جامعة العربي التبسي - تبسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة –
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

UNIVERSITE ECHAHID CHEIKH LARBI TEBESSI
-TEBESSA-

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الاتصال في التنظيمات

اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالب: ربيع فـــرّاد

إشراف الأستاذ: أ.د. هارون منصر

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	رئيسا
هارون منصر	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	مشرفا ومقررا
بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر- أ-	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	مشرفا مساعدا
مرزوق بن مهدي	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	ممتحنا
سيف الدين عبان	أستاذ محاضر- أ-	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	ممتحنا
طلال عون	أستاذ محاضر- أ-	جامعة باجي مختار- عنابة	ممتحنا
الطيب البار	أستاذ محاضر- أ-	جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024 / 2025

جامعة العربي التبسي - تبسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة –
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

UNIVERSITE ECHAHID CHEIKH LARBI TEBESSI
-TEBESSA-

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الاتصال في التنظيمات

اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالب: ربيع قـــرّاد

إشراف الأستاذ: أ.د. هارون منصر

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	رئيسا
هارون منصر	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	مشرفا ومقررا
بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر- أ-	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	مشرفا مساعدا
مرزوق بن مهدي	أستاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	ممتحنا
سيف الدين عبان	أستاذ محاضر- أ-	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة	ممتحنا
طلال عون	أستاذ محاضر- أ-	جامعة باجي مختار- عنابة	ممتحنا
الطيب البار	أستاذ محاضر- أ-	جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024 / 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر لله والصلاة والسلام على رسول الله حبيبنا وقائدنا وقدوتنا مُحَمَّدا خير خلق الله وعلى آله وصحبه ومن ولاه وأُثني ثناءً كثيرا بالحمد لله الواحد الصمد الّذي قدرني ووفّقني لإتمام هذا العمل وإخراجه إلى النور

وأتقدّم بأسمى عبارات الشكر والتقدير وعظيم الامتنان والعرفان إلى الأستاذ المشرف الذي رافقني خلال هذا المشوار ومنحني من وقته الكثير وأحاطني بالرعاية والاهتمام والمتابعة موجها ومصوبا وناصحا وكان له الفضل في إتمام هذا العمل العلمي

أستاذ العليم العالي "هارون منصر"

وأتقدم أيضا بخالص الشكر والتقدير وأسمى عبارات الاحترام إلى مساعد المشرف الذي زوّدني بوافر علمه وسديد رأيه وجميل صبره وكان لي سندا يبدي ويسدي التوجيهات والنصائح والحلول

الدكتور "بدر الدين مسعودي"

كما أتقدم كذلك بجزيل الشكر لجميع أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على مساعدتي ومساندتي وخاصة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال كل باسمه وجميل وسمه ولا يفوتني أيضا أن أتوجّه بجميل عبارات الشكر والاحترام مسبقا للجنة المناقشة الموقرة

وكلّ الشّكر والثّناء لمسيّري وموظفي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكل من قدم لي يد المساعدة في إنجاز هذا البحث العلمي من قريب أو من بعيد

*** شكرا لكم جميعا***

ڤـرّاد ربيع

إهداء

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ وَقُل رَّبِّ أَدْخِلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ صِدْقٍ وَاجْعَل لِّي مِن لَّدُنكَ سُلْطَانًا نَّصِيرًا ﴾
سورة الإسراء الآية ﴿14﴾

أهدي ثمرة هذا الجهد:

إلى الذين رحلوا عنا وأفتقد وجودهم في حياتي إلى روح قدوتي ومثلي الأعلى في هذا الوجود

"أبي العزيز رحمه الله"

و إلى روح من علمتني أن أحيا برضاها دوما " أمّي الحبيبة رحمها الله"

وإلى روح أخي الطاهرة "رضا"

وإلى التي رافقني خلال هذا المشوار الجامعي بالتوجيهات والنصائح "أختي الفاضلة" أستاذة التعليم العالي " قـرّاد راضية"

وإلى قوّتي وسندي في الحياة بعد الله إخوتي وأخواتي كل باسمه وإلى كل أفراد الأسرة الكريمة

"عائلة قـرّاد عبد الله"

وإلى كل الزملاء والأصدقاء و كل من ساندني في إنجاز وإتمام هذا العمل من قريب أو بعيد

قـرّاد ربيع

الملخصـــات

ملخص الدراسة:

عملية قياس الاتجاهات النفسية والاجتماعية تكتسي أهمية بالغة لدى الباحثين منذ ظهورها إلى يومنا الحالي؛ إذ تساعدنا هذه الأخيرة على فهم سلوك الإنسان وتحليله للتعرف على دوافعه وحاجاته نحو مختلف المواضيع في المجتمع خاصة في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتغيرات التي يشهدها العالم في الوقت الراهن، وحاجة المجتمعات إلى مواكبتها والتكيف معها للاستفادة منها كما ينبغي، لذا جاءت هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– لتسلّط الضوء على اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين لما لهم من مكانة ومؤهلات علمية وأكاديمية تميزهم عن غيرهم في المجتمع، والتعرف على عادات وأنماط استخدامهم للميديا الجديدة مع رصد الأسباب والدوافع التي تقف وراء ذلك الاستخدام، والتعرف كذلك على جملة الإشباعات المعرفية والسلوكية والوجدانية والمرجعية المحققة لديهم من متابعة المواضيع السياسية المختلفة المحلية، الإقليمية، والدولية، أو المتعلقة بالتطورات الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية ومدى انعكاساتها على المجتمع الجزائري.

