

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي ٢٠١٦ = ١.٣٣

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة - العدد الرابع عشر - يناير / مارس ٢٠١٧

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- دراسة تحليلية عن تداعيات إدارة أزمات الاتصال في الشرق الأوسط: الملاحظة في مياة مجهولة
أ.م.د/ إبراهيم مصطفى صالح (جامعة النيل - مصر) ... ص ٩

البحوث العربية:

- اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي: دراسة ميدانية
أ.د/ عابدين الدردير الشريف (جامعة الزيتونة - ليبيا) ... ص ١٣
- تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي
أ.د/ ثريا أحمد البدوي (جامعة القاهرة) ... ص ٤٣
- استراتيجية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية
د/ انتصار داود العبيدي (كلية الفجيرة - الإمارات) ... ص ٧٧
- اتجاهات الرأي العام المصري نحو موقف الاتحاد الأوروبي من أزمة اللاجئين السوريين: دراسة تطبيقية على موقع " فيس بوك "
د/ لبيبة عبد النبي إبراهيم (جامعة حلوان) ... ص ١٠٧
- استراتيجية العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقويمية لقسمي العلاقات العامة بجامعتي (بغداد والتكنولوجية) أنموذجًا
د/ سهاد عادل جاسم (الجامعة المستنصرية) ... ص ١٣٥
- تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه
د/ محمد فؤاد زيد (جامعة المنوفية) ... ص ١٥١
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية
د/ خالد بن فيصل الفرم (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٢١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٧ @ EPRA

www.epra.org.eg

obeykandi.com

الهيئة العلمية

أ.د علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثالث عشر - السنة الرابعة - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د / رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

د/ ثريا محمد السنوسي

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام

جامعة الغربية

د/ محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام

جامعة بغداد

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام

جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jpr.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.
- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٣٣ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٦ للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
 - يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.

- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معديلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية jprrr@epra.org.eg ، أو إمیل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها ثلاثة عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا وروى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية العربية بمعدل = ١.٣٣، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

وفي العدد الرابع عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا وروى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين.

ففي البداية نجد بحثًا باللغة الإنجليزية للدكتور إبراهيم صالح - جامعة النيل - من (مصر)، بعنوان: "دراسة تحليلية عن تداعيات إدارة أزمات الاتصال في الشرق الأوسط: الملاحظة في مياة مجهولة". كما تضمن العدد بحثًا مقدمًا من أساتذة هم: أ.د/ عابدين الدريد الشريف - جامعة الزيتونة - من (ليبيا) والذي قدم دراسة ميدانية عن: " اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي". أما: أ.د/ ثريا أحمد البدوي - جامعة القاهرة - من (مصر) فقدت دراسة عن: " تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي".

وتضمن العدد أيضًا بحثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مشارك منهم: د/ انتصار داود العبيدي - كلية الفجيرة بالإمارات - من (العراق) ، دراسة عن: " استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية ".

بينما قدمت د/ لبيبة عبد النبي إبراهيم - جامعة حلوان - من (مصر) دراسة تطبيقية على "موقع الفيس بوك" عن: "اتجاهات الرأي العام المصري نحو موقف الاتحاد الأوروبي من أزمة اللاجئين السوريين: دراسة تطبيقية على موقع".

أما د/ سهاد عادل جاسم محمد - الجامعة المستنصرية- من (العراق) قدمت مشاركة بحثية عن: " استراتيجيات العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقييمية لقسمي العلاقات العامة بجامعتي (بغداد والتكنولوجية) أنموذجاً".

بينما قدم د/ محمد فؤاد زيد - جامعة المنوفية- من (مصر) بحثاً بعنوان: " تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه ".
وأخيراً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في (السعودية) - قدم د/ خالد فيصل الفرم - بحثاً بعنوان: " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان

كإعلامي: دراسة ميدانية

إعداد

أ.د/ عابدين الدردير عابدين الشريف (*)

(*) أستاذ الصحافة والإعلام بكلية الفنون والإعلام - جامعة الزيتونة بلبيبا.

obeyikandali.com

اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي: دراسة ميدانية

أ.د/ عابدين الدردير عابدين الشريف

Abdin.Sharif@Yahoo.Com

جامعة الزيتونة - ليبيا

الملخص:

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية وتم تحديد مشكلتها في التساؤل التالي " ما اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي؟". وتكتسب أهميتها من حداثة الموضوع المتعلق بشاهد العيان في وسائل الإعلام، وندرة الدراسات حوله. **وهدفت** هذه الدراسة إلى تحديد الدور الذي يقوم به شاهد العيان في تشكيل وتوجيه الرأي العام وتعبئته وتحريكه بالتحريض والثورة لإسقاط الأنظمة السياسية في بلدان ما يعرف بالربيع العرب. عدة تساؤلات الدراسة: هل يحلّ شاهد العيان مكان المراسل المحترف في تغطية الحروب والنزاعات؟ وهل مهنة الإعلام أصبحت عرضة للمتطفلين؟ هل ما يقوله شاهد العيان يؤثر على معيار المصادقية في نشر أو إذاعة الأخبار؟ وإلى أي حد يمكن قبول شاهد العيان كمراسل صحفي يقوم بتغطية الأحداث؟ وهل يمكن الاستغناء عن الصحفي المحترف؟ وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي عن طريق استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي تكونت من بعض أساتذة الجامعات الليبية والإعلاميين الليبيين العاملين في مختلف وسائل الإعلام الليبية. وقد توصلت الدراسة **النتائج** التالية: اتفق معظم أفراد عينة الدراسة على أن شاهد العيان هو إعلامي، وأظهرت أن شاهد العيان كان حيادياً في نقله لأحداث الثورات، وأن الاعتماد عليه في فترات الأزمات كان ضرورياً لتغطية الأحداث من أماكن الحروب، كما اتفق معظم المبحوثين على أن شاهد العيان غير ملم بالتشريعات الإعلامية وبالتالي لا يمكن أن يكون شريكاً أو أحد عناصر الإنتاج الإعلامي، كما لا يمكن الاستغناء عن الصحفي المحترف مهما كان الذي لعبه شاهد العيان في نقل أحداث ما عرف بثورات الربيع العربي.

المقدمة:

يعتقد العديد من الصحفيين والإعلاميين والنخب الأكاديمية أنه يوجد أشخاص تعدوا على مهنة الإعلام، مستغلين في ذلك بعض الظروف الصعبة كالحروب والاقتتال والأزمات في مناطق معينة من العالم فيتحولون بذلك من شهود عيان أو مواطنين عاديين إلى إعلاميين كما حدث على سبيل المثال في الدول التي شهدت ثورات على أنظمتها السياسية مثل تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا منذ عام ٢٠١١م. ومنذ ذلك الوقت يواصل شاهد العيان ممارسة الدور الإعلامي البديل غير الاحترافي عبر استضافته من قبل بعض القنوات الفضائية والإذاعية في نقل الأحداث والوقائع من المناطق السالفة الذكر

التي تشهد صراعات دامية على السلطة وفرض بذلك مساراً إعلامياً بديلاً أو موازياً لمهنة الإعلام. وبذلك كثرت الأخبار الواردة من مواطنين عابدين يعدون بمثابة شهود عيان، دون تحرر الدقة والإلمام بالمعايير المهنية في نقلها وبالتالي تتوافر الأخبار وتكثر دون اكتراث للمسؤولية والمصادقية الملقاة على ما ينشرون خاصة، وهذا البحث يتطرق إلى رؤية واتجاهات شريحة مهمة في هذا المجال وهم النخب الأكاديمية والإعلامية نحو دور شاهد العيان كإعلامي نحو أحداث ما عرف بثورات الربيع العربي.

ويمكن أن نعرض الإحساس بإشكالية الدراسة في النقاط الآتية:-

- (١) إن اعتماد وسائل الإعلام وتحديد القنوات الفضائية منها على روايات شاهد العيان في الدول العربية التي اجتاحتها الثورات أخرجتها مما أضطر بعضها للاعتذار أكثر من مرة لتكذيب أخبار ومعلومات وردت عنه وكانت بعيدة كل البعد عن الدقة و الصدق والموضوعية.
- (٢) لم يخل نقل روايات بعض شهود العيان من تخصيص وخضوع لأجندات دول أجنبية، حيث كانت بعض التغطيات الإعلامية لشاهد العيان منحازة بالكامل ضد أنظمة الحكم.
- (٣) بعض وسائل الإعلام وتحديد القنوات الفضائية منها عند استضافتها لشهود العيان وكل ما يقوله يوظف حسب توجهاتها وسياساتها وموقعها من الأحداث.

إشكالية الدراسة:

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الآتي:-

- (١) من حداثة الموضوع المتعلق بشاهد العيان في وسائل الإعلام.
- (٢) من انعدام الدراسات أو قلتها حول هذا الموضوع محلياً وعربياً وحتى دولياً.
- (٣) من الدور المضلل الذي قد يلعبه شاهد العيان في تقديم أخبار ومعلومات قد تكون خاطئة عن الأحداث.

(٤) من إثرائها للمكتبة الإعلامية المحلية والعربية والدولية بمثل هذه الموضوعات الإعلامية الجادة. أسباب اختيار الموضوع: من أشق الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية والعملية ويسهم في إثراء المعرفة الإنسانية، ومن الأسباب التي دفعتنا للبحث في هذا الموضوع ما يلي:

الأسباب الذاتية:

- (١) - الرغبة العلمية في البحث في موضوع يستلزم جهداً أكاديمياً محكماً يكون بالمستوى المطلوب.
- (٢) - الاهتمام والمويل الشخصية للموضوع والنابع من الأثر الكبير الذي يلعبه شاهد العيان في المنظومة الإعلامية وأثره في حياة الأفراد والجماعات.
- (٣) - من أهمية شاهد العيان ودوره بالنسبة لوسائل الإعلام وتحديد الفضاءي منها.

(٤) - الفضول العلمي في اختيار دراسة هذا الموضوع.

الأسباب الموضوعية:

- (١) انعدام الدراسات المحلية وقلتها عربياً وعالمياً حول شاهد العيان وماهيته ودوره في العملية الإعلامية وفي صناعة وتشكيل الرأي العام.
- (٢) شاهد العيان كظاهرة إعلامية عالمية تستحق الدراسة والبحث والتحليل.
- (٣) يعتبر هذا الموضوع مهم من حيث أنه حيوي وصالح للدراسة والبحث، كما أن شاهد العيان مجال حديث مقارنة بالمندوبين والمراسلين الرسميين والمحترفين التابعين للصحف والقنوات والإذاعية والفضائية.

أهداف الدراسة:

- يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه وإزالة بعض الغموض الذي يحيط بالموضوع الذي يريد معالجته، وعليه يمكننا أن نجمل الأهداف التي نريد تحقيقها في هذه الدراسة فيما يلي:
- (١) جمع بيانات ومعطيات ومعلومات ميدانية حول شاهد العيان
 - (٢) محاولة تحديد الدور الذي يقوم به شاهد العيان في تشكيل وتأجيج الرأي العام المحلي والعربي والدولي وتعبئته وتحريكه بالتحريض والثورة لإسقاط الأنظمة السياسية في بلدان ما يعرف بالربيع العربي.
 - (٣) معرفة مدى حضور وفعالية شاهد العيان الفاعل في وسائل الإعلام.
 - (٤) تحديد الدور والمستوى الذي يتموضع فيه شاهد العيان ضمن المنظومة الاتصالية والإعلامية خصوصاً مع اكتساح الإنترنت للحياة اليومية الإنسانية وكذلك تحديد دوره في كتابة النص الإعلامي وبالتالي هل هو أداة أم وسيلة؟.

