

اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار في أثناء الحروب والأزمات : دراسة تطبيقية على "عاصفة الحزم"

عبدالرحمن محمد الشامي

أستاذ، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، قطر

المخلص

سعت هذه الدراسة إلى تفصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحروب والأزمات، وذلك بالتطبيق على "عاصفة الحزم". أجريت الدراسة على 59 صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين في الصحافة: المطبوعة والإذاعية والإلكترونية، وممن يشغلون مناصب صحفية قيادية مختلفة، وذلك خلال يناير 2017. وانتهت الدراسة إلى اعتماد الصحفيين على الإنترنت عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، للحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا والشؤون الداخلية خاصة، بما في ذلك أخبار الحرب الدائرة في اليمن في أثناء إجراء الدراسة.

وقد تصدر "فيس بوك" شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على الأخبار، تلاه "وتس آب"، ثم "تويتر". كما جاءت صفحات الصحفيين على "فيس بوك" في صدارة الصفحات التي يحرصون على زيارتها، تلاها صفحات النشطاء على هذه الشبكة، ثم صفحات النشطاء المدنيين والحقوقيين. وأبدى الصحفيون اتجاهات إيجابية نحو شبكات التواصل الاجتماعي، وإضافتها المهمة للعمل الصحفي، ولكنهم في الوقت نفسه عبروا عن مخاوفهم لما تمثله هذه الشبكات من تهديدات للمبادئ الأساسية للعمل الصحفي، وقيم الأخبار التقليدية. وأكدت الدراسة ضرورة إدخال مقرر التربية الإعلامية في المناهج الدراسية للتأسيس لتعاط نقدي وتحليلي مع معطيات وسائط الإعلام الجديد.

مقدمة

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي Social Media تغيرات جذرية في العملية الاتصالية communication process وأطرافها المختلفة، فضلاً عن استحداث عدد من المفاهيم الاتصالية. ونظراً لثراء هذه الشبكات، فإنها توفر بدائل اتصالية عديدة، سواء بالنسبة للاستخدامات العامة أو المتخصصة.

ولا توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للتعبير عن تلك الآراء التي قد لا تجد طريقها للنشر في وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية الإذاعية والمطبوعة، وربما الإلكترونية لأي سبب من الأسباب فحسب؛ بل تتيح لهم - أيضاً - مصادر ثرية للحصول على المعلومات، والحوار والنقاش، ومتابعة الأحداث من أماكن عديدة، ومنها ما يصعب الوصول إليها جسدياً في أماكن حدوثها، وبخاصة في أوقات الصراعات والحروب؛ بما يجعل شبكات التواصل الاجتماعي رافداً جديداً لصناعة الأخبار وتوزيعها، وخاصة بالنسبة للصحفيين الشباب. فوفقاً لمسح وطني، أجري في أمريكا على 421 صحفياً، حول استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، فإن الصحفيين الشبان يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي أداة لجمع الأخبار أكثر من نظرائهم الأكبر سناً، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي شغلت مكانة أقل بوصفها أداة لجمع الأخبار مقارنة بالمقابلات المباشرة، والاتصالات الهاتفية، والتواصل بالبريد الإلكتروني⁽¹⁾.

وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم بمصداقية وسائل الإعلام والاتصال. فوفقاً لـ "بنجري" وزملائه فإن الاستقصاءات Polls تشير إلى أن هناك انخفاضاً في ثقة الجمهور في مصادر الأخبار، وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي مجالات لتلقي المضامين الإخبارية، والتوصيات التي يقدمها الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي للأصدقاء تحسن من مستوى الثقة في الأخبار، وتدفع الناس مستقبلاً إلى متابعة مزيد من الأخبار التي تبثها وسيلة إخبارية بعينها، كما أن هذا التأثير يتعاظم حين يقوم الأصدقاء في الحياة الواقعية والذين يمثلون قادة رأي، بمشاركة القصة الخبرية على شبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

وتعتبر "عاصفة الحزم" التي انطلقت في 25 من شهر مارس 2015، بمشاركة عشر دول عربية بقيادة المملكة العربية السعودية، علامة فارقة في الصراع اليمني بأبعاده المختلفة، انتقلت بموجبها الأزمة اليمنية من الأزمة المعقدة إلى الأزمة المركبة، ومن ثم فإن الإخبار reporting عن هذا الحدث يكتسب أهمية كبيرة على الساحات: المحلية والعربية والإقليمية والدولية. ولتغطية مثل هذا الحدث، فإن الصحفيين بحاجة إلى مصادر صحفية جديدة تمكنهم من الحصول على الأخبار والمعلومات، تتجاوز تلك التي توفرها مصادر الأخبار التقليدية، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي إحدى القوى الفاعلة في هذا المجال.

وتحاول هذه الدراسة تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات حول المواجهات العسكرية التي يشهدها عدد من المحافظات اليمنية، بالإضافة التي تمثلها هذه الشبكات بوصفها مصدراً إخبارياً غير تقليدي بالنسبة للصحفيين اليمنيين، والتحديات التي يفرضها هذا الوافد الجديد على بيئة الإعلام والاتصال، وبخاصة ما يتعلق بكيفية التعامل مع كم المعلومات والأخبار والصور التي تزخر بها شبكات التواصل الاجتماعي على مدار الساعة، وآليات التثبت من مثل هذه المصادر والأخبار فالتحقق والتثبت من المعلومات هو حجر الزاوية في العمل الصحفي المهني، ولعل هذا من أبرز التحديات التي تواجه الصحفيين اليوم في بيئة الإعلام والاتصال الشبكي، بالإضافة إلى تقصي مدى تأثير صحافة المواطن citizen journalism على القيم الإخبارية التي تميز الممارسات الصحفية المهنية، فضلاً عن آراء الصحفيين اليمنيين في شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً من مصادر الأخبار، والإيجابيات والسلبيات المترتبة على استخدامها مصادر إخبارية.

وقد انطلقت الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory، بوصفها أحد المداخل التي تحاول تفسير العلاقة المتبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، ومن ثم فهم تأثير هذه الوسائل. وتعتبر هذه النظرية إحدى النظريات الأولى التي تنظر إلى الجمهور على أنه طرف نشيط في عملية الاتصال، وهذه النظرية امتداد لنظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications. ووفقاً لهذه النظرية، هناك ارتباط بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي؛ فتعلم الجمهور من الحياة محدود، ومن ثم يمكنه استخدام وسائل الإعلام للحصول على معلومات

للوفاء باحتياجه، ويتولد هذا الوفاء عن الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام⁽³⁾. وكلما زاد اعتماد الشخص على وسائل الإعلام لتلبية حاجاته زاد دور هذه الوسائل في حياته، ومن ثم تأثيرها عليه، أما من المنظور المجتمعي، فزيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يؤدي إلى قيام هذه الوسائل بدور في إعادة تشكيله، ويزيد من تأثيرها عليه بوجه عام، ويصبح دورها في المجتمع محورياً⁽⁴⁾.

مشكلة الدراسة

لم تشهد وسيلة من وسائل الاتصال سرعة انتشار كما شهدته شبكة الإنترنت عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة؛ فالراديو تطلب 38 عاماً ليصل إلى 50 مليون مستمع حول العالم، أما التلفزيون فقد استغرق 13 عاماً ليصل إلى العدد نفسه، في حين أن الإنترنت وصلت إلى هذا العدد في غضون أربع سنوات. ويقدر عدد مستخدمي "الفايس بوك" حالياً بـ 1.4 بليون، و 47% من مستخدمي الإنترنت يوجدون اليوم على شبكة الإنترنت⁽⁵⁾. وفي ظل التنامي المتسارع لشبكات التواصل الاجتماعي، وتعدد أغراض استخداماتها، بما في ذلك الاستخدامات الصحفية، تحاول هذه الدراسة تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات في أثناء الحروب والأزمات، وذلك بالتطبيق على "عاصفة الحزم"، وبخاصة في ظل إغلاق عدد من الصحف الورقية، ومصادرة ممتلكاتها، وحجب عدد من المواقع الإلكترونية، ومن ثم تصبح هذه الشبكات منصة نشر مهمة في وضع كهذا، ومصدراً للحصول على الأخبار والمعلومات، وخاصة ما يتعلق بالمواجهات العسكرية الدائرة في مختلف محافظات اليمن، التي يصعب الوصول الجسدي إليها.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال الآتي:

- 1 - رصد التحولات التي يعيشها المشهد الإعلامي والاتصالي اليوم في ظل التغيرات المتسارعة من جراء التطورات المتلاحقة التي تشهدها بيئة الإعلام والاتصال اليوم.

- 2 - الكشف عن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي في أوقات الأزمات والصراع والحروب خاصة، ومنصة نشر بديلة في ظل مصادرة الصحف الورقية، والانتهاكات التي تلحق بالصحفيين في أثناء إجراء الدراسة.
- 3 - الكشف عن بعض التحديات التي تمثلها شبكات التواصل الاجتماعي، كمنصة نشر إلكترونية، تتعدد استخداماتها الصحفية، وتأثيراتها على مختلف أطراف العملية الاتصالية، فضلاً عن اتساع دائرة انتشارها بين الجمهور.
- 4 - محاولة ترشيد الخطاب الإعلامي والاتصالي في ظل تنامي منصات النشر الإلكتروني، واتساع دائرة الحرية، وانحسار قيم العمل الصحفي المهني.

الدراسات السابقة Literature Review

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متنامياً بدراسات شبكات التواصل الاجتماعي من جوانبها المختلفة، وتقدم دراسة "عايش"، و"ميلور"، 2015⁽⁶⁾ عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التقارير الإخبارية توصيفاً للوضع الراهن في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وقد عرضت الدراسة الوضع المتغير في هذه المنطقة، ووظيفة كل من الصحافة والصحفيين في ضوء الوقائع المتعلقة بالإخبار reporting في العصر الرقمي، وبيان الفرص والتحديات التي تفرضها منصات التواصل على الصحفيين العرب، كما أبرزت الدراسة كيف يحدد ويطبق الصحفيون العرب أدوات شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتهم الاتصالية مع الجمهور في هذه المنطقة، إذ لم تعد هذه الشبكات ترفاً، بل غدت موجهاً لكل من الرأي العام والتمكين الاجتماعي، ومحدداً مركزياً لمدى بقاء وسائل الاتصال الجماهيري.

واعتمدت الدراسة على مجموعات النقاش المركزة، والمقابلات، والمسوحات الخاصة بالحركة الكثيفة لشبكات التواصل الاجتماعي social media traffic لمعرفة كيفية دمج شبكات ووسائل الإعلام الجديدة في عمليات غرفة الأخبار العربية، وتسخيرها لتعزيز المشاركة مع الجمهور الذي أصبح ممكناً بفعل هذه الوسائل.