وحرصا منا على تحقيق الأهداف العلمية المحددة في هذه الدراسة المندرجة ضمن الدراسات الوصفية اتبعنا المنهج الوصفي المعتمد على التحليل عند تصميم الإطار العام للبحث؛ إذ اخترنا عينة حصصية نسبية قدرها 274 أستاذ جامعي دائم من مجتمع البحث المستهدف والمتمثل في الأساتذة الجامعيين الدائمين بجامعة العربي التبسي – تبسة، واستخدمنا كذلك استمارة استبيان مرفقة بمقياس ليكرت لجمع البيانات، لتتم معالجتها احصائيا بالأساليب المناسبة ومن ثم تفسيرها وتحليلها إلى غاية استخلاص النتائج الجزئية والعامة للدراسة، وقد انتهت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:

- وجود عادات وأنماط متمايزة في استخدام الميديا الجديدة لدى المبحوثين أثناء تتبع المواضيع السياسية حيث يستخدمون الهاتف الذكي وموقع الفيسبوك Facebook، فرديا لمدة تقل عن ساعتين في فترات غير محددة يوميا بطريقة غير آنية عند تتبع المواضيع السياسية المتنوعة الدولية، الإقليمية والمحلية عبر مقاطع الفيديوهات، ثم التفاعل معها بالإعجاب ومشاركتها مع الآخرين في المقام الأول، كما أن الميديا الجديدة حسب آرائهم تؤدي وظيفة الإخبار ونقل المعلومات والأحداث السياسية المتنوعة بالدرجة الأولى.
- وجود اتجاه ايجابي لدى أفراد عينة الدراسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية تمثل في سهولة الوصول إلى المعلومات السياسية الحديثة من عدة مصادر،

الأمر الذي يمكنهم من تحليلها بدقة ومناقشتها مع الآخرين والتعرف على وجهات النظر الواسعة حولها بالحوار المستمر، مستفيدين من مؤهلاتهم العلمية والأكاديمية ومن الخصائص التقنية للميديا الجديدة التي تشبع حاجاتهم وتحقق أهدافهم.

- هناك تنوع في اتجاهات الأساتذة المبحوثين نحو الإشباعات المحققة عند استخدامهم للميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية، إذ كشفت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي نحو الإشباعات المعرفية المحققة لدى أفراد العينة، ووجود اتجاه محايد نحو إشباعاتهم الوجدانية والسلوكية ونحو جزء من اشباعاتهم المرجعية وفق العبارات الموجبة والسالبة الموجهة لأفراد العينة.
- أبانت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين يمتلكون اتجاه إيجابي نحو المعيقات التي تحد من إشباعاتهم عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة نحو كل العبارات المدرجة الموجهة إليهم أثناء عملية القياس.
- أكدت نتائج الدراسة عن عدم وجود الاتجاه السلبي نحو كل العبارات عبر كامل مراحلها في المحاور الأربعة مما يدل على مدى قوة العبارات الموجهة إليهم أثناء خضوعهم لعملية قياس اتجاهاتهم نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

الكلمات المفتاجية: الاتجاه؛ الأستاذ الجامعي؛ المواضيع السياسية؛ الميديا الجديدة.

Résumé :

Le processus de mesure des tendances psychologiques et sociales revêt une importance considérable pour les chercheurs depuis son apparition jusqu'à aujourd'hui ; il nous aide à comprendre et à analyser le comportement humain afin d'identifier ses motivations et ses besoins vis-à-vis de divers sujets de société. Cela est particulièrement pertinent à la lumière des développements des technologies modernes de communication et des transformations actuelles, qui imposent aux sociétés la nécessité de suivre leur rythme et de s'y adapter pour en tirer profit de manière appropriée.

A cet effet, la présente recherche intitulée : Attitudes des enseignants universitaires algériens à l'égard des sujets politiques à travers les nouveaux médias : Étude empirique sur un échantillon d'enseignants de l'université Larbi Tébessi - Tébessa vise à mettre en lumière les attitudes des enseignants universitaires algériens, en raison de leur statut social et de leurs qualifications scientifiques et académiques qui les distinguent des autres membres de la société, Elle explore leurs habitudes et modèles d'utilisation des nouveaux médias, les raisons et motivations derrière cette utilisation, ainsi que les gratifications cognitives, comportementales, émotionnelles et de référence obtenue en suivant divers sujets politiques (locaux, régionaux, internationaux) ou liés aux évolutions culturelles.