تساؤلات الدراسة:

- تدور تساؤلات الدراسة حول الآتي -
- هل يحلُّ شاهد العيان مكان الصحفي المندوب أو المراسل المحترف في تغطية الحروب والنزاعات أو الكوارث؟
 - هل مهنة الإعلام أصبحت عرضة للتطاولات المهنية؟ وهل توجد معوقات أمام اقتحام شاهد عيان عالم الإعلام؟
 - هل المشاركة في التعليق على المقالات والموضوعات والبرامج الحوارية، تندرج تحت ما يسمى بشاهد العيان أو المواطن الصحفي؟

- هل ما يقوله شاهد العيان يوثق على معيار المصادقية في نشر أو إذاعة الأخبار؟ وإلى أي حد يمكن قبول شاهد العيان كمراسل صحفي يقوم بتغطية الأحداث؟ وهل يمكن الاستغناء عن الصحفي المحترف؟

- ما مميزات وعيوب وسلبيات شاهد العيان؟
- ما الدور الذي لعبه شاهد العيان في تعبئة وتشكيل الرأي العام نحو التحريض على الثورة في الدول التي شهدت هذه الأحداث؟
- هل شاهد العيان في الإعلام أداة أم وسيلة؟ وهل هو مصدر مهم ورئيس ولا يمكن الاستغناء عنه أو تجاهله في التغطيات الإعلامية لوسائل الإعلام؟
- هل شاهد العيان يمكن تصنيفه كأحد عناصر الإنتاج الإعلامي ويشارك في كتابة النص الإعلامي؟

الإطار المعرفي للدراسة:

مفهوم شاهد العيان ودوره في نقل الأحداث:

شاهد العيان والذي يقوم بدور البديل للمندوب أو المراسل الصحفي يثير اليوم الكثير من الخلافات والجدل في بعض التغطيات الإعلامية التي يقوم بها، وخصوصاً حول مدى مصداقية المعلومات المستقاة منه ودرجة تقييمها من الناحية المهنية، ونوعيتها وأثرها على مواقف الشعوب وقرارات الحكومات. وبهذا الخصوص يؤكد، بعض الخبراء والشخصيات الإعلامية والأكاديمية الكبيرة على حساسية الاعتماد على هذا النوع من التغطية الإعلامية، فقد يحمل الكثير من الأخطار على مهنة الإعلام ورسالته الأساسية في إيصال الحقيقة. ويشددون على ضرورة تذكير المشاهدين مراراً وتكراراً بأن هؤلاء الأشخاص هم شهود عيان وليسوا بالإعلاميين المعتمدين ولكنهم يعدون في الوقت ذاته، مصدرًا مهمًا ورئيساً لا يمكن الاستغناء عنهم أو تجاهلهم في أي حدث، وتحديدًا في الآتي:-

- في إطار الغطاء الكثيف من التعقيم الإعلامي من جانب بعض الأنظمة في دول ما يعرف بـ (الربيع العربي).

- وكذلك في حال الدفاع عن الحريات والديمقراطية في بعض دول العالم حيث يصبح الاعتماد على شاهد العيان أمراً حيويًا، بل ويجب أن تفرد له معاملة خاصة، لأنه شخص يخاطر بحياته لإيصال الأخبار والمعلومات إلى الرأي العام المحلي والدولي.

وخلال حوادث ما يعرف بثورات (الربيع العربي) انتشرت ظاهرة اعتماد معظم القنوات الفضائية على شهود عيان حيث يتم الاتصال بهم في المناطق التي تشهد حوادث وأزمات وحروب وصراعات مسلحة وعنف وتظاهرات ضد الحكومات، مع إغفال هويتهم أحياناً من قبل القنوات الفضائية التي تستضيفهم بهدف حمايتهم من الأنظمة السياسية الحاكمة المناوئين لها. وغالباً ما يكون هؤلاء الأفراد

أشخاص من مختلف شرائح المجتمع ودون أن يتلقوا أي تدريب إعلامي، وتتنوع أعمارهم أو مستويات ثقافتهم وفقاً للمتوافر في أرض الحدث الساخن، ويمكن أن يكون أحدهم أستاذاً جامعياً أو...سائق سيارة أجرة...الخ. وهنا ثار جدل واسع حول استخدام أشخاص محدودي الثقافة أو المعرفة بمهنة الإعلام لإيصال أخبار ومعلومات حساسة ينتظرها المشاهدون، هذا الدور قد يؤدي إلى تسويق مفاهيم خاطئة لدى العامة بسبب ضعف مستوى ثقافتهم (شهود العيان) عند التعبير عن أحداث مصيرية أثناء إجراء المقابلة معهم. ويعترض بعض الإعلاميون، على الاعتماد المكثف على شاهد العيان مشددين في ذلك على ضرورة أن توضح القنوات الفضائية، مراراً وتكراراً، بأن هؤلاء (شهود عيان) ليسوا مراسلين صحافيين رسميين ومحترفين ولا حتى مساعدين لمراسلين صحفيين، والإبقاء عليهم في إطار تعريف شاهد العيان الذي لا ينتمي إلى دائرة المهنيين، وذلك حفاظاً على المقاييس والمعايير المهنية في مجال الإعلام ويرى بعض الإعلاميين كذلك في المقابل أن شاهد العيان يعد أحد أهم عناصر المادة الصحافية، ولكن يجب أن يبقى في ذلك التصنيف، ولا يمكننا على الإطلاق أن نصنفه على أنه أحد عناصر الإنتاج الإعلامي أو يشارك في كتابة النص الإعلامي. كما يقولون: الإعلام يعتمد منذ القدم على شاهد العيان، فالإعلامي مثلاً يجري مقابلة مع مجموعة من شهود العيان إثر حدث عسكري أو سياسي كبير، مثل ما يعرف بثورات الربيع العربي ويكتب عنها مقالاً لاحقاً. ولكن الإعلامي أو الكاتب الرسمي والمحترف يُخضع دائماً المعلومات التي أدلى بها هؤلاء للدراسة والتقييم والتمحيص، والتحقق من مصداقيتها وتدقيقها...لأن اسمه وسمعته المهنية على المحك. ومن العرض السابق نخلص، إلى نتيجة مفادها أن الفارق يجب أن يكون واضحاً بين الإعلامي وشاهد العيان، وكيفية سبل وطرق تلقي المعلومات من كليهما.

وسائل الإعلام المتطورة اليوم ليست مثلما عرفت أثناء الحروب، حيث يكون شاهد العيان هو الجندي الذي حارب في المعركة. واليوم تضحّ الشبكة الدولية للمعلومات كمّاً كثيفاً من الأخبار والمعلومات، ولكن الاعتماد الكثيف عليها من دون تدقيق له أخطاره ومع هذا نبقي في حاجة إلى شهود العيان في مناطق الحروب وبؤر الصراع حيث يعرض هؤلاء الشهود حياتهم للخطر في حربهم ضد نظام يمارس تعتياً إعلامياً كبيراً. فالإعلامي المحترف والرسمي يعرف أنه من المهم جداً تقدير أعداد الجموع بطريقة صحيحة وعدم تضخيم الحقائق والمعلومات، حفاظاً على مصداقيته وموضوعيته وهذا يعني، أن من أهم شروط العمل الإعلامي أن يكون الشخص الذي يعمل مدفوع الأجر ولديه التدريب الإعلامي الكافي وليس له مصلحة خاصة أو معينة في نقل الحدث وغير منحاز لأي جهة. ومن جهة أخرى، شاهد العيان، مختلف، إذ هو ليس مدفوع الأجر وليس لديه التدريب المهني الكافي في مجال الإعلام، ولكن يجب أن نتحقق من أنه يزود وسائل الإعلام بمعلومات وأخبار صادقة و صحيحة وليس له مصلحة في تضخيم ما يجري. ومع هذا يجب أن نشمن دوره، لأنه في النهاية ربما يبقى في دائرة الخطر حتى بعد زوال النظام السياسي خوفاً من ردود فعل انتقامية في حال عرفت هويته.

من هو شاهد العيان؟ لغوياً هو الشخص الذي يدلي بمعلومات عن وقائع أو أحداث شاهدها بأم عينه.
ما أنواع أو تصنيفات وصور الاعتماد على شاهد العيان في نقل الأحداث:

تتعدد صور وأشكال وأنواع الاعتماد على شاهد العيان في نقل الأحداث والوقائع عبر وسائل الإعلام المختلفة والتي يمكننا تحديدها على النحو التالي:-

النوع الأول: المقابلة الشخصية مع شاهد العيان في مكان الحدث مباشرة من قبل المراسل التلفزيوني. ويتم استجوابه مباشرة من قبل المراسل وقد يكون معه شخص آخر. يدلون بما رأوه وشاهدوه حول الحدث وبالتالي يذاع أو يبث أو ينشر ما قالوه على عهدة المراسل الصحفي نفسه مع تدعيم ما قالوه بالصور التي تعكس الحدث أو الواقعة.

النوع الثاني: المقابلة الشخصية مع شاهد العيان من مكان الحدث هاتفياً أو عن طريق وسائط أخرى مثل السكاى بي من قبل المذيع في الاستوديو. ويستجوبه المذيع هاتفياً من مقر القناة ويصف شاهد العيان ما شاهدته حول الحدث كلامياً دون أية أدلة أو براهين تثبت صحة ما يقول.

النوع الثالث: المقابلة مباشرة مع شاهد العيان في الاستوديو أثناء قراءة النشرة الإخبارية مباشرة. وهو الذي يعتمد في إلقاء روايته على - سبيل المثال - الاستعانة بتسجيلات الفيديو أو الصور التي قام بتصويرها بهاتفه النقال أو بكامرته أو بجمعها من مصادر أخرى. ويتم ذلك عادة عن طريق:

(١) الاعتماد على ما يرفعه البعض على الشبكة الدولية للمعلومات من صور وفيديوهات لبعض الأحداث قاموا بتصويرها مسبقاً على أنها حقائق من مصادر موثوقة يجب أن تتداولها وسائل الإعلام.

(٢) تزويد المراسل بأخبار ومعلومات من شاهد العيان دون مقابلته والاكتفاء بسردها من قبل المراسل في مراسلته التلفزيونية.

(٣) فتح الخط الهاتفي للمشاهدين لتقديم وجهة نظرهم حول حدث ما شاهده.

أساليب شاهد العيان في نقل الحدث: بعض طرق وأساليب شاهد العيان في التعامل الإعلامي مع الأحداث وذلك على النحو التالي:-

(١) خلطه بين الرأي والخبر في أغلب الأحيان.

(٢) إضافته بعض الأمور للرواية ليحقق بذلك بعض التأثيرات.

(٣) تقديمه في أغلب الأحيان لروايات متضاربة ومتناقضة خاصة في الحوادث الكبرى التي تعتمد على النزاع بين الأطراف فهو مثلاً لا يستطيع التحديد الدقيق هل الضحية فارق الحياة أم مصاب إصابة شديدة .. وكما عدد القتلى في هذا الانفجار وهذه من بين أحد مصادر التحفظ عليه.

عيوب شاهد العيان في نقل الحدث:

كما أن هناك بعض المزايا لشهود العيان في نقل الأحداث خاصة في فترات التعطيم الإعلامي

من قبل أنظمة الحكم ، هناك أيضاً بعض العيوب والقصور في هذا الجانب ومنها ما يلي:-

- لم يخل نقل روايات شاهد العيان من تخصيص وخضوع لأجندات سياسية أو دينية و غيرها لكل من يتبع لجهات خارجية.
- وفقاً لسياسات الإعلام الذي يقابله تجاهله المتعمد لبعض الثورات في المنطقة العربية وانحيازه لأخر.

الشروط التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام وتحديداً القنوات الفضائية في الاعتماد على روايات شاهد العيان:

يشترط في القنوات الفضائية التي تعتمد على روايات شاهد العيان في تغطيتها الإخبارية لبعض الأحداث أن تلتزم بالآتي:-

- (١) اختيار الشاهد المناسب.
- (٢) عرض ما ينقله الشاهد في الوقت المناسب.
- (٣) إعطاؤه المساحة الزمنية العادلة وموازنتها بإفادات لشخصيات أخرى إن وجدت.
- (٤) علينا أن نذكر الجمهور لأكثر من مرة بأن معظم ما يقرأه أو يسمعه أو يشاهده هي رؤية أحد الأطراف في الصراع فقط.
- (٥) التأكد مما يقول شاهد العيان قبل عرضه.

(٦) الاعتذار بعد عرض أو إذاعة أو نشر معلومات أو أخبار خاطئة تم استقاؤها من شاهد العيان.