وخلصت الدراسة إلى أن عدداً كبيراً من غرف الأخبار العربية احتضنت وسائل التواصل الاجتماعي في عملياتها اليومية لأغراض مختلفة، أهمها جمع الأخبار ونشرها،

والوصول إلى مصادر الأخبار، والتحقق من الشائعات، والتشبيك networking، ووضع هذه الشبكات كعلامات تجارية، بالإضافة إلى الترويج للبرامج وإشراك الجمهور. أما على مستوى الاستخدام الفردي، فتشير الدراسة إلى أن الصحفيين قد انخرطوا أيضاً مع وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أو بأخرى، شخصياً ومهنيًا؛ حيث يستخدم الصحفيون العرب وسائل التواصل الاجتماعي بطرق مميزة، كمصادر مزدحمة crowdsourcing للأفكار من الجمهور لإثراء برامجهم، أو توجيههم إلى مواقعهم الإلكترونية، أو المواقع الرئيسة لمؤسساتهم، أو تبادل الروابط مع الجماهير حول القضايا التي لم يتناولها أصحاب العمل بشكل مباشر، والتعليق على التطورات في المنطقة وحول العالم.

وتذهب الدراسة إلى أن الجهود المبذولة للانشغال مع الجمهور في الفضاء الاجتماعي هي جزء من حرب إعلامية واسعة وطويلة الأمد ترمي للفوز بالقلوب والعقول في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؛ فالمنصات الاجتماعية تتيح فرصاً متميزة للاندماج مع الجماهير، غير أن ما يعوق مدى إمكانية تحقيق هذه الفرص هو محدودية حرية التعبير، والوصول إلى الإنترنت، الذي يتفاوت كثيراً من بلد إلى آخر، ومن وسيلة اتصالية إلى أخرى. وتنتهي الدراسة إلى أن عملية التقارير الإخبارية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ترسم صورة شاملة ومعاصرة لكيفية إدراك الصحفيين العرب اليوم واستخدامهم للوسائط الرقمية، كما تذهب الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية ستحول النموذج التقليدي للصحافة ليس كما يمارس في أمريكا الشمالية وأوروبا فقط، ولكن في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أيضاً.

أما الدراسات التي هدفت إلى تفصي شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين، فمنها دراسة "الداغر"⁽⁷⁾ التي هدفت إلى تعرف استخدامات الإعلاميين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى استفادتهم منها، وموقع تلك الشبكات ضمن المصادر المعلوماتية المختلفة التي يستفيد منها الإعلاميون في إعداد موادهم الصحفية، بالإضافة إلى معرفة اتجاهاتهم نحو استخدامات هذه الشبكات في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران 2013، وذلك بالتطبيق على عينة من القائمين على عملية الاتصال بالمؤسسات الإعلامية المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر المتغيرات التي تدفع الإعلاميين المصريين نحو الشبكات

الاجتماعية هي متابعة الأخبار، ثم مواكبة التطورات التقنية والمعلوماتية؛ فالبحث عن أخبار، وجاذبيتها التي تفوق الإعلام التقليدي، ثم التواصل مع الأصدقاء، وأكدت الدراسة أن أكثر مميزات الشبكات الاجتماعية تمثلت في سرعة الوصول لمصادر الأخبار، وزيادة هامش الحرية، ثم زيادة عدد المصادر الإخبارية التي يرجع إليها القارئ على الاتصال.

في حين أن دراسة "الصفدي"⁽⁸⁾ هدفت إلى تعرف مدى استخدام القارئ على الاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، وأهم الاستخدامات ودوافعها، وذلك بالتطبيق على العاملين في الصحف والمجلات الفلسطينية الصادرة في محافظات غزة، والمكاتب الفرعية للصحف اليومية الفلسطينية الصادرة في الضفة الغربية والقدس المحتلة. وخلصت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 98.7%، وجاء الفيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الأكثر استخداماً من المبحوثين بنسبة بلغت 87%، تلاه تويتر بنسبة وصلت 58.4%، وجاءت الموضوعات والمواد السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما تصدر تعرف الأخبار والأحداث الجديدة والمتوقعة الإشباع المتحققة للمبحوثين، تلاه اكتساب مهارات جديدة تفيد في مجال العمل الصحفي، بالإضافة إلى مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا والأحداث الجارية، فضلاً عن تعرف أساليب جديدة في الكتابة الصحفية.

أما دراسة "بربخ"⁽⁹⁾ فقد اهتمت بتعرف مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات في أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، وأهم الشبكات التي تم الاعتماد عليها، وذلك بالتطبيق على عينة من النخبة الفلسطينية بلغت 164 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى مجيء شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون مصدراً للمعلومات في أثناء العدوان بنسبة بلغت 78.66% بغرض الحصول على المعلومات والأخبار، وجاء الفيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون بنسبة 96.34%، تلاه تويتر بنسبة 31.71%، كما أوضحت الدراسة أن المعلومات السياسية والميدانية أكثر المعلومات تداولاً

عبر شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء العدوان، وجاءت الأخبار الخاصة بالعدوان في مقدمة أشكال المواد الإخبارية التي يفضل المبحوثون متابعتها على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 90.4%.

وهدف دراسة "سردون"⁽¹⁰⁾ إلى تقصي اعتماد الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات، وانتهت إلى أن دوافع الصحفيين الجزائريين لاستخدام هذه المواقع يرجع إلى تعرف وجهات النظر المختلفة، والبحث عن معلومات جديدة، والحصول على الأخبار الفورية بالإضافة إلى تدعيم المواد الصحفية وتنويعها.

وسعت دراسة "آل سعود"⁽¹¹⁾، إلى تحديد مدى اعتماد القارئ بالاتصال في الصحف السعودية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات، وذلك بالتطبيق على 200 من القارئ على الاتصال بصحيفتي الرياض والجزيرة، وتوصلت الدراسة إلى أن القارئ على الاتصال في هاتين الصحيفتين يفضلون وسائل الإعلام الجديد أكثر من الإعلام التقليدي، وقد جاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت، وتويتر، والصحف الإلكترونية، والفيس بوك، والواتس آب ضمن أكثر الوسائل التي يعتمدون عليها من أجل الحصول على المعلومات.

وهدف دراسة "الرعود"⁽¹²⁾ إلى تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في كل من: تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، وانتهت إلى أن أهم مجالات التغيير لهذه الشبكات من وجهة نظر المستجوبين هي: مقاومة الرقابة والحجب والدعاية السياسية في الإعلام الرسمي، والتأثير على الرأي العام: المحلي والإقليمي والدولي، والتهيئة والتحريض على الاحتجاجات، بالإضافة إلى مساهمة هذه المجالات في تفسير التغيير السياسي في كل من: مصر وتونس.

في حين اهتمت دراسة "العززي"⁽¹³⁾ بتعرف استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، وانتهت إلى أن أبرز استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في كل من: التعبير عن الرأي، ومتابعة الأخبار والمستجدات، والتحدث مع الآخرين، ثم التواصل مع الأصدقاء، ومعرفة ما يدور في الوطن. وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى بالنسبة للموضوعات التي يشارك فيها الصحفيون اليمنيون في شبكات التواصل، تلاها الموضوعات الاجتماعية، كما أفاد 79%

من الصحفيين الذين شملتهم الدراسة بتأثير استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي على متابعتهم لوسائل الإعلام التقليدية.

وفي استقصاء أجري في أمريكا على الصحفيين القدماء من الصحافة المطبوعة والإذاعية والصحافة الإلكترونية، وجد أن 98% من المستجوبين البالغ عددهم 376 قالوا إنهم يستعملون شبكات التواصل، وأبرز تلك الاستعمالات تتمثل في وضع الروابط الخاصة بالقصص الإخبارية على الفيس بوك و تويتر، وقليل منهم يتفاعلون مع الجماهير من خلال توجيه الأسئلة للجمهور والرد على تعليقاتهم⁽¹⁴⁾.

وهدف دراسة "أمين"⁽¹⁵⁾ التعرف على صحافة المصدر المفتوح، ومستوى الثقة الذي تتمتع به، وانتهت الدراسة إلى أن صحافة المصدر تشير إلى نوعية من الصحافة تقوم على التشاركية في النشر الإلكتروني، وتقوم على إنتاج الجمهور أو مشاركته في عمليات الإنتاج الصحفي المتوفر على شبكة الإنترنت، ومن أهم سماتها التفاعلية وتعدد الوسائط والتحديث المستمر، ومسحة النشر غير المحدودة، كما توصلت الدراسة إلى أن صحافة المصدر المفتوح تواجه عددا من التحديات أبرزها التحدي المتعلق بمستوى الثقة لدى القراء، وأن عدم مصداقية الإعلام الرسمي في كثير من البلدان وخاصة النامية وتطوير تطبيقات الإنترنت أديا إلى أن يتبوأ الإعلام البديل مكانة متقدمة في بعض الأحيان على الإعلام التقليدي.

وفي الموضوع نفسه، سعت دراسة "زهانج"⁽¹⁶⁾ عن أهمية المواطنين الصحفيين في سياق الإعلام الجديد عند تغطية الكوارث، من خلال اختبار إذا ما كان الجمهور يرى أن الرسائل التي ينشرها المواطنون الصحفيون أكثر مصداقية من تلك التي ينشرها الصحفيون المهنيون عند تغطية أخبار الكوارث، وذلك من خلال استقصاء آراء 48 طالبا من جامعة "ميدوسترن". وأشارت نتائج إلى الدراسة أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المواطنين الصحفيين والصحفيين المهنيين، وبخاصة في بعض الحالات، مثل: التغطية في أثناء الكوارث، حيث يكون المواطنون الصحفيون أكثر مصداقية من الصحفيين المهنيين.

دراسة "يونج وان وزملائه"⁽¹⁷⁾ حول استعمال الصحفيين لتويتر واتجاهاتهم نحو التغريدات، انتهت إلى أن قراءة تغريدات الجمهور ومتابعتها أكثر الأنشطة التي يقوم بها الصحفيون على تويتر، يليها استعمال تويتر لحياتهم الخاصة، والترويج لأخبارهم وأخبار

مؤسساتهم، بالإضافة إلى تفاعلات مع الجمهور تتعلق بالوظائف. كما أوضحت الدراسة أن الصحفيين الكوريين يستفيدون من تغريدات الجمهور لإعداد قصصهم الإخبارية، كما يضمّنون آراء الجمهور في تلك القصص، بالإضافة إلى إدراك الصحفيين لفائدة تغريدات الجمهور وتأثيرها على قصصهم الإخبارية.

أما دراسة "العلاونة"⁽¹⁸⁾ فقد هدفت إلى تعرف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، وذلك بالتطبيق على عينة بلغت (296) مستجوباً من النقبائين في مدينة إربد، وانتهت إلى أن 74.7% من النقبائين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأنها تتيح لهم الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، وتصدر الفيس بوك هذه الاستخدامات بنسبة بلغت 50.6%، تلاه تويتر بنسبة بلغت 27.1%، وجاءت المطالبة بإصلاحات دستورية في مقدمة موضوعات الحراك الجماهيري التي شارك فيها النقبائون الأردنيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.

وتقصت دراسة "إدسون"، و "إريكا"⁽¹⁹⁾ أنماط استهلاك الطلاب الجامعيين للأخبار من خلال سؤالهم من أين يحصلون على الأخبار العاجلة؟ وإلى أين يقودهم هذا المصدر؟ وأظهرت النتائج أن معظم الطلاب يحصلون على الأخبار العاجلة من تويتر في المقام الأول، وتدفع هذه الشبكة جمهورها المستخدم إلى الحصول على مزيد من المعلومات من مواقع المؤسسات الصحفية التقليدية، التي يرى الطلاب أنها أكثر مصداقية.