Afin d'atteindre les objectifs scientifiques définis dans cette étude, qui s'inscrit dans le cadre des recherches descriptives, nous avons adopté une méthode descriptive basée sur l'analyse lors de la conception du cadre général de la recherche, L'échantillon comprend ***274*** *enseignants universitaires permanents, sélectionnés selon une méthode de quotas relative, représentant la communauté de recherche cible de l'université Larbi Tébessi - Tébessa, Nous avons utilisé un questionnaire basé sur l'échelle de Likert pour collecter des données, lesquelles ont été traitées statistiquement par des méthodes appropriées, puis interprétées et analysées pour tirer les conclusions partielles et générales de l'étude.*

Cette étude s'est conclue par un ensemble de résultats, à savoir :

- *Les répondants utilisent majoritairement le smartphone et Facebook pour suivre les sujets politiques. Cette utilisation est individuelle, moins de deux heures par jour, sur des horaires non spécifiques, et se fait souvent via des vidéos. Ils interagissent principalement en aimant ou partageant ces contenus. Les nouveaux médias remplissent principalement une fonction d'information, de transmission des nouvelles et des événements politiques.*
- *Une tendance positive se dégage parmi les répondants quant à l'usage des nouveaux médias pour suivre les sujets politiques, Cela s'explique par la facilité d'accès à des informations diversifiées et actualisées, permettant une analyse approfondie, un dialogue*

continu et l'exploration d'un large éventail de points de vue, Ces avantages sont amplifiés par leurs compétences académiques et les caractéristiques techniques des nouveaux médias qui répondent à leurs besoins.

- *L'étude révèle une attitude positive à l'égard de la satisfaction cognitive des répondants, mais une attitude neutre concernant leur satisfaction émotionnelle, comportementale, et partiellement de référence (basée sur les avis positifs et négatifs exprimés).*
- *Les répondants expriment une attitude positive face aux limitations qui entravent leur satisfaction lors du suivi des sujets politiques par les nouveaux médias, indiquant une perception constructive de ces obstacles.*
- *L'étude confirme qu'aucune attitude négative n'a été relevée concernant les différents axes mesurés, ce qui reflète la robustesse des items utilisés pour évaluer leurs attitudes vis-à-vis des sujets politiques à travers les nouveaux médias.*

Mots-clés : *Attitudes ; enseignants universitaires ; sujets politiques ; nouveaux médias.*

Abstract:

The process of measuring psychological and social trends has been of considerable importance to researchers from its inception to the present day, helping us to understand and analyze human behavior in order to identify motivations and needs in relation to various societal issues, This is particularly relevant in the light of developments in modern communication technologies and current transformations, which require societies to keep pace with them and adapt to them in order to benefit appropriately.

To this end, the present research entitled: Attitudes of Algerian university teachers towards political subjects through new media: Empirical study on a sample of teachers from the Larbi Tebessi University - Tebessa, aims to highlight the attitudes of Algerian university teachers, due to their social status and their scientific and academic qualifications that distinguish them from other members of society. It explores their habits and patterns of use of new media, the reasons and motivations behind this use, as well as the cognitive, behavioral, emotional and reference gratifications obtained by following various policy topics (local, regional, international) or linked to cultural developments.

In order to achieve the scientific objectives defined in this study, which is part of descriptive research, we adopted a descriptive method based on analysis when designing the general framework for research,The sample consists of ***274*** *permanent university teachers, selected according to a relative quota method, representing the target research community of Larbi Tebessi University- Tebessa, We used a questionnaire based on the Likert scale to collect data, which was statistically processed by appropriate methods and then interpreted and analyzed to draw partial and general conclusions from the study.*

The study concluded with a set of results, namely:

- Respondents mostly use their Smart phones and Facebook to follow political topics, This is individual use, less than two hours a day, on non-specific schedules, and is often done via videos, They interact primarily by liking or sharing these contents, New media are primarily used to provide information, news and political events.

- There is a positive trend among respondents regarding the use of new media to follow political topics, This is due to the ease of access to diverse and up-to-date information, allowing for in-depth analysis, ongoing dialogue and exploration of a wide range of perspectives, These advantages are amplified by their academic skills and the technical characteristics of new media that meet their needs.

- The study reveals a positive attitude towards cognitive satisfaction among respondents, but a neutral attitude toward emotional, behavioral and partially reference satisfaction (based on both positive and negative feedback)

- Respondents expressed a positive attitude to the limitations that hinder their satisfaction with new media's tracking of political topics, indicating a constructive perception of these obstacles.