متى يتم اللجوء إلى شاهد العيان؟ من المتفق عليه أن دور شاهد العيان يرتبط غالباً بالأزمات والأحداث الطارئة في مناطق يتعذر فيها أن تصل وسائل الإعلام بشكل طبيعي وآمن، عليه نوضح متى يتم اللجوء إلى شاهد العيان بشكل مفصل كالآتي:-

- عندما لا يتوفر لدى الصحيفة أو القناة الإذاعية أو التلفزيونية مراسل متواجد في مكان الحدث أو وصل إليه متأخراً.
- عندما لا يكون الإعلامي المحترف الرسمي أو المصدر المعلوم الهوية غير موجود لأي سبب كان.
- عندما تكون بعض مناطق الصراع المسلح للأحداث العاجلة بمنأى عن الإعلامي المحترف وأن التغطيات الإعلامية يجب أن تكون فورية ومستوفاة وفي هذه الأحوال يتم اللجوء إلى شاهد العيان. بمعنى آخر، عندما تتدلع أحداث طارئة جداً ولا يمكن لأي من القنوات الفضائية أن تتجاهلها أو أن تنتظر أن ترسل صحافياً من جانبها إلى أرض الحدث أو تستقي أخباراً متأخرة من وكالات إعلامية أخرى. لذلك يتم اللجوء إلى شهود العيان.
- عدم القدرة للوصول للأحداث والأخبار العاجلة في الوقت المناسب ستظل وسائل الإعلام وتحديداً الفضائية منها في مواقف معينة وصعبة وبحاجة إلى شهود عيان.
- اختفاء بعض المسؤولين في الدولة وبالتالي لا يوجد بديل إلا الاعتماد على كل ما يقوله شاهد العيان عن الحدث أو الواقعة.

- في مناطق التعقيم الإعلامي الاعتماد على شاهد العيان يصبح ضرورياً.
- يتم اللجوء عادة إلى الاعتماد على أكثر من شاهد عيان من أجل مقارنة المعلومات واعتماد أكثرها دقة في نهاية الأمر.

خطورة الاعتماد على شاهد العيان في نقل الأحداث: تكمن خطورة الاعتماد على شاهد العيان في الآتي-

- الاعتماد على روايات إخبارية تفتقر للدقة والموضوعية لشهود العيان من دون إمكانية للتحقق من مصداقيتها تترك التقارير الإخبارية عرضة للتشكيك فيها.
- إن شاهد العيان والاستعانة به في تقديم التقييمات والآراء والمعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية والطارئ منها بات أزمة كبيرة في التغطية الإخبارية سواء في الدول العربية أو في باقي المناطق من العالم التي تشهد ثورات أو كوارث وأعمال عنف أو صراع مسلح أو ما شابه ذلك. (١)
- إن الاستعانة بالمشاهدين من خارج الحدث قد تهيج وتدين طرف دون آخر فهذا لا يعد عملاً مهنيًا على الإطلاق، ولا يفرق بين وجهة النظر والنقل الآمن للأحداث، ولا يفصل بين الخبر والمعلومة والرأي، وخصوصاً في البدايات الأولى لأي حدث يكون المتلقي بحاجة إلى الأخبار والمعلومات أكثر من وجهات النظر ليستطيع أن يكون رأيه ووجهة نظره حيالها. (٢)
- صور التوظيف السيئ للشاهد العيان:** كما أن هناك بعض القصور في نقل شاهد العيان للأحداث، هناك جوانب أخرى تعد سلبية تقوم بها وسائل الإعلام وهي كالاتي:-

- (١) الاستخدام السيئ لإفادة شاهد عيان، حيث أن بعض الإعلاميين يختارون الشهود الخطأ ويركزون على جانب واحد من القصة ويوجهون الأسئلة الخطأ.
- (٢) ترك شاهد العيان يتحدث في نشرات الأخبار لوقت طويل جداً أكثر من اللزوم حتى يتصور المشاهدين إن كل ما يقوله هو الحقيقة بعينها أو الإفادة المتوازنة عن القصة الخبرية للواقعة خاصة مع عدم وجود حرص كاف على توضيح الأمر للجمهور و وضع الرواية في سياقها الطبيعي.

دور شاهد العيان في تحقيق الديمقراطية عبر وسائل الإعلام البديلة: إن وسائل الإعلام البديلة من خلال (شاهد العيان) يمكن أن تلعب دوراً هاماً في تحقيق التوازن الإخباري الذي يعدهما في إرساء قواعد الديمقراطية وإتاحة المعلومة دون تعقيم وذلك على النحو الآتي:- (٣)

- (١) يمكن لشهود العيان عبر وسائل الإعلام أن يكونوا صوتاً لمن لا صوت لهم.
- (٢) يمكن لوسائل الإعلام البديلة تمكين من خلال الاعتماد على شاهد العيان الفئات المهمشة في المجتمع والحد من عدم المساواة.
- (٣) يمكن أن تحقق التواصل مع المجتمعات المعزولة.

(٤) وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تعزز قدرة الأفراد على تعلم وإدراك التناقضات السياسية و الاجتماعية.

(٥) يمكن أن تكون مصدراً بديلاً للمعلومات حيث لا تتأثر بالضغوط الاقتصادية أو السياسية كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي يمكنها الحفاظ على موقف مستقل عند معالجة جمع وتوزيع الأخبار والمعلومات.

(٦) يمكن استخدامها لتعزيز الاتصال بين الأطراف وخصوصاً في أوقات الصراع، فهي تتمتع بالاستقلال وبالتالي يمكنها فتح قنوات اتصال كانت شبه مستحيلة في السابق، ومن ثم يمكن لوسائل الإعلام البديلة أن تلعب دوراً في غرس مشاعر التسامح بين المجتمعات للتغلب على التجارب الماضية من العنف الشديد.

مستوى المحتوى الذي يبتكره شاهد العيان: صنف المحتوى الذي يبتكره المواطن العادي (شاهد العيان) في الفئات الآتية:-

- القصص الإخبارية التي يكتبها شخص مقيم ضمن مجتمعه، ومشاركات الجمهور المتلقي مثل تعليقات المواطنين،

- وكذلك من خلال المدونات، ومقاطع الفيديو وصور التقطت بكاميرات هواتف محمولة والمواقع الإخبارية والمعلوماتية المستقلة والمواقع الإخبارية ذات المعالجة الناضجة والمواقع الإعلامية التي يشترك أو يتطوع أصحابها في إنتاج محتواها والأنواع المختلفة من الإعلام الارتجالي مثل المجموعات البريدية والنشرات الإخبارية والمواقع الإذاعية الشخصية.

مستويات وحدود تأثير شاهد العيان على وسائل الإعلام: حقيقة أضعف إعلام المواطن العادي (شاهد العيان) دور حارس البوابة، في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأشكالها وذلك في تحديد أوليات اهتمام الرأي العام، ولم تعد لديها القدرة الحصرية لتعيين وتحديد طبيعة الخطاب العام، وأوضحت بعض الدراسات أن الجمهور كان ينظر إلى مصادر الإنترنت غير التقليدية بقدر أقل مصداقية من كل مصادر الأخبار الأخرى^(٤).

الاتجاهات الحديثة في دراسة إعلام المواطن (شاهد العيان) وتطوره: ركزت الدراسات التي تناولت إعلام المواطن (شاهد العيان) على خمسة محاور هي:^(٥)

الأول: الكشف عن الفرص التي يوفرها الويب لإعلام المواطن العادي (شاهد العيان).

الثاني: وصف طبيعة ودور إعلام المواطن العادي (شاهد العيان) على الإنترنت.

الثالث: وصف مواقع الويب التي يرغب فيها الجمهور ويستخدمها.

الرابع: دراسة وتحليل الجوانب الاقتصادية لإعلام المواطن العادي (شاهد العيان).

الخامس: مناقشة الإشكاليات القانونية والمهنية التي يثيرها إعلام المواطن العادي (شاهد العيان) بشكل خاص والإعلام الجديد بشكل عام وفي مقدمتها حقوق النشر، واحترام الخصوصية، وحق الرد، والثقة فيما ينشر من محتوى، ومدى الالتزام بالتوازن والمصادقية وما شابه ذلك.

وفقاً لما سبق، يعيش الإعلام اليوم مرحلة انتقالية صعبة جداً، وحافلة بالتحولات والتحديات الكثيرة والكبيرة، لكنها بلا شك تمثل تغييراً عميقاً يطال إنتاج وتداول المعلومات والأخبار والآراء ومهنة صناعة الإعلام و تدريسها، ودون شك أن هذا التغيير يطرح إشكاليات وتحديات وصعوبات من نوع جديد، لكن الأزمة الحقيقية تتمثل في الآتي:-(^١)

- إن البعض يفكر في هذه الإشكاليات والتحديات بطريقة قديمة وتقليدية قد لا تلبي متطلبات المرحلة في حال يسعى لمعالجتها.

- كما أن تكنولوجيا الاتصال والإعلام والإنترنت والتطور المتلاحق في البرمجيات، خاصة البرامج مفتوحة المصدر تجعل من الصعب تماماً استشراف المستقبل أو تحديد سيناريوهات مقنعة لتطور إعلام المواطن (شاهد العيان) وشكل العلاقة بينه وبين وسائل الإعلام التقليدية.

ورغم ضبابية هذه المرحلة الانتقالية، فإنه يمكن رصد ثلاثة اتجاهات، تتفق رغم ما بينها من اختلافات على أن بيئة الإعلام والإعلاميين قد تغيرت، وأن الجمهور هو الراجح الأكبر ضمن تيار التغيير المتواصل والذي قد يفتح المجال بفعل التطور التكنولوجي لإمكانيات وفرص غير مسبوقة.^(٢) وذلك على النحو الآتي:-

١- **الاتجاه الأول:** يبالغ أصحابه ومريديه في الاحتفاء بالآثار الإيجابية لإعلام المواطن العادي، (شاهد العيان) وينظر إليه باعتباره ليس فقط وسيلة للتعبير الحر عن الآراء وممارسة حق الاتصال، وتحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبية فقط، بل باعتباره وسيلة للتغيير الاجتماعي وتمكين الفئات المهمشة والتي لا صوت لها من تحقيق العدل والمساواة، ودعم مشاركة المواطنين في القضايا العامة المختلة الداخلية والخارجية على حد سواء. وهنا يتحدث أنصار هذا الاتجاه عن إعلام المواطن من خلال (شاهد العيان) كسلطة خامسة قد تتفوق على السلطة الرابعة في عدم خضوعها لسطوة الإعلان والاحتكارات الإعلامية أو رقابة حارس البوابة، وقدرته أيضاً على الاشتباك مع القضايا الدولية وإيجاد رأي عام معولم يمكن أن يدعم من فرص تحقيق السلام بين أطراف متصارعة. ويؤمن أنصار هذا الاتجاه كذلك بأن الإعلام الجديد وتحديداً إعلام المواطن (شاهد العيان) سيحل محل الإعلام التقليدي، أي أن العلاقة بين الطرفين لا محالة هي علاقة صدام وإحلال، وستتلاشي بمقتضاها الفروق بين إعلام المواطن ممثل في (شاهد العيان) والإعلام الاحترافي القائم على التخصص المهني والمسئول حيث سيمارس جميع المواطنين مهنة الإعلام جنباً إلى جنب مع الصحفيين والإعلاميين المحترفين، وهذا يعني ضرورة الحرص على استمرار عمل إعلام المواطن ممثل في (شاهد العيان) ودعمه بعيداً عن مخاوف الإعلاميين المحترفين والمؤسسات الإعلامية

الكبرى، فمن المهم أن يعمل إعلام المواطن والإعلام التقليدي جنباً إلى جنب، من أجل تحقيق الديمقراطية والحدثة^(٨).