ويلاحظ من استعراض الدراسات السابقة، محدودية الدراسات العربية التي ركزت على تقصي العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً من مصادر الأخبار والمعلومات الصحفية، وفي المقابل هناك كم يعتد به من الدراسات العربية التي سعت إلى تقصي الأدوار الأخرى لهذه الشبكات، وبخاصة ما يتعلق بكونها مصدراً للمعلومات السياسية والصحية... وأداة من أدوات التغيير السياسي والاجتماعي في ظل ما بات يعرف بـ"الربيع العربي"، في حين أن التغييرات التي تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للعمل الصحفي لا تقل أهمية عن أنواع التغييرات الأخرى؛ حيث تؤدي إلى إعادة صياغة مهنة الصحافة ووظيفتها بوجه عام.

ويختلف موضوع هذه الدراسة عن الدراسات السابقة؛ حيث يحاول تقصي مدى اعتماد

الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحروب والأزمات، وأهم التحديات التي يفرضها هذا الواقع الاتصالي الجديد. وقد أفاد الباحث من هذه الدراسات في مقارنة بعض نتائجها مع نتائج الدراسة الحالية.

أهداف الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أهمها:

- 1 - الكشف عن مدى استخدام الصحفيين اليمنيين للإنترنت مصدراً للأخبار والمعلومات الصحفية، ومعدل الاستخدام وكثافته.
- 2 - تعرف مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية، وأهم المواقع التي يحرصون على تصفحها.
- 3 - معرفة مدى استخدام الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وأهم الشبكات الأكثر استخداماً، ومعدلات الاستخدام وكثافته.
- 4 - الكشف عن مدى استخدام الصحفيين اليمنيين لأسئلتهم الحقيقية، أو أساء مستعارة عند إنشاء حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، من عدمه.
- 5 - معرفة مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على أخبار صحفية.
- 6 - تعرف طبيعة الأحداث والموضوعات التي يحصل الصحفيون اليمنيون على معلومات حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أهم الصفحات التي يحرصون على المرور بها بشكل منتظم.
- 7 - التحقق من مدى ثقة الصحفيين اليمنيين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي.
- 8 - معرفة مدى حرص الصحفيين اليمنيين على التحقق من صحة المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل نشرها، وأساليب التحقق المتبعة لهذا الغرض.
- 9 - التحقق من مدى مراعاة الصحفيين اليمنيين للضوابط الأخلاقية الخاصة بنشر الصور

الصحفية التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مدى حرصهم على تصحيح الأخبار المنشورة في حال اكتشاف عدم صحة المعلومات التي حصلوا عليها من هذه الشبكات.

تساؤلات الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

أولاً- الأسئلة الخاصة باستخدام العام للإنترنت:

- 1 - ما مدى استخدام الصحفيين اليمنيين لشبكة الإنترنت مصدراً للأخبار والمعلومات الصحفية؟
- 2 - ما معدل استخدام الصحفيين اليمنيين يومياً -تقريباً- للإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية؟
- 3 - ما مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية؟
- 4 - ما أهم المواقع التي يحرص الصحفيون اليمنيون على تصفحها من خلال الإنترنت؟

ثانياً- الأسئلة الخاصة باستخدام الشبكات الاجتماعية:

- 1 - ما مدى استخدام الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2 - ما شبكات التواصل الاجتماعي التي لدى الصحفيين اليمنيين حسابات عليها؟
- 3 - أستخدم الصحفيون اليمنيون أسماءهم الحقيقية لإنشاء حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، أم يلجؤون لاستخدام أسماء مستعارة؟
- 4 - ما معدل استخدام الصحفيين اليمنيين يومياً -تقريباً- لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5 - ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الصحفيون اليمنيون؟
- 6 - ما مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على

أخبار صحفية؟

- 7 - ما طبيعة الأحداث والموضوعات التي يحصل الصحفيون اليمنيون على معلومات حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 8 - ما الصفحات التي يحرص الصحفيون اليمنيون على المرور بها بشكل منتظم للحصول على الأخبار؟
- 9 - ما مدى ثقة الصحفيين اليمنيين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 10 - ما مدى حرص الصحفيين اليمنيين على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل نشرها؟
- 11 - كيف يتحقق الصحفيون اليمنيون من صحة الأخبار والصور التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 12 - ما مدى مراعاة الصحفيين اليمنيين للضوابط الأخلاقية في نشر الصور الصحفية التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل نشرها؟
- 13 - ما مدى حرص الصحفيين اليمنيين على تصحيح الأخبار المنشورة في حال عدم صحة المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة

عملت الدراسة على التحقق من الفروض الآتية:

- الفرض الأول :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين للإنترنت وكثافته من ناحية، وبين درجة اعتمادهم على هذه الشبكة للحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى.
- الفرض الثاني :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي من ناحية، ودرجة اعتمادهم على هذه الشبكات للحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى.
- الفرض الثالث :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استعمال الصحفيين اليمنيين

لشبكات التواصل الاجتماعي من ناحية، ودرجة اعتمادهم على هذه الشبكات للحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى.

نوع الدراسة ومنهجها

تقع هذه الدراسة ضمن البحوث الكمية الوصفية descriptive survey التي تهتم بتقصي الأوضاع الراهنة، للحصول على حقائق جديدة حولها، وهذه الحقائق يمكن أن تأخذ أشكالاً مختلفة، كزيادة مستوى المعرفة، أو إصدار تعميم جديد، وقد تؤدي هذه الحقائق مزيداً من الاقتراب من العناصر المتحركة في الموضوع الذي يتم دراسته، أو تقود لاكتشاف علاقات سببية جديدة، وتصميم أكثر دقة للمشكلة المراد حلها وغيرها من الحقائق الأخرى⁽²⁰⁾، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن مدى اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الحروب والأزمات، والكشف عن اتجاهاتهم نحوها. فمنهج المسح يؤدي دوراً وصفيًا وتفسيرياً بشرح الأحداث والظواهر التي يتم دراستها⁽²¹⁾.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين اليمنيين العاملين في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري: الإذاعية والمطبوعة والتفاعلية، ونظراً لعدم وجود إطار لمجتمع الدراسة، يمكن من اختيار عينة ممثلة للمجتمع، فضلاً عن صعوبة الوصول الفعلي إلى الصحفيين في أثناء إجراء الدراسة من جراء الحرب الدائرة في البلاد، التي دفعت ببعضهم إلى الهروب خارج البلاد بحثاً عن مكان آمن، ومن بقي منهم في الداخل، يذهب إلى العمل بشكل غير منتظم، بسبب الغارات الجوية المستمرة على العاصمة صنعاء وغيرها من المدن اليمنية الأخرى - فقد اختيرت العينة بأسلوب العينة المتاحة available sample أو الملائمة convenience samples⁽²²⁾، ويقوم هذا الأسلوب على اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم⁽²³⁾؛ بحيث يمثلون عينة الدراسة، وقد بلغت العينة 59 صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين

في مختلف مجالات العمل الصحفي.

وتحتوي الجداول من (19) إلى (23) خصائص عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبة الذكور 93.2%، مقابل 6.8% من الإناث. وقد تفاوتت أعمار المستجوبين، وجاءت الفئة العمرية التي تراوح ما بين 30 و40 في الترتيب الأول بنسبة بلغت 45.8%، تلاها الفئة الواقعة ما بين 20 و30، وبلغت نسبتها 32.2%، وفي الترتيب الثالث جاءت الفئة التي راوحت أعمارهم ما بين 40 و50 وبلغت 18.6%، وأخيراً البالغون من العمر أكثر من 50 عاماً بنسبة 3.4% (الجدول 20).

أما بالنسبة للمستوى التعليمي للمستجوبين، فقد غلب مستوى الحاصلين على مؤهل جامعي على المستويات التعليمية الأخرى، وبلغت نسبتهم 86.4%، تلاه الحاصلون على "ماجستير" بنسبة 11.9% (الجدول 21).

أما ما يتعلق بسنوات العمل الصحفي، فأكثر من نصف المستجوبين مضى عليهم أكثر من عشر سنوات في العمل الصحفي، إذ بلغت هذه النسبة 54.2%، تلاهم من تراوح سنوات عملهم في مهنة الصحافة ما بين 5 و10 بنسبة بلغت 30.5%، وأخيراً من هم أقل من خمس سنوات، وبلغت نسبتهم 15.3% (الجدول 22).

كما شملت الدراسة عدداً من العاملين في مختلف مجالات العمل الصحفي: المطبوع والإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني، من صحفيين بوجه عام، ومحررين ومراسلين: محليين وخارجيين، ومديري مكاتب صحفية خارجية، وكتاب ومحللين سياسيين، ومذيعين، ومعدّي ومقدمي برامج تلفزيونية، فضلاً عن يشغلون مناصب صحفية قيادية (رؤساء تحرير صحف ومواقع إلكترونية، ومديري تحرير، ونواب مديري تحرير، ومديرين عامين، ومديري إدارات، ورؤساء أقسام...) وغيرها من المهن الصحفية الأخرى الواردة في الجدول (23).

أداة الدراسة

طبقت هذه الدراسة من خلال استمارة استقصاء إلكتروني online questionnaire، تضمنت 20 سؤالاً، تم بناؤها بما يجب عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها. وقد راوحت هذه الأسئلة ما بين أسئلة مغلقة النهاية، وذات نهاية مفتوحة. كما توزعت الاستبانة على ثلاثة محاور، الأول: خاص بالإنترنت وشمل أربعة أسئلة، والثاني: تم تكريسه لشبكات التواصل

الاجتماعي وشمل 13 سؤالاً، أما المحور الأخير من الاستبانة، فقد خصص لمعرفة خصائص المستجوبين. كما صمم مقياس مكون من 12 عبارة لقياس اتجاهات الصحفيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً للأخبار والحصول على المعلومات في أثناء الحروب والأزمات، وقد رفعت الاستبانة على محرك البحث جوجل "Google Docs"، وأرسل الرابط الخاص بالاستبانة إلى أكثر من 100 صحفي بواسطة البريد الإلكتروني، و"فيس بوك" و"تس آب". وبصعوبة استوفيت بيانات 59 استمارة؛ نظراً للظروف الصعبة السائدة في أثناء فترة إجراء الدراسة، وبخاصة انقطاع الكهرباء، وصعوبة الوصول إلى الإنترنت، فضلاً عن المزاج السلبي غير الملائم لإجراء الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات

توصف أداة البحث بالصدق validity متى كانت صالحة لتحقيق الأهداف التي أعدت من أجلها، وقد طبق قياس الصدق الظاهري face validity لأداة الدراسة، الذي يعبر عن اتفاق المحكمين على أن الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وصدق المحتوى content validity الذي يهتم بمدى اتفاق محتوى الأداة مع الهدف الذي صمم من أجله هذا المقياس⁽²⁴⁾.

وللتأكد من صدق الاستبانة، عرضت على مجموعة من أساتذة الاتصال والخبراء للحكم على مدى صلاحيتها للتطبيق، ومن ثم أجريت التعديلات التي اقترحها المحكمون⁽²⁵⁾، أما ما يتعلق بالثبات، فقد قام الباحث بتطبيق الاستبانة على 10% من عينة الدراسة، لمرة أخرى بعد مضي أسبوعين من التطبيق الأول؛ للتحقق من مدى ثبات الأداة، فضلاً عن التأكد من مدى وضوح الأسئلة ومقاييس الدراسة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات 91%؛ مما يؤكد ثبات المقياس، وصلاحية الأداة للتطبيق.