- The study confirms that no negative attitudes were found regarding the different axes measured, reflecting the robustness of the items used to assess their attitudes towards political subjects through new media.

Keywords: *Attitudes; university teachers; political subjects; new media.*

قائمة الفهارس

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ، ب، ت، ث
الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مدخلها النظري، إجراءاتها المنهجية	02 - 104
أولا: إشكالية الدراسة	02 - 65
1- تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها	02 - 06
2- أسباب اختيار موضوع الدراسة	07 - 08
3- أهمية الدراسة	08 - 09
4- أهداف الدراسة	09
5- تحديد مفاهيم الدراسة	09 - 17
6- الدراسات السابقة والمشابهة	18 - 65
ثانيا: المدخل النظري للدراسة – نظرية الاستخدامات والإشباعات –	65 - 87
1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات	66 - 68
2- منطلقات نظرية الاستخدامات والإشباعات	68 - 69
3- التتبع التاريخي لنظرية الاستخدامات والإشباعات	69 - 71
4- الأهداف الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات	71 - 72
5- التطور المرحلي لنظرية الاستخدامات والإشباعات	72 - 73
6- فروض الاستخدامات والإشباعات	73 - 74
7- أبرز نماذج نظرية الاستخدامات والإشباعات	74 - 78
8- العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات	78 - 84
9- أهم الانتقادات المقدمة لنظرية الاستخدامات والإشباعات	84 - 86
10- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بموضوع الدراسة	86 - 87
ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة	87 - 104
1- تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراسة	88 - 90
2- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة	90 - 93
3- تحديد نوع ومنهج الدراسة	93 - 95
4- أدوات جمع البيانات	95 - 99
5- ضبط القياسات والقواعد الاحصائية المتبعة أثناء معالجة البيانات	99 - 101

6- الدراسة الاستكشافية	102 -101
7- المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة	104 -102
7-1 قياس صدق وثبات أداة جمع البيانات	103
7-2 حساب ثبات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة	104 -103
الفصل الثاني: الأدبيات النظرية للدراسة – الاتجاهات النفسية، الأستاذ الجامعي، المواضيع السياسية، الميديا الجديدة –	256 -106
أولا: الاتجاهات النفسية	133 -106
1- تعريف الاتجاه	112 -106
2- المفاهيم المرتبطة بالاتجاهات النفسية	116 -112
3- خصائص الاتجاهات النفسية	117 -116
4- أهمية الاتجاهات النفسية	117
5- وظائف الاتجاهات النفسية	119 -117
6- مكونات الاتجاهات النفسية	121 -119
7- عوامل تشكل الاتجاهات النفسية	122 -121
8- تصنيف الاتجاهات النفسية	123 -122
9- الأبعاد المتحكمة في طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية	124 -123
10- النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية	128 -124
11- أبرز مقاييس قياس الاتجاهات النفسية	131 -128
12- تغيير الاتجاهات النفسية	133 -131
ثانيا: الأستاذ الجامعي	154 -133
1- مفهوم الجامعة	136 -133
2- نبذة تاريخية عن الجامعة	138 -136
3- الوظائف الأساسية للجامعة الجزائرية	141 -138
4- الأهداف الأساسية للجامعة الحديثة	142 -141
5- الأستاذ الجامعي	154 -142
5-1 تعرف الأستاذ الجامعي	146 -142
5-2 خصائص وسمات الأستاذ الجامعي	148 -146
5-3 الأسس الأخلاقية للأستاذ الجامعي بالمؤسسة الجامعية	149 -148
5-4 وظائف الأستاذ الجامعي	150 -149

5-5 التزامات الأستاذ الجامعي	150- 151
6-5 تصنيفات رتب الأستاذ الجامعي	151- 154
ثالثا: المواضيع السياسية	155- 176
1- مفهوم المواضيع السياسية	155- 160
2- العلاقة بين السياسة والعلوم الأخرى	160
3- أهمية المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري	160- 161
4- خصائص المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري	161- 162
5- مكونات المواضيع السياسية	162- 163
6- أبرز محتويات المواضيع السياسية	163- 169
7- الأشكال والصيغ الإعلامية التي تعبر عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	169- 172
8- تصنيفات المواضيع السياسية	172- 176
رابعا: الميديا الجديدة	177- 256
أولا : توطئة عامة حول الميديا الجديدة	177- 194
1- البعد المفاهيمي لمصطلح الميديا الجديدة New Media	177- 181
2- مميزات الميديا الجديدة New Media	181- 183
3- تصنيفات الميديا الجديدة New Media	183- 185
4- الاتجاهات الأساسية للميديا الجديدة New Media	185- 189
5- تكنولوجيا الميديا الجديدة New Media	189- 191
6- دواعي ظهور الميديا الجديدة New Media	191- 193
7- أبرز وسائل وأدوات الميديا الجديدة New Media	193- 194
ثانيا: النسق التقني المكوّن للميديا الجديدة New Media	194- 256
1- الإنترنت Internet	194- 206
1-1 تعرف الإنترنت **Internet**	194- 195
1-2 الإنترنت تأصيل المفهوم والتسمية	195- 196
1-3 نبذة تاريخية عن الإنترنت	196- 198
1-4 مستلزمات الاتصال بشبكة الإنترنت	199
1-5 الخدمات التي تقدمها الإنترنت	199- 201
1-6 خصائص شبكة الإنترنت	202- 204