٢- **الاتجاه الثاني:** يعارض أصحابه ومريديه فكرة إعلام المواطن (شاهد العيان) ويؤكدون على ضرورة الاحتراف والمهنية، ويطعنون في دقة ومصداقية المحتوى الذي يقدمه إعلام المواطن، ويدلون على ذلك بآلاف الوقائع والأحداث التي ارتكب فيها شهود العيان انتهاكات لحقوق الملكية والخصوصية للأفراد، وعدم الدقة وترويج الشائعات وخلق الفتن. كما يعتقد أصحاب هذا الاتجاه- وأكثرهم من النخب الإعلاميين وأساتذة الجامعات- أن تكنولوجيا الاتصال والإعلام وتطور الإنترنت قد أتاحت دون شك فرصاً كبيرة لمشاركة الجمهور في إنتاج النص الإعلامي وتداول المحتوى والتفاعل مع وسائل الإعلام، والتعبير الحر عن الآراء، لكن هذه الإمكانيات والفرص لا تبرر أن يحل الهواة (شاهد العيان) مكان الإعلاميين المحترفين، أو أن تغلق كليات ومعاهد وأقسام الإعلام تحت دعوى أن ممارسة مهنة الإعلام حق من حقوق الإنسان، فالتخصص للضرورة ومطلوب ولا بديل عن الاحتراف في إنتاج وتداول الأخبار والمعلومات وكتابة النص الإعلامي ومناقشة القضايا العامة. صحيح أن الأحداث والأخبار قد تقع أمام (شاهد العيان) وقد يتمكن من نقل الحدث والتقاط مقاطع فيديو ونشرها بشكل فوري، كما يحدث في تغطية الانفجارات الإرهابية في مواقع عدة من العالم، لكن تظل هناك حاجة ماسة للاعتراف لضمان الدقة وشمول التغطية الإخبارية وتقديم أكثر من وجهة نظر، خاصة أن شاهد العيان قد يقدم الحدث من وجهة نظره فقط، أو من زاوية المصلحة أو المكان الذي شاهد فيه وقوع الحدث. ولا يطالب أنصار هذا الاتجاه بحظر نشاط إعلام المواطن (شاهد العيان)، أو سن قوانين ضده، بل يطالبون بأن يقتصر نشاطه على تبادل الأخبار والمعلومات والآراء الخاصة، والابتعاد عن منافسة الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية. ويجادل أصحاب الاتجاه الثاني كذلك بأن الإعلاميين هم مواطنون مثل بقية المواطنين، وقد عملت المؤسسات الإعلامية التقليدية طوال عمرها على خدمة المواطنين ومفهوم المواطنة، وبالتالي لا داعي أبداً لإيجاد تمييز بينهم على أساس أن فريقاً منهم يعمل بشكل محترف في مهن إعلامية بينما الآخرون يعملون في مهن أخرى ومن حقهم تماماً المشاركة في إنتاج وتداول المحتوى الإعلامي، ولكن ضمن الأطر القانونية والقواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي التي تنظم بيئة العمل الإعلامي^(٩).

٣- **الاتجاه الثالث:** ينطلق أصحابه من فرضية أنه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية لا تعتمد على تكنولوجيا الاتصال والإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وبالمثل لا وجود لمدون أو ناشط على الإنترنت لا يستخدم وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة جداً^(١٠). وهذا يعني، أن تحل علاقة التعاون والمشاركة بين الإعلام التقليدي وإعلام المواطن ممثل في (شاهد العيان) محل علاقة الصدام ومحاولة نفي الآخر، ويعمل الطرفان من أجل تقديم الحقائق وكافة وجهات النظر بدون رقيب أو حارس البوابة، وبدون أن يتدخل أي منهما في

حرية الآخر وطريقة عمله بهذه الصيغة التي يدعو إليها الاتجاه الثالث، ولكي تتحقق صيغ التعاون والمشاركة بين إعلام المواطن من خلال (شاهد العيان) والإعلام التقليدي يتطلب بالضرورة من الطرفين تقديم بعض التنازلات، وتعلم بعض المهارات الجديدة، لعل في مقدمتها أن يتعلم (شاهد العيان) بعض قواعد العمل الإعلامي الخاصة بتحري الدقة والموضوعية والمصادقية قبل النشر مع احترام قوانين حماية الخصوصية والملكية الفكرية وكفالة حق الرد لمنتقديهم، علاوة على الالتزام بقواعد ومكونات السلوك في تغطيتهم الإعلامية، وفي المقابل على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية أن يتنازلوا عن بعض الامتيازات وفي مقدمتها حق الإعلامي في الحفاظ على سرية مصادره فهذا الامتياز لا بد أن يتمتع به أيضاً (شاهد العيان)، ولا بد أيضاً أن يتعامل الإعلاميون المحترفون باحترام وندية مع (شاهد العيان) ونشطاء إعلام المجتمع.^(١١) وهذا يعني، أن على المؤسسات الإعلامية الكبيرة أن تتقبل وجود شركاء أصغر.

شاهد العيان والمراسل أو المندوب الصحفي: ويُعد شهود العيان من ضمن أبرز المصادر التي يستقي منها الإعلامي مادته الإخبارية ويلعب شهود العيان دوراً مهماً في العملية الإخبارية في حال عدم مشاهدة المرسل أو المندوب الصحفي للحدث بنفسه فعليه أن يعثر على شخص ما شاهد الحدث إما بالمصادفة أو لأنه كان معيناً للقيام بالمشاهدة تبعاً لوظيفته الرسمية وغير ذلك، وعادة ما يكون بين هؤلاء الشهود أشخاص عاديون وآخرين يحملون صفات رسمية مثل الدبلوماسيين والشخصيات البارزة من مجتمع الدولة المضيفة، وعلى المرسل هنا أن يحافظ على العلاقة بين هؤلاء الناس، وعلى المرسل أيضاً أن يحصل على أخبار ومعلوماته عن طريق توجيه الأسئلة لهؤلاء الشهود والاتصال بهم وإجراء المقابلات معهم واكتساب ثقتهم.^(١٢)

الفرق بين الإعلامي المحترف وشاهد العيان:

شاهد العيان	الإعلامي المحترف
لا يعرفها إلا فيما نذر	يعرف جيداً القوانين والتشريعات الإعلامية التي لها علاقة بمهنة الإعلام
لم يسبق له التدريب الإعلامي في معظم الحالات	متدرب مهنياً في مجال الإعلام
قد يكون شخص عادي أي من العامة	مسئول أو موظف أو متعاون مع جهة إعلامية
قد يكون من محدودتي الثقافة والمعرفة وقد يكون خريج وله مستوى تعليمي	خريج ومؤهل علمياً أو خريج أحد أقسام أو كليات الإعلام
قد يكون أستاذاً جامعياً أو موظف أو حتى سائق تاكسي... الخ	متدرب إعلامياً وخريج من أحد المؤسسات التعليمية
لا يمكن تصنيفه كأحد عناصر الإنتاج الإعلامي أو مشارك في كتابة النص الإعلامي إلا فيما نذر	أحد عناصر الإنتاج الإعلامي ومشارك في كتابة نصه
ليس بالضرورة	يعرف جيداً أن من المهم جداً تقدير أعداد الجموع بطريقة صحيحة وعدم تضخيم الحقائق والمعلومات وذلك حفاظاً على مصداقيته.
ليس بالضرورة	مدفوع الأجر بحكم عمله في الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها
ربما لديه مصلحة	ليس لديه مصلحة فيما ينشر أو يذاع أو يبيث من أحداث أو وقائع
لا يمكن محاسبته في حالة ما قدم معلومات خاطئة أو مضللة ولا يخضع للمساءلة القانونية	يقدم معلومات وبالإمكان محاسبته في حالة وجود خطأ ما في عمله لأنه يخضع للمساءلة القانونية
لا يستخدم في اللغة الإعلامية بل في معظم الأحيان يتحدث باللهجات المحلية	يستخدم في لغة صحافية أو إعلامية
أحياناً يكرر في بعض المعلومات والمفاهيم الخاطئة	بحكم المسؤولية المهنية لا يكرر المعلومات والمفاهيم الخاطئة
أحياناً يعمل في تكتيك مبرمج	يعمل في تكتيك مبرمج
في أغلب الأحيان لا يمكن اعتباره شخص محايد	يمكن اعتباره شخص محايد
يمثل الخبر الساخن في معظم الأحيان	يمثل الخبر الساخن والعادي
غالباً ما يكون طرفاً في القضية موضوع التغطية	لا يكون طرفاً في القضية التي يقوم بتغطيتها
يعتبر بمثابة الملاذ للفتوات الفضائية في الأماكن الساخنة والصعب الوصول إليها	قد لا يصل إلى الأماكن الساخنة لعدة أسباب

الإطار المنهجي للدراسة:-

منهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والذي يصف الأحداث والظواهر كما هي واستخدم في إطاره أسلوب مسح الجمهور (النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية) من خلال أداة الاستبيان والتي بلغت تساؤلاتها (٢٤) سؤال حيث تضمنت مجموعة من المحاور من أجل تحقيق أهداف الدراسة والتساؤلات التي تسعى الإجابة عليها وذلك بغية تقديم صورة أوضح عن موضوعها. واعتمدت كذلك الدراسة في قياس اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية عينة الدراسة حول دور شاهد العيان في التحريض على الثورات وتعبئة الرأي العام ضد أنظمة الحكم في بلدان ما يعرف الربيع العربي وعلاقته بالإعلام وذلك بتقديم الفقرات على مقياس ليكرت الثلاثي والخماسي واعتمد لكونه يعد من بين أفضل المقاييس ملائمة

لموضوعها من خلال الفقرات التي وضعت بحيث تكون ممثلة للإطار المعرفي والمعلوماتي لدراسة شاهد العيان من حيث سماته وخصائصه وعلاقته بالإعلام وتأثيره على الرأي العام وتشكيله وكل ما شابه ذلك. **مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من كل الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة والحزبية العاملة في ليبيا. وكذلك من كل النخب الأكاديمية من أساتذة الجامعات في ليبيا. ولكن نظراً لضخامة وكبر مجتمع الدراسة وصعوبة إخضاعه للدراسة وأيضاً للوضع الأمني المتردي في البلد بصفة عامة وبعض المدن الليبية بصفة خاصة.

عينة الدراسة: - نظراً للأسباب التي ذكرت سابقاً، طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من النخب الأكاديمية والإعلامية في مدينة طرابلس بليبيا وذلك بعدة شروط منها: -

(٣) أن تكون العينة من الذين يتابعون ويشاهدون الأحداث الكبيرة والثورات التي حدثت في بعض ما يعرف بدول الربيع العربي مثل تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن.

(٤) أن تكون لديها (أفراد العينة) الرغبة في الإجابة على تساؤلات الاستبيان لأن عنصر الخوف والهاجس الأمني لازال يراود البعض، حيث رفض الكثير منهم تعبئة استمارة الاستبيان.

(٥) أن تكون من النخب الأكاديمية الممثلة لأساتذة الجامعات في طرابلس، وأن تكون من النخب الإعلامية الممثلة للإعلاميين الذين يعملون في وسائل الإعلام.

وعملياً تم توزيع الاستبيان وفق الشروط السالفة الذكر على عينة تكونت من الآتي: -

(٦) من بعض النخب الأكاديمية من أساتذة الجامعات الليبية في بمدينة طرابلس بالغرب الليبي.

(٧) وكذلك من بعض النخب الإعلامية والذين يمارسون العمل الصحفي والإذاعي والتلفزيوني بمدينة طرابلس بالغرب الليبي.

وتم التركيز على مدينة طرابلس بالغرب الليبي للأسباب الآتية: -

(١) وذلك لكونها العاصمة لدولة ليبيا.

(٢) يوجد في طرابلس العاصمة أغلب المحطات الإذاعية المسموعة والقنوات الفضائية والصحف العامة والخاصة والحزبية والوكالة الرسمية للأنباء.

(٣) يوجد في طرابلس العاصمة أكبر الجامعات الليبية.

(٤) توفر عنصر الأمن والأمان الملائمة للقيام بهذه الدراسة في العاصمة طرابلس مقارنة بالمدن الليبية الأخرى.

(٥) تضم مدينة طرابلس معظم سكان ليبيا ومن مختلف المدن والقبائل والعشائر.

(٦) وكذلك إقامة الباحث بمدينة طرابلس وقربه من وسائل الإعلام.