المعالجات الإحصائية للبيانات

يتيح محرك البحث "جوجل" الحصول على ملخص للبيانات في هيئة جداول وأشكال شاملة للأرقام والنسب الإحصائية، وقد عولجت هذه البيانات بواسطة برنامج "الورد" Microsoft Word والإكسيل ExcelMicrosoft لبناء الجداول وترتيب بياناتها من

الأعلى إلى الأدنى.

أما بالنسبة للتحقق من فروض الدراسة، فقد استعمل برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، إصدار 23 للحصول على المتوسط الحسابي الموزون Weighted Mean لقياس ترجيحات اتجاهات المستجوبين الذين شملتهم هذه الدراسة، بالإضافة إلى تطبيق التحليل الثنائي (Bivariate) للكشف عن العلاقات بين متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً - النتائج العامة

1 - معدل استخدام الصحفيين الإنترنت مصدراً للأخبار والمعلومات الصحفية

جدول (1): معدل استخدام الصحفيين الإنترنت مصدراً للأخبار والمعلومات الصحفية (ن=59)

م	معدل الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	44	74.6
2	أحياناً	14	23.7
3	نادراً	1	1.7
	الإجمالي	59	100

المتوسط الحسابي 1.32.

أكدت ردود المستجوبين الواردة في جدول (1) ارتفاع معدل التعرض المنتظم لشبكة الإنترنت بوصفها مصدراً للحصول على المعلومات الصحفية؛ حيث بلغت نسبة التصفح المنتظم لهذه الشبكة بغرض الحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية 74.6% من مجموع المستجوبين، تلاه التصفح غير المنتظم بنسبة 23.7%، وهذا يؤكد الأهمية التي أضحت للإنترنت في حياة الصحفيين المهنية.

2 - كثافة استخدام الصحفيين للإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية
 جدول (2): كثافة استخدام الصحفيين للإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية
 ((ن=59))

م	معدل الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
1	مرتفع	28	47.5
2	منخفض	20	33.9
3	متوسط	11	18.6
	الإجمالي	59	100

المتوسط الحسابي 1.86.

تضمن جدول (2) كثافة تصفح المستجوبين للإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية؛ فقد بلغت نسبة التصفح المرتفع (أكثر من ثلاث ساعات) للإنترنت ما يقرب من نصف المستجوبين (47.5%)، تلاها نسبة التصفح المنخفض (من ساعة إلى ساعتين)، وبلغت 33.9%، وفي الترتيب الثالث جاءت نسبة التصفح المتوسط (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) وبلغت 18.6% من إجمالي نسبة المستجوبين.

وإذا ما أخذنا في الاعتبار الظروف المعيشية للصحفيين في اليمن في أثناء إجراء هذه الدراسة، فإنه يمكن القول بارتفاع كثافة التصفح للإنترنت إلى حد ما، وذلك في ضوء الظروف التي يعيشها الصحفيون اليمنيون من جراء الحرب الدائرة في اليمن في أثناء إجراء هذه الدراسة؛ حيث الكهرباء في انقطاع شبه تام، ولا تأتي إلا في بعض الأوقات، وفي بعض الأيام، ولمدة محدودة قد تصل أحياناً إلى نصف الساعة في اليوم، وقد تغيب كلية لعدة أيام؛ مما يصعب معه تصفح الإنترنت بواسطة أجهزة الكمبيوتر، ويغدو تصفحها من خلال الهواتف الجواله هو البديل، وذلك بواسطة تقنية الـ "3جي" 3G المتواضعة السرعة، وعالية التكلفة في اليمن، وبخاصة في ظل توقف صرف مرتبات موظفي الدولة منذ ما يزيد على ثمانية أشهر حتى وقت إجراء هذه الدراسة.

3 - مدى اعتماد الصحفيين على الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية
 جدول (3): مدى اعتماد الصحفيين على الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية
 (ن=59)

م	درجة الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
1	كبيرة	33	55.9
2	متوسطة	23	39
3	محدودة	3	5.2
الإجمالي		59	100

المتوسط الحسابي 1.49.

أكدت البيانات الواردة في جدول (3) ارتفاع نسبة اعتماد الصحفيين اليمنيين على الإنترنت، وقد بلغت نسبة من يعتمدون عليها بدرجة كبيرة 55.9%، تلاها من يعتمدون عليها بدرجة متوسطة، بنسبة بلغت 39%، وأخيراً نسبة من يعتمدون عليها بدرجة محدودة.

4 - أهم المواقع التي يحرص الصحفيون على تصفحها من خلال الإنترنت

جدول (4): أهم المواقع التي يحرص الصحفيون على تصفحها من خلال الإنترنت
 (ن=59)

م	الموقع	التكرار	النسبة المئوية*
1	الإخبارية	58	98.3
2	الثقافية	54	91.5
3	الصحية	20	33.9
4	الترفيهية	12	20.3
5	أخرى	10	16.9

*. النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

تضمن جدول (4) أهم المواقع التي يحرص الصحفيون اليمنيون على تصفحها من خلال الإنترنت، وقد جاءت المواقع الإخبارية في الترتيب الأول بنسبة 98.3% من إجمالي المستجوبين، تلاها المواقع الثقافية بنسبة وصلت 91.5%، وفي الترتيب الثالث -ولكن بفارق كبير بينه وبين المواقع الإخبارية- تصفح المواقع الصحية بنسبة بلغت 33.9%، في حين جاءت المواقع الترفيهية في الترتيب الرابع بنسبة 20.3%، وهذه النتيجة تعكس وعياً صحفياً لدى الصحفيين اليمنيين، يشير إلى إدراكهم لمدى أهمية الصحافة بالنسبة لتشكيلهم المهني، وأن المواقع الثقافية لا تقل أهمية عن المواقع الإخبارية بحكم متطلبات العمل الصحفي المهني.

5 - معدل استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (5) : معدل استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي

(ن=59)

م	معدل الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	52	88.1
2	أحياناً	7	11.9
3	نادراً	0	0
4	لا	0	0
الإجمالي		59	100

المتوسط الحسابي 1.12.

حوى جدول (5) معدل تصفح الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء التعرض المنتظم "دائماً" في الترتيب الأول بنسبة بلغت 88.1%، تلاه في الترتيب معدل التصفح غير المنتظم "أحياناً" بنسبة بلغت 11.9%، في حين غاب التصفح "نادراً" كلية، فضلاً عن عدم التصفح، وتتسق هذه النتيجة مع النتائج السابقة الخاصة باستخدام شبكة الإنترنت وكثافته، وتؤكد الأهمية التي أضحت لشبكات التواصل الاجتماعي في حياة الصحفيين اليمنيين، وبخاصة في ظل المصادر التي طالت عدداً من الصحف الورقية، وإغلاق مقارها، ومصادرة ممتلكاتها، فضلاً عن حجب عدد من المواقع الصحفية

الإلكترونية. فوفقاً لتقرير الحريات الصحافية خلال النصف الأول من عام 2015 الصادر عن نقابة الصحفيين اليمنيين، وصل عدد الصحف ووسائل الإعلام التي تم إيقافها 16 صحيفة ووسيلة إعلامية، كما تم حجب 33 موقعاً إلكترونياً ومحرك بحث، بالإضافة إلى إغلاق 9 مكاتب قنوات تلفزيونية⁽²⁶⁾. ورصد تقرير سابق صادر عن مؤسسة حرية ارتفاع نسبة الانتهاكات التي طالت الصحفيين خلال النصف الثاني من عام 2014، وتوزعت هذه الانتهاكات على 11 نوعاً من أنواع الانتهاك، تمثلت في حالي قتل، و 13 حالة شروع في القتل، و 29 حالة اعتقال/احتجاز، و 58 حالة اعتداءات جسدية، و 12 حالة إخفاء/اختطاف، و 4 حالات محاكمات جائرة، و 25 حالة إيقاف/فصل تعسفي، و 42 حالة نهب/إتلاف، و 44 حالة سب/تخريض، و 50 حالة منع/مصادرة أدوات، و 80 حالة تهديد⁽²⁷⁾.

6 - مدى امتلاك الصحفيين لحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي قف
جدول (6): مدى وجود حسابات للصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي
(ن=59)

م	الحساب	التكرار	النسبة المئوية*
1	فيس بوك	59	100
2	وتس آب	52	88.1
3	تويتر	47	79.7
4	يو تيوب	27	45.8
5	أنستجرام	18	30.5
6	أخرى	4	6.8

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

حوى جدول (6) شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص الصحفيون اليمنيون الذين شملتهم الدراسة على إنشاء حسابات فيها؛ حيث تصدر "فيس بوك" شبكات التواصل الاجتماعي؛ فجميع أفراد عينة الدراسة لديهم حساب على هذه الشبكة. ويرجع ذلك إلى انتشار هذه الشبكة بين الجمهور اليمني؛ حيث تشير آخر الإحصائيات إلى أن

عدد مستخدمي "فيس بوك" في اليمن يتجاوز 2 مليون مستخدم، وهو ما يمثل 8% من إجمالي عدد السكان⁽²⁸⁾، تلا ذلك الصحفيون الذين لديهم حساب على "الوتس آب" WhatsApp بنسبة بلغت 88.1%، وفي الترتيب الثالث جاء الصحفيون الذين لديهم حسابات على "تويتر" بنسبة بلغت 79.7%، في حين جاء "يوتيوب" في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 45.8%، فـ"إنستجرام" بنسبة وصلت 30.5%، وأخيراً من لديهم حسابات على شبكات أخرى.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة "العززي" من ارتفاع نسبة استخدام الصحفيين لـ"فيس بوك" في عملهم الصحفي بدرجة عالية، مقابل استخدام "تويتر" و"يوتيوب" بدرجة متوسطة. كما تتفق هذه النتائج إجمالاً - وإن اختلفت في الترتيب - مع ما انتهت إليه دراسة "الداغر"؛ حيث جاء موقع "يوتيوب" في الترتيب الأول بالنسبة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين في مصر، تلاه فيس بوك، فالمتدنيات، وتويتر، ثم المجموعات البريدية، ويمكن إرجاع الاختلاف في الترتيب إلى تفاوت خدمات الإنترنت المقدمة في مصر مقارنة باليمن سواء من حيث سرعتها أو قيمة الاشتراك فيها⁽²⁹⁾.

7 - نوع الاسم الذي يستخدمه الصحفيون لحساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي
جدول (7): نوع الاسم الذي يستخدمه الصحفيون لحساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي
(ن=59)

م	نوع الاسم	التكرار	النسبة المئوية*
1	استخدام الاسم الحقيقي	58	98.3
2	استخدام حساب باسم حقيقي وآخر باسم مستعار	1	1.7
3	استخدام اسم مستعار	0	0
	الإجمالي	59	100

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

أفاد الصحفيون اليمنيون الذين شملتهم هذه الدراسة استخدامهم جميعاً -

تقريباً- لأسمائهم الحقيقية في حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، عدا صحفي واحد أفاد أن لديه حساباً باسمه الحقيقي وآخر باسم مستعار، وهذا يشير إلى أن استخدام الصحفيين لأسمائهم الحقيقية في حساباتهم على هذه الشبكات يعتبر ضرورة لتسهيل عملية التواصل مع الأعضاء الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها ما يتعلق بكونهم أحد مصادر الأخبار والمعلومات، فضلاً عن التواصل المتبادل بينهم وبين زملاء المهنة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة "الداغر" التي أظهرت أن 75.4% من الإعلاميين المصريين يستخدمون أسماءهم الحقيقية عند الدخول إلى حساباتهم في الشبكات الاجتماعية، في حين يستخدم 14.1% من أفراد العينة أسماء مستعارة⁽³⁰⁾.