7-1 محاسن ومساوئ استخدام شبكة الإنترنت	204- 206
2- الويب Web 2.0	206- 214
2-1 تعريف الويب 2.0 "Web 0.2 "	207- 209
2-2 خصائص الWeb 0.2	209- 210
2-3 أبرز تطبيقات Web 0.2	210- 212
2-4 التطورات التي مر بها Web 0.2	212- 213
2-5 الويب Web 0.3	213- 214
3- شبكات التواصل الاجتماعية	214- 222
3-1 مفهوم الشبكات الاجتماعية	214- 215
3-2 مميزات الشبكات الاجتماعية	215- 217
3-3 نشأة وبروز الشبكات الاجتماعية	217- 218
3-4 ظهور الشبكات الاجتماعية	218- 219
3-5 تقسيمات الشبكات الاجتماعية	219- 220
3-6 أهمية الشبكات الاجتماعية	220- 221
3-7 أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية	221- 222
ثالثا: أبرز أشكال الشبكات الاجتماعية	222- 256
1- المدونات الإلكترونية	222- 226
1-1 تعريفها	222- 223
1-2 السياق التاريخي لظهور المدونات	223- 224
1-3 أنواع المدونات الإلكترونية	224- 225
1-4 الأجزاء الأساسية المكونة للمدونات الإلكترونية	225- 226
2- موقع الفيسبوك Facebook	226- 234
2-1 تعريفه	226- 228
2-2 التتبع التاريخي لظهور موقع الفيسبوك Facebook	228- 230
2-3 العناصر المكونة لموقع الفيسبوك Facebook	231- 232
2-4 الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك Facebook	232- 234
3- موقع اليوتيوب YouTube	234- 237
3-1 تعريف اليوتيوب YouTube	235
3-2 السياق التاريخي لظهور موقع اليوتيوب YouTube	235- 237

فهرس المحتويات

3-3 خصائص موقع اليوتيوب YouTube	237- 238
4- موقع تويتر Twitter - منصة x -	238- 241
1-4 تعريف تويتر Twitter	238- 239
2-4 السياق التاريخي لظهور موقع Twitter	239- 240
3-4 مميزات موقع تويتر Twitter	240- 241
5- موقع إنستغرام Instagram	241- 243
1-5 تعريف موقع إنستغرام Instagram	241
2-5 السياق التاريخي لتطور موقع إنستغرام Instagram	241- 242
3-5 مميزات موقع إنستغرام Instagram	243
6- تطبيق الواتساب WhatsApp	243- 246
1-6 تعريف تطبيق الواتساب WhatsApp (ما الجديد؟) (ما الأخبار؟)	243- 244
2-6 السياق التاريخي لظهور الواتساب WhatsApp	244
3-6 خصائص الواتساب WhatsApp	244- 246
7- موقع لينكدإن LinkedIn	246- 248
1-7 تعريف موقع لينكدإن LinkedIn	246
2-7 السياق التاريخي لظهور موقع لينكدإن LinkedIn	247
3-7 خصائص موقع لينكدإن LinkedIn	247- 248
8- موقع تيك توك Tik Tok	248- 252
1-8 تعريف موقع تيك توك Tik Tok	248- 249
2-8 السياق التاريخي لظهور موقع تيك توك Tik Tok	249- 250
3-8 خصائص تيك توك Tik Tok	250- 252
9- مواقع وتطبيقات أخرى للميديا الجديدة	252- 253
10- الأبعاد الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	254- 256
الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية	258- 405
أولا: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية	258- 354
1- البيانات السوسيوديموغرافية	258- 268
2- عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- للميديا الجديدة في المواضيع السياسية	268- 299
3- اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام	300- 314

الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	
4- اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	315- 337
5- المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	338- 353
ثانيا: النتائج الجزئية والعامة للدراسة	355-367
1- النتائج الجزئية حسب محاور الدراسة	355- 362
2- النتائج العامة للدراسة حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات	362- 367
خاتمة الدراسة	369- 371
توصيات الدراسة	371
قائمة المصادر والمراجع	373- 388
الملاحق المدرجة في الدراسة	390- 405
الملحق الأول: استمارة الاستبيان	390- 396
الملحق الثاني: المعالجة الإحصائية	397- 403