صدق أداة الدراسة:

استخدم الباحث صدق المحكمين: وهو عرض أداة جمع البيانات الأولية (الاستبيان) على مجموعة من المحكمين المتخصصين في موضوع الدراسة (الإعلام) بصفة خاصة وطرق البحث بصفة عامة، وذلك حتى يدلوا برأيهم في الأداة من جوانب عديدة منها: الشكل والصياغة، والترتيب، وسلامة البنود أو الأسئلة، ومدى مناسبتها للموضوع المراد قياسه.^(١٣) وقام الباحث بإعداد الصورة المبدئية لعبارة استبيان الدراسة بعد الإطلاع على العديد من المراجع العلمية ذات العلاقة في مجال موضوع الدراسة الإعلامي، وبعد العرض والمناقشة مع الزملاء الأكاديميين في مجال التدريس الإعلامي، تم إجراء بعض التعديلات عليه والتوصل إلى الصورة الأولية للاستبيان، وبعد ذلك قام الباحث بعرضه على عدد من المحكمين مرة أخرى وذلك للتأكد من مدى ملائمة عبارات الاستبيان لعينة الدراسة، وأن العبارات تقيس ما وضعت لقياسه، وتجب عن أسئلة محاور الدراسة، بالإضافة إلى مدى ملائمة معيار الإجابات المستخدمة للأسئلة الواردة في الاستبيان.

الإطار النظري للدراسة: نجد أنه من الضروري بمكان، أن تعتمد الدراسة الحالية على نظرية أو عدة نظريات أو مداخل علمية إعلامية مناسبة تتجز بمقتضاها وتسير هذه الدراسة، وذلك على أساس أن النظرية العلمية هي التي تحدد للباحث ما يقوم به، أو ما يجب أن يفعله من إجراءات وخطوات لها صلة بدراسته^(١٤). وهذا يعني أنه توجد عدة أطر ونماذج ومداخل نظرية يمكن من خلالها تفسير الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام التي تعمل في إطار قيم عامة للمجتمع وأجندات خاصة بها والنظريات التي اعتمدت عليها الدراسة هي:-

(١) **نظرية المسؤولية الاجتماعية:** تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على فكرة أساسية و محورية تتمثل في فكرة الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة لذا فإن مبادئ هذه النظرية تركز على تحرير (الإعلام) من تسلط بعض فئات المجتمع عليها، والمناداة بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، والمحافظة على قيم المجتمع، والنهوض به ثقافياً واجتماعياً وسياسياً... الخ، وضمان حق الجمهور في المشاركة إعلامياً لإقامة سوق الأفكار الحرة في المجتمع^(١٥) ووفقاً لما سبق، فنظرية المسؤولية الاجتماعية يمكن أن نطلق عليها ما يسمى بالنظرية المختلطة التي تحمل جناحين، جناح الحرية وفي نفس الوقت جناح القيود، فهي تعطي الحرية ولكن إلى حد ما، وتقف بالقيود حائلاً بين الحرية والانحراف^(١٦). إن نظرية المسؤولية الاجتماعية ترى، أنه من الضروري بمكان أن تتحرر كافة وسائل الإعلام من القيود المسبقة التي تضعها الحكومة، كما ترى، ضرورة التزام وسائل الإعلام بخدمة الصالح العام بدلاً من خدمة من يملكونها^(١٧) وبمعنى آخر، فإن هذه النظرية مبنية على التوازن بين حرية الصحافة ومسئوليتها المهنية.

(٢) **نظرية الثراء الإعلامي:** - تنطلق هذه النظرية في تفسير مدى ثراء الوسيلة الإعلامية وما تقدمه للجمهور من معلومات وأخبار وإمكانيات ومزايا لاستخدامها حيث يحدد الجمهور من خلال التجربة الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها وفقاً لهذه النظرية وأشكال الاستعمال للرسالة الاتصالية والتي قد تكون أحد أسباب الضغط وتحديد طبيعة الرسالة الإعلامية التي ستقدمها الوسيلة الإعلامية للجمهور ومدى تأثيرها في المجال العام.

معايير نظرية الثراء الإعلامي: تنطلق نظرية الثراء الإعلامي من خلال عدة المؤشرات منها: -

(١) فورية وسرعة التغطية والنشر والإذاعة كسمة أساسية، حيث نجد للسرعة والحالية في نقل الأحداث والوقائع المختلفة وقت حدوثها من خلال ما يعرف بإعلام المواطن (شاهد العيان) والذي يصادف وجوده في منطقة الأحداث ويؤثر الصراع. وسرعان ما يتم إذاعة الخبر أو نشر الصور لتبدأ على الفور تثار حوله النقد والنقاشات والتعليقات والحوارات المتبادلة مما يخلق حالة من التفاعل تثيرها العملية الاتصالية ويجعلها أكثر ثراء إلى جانب التفاعل مع القائم بالاتصال مثل التعليق والرد على التعليق من صانع الخبر الأمر الذي يشير إلى تدعيم معيار الفورية وسرعة رجع الصدى كأحد أبعاد الثراء الإعلامي الذي يتمتع به شاهد العيان.

(٢) معيار اللغة الطبيعية: وتتوفر من خلال سهولة الأسلوب وعفويته والذي عادة ما يستخدمها شاهد العيان في تغطياته الإعلامية وذلك باعتماده على اللهجات العامية وبأسلوب جدلي ونقاشي.

(٣) معيار تعدد الرموز ويتم ذلك من خلال مؤشرات تعود للوسائط المتعددة المستخدمة من صور فيديو مؤشرات رسوم تعبيرية وساخرة وطبيعية حيث يتمتع خيال شاهد العيان بمستوى عال من التنوع للصور والتشبيهات وللرسوم والموضوعات وما شابه ذلك مقارنة بالآخرين.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

نناقش في هذا الجزء من الدراسة إجابات الجمهور - عينة الدراسة، من النخب الأكاديمية والإعلامية وتحليل اتجاهاتهم نحو شاهد العيان في تغطيته للأحداث والوقائع في أماكن الحروب ويؤثر الصراعات وتم ذلك في ضوء نظريتي المسؤولية الاجتماعية والثراء الإعلامي وذلك على النحو الآتي: -

الجدول رقم (١) يوضح نوع جنس المبحوثين

نوع المهنة	ك	%
ذكر	٩٤	٧٢
أنثى	٣٦	٢٨
المجموع	١٣٠	١٠٠

تظهر نتائج الجدول رقم (١) تفوق نسبة الذكور الذين تم استجوابهم وذلك بنسبة بلغت (٧٢%) بالمقال كانت نسبة الإناث (٢٨%)، ويمكن إرجاع هذا الفارق إلى عوامل اجتماعية ترتبط بطبيعة المجتمع الليبي بشكل عام وإلى حداثة هذه المجالات في البلاد بصفة خاصة.

الجدول رقم (٢) يوضح نوع مهنة الباحثين

نوع المهنة	ك	%
أستاذ جامعي	٥١	٣٩
صحفي في صحيفة حكومية	٢١	١٦
صحفي في صحيفة خاصة	١٠	٠٨
إذاعي في قناة فضائية أو محطة إذاعية حكومية	١٥	١٢
إذاعي في قناة فضائية أو محطة إذاعية خاصة	١٧	١٣
صحفي في وكالة أنباء حكومية	٠٧	٠٥
صحفي في وكالة خاصة	٠٣	٠٢
أخرى	٠٦	٠٥
المجموع	١٣٠	١٠٠

تعكس نتائج الجدول رقم (٢) ارتفاع نسبة الوظيفة للأستاذ الجامعي من بين الفئات المستهدفة بالدراسة الميدانية، إذ سجلت ما نسبته (٥١%) من بين بقية الفئات المستهدفة بالدراسة، وربما ترجع هذه النسبة إلى طبيعة المهنة للباحث، وشملت مختلف الزملاء، ويتوقع أن يكون لديهم الفهم والإلمام والتوصيف الدقيق لطبيعة الدراسة ومقاصدها حول شاهد العيان، وتُعدُّ هذه النسبة ايجابية تصب في صالح البحث. بالمقابل ما مجموع نسبته للفئات الأخرى من الإعلاميين بلغت (٤٩%) وهي تقارب النصف للعينة محل الدراسة.

الجدول رقم (٣) يوضح من هو شاهد العيان؟

شاهد العيان	ك	%
إعلامي	٤٢	٣٢.٣
شخص متطفل على مهنة الإعلام ولا علاقة له بها	٤٠	30.7
شخص مضطر لأداء هذه المهنة	٢٣	١٨.٨
أخرى	٢٥	١٩.٢
المجموع	١٣٠	١٠٠

تظهر نتائج الجدول رقم (٣) أن النسبة العالية كانت لصفة شاهد العيان بأنه "إعلامي"، وسجلت ما نسبته (٣٢.٣%) وهذه النسبة غير متوقعة، فيما سجلت فئة "متطفل على مهنة الإعلام" ما نسبته (٣٠.٧%)، وهذه التقارب النسبي في هذه النتائج أمر متوقع، وهي مسألة تغلب عادة في التعريفات والتوصيفات والمفاهيم الخاصة بالعلوم الإنسانية، كما يمكن تفسير فئة "متطفل على مهنة الإعلام" إلى اختلاف المواقف والآراء السياسية بخصوص ما يعرف بثورات الربيع العربي ودور شاهد العيان في نقل الأحداث، أما فيما يتعلق ببقية الفئات وهما فئة "شخص مضطر لأداء هذه المهنة" تعكس نوع من الموضوعية لدى الأفراد عينة الدراسة حول شاهد العيان ودوره في تغطية تلك الأحداث، أما فئة "أخرى" فهي إجابات ربما كانت خلاف ما ذكر في الاستبيان المعد بالخصوص، ولا يمكن وصفها سوى بأنها غير موضوعية ومخالفة لما كان متوقعاً.

الجدول رقم (٤) يوضح شاهد العيان محايد في تغطياته الإعلامية أم لا

المجموع	غير محايد على الإطلاق		محايد إلى حد ما		محايد		العبارة	
	ك	%	ك	%	ك	%		
١٣٠	١٣٠	١٠٠	٣٠	٢٣	٤٨	٣٧	٥٢	حيادية شاهد العيان في تغطياته الإعلامية من عدمها

تعكس نتائج الجدول رقم (٤) أن فئة "محايد" هي التي سجلت أعلى نسبة، وترتبط هذه النتيجة مع الجدول السابق رقم (٣)، وهي فئة إعلامي التي سجلت أعلى نسبة بين بقية الفئات ويمكن أن يفسر هذه النتيجة بارتباط صفة الحياد بمهنة الإعلام عادة، وتُعدُّ نتيجة إيجابية، فيما سجلت فئة "محايد إلى حد ما" نسبة قريبة من الأولى - محايد بلغت (٣٧%)، وتعزز أيضاً هذه النتيجة ربما نوع من الرضا لدى مجتمع الباحثين على أداء شاهد العيان أثناء فترة الدراسة خصوصاً لو جمعنا نسبة فئتي محايد ومحايد إلى حد ما والتي بلغت (٧٧%) وهذا يعكس توجهات نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تركز على الموضوعية والحياد، فيما سجلت فئة "غير محايد على الإطلاق" أقل نسبة، وهي قريبة مما سجلته فئة "شخص متطفل على مهنة الإعلام ولا علاقة له بها" كما جاءت في الجدول رقم (٣)، إذ سجلت ما نسبته (٣٠.٧%).