8 - كثافة استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (8) : كثافة استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي
(ن=59)

م	كثافة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
1	مرتفع	26	44.1
2	منخفض	20	33.9
3	متوسط	13	22.0
	الإجمالي	59	100

المتوسط الحسابي 1.90.

تضمن جدول (8) كثافة استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت كثافة الاستخدام المرتفع (أكثر من ثلاث ساعات) في الترتيب الأول بنسبة بلغت 44.1%، تلاها كثافة الاستخدام المتوسط (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) بنسبة بلغت 22%، وفي الترتيب الثالث جاءت كثافة الاستخدام المنخفض (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت 22%. وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة "العززي" من ارتفاع كثافة التعرض لـ "فيس بوك" التي وصلت إلى ثلاث ساعات يومياً على الأقل.

9 - معدل استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (9): معدل استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي
(ن=59)

م	الشبكة	دائماً %	أحياناً %	لا %	%
1	الفيس بوك	44	74.6	15	25.4
2	وتس آب	43	72.9	8	13.6
3	تويتر	15	25.4	35	59.3
4	يوتيوب	11	18.6	29	49.2
5	إنستجرام	2	3.4	14	23.7
6	المتديات	1	1.7	13	22.0
				19	32.2

*. النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

وفقاً لردود المستجوبين الواردة في جدول (9) والخاصة بمعدل استخدام الصحفيين اليمنيين الذين شملتهم الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد تصدر "الفيس بوك" معدل الاستخدام المنتظم بنسبة 74.6% من إجمالي المستجوبين، تلاه في الترتيب "وتس آب" بنسبة بلغت 72.9%، في حين تصدر الاستخدام غير المنتظم "أحياناً" بالنسبة لكل من: "تويتر" و"يوتيوب" بنسبة بلغت 59.3% للأول، و 49.2% للثاني.

أما بالنسبة لكل من: "إنستجرام" و"المتديات" فقد سجلا استخداماً متواضعاً بالنسبة لكل من الاستخدام المنتظم وغير المنتظم، وقد بلغت نسبة من يستخدمون "إنستجرام" "أحياناً" 23.7%، و"المتديات" 22%، وفي المقابل ارتفعت نسبة عدم الاستخدام لهاتين الشبكتين على وجه الخصوص، ويمكن تفسير هذا الانخفاض بالنسبة لـ"يوتيوب" في ضوء تواضع سرعة خدمة الإنترنت التي يستطيع عامة الصحفيين من ذوي الدخل المحدود أو المتوسط الاشتراك فيها؛ حيث تعتبر أسعار الإنترنت اليمن من أعلى الأسعار.

وتتفق هذه النتائج إجمالاً مع ما انتهت إليه دراسة "الداغر" حول استخدام أفراد العينة "فيسبوك" أكثر من "تويتر" و"يوتيوب" عند نشر مواد إعلامية للجمهور التقليدي⁽³¹⁾.

10 - معدل اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار

جدول (10): معدل اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار

(ن=59)

م	الشبكة	دائماً %	أحياناً %	لا %	%
1	وتس آب	21	40.4	20	38.5
2	الفيس بوك	22	37.9	30	51.7
3	تويتر	16	34	24	51.1
4	يوتيوب	4	10	22	55
5	المنتديات	0	0	9	27.3
6	إنستجرام	0	0	5	14.7
				29	85.3

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

وفقاً لرؤود المستجوبين الواردة في جدول (10)، والخاصة بمعدل اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، فقد جاء "الوتس آب" في مقدمة الشبكات التي يتم الاعتماد عليها، بنسبة بلغت 40.4%، تلاه الفيس بوك فتويتر بنسبة بلغت 37.9% للشبكة الأولى، و 34% للثانية.

في حين ارتفعت نسب معدلات الاعتماد "أحياناً" على هذه الشبكات للحصول على الأخبار، وبلغت 55% بالنسبة لـ "يوتيوب"، و 51.7% لـ "فيس بوك"، و 51.1% بالنسبة لـ "تويتر". وقلت نسبة الاعتماد على "المنتديات" و "إنستجرام"، وهو ما يتسق مع النتائج السابقة الخاصة بمعدل استخدام المستجوبين لشبكات التواصل الاجتماعي.

11 - طبيعة الأحداث التي يحصل الصحفيون على معلومات حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (11) : طبيعة الأحداث التي يحصل الصحفيون على معلومات حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

(ن=59)

م	الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
1	أحداث وموضوعات محلية	59	100
2	أحداث وموضوعات عربية	30	50.8
3	أحداث وموضوعات دولية	22	37.3

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

بناء على البيانات الواردة في جدول (11) الخاص بطبيعة الأحداث والموضوعات التي يحصل الصحفيون اليمنيون الذين شملتهم هذه الدراسة على معلومات حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد جاءت الأحداث والموضوعات المحلية في الترتيب الأول بنسبة 100%، تلاها في الترتيب الأحداث والموضوعات العربية بنسبة بلغت 50.8%، وأخيراً الأحداث والموضوعات يمكن الدولية بنسبة وصلت 37.3% من إجمالي المستجوبين.

وفي ضوء هذه النتائج يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي تعد بالنسبة للصحفيين اليمنيين المهنيين ساحة جديدة للنشر، ومنصة مضافة لممارسة دورهم الإرشادي والتنويري، يختلف في بعض تجلياته عن ذلك الدور الذي يمارسونه عبر الوسائل التقليدية، فإذا كان المقال الصحفي - مثلاً - يكتب وفق سياسة تحريرية معينة - غالباً - وينشر في وقت معين، فإن نشاط الصحفيين وما ينشرونه على منصات التواصل الاجتماعي يختلف عن ذلك؛ من حيث الحجم والتوقيت والتفاعل، والجمهور، فمنصات التواصل في المتناول في أي وقت؛ مما يمكن الصحفيين من نشر أكثر من مادة في اليوم الواحد، يختلف طولها بحسب طبيعة الموضوع الذي تتناوله؛ فمنها ما قد يكون مقالة طويلة أو قصيرة، وقد تكون مجرد عبارة أو جملة مقتضبة، تحمل رسائل مباشرة، فضلاً عن الكتابات التي يمكن اعتبارها شيئاً من الخواطر والتأملات والبوح بمكنون النفس، وما يجول في خاطر.

12 - الصفحات التي يحرص الصحفيون على المرور بها بشكل منتظم للحصول على الأخبار

جدول (12): الصفحات التي يحرص الصحفيون على المرور بها بشكل منتظم للحصول على الأخبار

(ن=59)

م	الصفحة	التكرار	النسبة المئوية
1	صفحات الصحفيين	45	76.3
2	صفحات الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي	38	64.4
3	صفحات النشطاء المدنيين والحقوقيين	36	61
4	صفحات قادة الأحزاب والسياسيين	25	42.4
5	صفحات أساتذة الجامعة والأكاديميين	18	30.5
6	صفحة رئيس الجمهورية	14	23.7
7	صفحات الوزراء ومسؤولي الدولة الكبار	13	22
8	صفحة نائب رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء	8	13.6
9	أخرى	7	11.9

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

اشتمل جدول (12) على الصفحات التي يحرص المستجوبون على المرور بها بشكل منتظم للحصول على الأخبار والمعلومات حول الأحداث الجارية في اليمن، وجاءت صفحات الصحفيين في الترتيب الأول بنسبة بلغت 76.3%، تلاها في الترتيب صفحات الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي وبلغت نسبتها 64.4%، فصفحات النشطاء المدنيين والحقوقيين بنسبة وصلت 61%، وفي الترتيب الرابع جاءت صفحات قادة الأحزاب والسياسيين بنسبة بلغت أقل من نصف المستجوبين 42.4%، أما بالنسبة لبقية الصفحات الأخرى، فقد حظيت باهتمام ثلث المستجوبين الذين شملتهم هذه الدراسة فأقل، وتمثلت هذه الصفحات - بالترتيب - في الصفحات الخاصة بكل من: أساتذة الجامعة والأكاديميين، فرئيس الجمهورية، فرئيس الوزراء ومسؤولي الدولة الكبار، ثم صفحة نائب رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء.

وتختلف هذه النتيجة عما توصلت إليه دراسة "الداغر" من تصدر صفحات المسؤولين

المصريين قائمة طرق حصول الصحفيين على مواد إعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية؛ مما يشير إلى قلة نشاط المسؤولين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بنظرائهم المصريين، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء رغبة المسؤولين المصريين في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي والإفادة منها في ما يتعلق بالتواصل أكثر من نظرائهم المسؤولين اليمنيين⁽³²⁾.

13 - مدى ثقة الصحفيين اليمنيين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (13): مدى ثقة الصحفيين اليمنيين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي (ن=59)

م	مستوى الثقة	التكرار	النسبة المئوية
1	أثق فيها إلى حد ما	50	84.7
2	لا أثق فيها	8	13.6
3	أثق فيها كثيراً	1	1.7
	الإجمالي	59	100

أفصحت البيانات الواردة في جدول (13)، والخاصة بمستوى ثقة المستجوبين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي، عن تواضع مستوى الثقة في هذه الشبكات بوصفها مصدراً للأخبار؛ فمعظم الصحفيين الذين شملتهم هذه الدراسة أفادوا ثقتهم فيها إلى حد ما؛ حيث بلغت هذه النسبة 84.7%، في حين غابت كلية نسبة من يثقون فيها، وهو ما يمكن فهمه في ظل الأخبار المتضاربة التي تزخر بها شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراك الصحفيين لهذا النوع من الممارسة الصحفية غير الرشيدة في بعض الأحيان، والتي يمكن أن تتم بقصد في حال تجنيد أحد أطراف الصراع لـ "خلايا إلكترونية" بهدف الإرجاف في الأثير الإلكتروني، أو يمكن أن تتم من دون قصد في ظل عدم دراية المواطن الصحفي بأسس العمل الصحفي المهني، وغياب التربية الإعلامية عن المناهج الدراسية في مختلف مراحل التعليم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة توحيد "بربخ"؛ حيث تثق النخبة الفلسطينية في تناول شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات المتعلقة بالعدوان الإسرائيلي على "غزة" بنسبة 47%⁽³³⁾.