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	رقم الصفحة
01	أسماء المعاهد والكليات بجامعة العربي التبسي– تبسة	90
02	توزيع الأساتذة الجامعيين حسب معاهد وكليات جامعة العربي التبسي– تبسة	91
03	رموز معادلة ستيفن ثامبسون لحساب حجم العينة في مجتمع معلوم الحجم	92
04	توزيع العينة حسب عدد أساتذة المعاهد والكليات بجامعة العربي التبسي –تبسة	93
05	الأساتذة المحكمين لاستمارة استبيان قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة بدرجاتهم العلمية حسب مؤسسة الانتماء	98
06	القيم العددية الحقيقية الصحيحة الممنوحة للعبارات الموجة والسالبة الخاصة بأداة قياس اتجاه الدراسة	100
07	متوسط شدة الاتجاه الخاص بقياس عبارات استمارة قياس اتجاه الدراسة	101
08	مدى الاتساق الداخلي لاستمارة قياس الاتجاه في هذه الدراسة	103
09	معامل ثبات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة	103
10	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع	258
11	توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عنها	259
12	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد	261 -260
13	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	262
14	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة العلمية	264
15	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	265
16	التعقيب على البيانات السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة حسب مخطط الصندوق	267
17	أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة	268
18	الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة –	271
19	الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– الميديا الجديدة	273
20	متابعة أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	274
21	المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية	276
22	كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة	277

23	كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة	279
24	المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	281
25	المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	283
26	المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	286
27	من أين يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	288
28	كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد	292
29	الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– أثناء عرض المواضيع السياسية	294
30	اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	300
31	معامل الثبات لأسئلة محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	302
32	تحليل الانحدار **ANOVA** لعبارات محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	303
33	تحليل بيانات المحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حسب نمذجة المعادلة الهيكلية **SEM (Structural Equation Modeling)**	305
34	اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	315– 316
35	معامل الثبات لأسئلة محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	319

36	قيم تحليل بيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة المعادلة الهيكلية sem	322
37	المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	338
38	معامل الثبات لأسئلة المحور الرابع المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	340

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	نموذج إلياهو كاتز للاستخدامات والإشباعات	75
02	نموذج روزينجرين للاستخدامات والإشباعات	76
03	نموذج ماكويل للاستخدامات والإشباعات	78
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع	258
05	توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عنها	259
06	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد	261
07	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص	263
08	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة العلمية	264
09	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	266
10	التعقيب على البيانات السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة حسب مخطط الصندوق	267
11	أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة	269
12	الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة	271
13	الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– الميديا الجديدة	273
14	متابعة أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	275
15	المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية	276
16	كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة	278
17	كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة	280
18	المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	282
19	المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	284

20	المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	286
21	من أين يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	289
22	كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد	292
23	الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– أثناء عرض المواضيع السياسية	295
24	توزيع نسب بيانات المحور الأول بالمخطط الصندوقي	298
25	اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	301
26	التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثاني: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية	303
27	تحليل بيانات المحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حسب نمذجة المعادلة الهيكلية SEM	306
28	اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	316- 318
29	التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثالث: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	321
30	قيم تحليل بيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة المعادلة الهيكلية SEM	323
31	المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	339
32	التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	341

33	تحليل بيانات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب SEM	343

مقدمة الدراسة

اقترنت الأنشطة الإعلامية منذ القدم بطبيعة الأنظمة السياسية السائدة في دول العالم؛ إذ تستعمل هذه الأخيرة تلك الوسائل في نقل الرؤى والأفكار والآراء إلى الشعوب في المجتمعات للتقرب منهم ولإشراكهم في العملية السياسية من خلال تزويدهم بمختلف المعلومات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية بهدف إقناعهم وكسب تأييدهم، حيث ترتكز الوسائل الإعلامية في أنشطتها على تداول المواضيع السياسية الصادرة عن تلك الأنظمة السياسة في تلك الدول، لتتجسد لنا بذلك علاقة ديناميكية محورها الأفراد، ومع تعاظم دور الفرد في العملية الاتصالية وتحوله إلى عنصر نشط يبحث عن اشباع رغباته؛ ينتقي المحتويات الإعلامية التي تلبي حاجاته ويختار الوسيلة الإعلامية التي يتوقع منها ذلك حسب مقاصده، تنوعت طرق وأساليب استهدافه من طرف المؤسسات الإعلامية والأنظمة السياسية معا.