الجدول رقم (٥) يوضح مدى تأثير شاهد العيان على الرأي العام

المجموع		منخفض		متوسط		كبير جداً		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٣٠	٤	٥٤	٤٥	٥٩	٥١	٦٦	مدى تأثير شاهد العيان على الرأي العام

تعكس نتيجة جدول رقم (٥) ما يمكن أن نصفه بالرؤية الواقعية لأغلب عينة الدراسة وإدراكهم لدور شاهد العيان في تغطية الأحداث محل الدراسة من خلال ثورات ما عُرف بالربيع العربي، إذ سجلت فئة "كبير جداً" أعلى نسبة بين بقية الفئات بلغت (٥١%) خصوصاً، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار التغيرات السياسية التي حدثت بعد هذه الثورات والتي كان للإعلام الدور الكبير فيها، بغض النظر عن الاتفاق أو الاختلاف مع ما حدث من تغيرات لاحقة، أما النسبة الثانية فكانت لفئة "متوسط"، بنسبة بلغت (٤٥%)، وهي نتيجة كانت متوقعة وتتفق مع النسبة الأولى وهي حدوث التأثير مع اختلاف أحكام وتقديرات مجتمع الدراسة لها وهي نتيجة متوقعة ترتبط باختلاف الآراء في هكذا حالات، أما النتيجة الأخيرة فهي لفئة "منخفض"، وبلغت (٤%)، وهذه النسبة رغم أنها قليلة إلا أنها غير متوقعة بالنسبة لإجابات مجتمع الدراسة باعتبار أن التأثير حدث بشكل كبير وقسم الشارع العربي إلى فريقين حول تلك الثورات، وربما ترجع هذه الأسباب لعدم الرضا من بعض الباحثين على كل التغيرات السياسية فحالت إجاباتهم دون الموضوعية. التأثير الكبير ربما يعكس كمية الثراء الإعلامي للمعلومات والأخبار التي قدمها شاهد العيان من خلال وسائل الإعلام.

الجدول رقم (٦) يوضح نوع التأثير الذي لعبه شاهد العيان في تشكل الرأي العام والتحريض

المجموع		لا تأثير له		إيجابي		سلبي		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٣٠	١٦	٢٠	٦٧	٨٨	٥٥	٤٢	نوع التأثير الذي لعبه شاهد العيان في تشكل الرأي العام والتحريض

سجلت فئة "إيجابي" في نتائج الجدول رقم (٦) أعلى نسبة بلغت (٦٧%)، وهذه النتيجة كانت متوقعة وذلك نظراً للتغيرات السياسية والعسكرية التي حصلت مقارنة بمطالب هذه الثورات وهي إسقاط أنظمة الحكم في تلك الفترة، وهذا الحكم ليس بمعنى القبول بماذا حدث؟ لكن شاهد العيان خدم تلك المطالب بشكل إيجابي، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في الجدول رقم (٤)، حيث سجلت فئة "محايد" أعلى نسبة بلغت (٤٠%) أما الفئة الثانية فكانت "سلبية" بنسبة بلغت (٥٥%)، وربما تُفسر هذه النتيجة بجانب عدم الرضا على ما حدث أو معارضة هذه الفئة من عينة الدراسة لتلك الثورات في حال أخذنا بعين الاعتبار مسألة التأييد والمعارضة لها، أما فئة "لا تأثير له" فهي نتيجة كانت غير متوقعة أيضاً وتعدُّ سلبية باعتبار أن أغلب الأخبار الموثقة بالصور والفيديوات التي كانت تُنشر على مواقع التواصل الاجتماعي وتناقشتها وسائل الإعلام كانت توثق من قبل شهود العيان، وهو ما عُرف لاحقاً بالإعلام الشعبي أو إعلام المواطن ليستمر إلى هذه الفترة ويغير الكثير من الموازين والمقاييس في الساحتين السياسية والإعلامية.

الجدول رقم (٧) يوضح المدى المسموح به لوسائل الإعلام للاعتماد على شاهد العيان

المجموع		لا أعرف		في فترات الأزمات والحروب		دائماً		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٣٠	٢٦	٣٥	٥٨	٧٦	١٤	١٩	المدى المسموح به لوسائل الإعلام للاعتماد على شاهد العيان

أظهرت نتائج الجدول رقم (٧) أن فئة "في فترات الأزمات والحروب" أنها سجلت أعلى نسبة بلغت (٥٨%)، وهي نتيجة منطقية ومتوقعة باعتبار أن أبرز دور لشاهد العيان كان في فترة أحداث الربيع العربي ونقله للأحداث من مواقع الأزمات ويؤثر الصراع المسلح والحروب واعتمدت عليه معظم وسائل الإعلام الفاعلة حينها، وتلتها فئة "لا أعرف"، والتي ربما تعكس حالة من الرضا كما ورد في الجدول رقم (٦) كانت بخصوص فئة "لا تأثير له"، في حين أن فئة "دائماً" بالجدول رقم (٧) سجلت أقل نسبة وهي نتيجة كانت متوقعة، إذا ما قورنت بما سجلته فئة "في فترة الأزمات والحروب".

الجدول رقم (٨) يوضح تجربة شاهد العيان

المجموع		لم يكن موفقاً على الإطلاق		كان موفقاً إلى حد ما		كان موفقاً		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٣٠	٢٦.٦	٣٥	٤٠.٨	٥٣	٢٠.٧	٢٧	تجربة شاهد العيان

سجلت فئة "كان موفقاً إلى حد ما" في الجدول رقم (٨) أعلى نسبة، وتعزز هذه النتيجة ما ورد في الجدول رقم (٦)، إذ سجلت فئة "إيجابي" أعلى نسبة بلغت (٦٧%)، وهذه النتيجة متوقعة نظراً للتغيرات السياسية والعسكرية التي حصلت مقارنة بمطالب هذه الثورات وهي إسقاط أنظمة الحكم في تلك الفترة، وتلتها في المرتبة الثانية فئة "كان موفقاً" بنسبة بلغت (٢٠.٧%)، وهذه النتيجة تظهر نوع من الاتفاق مع ما ورد بالجدول رقم (٥)، وما سجلته فئة "متوسط" بذلك الجدول، أما فئة "لم يكن موفقاً على الإطلاق"،

والتي سجلت أقل نسبة ربما يتفق تفسيرها مع ما ورد في الجدول رقم (٦)، إذ سجلت فئة "سلبية" بنسبة بلغت (٥٥%)، والتي تُفسر ربما بعدم الرضا على ما حدث أو معارضة هذه الفئة من مجتمع الدراسة لتلك الثورات في حال أخذنا بعين الاعتبار مسألة التأييد والمعارضة لها. ولو جمعنا ما نسبته لفئتي (كان موقفاً) و(كان موقفاً إلى حد ما) بلغت (٦١.٥%) وهي نسبة عالية وربما تعكس الثراء الإعلامي والمعلوماتي الذي قدمه شاهد العيان في تغطياته الخبرية للأحداث والوقائع الساخنة التي شاهدها.

الجدول رقم (٩) يوضح تقييم عمل شاهد العيان مع وسائل الإعلام أثناء الأزمات والحروب

العبارة	ممتاز		جيد جداً		جيد		مقبول		ضعيف		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عمل شاهد العيان مع وسائل الإعلام أثناء الأزمات والحروب	٦	٤.٦	١٨	١٣.٨	٥٢	٤٠	٢٩	٢٢.٣	٢٥	١٩.٢	١٣٠	١٠٠

تظهر نتائج الجدول رقم (٩) أن فئة "جيد" سجلت أعلى نسبة بلغت (٤٠%)، وهذه نتيجة تعتبر متوقعة ومنطقية مقارنة بالنتائج الوارد في الجدول رقم (٨)، حيث سجلت فئة "كان موقفاً إلى حد ما" أعلى نسبة، كما تعزز هذه النتيجة ما ورد في الجدول رقم (٦)، إذ سجلت فئة "إيجابي" أعلى نسبة بلغت (٦٧%) وهذه النتيجة كانت متوقعة أيضاً كما أشرنا سابقاً وذلك نظراً للتغيرات السياسية التي حصلت مقارنة بمطالب هذه الثورات وهي إسقاط أنظمة الحكم السياسية في تلك الفترة، فيما سجلت الفئات الخاصة بـ"مقبول وضعيف وجيد جداً نسبياً متقاربة، وهي نتائج تعد متوقعة وتعكس مدى قناعات دور شاهد العيان فيما حدث من تغيرات بدول الربيع العربي لدى فئات معينة من عينة الدراسة، أما فئة ممتاز فكانت الأدنى، وسجلت ما نسبته (٤.٦%)، وهذه النتيجة غير متوقعة باعتبار أن أغلب مناطق الدول التي مرت بها هذه الثورات كانت تعتمد على ما ينقله شهود العيان خاصة في المناطق المعزولة أو المحاصرة من قبل أطراف الصراعات المسلحة في بعض الدول، إلا أن أغلب وسائل الإعلام الحكومية مارست نوع من التجاهل أو التعتيم الإعلامي حول ما يحدث فكان دور شهود العيان فاعلاً بامتياز في نقل الأحداث بغض النظر عن القيم الإخبارية من عدمها في تلك الأحداث.

الجدول رقم (١٠)

العبارة	نعم		لا		أحياناً أو حسب الظروف والموضوع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
هل شاهد العيان مصدر مهم لوسائل الإعلام	٧٠	٥٤	١٦	١٢	٤٤	٣٤	١٣٠	١٠٠
هل تبرر لوسائل الإعلام الاعتماد على شاهد العيان	٤٠	٣١	٤٠	٣١	٥٠	٣٨	١٣٠	١٠٠
هل تعتبر تعليقات أو مداخلات المشاهدين في بعض البرامج السياسية تندرج ضمن مساهمات شاهد العيان	٤٤	٣٤	٣٧	٢٨	٤٩	٣٨	١٣٠	١٠٠

أظهرت نتائج الجدول رقم (١٠) حول شاهد العيان ودوره في وسائل الإعلام ، وهل هو مصدر مهم أم لا ؟ فسجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت (٥٤%)، وهذه النتيجة تعزز ما ورد بالجدول رقم (٥) الخاص بتأثير شاهد العيان على الرأي العام، حيث سجلت فئة "كبير جداً" أعلى نسبة بين بقية فئات الجدول، وبالتالي من المهم أن يكون دور وسائل الإعلام له تأثير على الرأي العام في كل النواحي والمجالات، وهذه نتيجة تعد ايجابية تصب في صالح الإعلام الجديد من خلال (شاهد العيان) عبر الوسائط المتعددة وشبكة الإنترنت بمختلف مواقعها وكذلك دور شهود العيان في الأحداث الأخيرة على الساحة المحلية والدولية لنقل الأحداث من مواقعها وبشكل مباشر وحصري أحياناً، وفيما يتعلق بفئة "هل تبرز لوسائل الإعلام الاعتماد على شاهد العيان"، فئة "حسب الظروف" حصلت على أعلى نسبة وبلغت (٣٨%)، وهذه النتيجة تعزز ما ورد بالجدول رقم (٧) الذي يوضح المدى المسموح به لوسائل الإعلام للاعتماد على شاهد العيان، إذ سجلت فيه فئة "في فترات الأزمات والحروب" أعلى نسبة بلغت (٥٨%)، وهي نتيجة منطقية ومتوقعة باعتبار أن أبرز دور لشاهد العيان كان في فترة أحداث ما عرف بثورات الربيع العربي ونقله للأحداث بشكل مباشر من مواقع الأزمات ويؤثر الصراع المسلح واعتمدت عليه معظم وسائل الإعلام الفاعلة حينها، كما أشرنا سابقاً. وفيما يتعلق بفئة "هل تعتبر تعليقات أو مداخلات المشاهدين في بعض البرامج السياسية تندرج ضمن مساهمات شاهد العيان" حيث سجلت أيضاً فئة حسب الظروف أعلى نسبة بلغت (٣٨%)، وهذه النتيجة تتفق تماماً مع ما أشرنا إليه سابقاً بالجدول رقم (٧)، الذي سجلت فيه فئة "في فترات الأزمات والحروب" أعلى نسبة بلغت (٥٨%)، في حين سجلت فئتي "نعم ولا" نسباً متقاربة.