14 - مدى حرص الصحفيين اليمنيين على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (14): مدى حرص الصحفيين اليمنيين على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (ن=59)

م	الحرص على التحقق	التكرار	النسبة المئوية
1	أحرص دائماً على التحقق من المعلومات والصور التي أحصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل أن أقوم بنشرها.	49	83.1
2	أحرص أحياناً على التحقق منها قبل أن أقوم بنشرها.	9	15.3
3	أنشرها مباشرة دون التحقق منها حرصاً على تحقيق السبق الصحفي.	1	1.7
4	نادراً ما أحرص على التحقق منها قبل أن أقوم بنشرها.	0	0
	الإجمالي	59	100

أكدت البيانات الواردة في جدول (14) حرص الصحفيين اليمنيين الذين شملتهم الدراسة على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد بلغت نسبة من أفادوا بحرصهم الدائم على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال هذه الشبكات قبل نشرها 83.1% من إجمالي المستجوبين الذين شملتهم الدراسة، تلاهم في الترتيب الثاني -بفارق كبير- نسبة المستجوبين الذين أفادوا بحرصهم أحياناً على التحقق من المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل نشرها بنسبة بلغت 15.3%.

15 - كيفية تحقق الصحفيين من صحة الأخبار والصور التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي
 جدول (15) : كيفية تحقق الصحفيين من صحة الأخبار والصور
 التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي
 (ن=59)

م	الحرص على التحقق	التكرار	النسبة المئوية
1	اتصال الصحفي بمصادره الخاصة أو زملائه من الصحفيين.	48	81.4
2	استخدام تقنية "جوجل" للتحقق من الصور.	28	47.5
3	مقارنة المواد المنشورة بما ينشر حول الموضوع نفسه على صفحات أخرى.	27	45.8
4	استخدام تقنيات التحقق من الصور المتاحة على مواقع متخصصة على الإنترنت.	8	13.6
5	من خلال تعليقات الأعضاء.	8	13.6
6	أخرى.	5	8.5

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59) .

حوى جدول (15) الطرق والأدوات التي أفاد المستجوبون استخدامها للتحقق من صحة الأخبار والصور التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاء الاتصال بمصادر الصحفي أو زملائه الصحفيين في الترتيب الأول بنسبة بلغت 81.4%، تلاها في الترتيب الصحفيون الذين أفادوا بأنهم يتحققون من صحة الصور باستخدام تقنية "جوجل"، وبلغت نسبتهم 47.5%، وفي الترتيب الثالث جاءت آلية التحقق المتمثلة في مقارنة المواد المنشورة بما ينشر على صفحات أخرى حول الموضوع نفسه بنسبة بلغت 45.8%، أما استخدام تقنيات التحقق من صحة الصور المتاحة على مواقع متخصصة على الإنترنت فقد جاءت في الترتيب الرابع بنسبة محدودة بلغت 13.6%، وأخيراً من خلال تعليقات الأعضاء. وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة "ميدلبريج وماكلور" التي انتهت إلى أن 10% فقط من الصحفيين يثقون في شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا للقصص الإخبارية، وأن الصحفيين لا يزالون يفضلون طرق التواصل التقليدية والاستراتيجيات القائمة على بناء العلاقات، مثل: البريد الإلكتروني، والهاتف،

والمقابلات الشخصية⁽³⁴⁾، ومع ما انتهت إليه دراسة "لشكر"، و "كركمير" حول تردد الصحفيين في استعمال المعلومات التي يتحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي ويقتبسونها على نحو مباشر في نقل الأخبار⁽³⁵⁾.

16 - مدى مراعاة الصحفيين للضوابط الأخلاقية قبل نشر الصور الصحفية التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (16): مدى مراعاة الصحفيين للضوابط الأخلاقية قبل نشر الصور الصحفية التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

(ن=59)

م	مدى مراعاة الضوابط	التكرار	النسبة المئوية
1	عدم نشر صور الضحايا إذا كانت تحتوي على مشاهد دموية مؤلمة.	39	66.1
2	نشر صور الضحايا مهما كانت بشاعتها.	11	18.6
3	أجري بعض المعالجات على صور الضحايا (كإخفاء بعض الملامح..) بواسطة البرامج المتخصصة قبل نشرها بما يقلل من بشاعة ما تحويه من مشاهد مؤلمة.	9	15.3
الإجمالي		59	100

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

وفقاً لردود المستجوبين الواردة في جدول (16) الخاص بمدى مراعاة الصحفيين للضوابط الأخلاقية قبل نشر الصور الصحفية التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، فإن معظم الصحفيين الذين شملتهم هذه الدراسة يراعون أخلاقيات نشر صور ضحايا الصراع والحروب والنزاعات؛ فقد أفاد 66.1% من المستجوبين بعدم قيامهم بنشر الصور إذا كانت تحتوي على مشاهد دموية مؤلمة، وفي الترتيب الثاني جاء الصحفيون الذين قالوا إنهم يقومون بنشر صور الضحايا مهما كانت بشاعتها بنسبة بلغت 18.6%، وفي الترتيب الثالث والأخير جاء الصحفيون الذين أفادوا بإجرائهم بعض المعالجات لهذه الصور بواسطة البرامج المتخصصة قبل نشرها، بنسبة بلغت 15.3%.

17 - مدى حرص الصحفيين على تصحيح الأخطاء في الأخبار بعد نشرها
 جدول (17): مدى حرص الصحفيين على تصحيح الأخطاء في الأخبار بعد نشرها
 (ن=59)

م	مدى الحرص على التصحيح	التكرار	النسبة المئوية
1	أقوم بالتصحيح فوراً من خلال حسابي على شبكات التواصل الاجتماعي.	31	52.5
2	أقوم بنشر التصحيح في الوسيلة الإعلامية التي أعمل فيها.	19	32.2
3	أتجاهل الموضوع ولا أقوم بنشر تصحيح للخبر.	4	6.8
4	أخرى.	5	8.5

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

اشتمل جدول (17) على البيانات الخاصة بمدى حرص المستجوبين على تصحيح الخطأ في الخبر بعد نشره؛ ففي الترتيب الأول جاءت نسبة الصحفيين الذين أفادوا قيامهم بالتصحيح فوراً من خلال حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 52.5%، تلاهم في الترتيب من قالوا إنهم يقومون بنشر تصحيح في الوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها، وبلغت نسبتهم 32.2%؛ مما يشير إلى عدم حرص المؤسسات الإعلامية اليمنية على تصحيح الأخطاء في الأخبار حال حدوثها، وفي المقابل يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها منصات للنشر وتصحيح الأخطاء التي يقع فيها الصحفيون.

18 - اتجاهات الصحفيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً إخبارياً في أثناء الحروب والأزمات
جدول (18): اتجاهات الصحفيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً إخبارياً في أثناء الحروب والأزمات
(ن=59)

م	العبارة	موافق "3"	%	لا أعرف "2"	%	غير موافق "1"	%	المتوسط الحسابي
1	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي إضافة مهمة للعمل الصحفي المهني وبخاصة في أثناء الحروب والأزمات.	54	91.5	3	5.1	2	3.4	2.88
2	توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للحصول على صور من ضحايا المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	51	86.4	4	6.8	2	6.8	2.86
3	توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين أخباراً ومعلومات حول الأحداث التي تقع في المناطق البعيدة التي لا يصل إليها الصحفيون.	53	89.8	1	1.7	5	8.5	2.81
4	أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للتواصل مع الناس العاديين والحصول منهم على الأخبار الخاصة بالمواجهات العسكرية الدائرة في البلاد	51	86.4	5	8.5	3	5.1	2.81
5	وفرت شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للتعبير عن آرائهم بحرية تامة حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	49	83.1	4	6.8	5	10.2	2.75
6	تؤدي الأخبار المتضاربة المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي إلى نوع من اللبلة لدى الصحفيين حول أخبار المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	48	81.4	6	10.2	3	8.5	2.69
7	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للصحفيين للحصول على المعلومات والأخبار حول الأحداث التي يصعب الوصول إلى أماكن حدوثها في أوقات الحروب والأزمات.	46	78.0	1	1.7	11	20.3	2.69
8	توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين مصدراً للحصول على الأخبار الفورية حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	45	76.3	10	16.9	3	6.8	2.68
9	توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين مصدراً للاطلاع على مختلف وجهات النظر حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	49	83.1	6	10.2	2	6.8	2.58
10	تهدد شبكات التواصل الاجتماعي القيم والمعايير التقليدية للعمل الصحفي (كالدقة، والمصداقية... وغيرها من القيم الإخبارية).	47	79.7	6	10.2	5	10.2	2.56
11	تعمق شبكات التواصل الاجتماعي انقسام الرأي العام اليمني حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	42	71.2	10	16.9	5	11.9	2.56
12	تمكن شبكات التواصل الاجتماعي الصحفيين من الحصول على أحدث المعلومات حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.	39	66.1	12	20.3	7	13.6	2.51

* النسبة المئوية من إجمالي عينة الدراسة (59).

عكست ردود المستجوبين المتضمنة في جدول (18) اتجاهات إيجابية للصحفيين الذين شملتهم الدراسة نحو شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً إخبارياً في أثناء الحروب والأزمات، ووفقاً لقيم المتوسط الحسابي الموزون weighted mean فقد ترتبت هذه الاتجاهات على النحو التالي:

- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي إضافة مهمة للعمل الصحفي المهني وبخاصة في أثناء الحروب والأزمات.
 - توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للحصول على صور لضحايا المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
 - توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين أخباراً ومعلومات حول الأحداث التي تقع في المناطق البعيدة التي لا يصل إليها الصحفيون.
 - أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للتواصل مع الناس العاديين والحصول منهم على الأخبار الخاصة بالمواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
 - وفرت شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين فرصة للتعبير عن آرائهم بحرية تامة حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
 - تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للصحفيين للحصول على المعلومات والأخبار حول الأحداث التي يصعب الوصول إلى أماكن حدوثها في أوقات الحروب والأزمات.
 - توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين مصدراً للحصول على الأخبار الفورية حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
 - توفر شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين مصدراً للاطلاع على مختلف وجهات النظر حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
 - تمكن شبكات التواصل الاجتماعي الصحفيين من الحصول على أحدث المعلومات حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
- وقد راوحت قيم المتوسط الحسابي الموزون لهذه العبارات ما بين: 2.51 و 2.88. وتتفق هذه النتائج إجمالاً مع ما أكدته دراسة "الداغر" من أن مواقع التواصل الاجتماعي

أحدثت تطوراً كبيراً في حياة الإعلاميين على المستوى الشخصي والمهني بصورة كبيرة⁽³⁶⁾. وفي المقابل ارتفعت نسبة الصحفيين الذين أكدوا الجوانب السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للأخبار والمعلومات، ووفقاً لقيم المتوسط الحسابي الموزون، فقد ترتب الاتجاهات السلبية على النحو الآتي:

- تؤدي الأخبار المتضاربة على شبكات التواصل الاجتماعي إلى نوع من البلبلة لدى الصحفيين حول أخبار المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد.
- تهدد شبكات التواصل الاجتماعي القيم والمعايير التقليدية للعمل الصحفي (كالدقة، والمصادقية... وغيرهما من القيم الإخبارية).
- تعمق شبكات التواصل الاجتماعي انقسام الرأي العام اليمني حول المواجهات العسكرية الدائرة في البلاد؛ حيث راوحت قيم هذا المتوسط للعبارات المذكورة ما بين: 2.69 و 2.56.