وقد ازداد بشكل كبير دور الفرد في العملية الاتصالية لاسيما في ظل التطور التكنولوجي السريع الذي يمر به العالم اليوم، وبالتحديد في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أتاحته للمستخدم من سرعة وسهولة في الوصول إلى المضامين والمحتويات المتنوعة من كل مكان وفي كل زمان، ونذكر منها على وجه الخصوص الميديا الجديدة بمختلف مكوناتها كمواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك، اليوتيوب، الإنستغرام، والتيك توك والمنصات كالتويتر، والتطبيقات كالتيليغرام، الواتساب، الفايبر، ولينكدان، إضافة إلى مختلف البرامج الأخرى المتاحة على شبكة الإنترنت.

كما أن جملة التغيرات الحاصلة اليوم في مختلف المجالات قد انعكست على العملية الاتصالية بشكل كبير؛ إذ جعلت من المتلقي قائما بالاتصال في الوقت ذاته يستقبل الرسائل الإعلامية ويتفاعل معها من خلال مشاركتها وتبادلها مع الآخرين أينما تواجدوا، كما يمكنه الرجوع إليها حينما يريد من أجل تعديلها أو تغيرها ووضعها في الشكل الذي يفضله سواء كان كتابي، شفهي أو سمعي بصري، ولعل من بين الرسائل الإعلامية الهامة عند الأفراد التي تتطلب المتابعة وتستدعي القراءة والتحليل والتفسير تلك الرسائل المتعلقة بالمواضيع السياسية المؤثرة في المجتمع كالمواضيع الخاصة بالشؤون والقضايا الحكومية السياسية الداخلية والخارجية، وهي كثيرة ومتجددة منها عمليات صناعة واتخاذ القرارات، المشاركة في الانتخابات المحلية والبرلمانية والرئاسية، وضع الأنظمة السياسية الحاكمة، سن القوانين والدساتير المنظمة مع تكريس قيم العدل والمساواة، حماية حقوق الإنسان، تعزيز الديمقراطيات وحريات التعبير لدى الشعوب، وأيضا المواضيع المتعلقة بالنزاعات المحلية والإقليمية والدولة وبالأمن والاستقرار، والمواضيع الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السياسة، وكذلك الخاصة بالتعاون الدولي والتنمية، وبالهجرة وغيرها من المواضيع السياسية التي تستدعي إثارة النقاش والحوار من طرف المختصين في المجتمعات. ونشير في

هذا الصدد إلى أن عملية تلقي وإدراك المواضيع السياسية وعمليات تحليلها وتفسيرها ترتبط ارتباطا وثيقا بخصوصية كل مجتمع وبتركيبته البشرية على اختلاف مكانتهم ومستوياتهم العلمية، واختلاف المسؤوليات الاجتماعية التي تقع على عواتقهم.

وتعتبر فئة الأساتذة الجامعيين من الفئات المساهمة في نشر المعرفة المتنوعة في المجتمع، يمتلكون مؤهلات علمية وأكاديمية تمكنهم استخدام الميديا الجديدة ومن فهم وإدراك المواضيع السياسية عبرها بشكل معمق وتحليلها وتفسيرها وتقديمها للآخرين في صورة مبسطة تحقق أهدافهم، لذا أردنا في هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة التعرف على اتجاهات هذه الفئة وعلى عادات وأنماط استخدامهم والأسباب والدوافع التي تقف ورائه مع تحديد أهم الإشباعات المحققة لديهم منه وأبرز المعيقات التي تعترضهم أثناء استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية ولتحقيق هذا المبتغى العلمي قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول كما يلي:

يتضمن الفصل الأول ثلاثة أجزاء أولها إشكالية الدراسة حيث حددنا المشكلة وصغنا تساؤلها الرئيسي وتساؤلاتها الفرعية، ثم أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهميتها، أهدافها، ضبط المفاهيم والمصطلحات مع عرض الدراسات السابقة والمشابهة.

أما الجزء الثاني فقد خصص لعرض المدخل النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات مع توضيح علاقتها مع موضوع دراستنا، أما الجزء الثالث فقد تمثل في عرض الإجراءات المنهجية للدراسة إذ حددنا فيه المجالات المكانية والزمانية للدراسة، تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، المقياس المعتمد في الدارسة والمتمثل في مقياس ليكرت، عرض الدراسة الاستطلاعية، وأخيرا تحديد المعاملات الإحصائية لبيانات الدراسة.