الجدول رقم (١١)

العبارة	نعم		لا		إلى حد ما		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
هل يمكن اعتبار شاهد العيان صحفياً أم هو مجرد أداة	١٩	١٤.٦	٩٢	٧٠.٨	١٩	١٤.٦	١٣٠	١٠٠
هل يمكن اعتبار شاهد العيان أحد عناصر الإنتاج الإعلامي و شريك في كتابة النص	٢٣	١٧.٧	٦٤	٤٩.٢	٤٣	٣٣.١	١٣٠	١٠٠
هل يمكن الاستغناء عن الصحفي المحترف	٦	٤.٦	١٠٩	٨٤	١٥	١١.٤	١٣٠	١٠٠
هل العمل الإعلامي يعد حكرأ على الإعلاميين فقط	٣٤	١٨.٥	٦٦	٥٠.٧	٤٠	٣٠.٨	١٣٠	١٠٠
هل شاهد العيان ملم بالنتشريات الإعلامية	٣٩	٣٠	٥٩	٤٥.٤	٣٢	٢٤.٦	١٣٠	١٠٠
هل شاهد العيان ضلل الرأي العام	٨٠	٦١.٥	١٤	١٠.٨	٣٦	٢٧.٧	١٣٠	١٠٠
هل مهنة الصحافة عرضة للمتطفلين	٨٤	٦٤.٦	٢٣	١٧	٢٤	١٨.٤	١٣٠	١٠٠
هل توجد معوقات أمام اقتحام المواطن كشاهد عيان عالم الإعلام	٧٦	٥٨.٥	١٨	١٣.٨	٣٦	٢٧.٧	١٣٠	١٠٠
هل تتفق مع ما يقوله شاهد العيان في مداخلته مع وسائل الإعلام عن بعض الأحداث	٩	٦.٩	٨٩	٦٨.٥	٣٢	٢٤.٦	١٣٠	١٠٠
هل تتفق فيما يقوله شاهد العيان في مداخلته مع وسائل الإعلام	٦	٤.٦	٦٢	٤٧.٧	٦٢	٤٧.٧	١٣٠	١٠٠
هل ما قاله شاهد العيان في مداخلته مع عن بعض الأحداث و الثورات أثر في موضوعية و مصداقية ومهنية وسائل الإعلام	٢٩	٢٢.٣	٢٣	١٧.٧	٧٨	٦٠	١٣٠	١٠٠
إلى أي حد يمكن قبول شاهد العيان كمراسل أو مندوب صحفي	١٨	١٣.٨	٧٠	٥٣.٨	٤٢	٣٢.٤	١٣٠	١٠٠

تظهر نتائج الجدول رقم (١١) المُدمج لأكثر من جدول ما يلي :

- أكدت نتائج العبارة "هل يمكن اعتبار شاهد العيان صحفياً أم هو مجرد أداة"، أن أغلب عينة الباحثين أجابوا بـ "لا"، وسجلت هذه الفئة نسبة بلغت (٧٠%) ، وهذه النتيجة تعتبر متوقعة باعتبار أن هناك بين أفراد عينة الدراسة الباحثين أساتذة متخصصين في مجال الإعلام، وبالتالي سيكون هناك شروط ومقاييس يجب أن تتوفر في الصحفي لديهم، أما بقية الفئات فكانت إجابتهم متفارية وهي نتيجة تختلف تمام الاختلاف مع ما ورد في الجدول رقم (٣) إذ كانت النسبة العليا كانت لصفة شاهد العيان بأنه "إعلامي"، وسجلت ما نسبته (٣٢.٣%).

- وفيما يتعلق بعبارة (هل يمكن اعتبار شاهد العيان أحد عناصر الإنتاج الإعلامي وشريك في كتابة النص)، فقد سجلت فئة "لا" أعلى نسبة بلغت (٤٩.٢%)، وهذه النتيجة تتفق مع العبارة السابقة بنفس الجدول وهي "هل يمكن اعتبار شاهد العيان صحفياً أم هو مجرد أداة" وهذه النتيجة أيضاً كانت متوقعة مقارنة بالمستويات التعليمية ونوع التخصص لبعض فئات أفراد عينة الدراسة.

- أما بخصوص عبارة "هل يمكن الاستغناء عن الصحفي المحترف"، فكانت فئة "لا" هي الأعلى وسجلت ما نسبته (٨٤%) وهي نتيجة تتفق مع النتيجتين السابقتين، ويمكن إرجاع سبب ارتفاع هذه النسبة إلى نوع التخصصات والمستويات العلمية لبعض فئات عينة الدراسة الميدانية.

- كما سجلت عبارة "هل العمل الإعلامي يعد حكرًا على الإعلاميين فقط" ومن إجابات المبحوثين نجد أن أعلى نسبة لفئة "لا"، وبلغت نسبتها (٥٠.٧%)، وهذه النتيجة تظهر نوع من الحياد الناتج عن إدراك أغلبية عينة الدراسة لضرورات وطبيعة الأحداث الساخنة التي تستدعي النقل المباشر والفوري عن طريق شهود العيان، كما تتفق هذه النتيجة مع ما ورد بالجدول رقم (١٠) حول دور شاهد العيان في وسائل الإعلام، في العبارة التالية "هل شاهد العيان مصدر مهم لوسائل الإعلام" وسجلت الإجابة "نعم" أعلى نسبة بلغت (٥٤%).

- وبالنسبة لعبارة "هل شاهد العيان ملم بالتشريعات الإعلامية"، سجلت فئة "لا" أعلى نسبة وبلغت (٤٥.٤%)، وهذه غير نتيجة متوقعة باعتبار أن شهود العيان عادة ما يكونون خليط من مختلف شرائح المجتمع وقد يصادف ذلك أن يكون أحدهم ملم ببعض الجوانب من القوانين والتشريعات الإعلامية أو ربما يكون شخصية قانونية، إلى جانب أن المسؤولية المهنية والاجتماعية في هذا الجانب عادة ما تقع على الوسيلة الإعلامية التي تنقل عنهم إذا اعتبرنا أن أغلب من ينقلون الأحداث بصفة شهود العيان لا يفصحون عن هويتهم في أوقات الحروب والأزمات إلى جانب تعهد وسائل الإعلام وفقاً لمواثيق العمل الإعلامي أيضاً بتوفير الحماية لهم، وهذه النتيجة تتفق مع النتيجة الثانية في الجدول رقم (٣)، حيث سجلت فئة "متطفل على مهنة الإعلام" ما نسبته (٣٠.٧%)، وهذا التقارب في إجابات عينة المبحوثين يعكس الإلمام بمهنة الإعلام وشروطها مواصفاتها إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن عينة جمهور الدراسة هم من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات الليبية، بينما كانت الإجابة على هذه العبارة متقاربة بين "نعم ولا" من عينة المبحوثين وهي نتيجة متوقعة إذا ما قورنت ببعض الإجابات في الجداول السابقة حول دور شاهد العيان في العمل الإعلامي في أكثر من جدول.

- أما عبارة "هل شاهد العيان ضلل الرأي العام" فقد سجلت فئة "نعم" أعلى نسبة وبلغت ما نسبته (٦١.٥%)، وهذه الإجابة تعتبر منطقية في حال ما أخذنا بعين الاعتبار أن أغلب شهود العيان عادة ما يكونون منحايزين للطرف الآخر، مثل: سكان المدن التي تمت محاصرتها من قبل قوات أنظمة الحكم أثناء أحداث الربيع العربي، وبالتالي ربما يكون هناك نوع من المبالغة لتحشيد الرأي العام المحلي والدولي مع قضيتهم على سبيل المثال أو ربما يتم اختلاق وقائع وقصص وتم تضخيمها لتحقيق ذلك كالتركيز على مقاطع أو جوانب واحدة فقط وتكرارها بشكل مستمر لغرس أبعاد معينة في ذهن المتلقي، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد بالجدول رقم (١٠) الذي سجلت الإجابة بـ"لا" حول فئة "هل تبرر لوسائل الإعلام الاعتماد على شاهد العيان" وسجلت نسبة بلغت (٣٠%).

- وقد سجلت عبارة "هل مهنة الصحافة عرضة للمتطفلين"، أعلى نسبة للإجابة "بنعم" لدى عينة جمهور الدراسة وبلغت نسبتها (٦٤.٦%) وهذه النتيجة تعتبر منطقية ومتوقعة، مقارنة بما حصل في فترة الدراسة، إذ أصبح بإمكان أي شخص أن ينقل ما يشاهده من مكان الحدث من مختلف شرائح المجتمع ومستوياتها، كما أنها تتفق بشكل كبير مع نتائج الجدول رقم (٣)، حيث جاءت في المرتبة الثالثة فئة "شخص متطفل على مهنة الإعلام ولا علاقة له بها بنسبة بلغت (٤٠%)".

- وبخصوص عبارة "هل توجد معوقات أمام اقتحام المواطن كشاهد عيان عالم الإعلام"، سجلت إجابة "نعم" أعلى مرتبة بلغت (٥٨.٥%) وهذه النتيجة تعد منطقية كذلك مقارنة بطبيعة عينة الدراسة من الناحية التخصصية فهم من الإعلاميين وأساتذة الإعلام ولهم القدرة على إصدار هذه الأحكام وفقاً لطبيعة المهنة، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في الجدول رقم (٣)، إذ سجلت فئة "متطفل على مهنة الإعلام" ما نسبته (٣٠.٧%) الذي يحوي تفسيراً منطقياً أشرنا له في ذات الجدول السابق.

- وسجلت عبارة "هل تتفق مع ما يقوله شاهد العيان في مداخلته مع وسائل الإعلام عن بعض الأحداث" الإجابة بـ"لا" أعلى نسبة وبلغت (٦٨.٥%)، وتُعدُّ نتيجة منطقية أيضاً باعتبار أن الانحياز إلى طرف معين مسألة متوقعة في هذه أحداث، وكان لوسائل الإعلام دورها البارز والكبير في تغذية هذه المواقف كل حسب سياسته التحريرية المستمدة من أيديولوجية السياسة العامة لكل جهة إعلامية أو دولة وحزب تتبعها وسائل الإعلام التي كان لها دور كبير في نقل وقائع تلك الثورات أثناء فترة الدراسة، وهذه النتيجة تتفق مع ما ورد بالجدول رقم (٥) حول مدى تأثير شاهد العيان على الرأي العام، إذ عكست نتيجة هذا الجدول ما وصفناه بالرؤية الواقعية لأغلب مجتمع الدراسة وإدراكهم لدور شاهد العيان في تغطية الأحداث محل الدراسة من خلال أحداث ما عُرف بثورات الربيع العربي، الذي سجلت فيه فئة "كبير جداً أعلى نسبة بين بقية الفئات وبلغت ما نسبته (٥١%)، كما أشرنا سابقاً.

- وبالنسبة لعبارة "هل تتفق فيما يقوله شاهد العيان في مداخلته مع وسائل الإعلام" سجلت الإجابة لفئة "لا" نسبة (٤٧.٧%)، وكما سجلت الإجابة لفئة "إلى حد ما" نفس النسبة وهي وهذه النتيجة تعد إيجابية ومتوازنة مقارنة بوقائع تحتل التضليل وأخرى تحتل المصادقية في نقل الأحداث، خصوصاً إذا ما اعتبرنا أن كل ما ينقل عن طريق شهود العيان لابد أن يخضع لمرحلة المرور بحارس البوابة خاصة في النشرات المكتوبة وليس النقل المباشر سواءً بالتسجيلات الصوتية أو المرئية، وبالتالي هناك احتمالات واردة للفبركة والتضليل، إلى جانب المصادقية أيضاً، وهذه النتيجة تتفق مع ما ورد بالجدول رقم (٤)، الذي يصف شاهد العيان كمحايد في تغطياته الإعلامية أم "لا"، إذ سجلت فئة "محايد" أعلى نسبة، وترتبط هذه النتيجة أيضاً مع الجدول السابق رقم (٣)، وهي فئة وصف شاهد العيان بأنه إعلامي التي سجلت أعلى نسبة بين بقية الفئات كما أشرنا سابقاً.

