب ،القاهرة مصر، 1999،
2. مدخلات الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت ، شريف درويش اللبان ، دار العالم العربي ، 2011 ، ط 1
3. مناهج البحث العلمي، احمد حسن الرفاعي ،دار وائل للنشر و التوزيع ،1998،ط2
4. مناهج البحث في اعلام الطفل ،محمد حسن اسماعيل ،دار النشر للجامعات ،القاهرة ،1996.
5. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ،أحمد بن مرسللي ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2005 ،ط2،
6. مناهج البحث وطرائق واعداد البحوث ، عمار بوحوش،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،1995.
7. مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي ، الصادق الحمامي ، ضمن "شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة " الجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام ،معهد الصحافة وعلوم الاخبار،وحدة البحث في الاتصال ،تنسيق د. معز بن مسعود ، 2015
8. وسائل الإعلام الجديدة ،حسني محمد نصر ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
- Danahboyd and Nicole Ellison , **history and scholarship,Definition,Social network sites**
October 2007 “,11artical,13,mediated communication ,Journal of computer ,