19 - تفاعلات أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي

تعتبر التفاعلية *interactivity* أبرز الخصائص التي جلبتها شبكة الإنترنت إلى عملية الاتصال، وقد أثرت شبكات التواصل الاجتماعي هذه الخاصة على نحو غير مسبوق؛ فهي تتيح للقائم على الاتصال التفاعل مع مختلف أطراف العملية الاتصالية. وتتعدد تجليات تفاعل عينة الدراسة على هذه الشبكات، وأبرزها ذلك النوع من التفاعل الذي يتم بين المتابعين من ناحية، والمواد المنشورة من ناحية أخرى، بالإضافة إلى التفاعل الذي يتم بين القراء أنفسهم، وبينهم وبين الصحفيين؛ حيث تفتح الموضوعات التي ينشرها الصحفيون على هذه الشبكات مجالاً غير محدود بالمساحة أو الزمان أو المكان للتعليق والنقاش والجدل، والاتفاق والاختلاف، كما تختلف طبيعة تفاعل الجمهور وفقاً للموضوع المنشور، فقد يكون مجرد إطرأ شخصي للصحفي، أو التعبير عن الاتفاق مع المادة المنشورة، والإعجاب؛ بأسلوب تناوله، أو تمرير الرسالة ومشاركتها مع الآخرين، وقد يشكل التعليق إضافة للموضوع، بما ذلك التصويب حال حدوثه، أو سرد مزيد من التفاصيل، بما يثري الموضوع، ويدفع إلى مزيد من النقاش، بالإضافة إلى سرد الأدلة والبراهين في حالة الاتفاق أو الاختلاف مع المادة المنشورة من ناحية، أو مع أحد تعليقات الأعضاء من ناحية أخرى، ولا تخلو التعليقات من

الخروج عن الموضوع أحياناً، وقد تكون نابية أحياناً أخرى، وفي كل الأحوال فإن هذا التفاعل يشري العلمية الاتصالية، ويدفع بها إلى آفاق رحبة، ويزيد من دائرة انتشارها واتساعها على غرار دوران "كرة الثلج" الذي يتم عبر هذه المنصات على نحو غير مسبوق.

أما عدد التفاعلات فتتفاوت وفقاً لشهرة الصحفي، وعدد متابعيه على شبكات التواصل الاجتماعي، ونشاطه المنتظم على هذه الشبكات، بالإضافة إلى طبيعة الموضوعات التي يتناولها، ومدى صلتها بالواقع اليمني، ومعاناة الناس اليومية من جراء الحرب الدائرة منذ أكثر من عامين، والآثار الاقتصادية والاجتماعية والنفسية التي ترتبت على هذه الحرب، والمعاناة الإنسانية التي لحقت بمختلف فئات المجتمع اليمني، ومن ثم فإن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر بالنسبة للصحفيين أداة فعالة للتعاطي مع الشأن العام على نحو يتسم بالتجدد والتفاعلية والفاعلية.

ثانياً- التحقق من فروض الدراسة

الفرض الأول : العلاقة بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين للإنترنت وكثافته، ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول (19): العلاقة بين معدل وكثافة استعمال الصحفيين اليمنيين للإنترنت وكثافته ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات

المتغيرات	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
معدل استعمال الإنترنت	.721	.000
كثافة استعمال الإنترنت	.863	.000

أكدت نتائج الاختبار الثنائي Bivariate وجود علاقة قوية بين معدل استعمال شبكة الإنترنت وكثافته من ناحية، والاعتماد على هذه الشبكة للحصول على المعلومات والأخبار من ناحية أخرى، حيث وصلت قيمة هذا المعامل إلى 0.721. لمعدل الاستعمال، و 0.863. للكثافة، كما بلغت قيمتها المعنوية 0.000، وهذه القيمة دالة عند مستوى ثقة قدرها 95%، ومن ثم يمكن قبول هذا الفرض كلياً؛ حيث توجد علاقة قوية بين معدل استعمال الصحفيين

اليمنيين للإنترنت وكثافته من ناحية ودرجة الاعتماد على هذه الشبكة من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى.

الفرض الثاني: العلاقة بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول (20): العلاقة بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات

شبكات التواصل الاجتماعي	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
فيس بوك	.704	0.000
وتس آب	.475	0.000
تويتر	.453	0.000
يوتيوب	.300	0.021
المنتديات	.156	0.239
إنستجرام	.112	.400

أكدت نتائج الاختبار الثنائي Bivariate وجود علاقة قوية بين معدل استعمال الصحفيين لكل من: "فيس بوك" و"وتس آب" و"تويتر" من ناحية؛ ودرجة اعتمادهم على هذه الشبكات للحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى؛ حيث بلغت قيمة هذا المعامل لـ "فيس بوك" 704. و 475. لـ "وتس آب" و 453. لـ "تويتر"، كما بلغت قيمتها المعنوية 0.000، وهذه القيم دالة عند مستوى ثقة 95%.

أما بالنسبة لـ "يوتيوب"، فقد بلغت قيمة معامل بيرسون 300. ، وهذه القيمة دالة عند مستوى ثقة قدرها 0.021، في حين لم تكن قيمة معامل بيرسون دالة عند مستوى ثقة قدرها 95% بالنسبة لكل من: المنتديات، و "إنستجرام"، وبناء على نتائج هذا الاختبار يمكن قبول هذا الفرض جزئياً، وذلك فيما يتعلق بوجود علاقة قوية بين معدل استعمال الصحفيين اليمنيين لكل من: فيس بوك، و وتس آب، و تويتر، من ناحية، ودرجة الاعتماد على هذه الشبكات من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى، وعلاقة متوسطة بالنسبة لليوتيوب، في حين لا يقبل بقية الفرض بالنسبة لكل من: المنتديات، و إنستجرام.

الفرض الثالث: العلاقة بين كثافة استعمال الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول (21): العلاقة بين كثافة استعمال الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات

شبكات التواصل الاجتماعي	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
وتس آب	.921	0.000
تويتر	.888	0.000
فيس بوك	.813	0.000
يوتيوب	.808	0.021
المنتديات	.435	0.301
إنستجرام	.312	0.216

أكدت نتائج الاختبار الثنائي Bivariate وجود علاقة قوية بين كثافة استعمال شبكات التواصل الاجتماعي من ناحية، ودرجة اعتمادهم على هذه الشبكات للحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى؛ حيث بلغت قيمة هذا المعامل لـ "وتس آب" 921. و 888. لـ "تويتر"، و 813. لـ "فيس بوك"، كما بلغت قيمتها المعنوية 0.000، وهذه القيم دالة عند مستوى ثقة 95%، أما بالنسبة لـ "يوتيوب"، فقد بلغت قيمة معامل بيرسون 808. ، وهذه القيمة دالة عند مستوى ثقة قدرها 0.021، في حين لم تكن قيمة معامل بيرسون دالة عند مستوى ثقة قدرها 95% بالنسبة لكل من: المنتديات، و "إنستجرام".

واعتماداً على نتائج هذا الاختبار يمكن قبول هذا الفرض جزئياً؛ حيث توجد علاقة قوية بين كثافة استعمال الصحفيين اليمنيين لكل من: فيس بوك، و وتس آب، و تويتر، من ناحية، ودرجة الاعتماد على هذه الشبكة من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات من ناحية أخرى، في حين كانت هذه العلاقة معتدلة بالنسبة لليوتيوب، في حين لا يقبل بقية الفرض بالنسبة لكل من: المنتديات، و "إنستجرام".

مناقشة نتائج الدراسة

أكدت نتائج الدراسة تعاظم أهمية الإنترنت في حياة الصحفيين اليمنيين؛ فجميع الصحفيين الذين شملتهم الدراسة يتصفحون الإنترنت إما على نحو منتظم وإما غير منتظم، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة اعتماد الصحفيين على الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات الصحفية، وبخاصة في أوقات الصراع والحروب والأزمات.

وعكست أهم المواقع التي يحرص الصحفيون اليمنيون على تصفحها، وهي المتمثلة في المواقع الثقافية من ناحية، والصحفية من ناحية أخرى، تكامل الجوانب الثقافية والمهنية وتلاقحها في بناء الشخصية الصحفية؛ فالصحفي المهني شخصية مثقفة في المقام الأول، وحرفية في المقام الثاني، والمواقع الثقافية تلبي حاجة عامة لدى الصحفي، في حين أن المواقع الصحفية تحقق له منفعة عملية، تمكنه من متابعة الأحداث، والحصول على الأخبار، وأساليب تغطيتها، وغيرها من الجوانب المتصلة بتفاصيل العمل الصحفي المهني.

وأكدت نتائج الدراسة مدى انتشار "الفيس بوك" بين الصحفيين اليمنيين، فجميع الصحفيين الذين شملتهم هذه الدراسة يحرصون على تصفح هذه الشبكة، كما كشفت الدراسة عن أهمية "الوتس آب" وسيلة اتصال تكنولوجية حديثة، ووافداً جديداً إلى العمل الصحفي يعمق التفاعلية التي تميز الإعلام البديل *alternative media*، ويعزز السرعة والآنية في توصيل الخبر، وتبادل المعلومات وغيرها من وظائف العمل الصحفي الأخرى؛ فقد برز هذا التطبيق ضمن قائمة أهم مصادر الأخبار وتبادل المعلومات بالنسبة للصحفيين اليمنيين.

كما تستأثر شبكات التواصل الاجتماعي بأهمية خاصة في أثناء الأزمات والحروب والصراعات، للحصول على معلومات حول الأحداث والموضوعات المحلية خاصة، والأحداث والموضوعات العربية عامة؛ فقد برزت هذه الشبكات بوصفها مصدر أخبار للأحداث المحلية بالنسبة لجميع الصحفيين اليمنيين.

وعلى الرغم من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار والمعلومات في أثناء الحروب والصراع، فإن الصحفيين اليمنيين يتعاملون بحذر مع الأخبار المنشورة على هذه الشبكات، أو الواردة بواسطتها؛ مما ينبئ عن وعي الصحفيين اليمنيين في التعامل مع

صحافة المواطن citizen journalism، التي لا تخضع -غالباً- لقواعد العمل الصحفي المهني وضوابطه، كما تشير إلى وعي هؤلاء الصحفيين بالواقع اليمني الذي يعاني من استقطاب سياسي حاد، يضيفي بظلاله على أعضاء شبكات التواصل الاجتماعي، ومنهم من يعمل ضمن "خلايا إلكترونية"، مدفوعون إلى استعمال هذه الشبكات من منطلقات سياسية أو عقدية؛ لتحقيق مصلحة حزب معين، أو جماعة سياسية محددة، أكثر من كونهم نشطاء على شبكات التواصل الاجتماعي في عصر صحافة المواطن وتعاظم أدوارها.

ومن هذا المنطلق، أبدى الصحفيون اليمنيون وعياً بهذا الواقع الصحفي شديد التعقيد، وحذراً في التعامل مع المعلومات والصور التي يحصلون عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وضرورة التحقق من هذه المعلومات والصور قبل نشرها، فارتفعت نسبة الصحفيين الذين يحرصون على التحقق من هذه الصور قبل نشرها، وهذا مؤشر إيجابي.

وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية في كشف الصور والفيديوهات المزيفة التي تنتشر على شبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان، فإن طرق التحقق التقليدية التي تتم من خلال الاتصال المباشر بالمصادر الخاصة للصحفيين لا تزال تمثل أهمية بارزة للتحقق من هذه المواد.