- وفيما يتعلق بعبارة "هل ما قاله شاهد العيان في مداخلته مع عن بعض الأحداث المتعلقة بالثورات العربية أثر في موضوعية ومصادقية ومهنية وسائل الإعلام" سجلت إجابة فئة "إلى حد ما" أعلى نسبة

بين إجابتي "نعم ولا"، وبلغت ما نسبته (٦٠%)، وهذه نتيجة تعتبر منطقية جداً إذا ما أخذنا بعين الاعتبار مدى التراجع الذي لحق بأغلب القنوات الفضائية والإعلامية الأخرى التي كانت هي المبادرة والحرية لنقل أخبار تلك الثورات بصورة مباشرة وحصرية، وفقاً للعديد من الدراسات الميدانية بالخصوص، ومن أبرز تلك القنوات (قناة الجزيرة الفضائية) على سبيل المثال لا الحصر، وتعزز هذه النتيجة ما ورد بالجدول رقم (٥) والذي يوضح مدى تأثير شاهد العيان على الرأي العام، إذ سجلت فئة "كبير جداً أعلى نسبة بين بقية الفئات بلغت (٥١%)، كما أشرنا سابقاً تعكس هذه النتيجة ما يمكن أن نصفه بالرؤية الواقعية لأغلب عينة الدراسة وإدراكهم لدور شاهد العيان في تغطية الأحداث محل الدراسة من خلال أحداث ما عُرف بأحداث الربيع العربي بغض النظر عن الآراء الشخصية وهذه الإجابة تحتل الترتيب أو النقل بمصدقية، لكن النتيجة هي حدوث التأثير.

- وبالنسبة لفقرة "إلى أي حد يمكن قبول شاهد العيان كمراسل أو مندوب صحفي؟"، حلت الإجابة بفئة "لا" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٥٣.٨%)، وهذه النتيجة تعد منطقية جداً ومتوقعة مقارنة بطبيعة عينة الدراسة التي لها دراية تامة بمهنة المراسل والمندوب الصحفي والشروط الواجب توافرها في هكذا مهنة بدءاً من وجوب الإلمام بالقوانين والتشريعات واللوائح و الموثيق الإعلامية والقيم المهنية والإخبارية بشكل عام، وهذه النتيجة تعزز ما ورد من إجابات على فئة "هل توجد معوقات أمام اقتحام المواطن كشاهد عيان عالم الإعلام؟" بالجدول رقم (١١) إذ سجلت إجابة فئة "نعم" أعلى مرتبة بلغت (٥٨.٥%)، وهذه النتيجة منطقية كما أشرنا سابقاً مقارنة بطبيعة عينة الدراسة من الناحية التخصصية فهي تضم بعض النخب الإعلامية وبعض أساتذة الإعلام والتخصصات الأخرى ولهم القدرة على إصدار هذه الأحكام وفقاً لطبيعة المهنة، وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع ما ورد في الجدول رقم (٣) إذ سجلت فئة "متطفل على مهنة الإعلام" ما نسبته (٣٠.٧%)، الذي يحوي تفسيراً منطقياً أشرنا له في ذات الجدول السابق.

نتائج البحث:

- ١- أظهر البحث تفوق نسبة الذكور على الإناث في شغل الوظائف التي تكون منها مجتمع الدراسة وهي أساتذة الجامعات والإعلاميين في مختلف القطاعات الليبية.
- ٢- اتفق معظم أفراد مجتمع الدراسة على أن شاهد العيان هو إعلامي، وهذه النتيجة إيجابية كما أشرنا سابقاً في الجدول رقم (٣) وهي غير متوقعة على الإطلاق.
- ٣- أظهرت نتائج البحث على أن شاهد العيان كان حيادياً في نقله لأحداث الثورات العربية وهي غير متوقعة على الإطلاق أيضاً.
- ٤- أكدت نتائج البحث أن دور شهود العيان في نقل أحداث ثورات العربي كانت إيجابية مقارنة بنقلهم للوقائع التي كانت تحدث في تلك الفترة، خاصة وأن أغلبها كانت موثقة بالصور.

- ٥- أظهرت نتائج الدراسة أن الاعتماد على دور شاهد العيان في فترات الأزمات كان ضرورياً لتغطية الأحداث من بؤر الحروب والصراع المسلح..
- ٦- أكدت نتائج الدراسة على تأثير شهود العيان على الرأي العام وتشكيله وتوجيهه عبر وسائل الإعلام في فترة الدراسة.
- ٧- أتفق معظم المبحوثين على أن شاهد العيان غير ملم بالتشريعات الإعلامية وبالتالي لا يمكن أن يكون شريكاً أو أحد عناصر الإنتاج الإعلامي.
- ٨- أكدت نتائج الدراسة على عدم إمكانية الاستغناء عن الصحفي المحترف مهما كان الدور كبيراً الذي لعبه شاهد العيان في نقل أحداث ما عرف بثورات الربيع العربي.
- ٩- أعتبر جمهور الدراسة أن نقل الرسالة الإعلامية لا تعد حكراً على الإعلاميين الرسميين فقط وبالتالي الإمام بالتشريعات الإعلامية هو شرط للمصداقية والموضوعية وليس أساساً لاحتكار مهنة الإعلام.
- ١٠- أكدت نتائج الدراسة أن شاهد العيان الذي أقحم نفسه في التغطية الإعلامية لأحداث ما يعرف بثورات الربيع العربي قد ضلل الرأي العام.

التوصيات:

يوصي الباحث بالتالي:

- بضرورة الأخذ بعين الاعتبار الدور الجديد لوسائل الإعلام وفعاليتها من خلال ما صار يُعرف بالإعلام الشعبي أو إعلام المواطن الفعال، وبالتالي يجب أن يؤخذ هذا الجانب بعين الاعتبار سواء في الجانب الأكاديمي وهم أستاذة الإعلام والجانب المهني وهم الإعلاميين العاملين بوسائل الإعلام الليبية لخلق رؤية مستقبلية جديدة لتطوير هذا الجانب بشقيه الأكاديمي والمهني.
- من نتائج الدراسة نستنتج أنه من الضروري إدراج مهارات استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ضمن برامج التأهيل العلمي الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات ومعاهد الصحافة والإعلام، إلى جانب التركيز عليها أيضاً ضمن برامج إعداد وتأهيل وتدريب الكوادر الإعلامية مهنيًا.

الموامش:

(١) مي إبراهيم، "شاهد العيان.. بين المصداقية والإثارة" صحيفة الشرق الأوسط // جريدة العرب الدولية العدد ١٢٢٥٢ يوم الخميس ٢٥ رجب ١٤٣٣ هـ ١٤ يونيو ٢٠١٢م

(٢) مي إبراهيم، "شاهد العيان مرجع سابق

(٣) Rodriguez, C, "Citizens' Media and their Potential in Contexts of Intense Violence (Preliminary Reflections)", Paper presented at the Re-Developing Communication for Social Change Conference, University of Texas, Austin, 1998

(٤) دان جيلمور ترجمة نيفين نور الدين، «الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع»، (القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ٢٠١٠) ص ١٦.

(٥) محمد شومان، صحيفة الأهرام الرقمي، إعلام المواطن اتجاهات مستقبلية، الأهرام الإقليمي للصحافة

(٦) نفس المرجع السابق

(٧) نفس المرجع السابق

(٨) Hartley, J. Journalism as a Human Right - the Cultural Approach to Journalism

D. Weaver (Eds.), Journalism Research in an Era of Globalization, New York: & In M. Loffelholz Peter Lang Publishing York: Doubleday., 2006

Kensicki, L.J, "No cure for what ails us: The Media-Constructed Disconnect between Societal (٩)

Mass Communication Quarterly, 2004 & Problems and Possible Solutions", In: Journalism (١٠) دان جيلمور ترجمة نيفين نور الدين، «الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع»، (القاهرة، الدار الدولية

للاستثمارات الثقافية، ٢٠١٠) ص ١٦.

(١١) نفس المرجع السابق، ص ١٦.

(١٢) - حسنين شفيق ، وكالات الأنباء والإنترنت ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠١١ ، ص (٩٢) .

(١٣) أبو النصر، مدحت ، قواعد ومراحل البحث العلمي، ط١، القاهرة، مصر، دار مجموعة النيل العربية. (٢٠٠٤) ص ١٨٣.

(١٤) عابدين الدردير الشريف، نظريات الإعلام: مفاهيمها ودورها واستخداماتها وتوظيفها في البحث العلمي الإعلامي ، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٤٣ (٢٠٠٨)، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي طرابلس، ليبيا.

(١٥) تيسير ابو عرجة ، الصحافة المعاصرة (الإمارات - دار الكتاب الجامعي - ١٩٩٩) ص٦٧.

Johan Retief "Media Ethics": An introduction to responsible Journalism(New York: (١٦) oxford, 2001) p223.

(١٧) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤، ص ١٤٢ .

The Trends of the Libyan Academic and Media Elites toward the Eyewitness as a Reporter: A Field Study

Prof. Dr. Abdin A. Sharif

Abdin.Sharif@Yahoo.Com

Professor of Journalism & Mass Communication

Former Dean the Faculty of Arts and Media

Zaytuna University - Libya

Abstract

This study belongs to a descriptive research. Its main question is: "What are the trends of the Libyan academic and media elites toward the eyewitness as a reporter. The study gains its importance from the contemporary subject which is about the role of the eyewitness in the mass media, and from the scarcity of studies around it. The study aims at determining the role played by the eyewitness in forming, guiding, mobilizing and inciting public opinion to overthrow the political regimes in the countries of the so-called Arab Spring. The study raises the following questions: Can the eyewitness replace the professional reporter in covering wars and conflicts? Is the media profession has become vulnerable to parasites? Does what the eyewitness says affect the standard of credibility in publishing or broadcasting of the news? To what extent can the eyewitness be accepted as a reporter to cover events? Is it possible to dispense with a professional journalist?

This study has used a survey method by distributing a questionnaire as a tool to collect data from the study sample that consisted of some Libyan university professors and Libyan journalists working in various Libyan mass media. The study revealed the following results: most of the study sample agreed that the eyewitness is a reporter. It also showed that the eyewitness was neutral in his transfer of the events of the revolutions. It also indicated that relying on the eyewitness, in times of crisis, was necessary to cover the events of the possibility of war. The study also revealed that most of the respondents agreed that the eyewitnesses not familiar with media legislations and therefore cannot be a partner or one of the media production elements. Furthermore, the study revealed that it is not possible to dispense with a professional journalist no matter how the role played by the eyewitness in the transfer of the events of what is known as the Arab spring revolutions.

Copyright © EPRA 2017

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jprr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- The first academic refereed & specialized Journal in the Arab world & the Middle East, as well as the First Arab Scientific journal in that specialty (the media) got the Arab Impact Factor coefficient effect = 1.33 with 100% in 2016 report from the American Foundation NSP " Natural sciences Publishing," sponsored by Association of Arab universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Fourteenth issue - Fourth Year - January/ March 2017 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi

Assistant Professor & Head of Public Relations Dep.
College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Mohammed Al-Aamri

Assistant Professor & Head of Public Relations &
Advertising Department
College of Mass Communication - Baghdad University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Sabry Solaiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Information and tongues Vice President of the International
University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

obeykandl.com

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fourth year - Fourteenth issue - January / March 2017

Arab Impact Factor 2016 = 1.33

English Researches:

- **Associate Professor Dr. Ibrahim Mostafa Saleh** - Nile University - Egypt
Analytical Study about the Repercussions of the Communication Crises Management in the Middle East: Navigation in Uncharted Water 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Abdin A. Sharif** - Zaytuna University- Libya
The Trends of the Libyan Academic and Media Elites toward the Eyewitness as a Reporter: A Field Study 31
- **Prof. Dr. Souraya El Badaoui** – Cairo University
Development of Concept of the User in the Digital Public Sphere 32
- **Dr. Intisar Obaidi** - Fujairah College in UAE
Public relation strategies in management of tourism crisis 33
- **Dr. Labiba Abdel Naby Ibrahim** - Helwan University
Egyptian public opinion attitudes towards EU Situation regarding Syrian refugees crisis: An applied study on Facebook 34
- **Dr. Suhad Adil Jasim** - Mustansiriya University
Public Relations strategy in Iraqi universities: An evaluation study of Public Relations Departments in both Universities (Baghdad and Technology) As a Model 35
- **Dr. Mohammed Fouad Zied** – Menofia university
The Public exposure to satirical political implications provided by the media and its relationship to their political discontent 36
- **Khalid Faisal Al-Firm** - Imam Mohammad bin Saud Islamic University
The use of Social Media in Health Awareness about Coronavirus Disease: An Applied Study on the Medical Cities and the Government Hospitals in Riyadh, Saudi Arabia 37

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2017@EPRA

www.epra.org.eg