ومن أبرز التحديات التي تفرزها شبكات التواصل الاجتماعي ما يتعلق بنشر صور الضحايا، فـ"الفيس بوك" على وجه التحديد، يمثل منصة غير مسبوقة لنشر عدد من صور الجرحى والقتلى من جراء الصراع الدائر حالياً في اليمن على نحو يعتبر انتهاكاً لأخلاقيات نشر صور ضحايا الحرب والقتال، غير أن الصحفيين الذين شملتهم الدراسة قد أفادوا بمراعاتهم لأخلاقيات نشر هذا النوع من الصور؛ مما يشير إلى وعيهم بأخلاقيات نشر صور الضحايا، ومن ثم فإن أصابع الاتهام تشير إلى مسؤولية المواطنين الصحفيين في نشر المشاهد المؤلمة لصور القتلى والجرحى.

وأبدى الصحفيون اليمنيون اهتماماً محدوداً بالمرور على صفحات كل من: قادة الأحزاب والسياسيين وكبار مسؤولي الدولة بمن فيهم رئيس الجمهورية، ونائبه، ورئيس الوزراء على "فيس بوك"؛ مما يشير إلى محدودية أهمية هذه الصفحات بوصفها مصدراً للمعلومات والأخبار بالنسبة للصحفيين اليمنيين، وفي المقابل عدم إفادة هؤلاء المسؤولين

من هذه الصفحات على نحو يجذب الصحفيين إلى زيارتها بانتظام، كما يشير انخفاض اهتمام الصحفيين بصفحات الأكاديميين إلى تواضع إسهام هذه الفئة في الشأن العام، فضلاً عن وجودهم على شبكات التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لاتجاهات الصحفيين حول شبكات التواصل الاجتماعي، فهم يدركون الإضافة الحقيقية والمهمة التي تمثلها هذه الشبكات للعمل الصحفي، ولكنهم في المقابل يعون ما تمثله من تهديد للقيم الصحفية التي استقرت في العمل الصحفي طوال العقود الماضية فضلاً عن المخاطر المحدقة بالنسيج الاجتماعي من جراء الاستخدام غير الرشيد لشبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأوقات من بعض أفراد الجمهور، والمكونات السياسية، وبخاصة في ظل غياب التربية الإعلامية Media Literacy التي تمكن من التعاطي مع هذه الشبكات وغيرها من معطيات الإعلام الجديد new media على نحو تحليلي ونقدي، ومن ثم؛ يغدو إدماج التربية الإعلامية اليوم ضرورة ملحة في مناهج التعليم المدرسي والجامعي على حد سواء.

ملحق الدراسة

جدول (19): توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

(ن=59)

م	النوع	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكور	55	93.2
2	إناث	4	6.8
	الإجمالي	59	100

جدول (20): توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

م	العمر	التكرار	النسبة المئوية
1	40-30	27	45.8
2	30-20	19	32.2
3	50-40	11	18.6
4	أكثر من 50	2	3.4
	الإجمالي	59	100

جدول (21): توزيع عينة الدراسة وفقاً للتعليم

(ن=59)

م	المؤهل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
1	حاصل على مؤهل جامعي	51	86.4
2	حاصل على ماجستير	7	11.9
3	أخرى	1	1.7
	الإجمالي	59	100

جدول (22): توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات العمل الصحفي

(ن=59)

م	سنوات العمل الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
1	أكثر من 10 سنوات	32	54.2
2	5-10 سنوات	18	30.5
3	أقل من 5 سنوات	9	15.3
	الإجمالي	59	100

جدول (23): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمسمى الوظيفي

(ن=59)

م	المسمى	التكرار	النسبة المئوية
1	صحفي	24	40.7
2	منصب صحفي قيادي	16	27.1
3	محرر صحفي	5	8.5
4	مدير/ رئيس موقع إلكتروني	5	8.5
5	مراسل محلي/ خارج	3	5.1
6	مذيع/ معد/ مقدم برامج	3	5.1
7	كاتب/ محلل سياسي	2	3.4
8	مصور صحفي	1	1.7
	الإجمالي	59	100

الهوامش والمراجع

- (1) - Gillis, Tamara L., Johnson, Kirsten: "Younger Journalists More Likely to Use Social Media", **Newspaper Research Journal**, Los Angeles: SAGE Journals, Vol. 36, Issue 2, 2015, p.p184-196.
- (2) - Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J.: "News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking", **Journal Of Computer-Mediated Communication**, New Jersey: Wiley Online library, Vol 20, Issue 5, 2015, p.p 520-535.
- (3) - Communication Theory.Org: Communication Theory تم الوصول إليه في 2016/9/10، من: <http://communicationtheory.org/media-dependency-theory/>
- (4) - Baran, Stanley J., Davis, Dennis, K.: **Mass Communication Theory, Foundations, Ferment, and Future**, 5th Edition, Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2009, p.273.
- (5) - Bullas, J.: 33 Social Media Facts and Statistics You Should Know in 2015 تم الوصول إليه في 2016/9/10، من: <http://www.jeffbullas.com/2015/04/08/33-social-media-facts-and-statistics-you-should-know-in-2015/#iGIdfYyGfHb4RdEb.99>
- (6) - Ayish M., Mellor: **Reporting in the MENA Region: Cyber Engagement and Pan-Arab Social Media**, New York: Roman and Littlefield, 2015.
- (7) - الداغر، مجدي: "اتجاهات الإعلاميين نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران"، المؤتمر الدولي الحادي والعشرون لكلية الإعلام جامعة القاهرة حول: الإعلام وبناء الدولة - الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة، مايو 26-27 / 2015، تم الوصول إليه في 2016/8/30 من: <http://middle-east-online.com/?id=201010>
- (8) - الصفدي، سلامة حسن: "استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة - دراسة ميدانية في محافظات غزة"، رسالة ماجستير، غزة: قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، 2015.
- (9) - بربخ، نضال عبدالله: "اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 - دراسة ميدانية في محافظة غزة"، رسالة

- ماجستير، غزة: قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، 2015.
- (10) ياسمينه، سردون: "اعتماد الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: دراسة مسحية لعينة من الصحفيين العاملين بجريدة وقناة النهار"، رسالة ماجستير، الجزائر: معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خميس مليانة، 2013.
- (11) آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد: "مدى اعتماد القارئ بالاتصال بالصحف المطبوعة السعودية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول المعلومات - دراسة مسحية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 14، 2015، ص 11-78.
- (12) الرعود، عبدالله: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير، عمان: جامعة الشرق الأوسط، 2012، تم الوصول إليه في 25/8/2016 من: <http://cutt.us/P9ded>
- (13) العززي، وديع: "استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة - دراسة مسحية"، 2014، تم الوصول إليه في 10/9/2016 من: http://www.alwahdawi.net/news_details.php?lng=arabic&sid=11507
- (14) Bullard, S. B.: "Editors Use Social Media Mostly to Post Story Links", **Newspaper Research Journal**, Los Angeles: SAGE Journals, Vol 36, Issue 2, 2015, 170-183.
- (15) أمين، رضا عبد الواحد: "صحافة المصدر المفتوح وتأثيراتها على الصحافة الورقية - ويكيلكس نموذجاً"، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد 21، 2014، ص 219-303.
- (16) Ziqi, Zhuang: "The Importance of Citizen Journalists in New Media When Reporting on Catastrophes", **The Global Studies Journal**, Illinois: Common Ground Publishing, Vol.7, issue 3, 2014, P.P 21-39.
- (17) Kim, Y., Kim, Y., Lee, J., Oh, J., & Lee, N.: "Tweeting the Public: Journalists' Twitter Use, Attitudes toward the Public's Tweets, and the Relationship with the Public", **Information Communication & Society**, U.K: Taylor & Francis Group, Vol. 18, Issue 4, n.d, p.p. 443-458.
- (18) العلاونة، حاتم سليم: "دور التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري - دراسة ميدانية على عينة من النقابيين، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السابع عشر حول: "ثقافة التغيير"، 2012، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا.
- (19) Tandoc, E. C., & Johnson, E.: "Most Students Get Breaking News First from Twitter". **Newspaper Research Journal**, Angeles: SAGE Journals: SAGE Journal, Vol.37,

- Issue 2, 2016, p.p 153-166.
- (20) Calmorin, L. P.: **Research Methods and Thesis Writing**, 2nded, Manilla: Rex Printing, 2008, p.70.
- (21) الجلال، راسم: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة: مركز التعليم المفتوح، 1999، ص 143.
- (22) Wimmer, R.D., Mominik, J.R.: **Mass Media Research an Introduction**, 8th ed, CA: Thomson Wadsworth, 2006, p. 65.
- (23) Gravetter, F. and Forzano L.: **Research Methods for the Behavioral Science**, 4th ed, Belmont: Wadsworth, 2012, p. 95.
- (24) عبد الحميد، محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص 429-431.
- (25) عرضت الاستمارة على الأساتذة التالية أسماؤهم:
- د. بشار عبدالرحمن مطهر - الأستاذ المشارك ورئيس قسم الإعلام - جامعة اليرموك.
 - د. وديع العززي - الأستاذ المشارك بقسم الإعلام، جامعة أم القرى.
 - د. عبدالملك الدنانى - الأستاذ المشارك بجامعة أبو ظبي، دولة الإمارات.
 - د. عمر عبرين - الأستاذ المساعد بكلية الإعلام، جامعة صنعاء.
 - د. بلقيس محمد علوان - الأستاذ المساعد، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.
- (26) موقع التغيير نت: في تقرير حديث لنقابة الصحفيين اليمنيين لوضع الحريات خلال نصف عام 2015، تم الوصول إليه في 10/5/2016 من: <http://www.al-tagheer.com/news82105.html>
- (27) مؤسسة حرية: مؤسسة حرية ترصد 359 حالة انتهاك خلال عام 2014 ضد الصحفيين والوسائل الإعلامية في اليمن، تم الوصول إليه في 10/5/2016، من: http://freedomfoundation-yemen.org/index.php?option=com_content&view=article&id=960:-359-2014-&catid=18:2012-06-28-09-16-51&Itemid=13
- (28) Mohammed Bin Rashid School of Government, Social Media and the Internet of Things Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potential, Limits and Concerns, Arab Social Media Report, 7th ed, p. 36, retrieved on Oct.7th, from: <http://www.mbrsg.ae/getattachment/05534635-16f6-497a-b4a3-d06f061bda0b/Arab-Social-Media-Report-2017>.

- (29) "استخدامات الصحفيين اليمنيين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة - دراسة مسحية"، ص 19.
- (30) "اتجاهات الإعلاميين نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران"، ص 15.
- (31) "اتجاهات الإعلاميين نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران"، ص 21.
- (32) "اتجاهات الإعلاميين نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران"، ص 24.
- (33) "اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014"، ص 179.
- (34) - Kirsten Johnson and Tamara Gillie: **Journalists and Corporate Blogs : Identifying Markers of Credibility, in Ethical Practice of Social Media in Public Relations**, eds: Marcia W. DiStaso and Denise Seveck Bortree, New York: Routledge, 2014, p.195.
- (35) - Sophie Lecheler and Sanne Kruikmeier: "Re-evaluating Journalistic Routines in a Digital Age: A Review of Research on the Use of Online Sources" : **SAGE Journals, New Media & Society**, Vol. 18, Issue 1, 2015, p. 75.
- (36) "اتجاهات الإعلاميين نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة 30 يونيو/ حزيران"، ص 27.