في حين قد تضمن الفصل الثاني الجانب النظري لموضوع الدراسة وقد قسمناه لى أربعة أجزاء تعلق الأول منها بعرض الاتجاهات النفسية انطلاقا من تعريفها، تحديد المفهيم المرتبطة بها، خصائصها، أهميتها، وظائفها، مكوناتها، عوامل تشكلها، تصنيفاتها، الأبعاد المتحكمة في طبيعتها، وأبرز النظريات المفسرة لها، وأهم مقاييسها، وطرق تغييرها، أما الجزء الثاني فقد خصصناه للأستاذ الجامعي حيث قدنا فيه مفهوم للجامعة، نبذة تاريخية عن الجامعة الجزائرية، وظائفها الأساسية، أهدافها، تعريف الأستاذ الجامعي، خصائصه وسماته، الأسس الأخلاقية له في المؤسسة الجامعية، وظائفه، التزاماته، تصنيفات رتبه، بينما خصص الجزء الثالث منه بالمواضيع السياسية أذ تطرقنا فيه إلى مفهوم السياسة والمواضيع

السياسية، علاقة السياسة بالعلوم الأخرى كالعلوم الاجتماعية والأنثروبولوجيا، الاقتصاد، العلوم القانونية، أهمية المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري، خصائصها، مكوناتها، أبرز محتوياتها، الأشكال والصيغ الإعلامية التي تعبر عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، تصنيفات المواضيع السياسية، في حين خصصنا الجزء الرابع من هذا الفصل للميديا الجديدة إذ عرضنا بعدها المفاهيمي والمفاهيم القريبة منه، مميزاتها، تصنيفاتها، الاتجاهات الأساسية لها، تكنولوجياتها، دواعي ظهورها، أبرز وسائلها وأدواتها، النسق التقني المكون لها بداية من الإنترنت، ظهورها، مستلزماتها، خدماتها، خصائصها، محاسنها ومساوئها، ثم الويب 0.2، مفهومه، خصائصه، أبرز تطبيقاته، تطوره، مفهوم الويب 0.3، ثم عرضنا الشبكات الاجتماعية، مفهومها، مميزاتها، نشأتها وظهورها، تقسيماتها، أهميتها، أبرز الخدمات التي تقدمها، ثم المدونات، تعريفها، السياق التاريخي لظهورها، أنواعها، أجزائها الأساسية، ثم عرض مواقع ومنصات وتطبيقات الميديا الجديدة المتمثلة في الفايسبوك ، اليوتيوب، تويتر، إنستغرام، الواتساب، لينكدإن، التيك توك من حيث المفهوم والتتبع التاريخي والمميزات والخصائص والمكونات، إضافة إلى عرض مواقع وتطبيقات أخرى منها الصحافة الالكترونية، غوغل بلس، موقع ويكيبيديا، موقع ريديت، موقع بانترست، تطبيق فايبر، التيليغرام، تطبيق ثريدز، وأخير عرض الأبعاد الاجتماعية الايجابية والسلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

بينما خصصنا الفصل الثالث لتحليل البيانات الميدانية انطلاقا من عملية تفريغها ومعالجتها احصائيا من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية، الصدق والثبات، الانحراف المعياري، التوزيع الطبيعي، متوسط شدة الاتجاه، اختبارT، كاي تربيع، وتحليل نمذجة المعادلة الهيكلية SEM (Structural Equation Modeling)، واستخلاص النتائج الجزئية والعامة في ظل منظور الدراسة، معتمدين في ذلك على توظيف المنهج الوصفي القائم على التحليل وعلى استمارة استبيان مرفقة بمقياس ليكرت لجمع البيانات من عينة الدراسة الحصصية النسبية المقدرة ب 274 أستاذ جامعي دائم من جامعة العربي التبسي – تبسة مسحوبة وفقا لمعادلة Steven k.Thomson الخاص بالمجتمع المعلوم والمقدر ب 952 أستاذ جامعي دائم في هذه الدراسة، ثم أخيرا خاتمة وتوصيات الدراسة.

ومن بين الصعوبات التي واجهتنا أثناء القيام بهذه الدراسة نذكر صعوبة التعامل مع بعض المبحوثين بحكم تنوع تخصصاتهم واتساع مجتمع البحث المستهدف؛ لاسيما منهم المبحوثين أصحاب التخصصات العلمية الصرفة (العلوم الصلبة)، إضافة إلى التماس توجس عند البعض منهم خاصة في

فهمم واستيعاب معنى متغير "المواضيع السياسية" الأمر الذي دفعنا إلى مقابلتهم لشرحه وتوضيحه لهم أثناء عملية إجابتهم عن أسئلة استمارة الاستبيان الموجهة لهم.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة، المدخل النظري للدراسة، الإجراءات المنهجية

أولا: إشكالية الدراسة

1- تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- تحديد مفاهيم الدراسة

6- الدراسات السابقة والمشابهة

ثانيا: المدخل النظري للدراسة – نظرية الاستخدامات والإشباعات –

1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

2- منطلقات نظرية الاستخدامات والإشباعات

3- التتبع التاريخي لنظرية الاستخدامات والإشباعات

4- الأهداف الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

5- التطور المرحلي لنظرية الاستخدامات والإشباعات

6- فروض الاستخدامات والإشباعات

7- أبرز نماذج نظرية الاستخدامات والإشباعات

8- العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

9- أهم الانتقادات المقدمة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

10- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بموضوع الدراسة

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراسة

2- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة

3- تحديد نوع ومنهج الدراسة

4- أدوات جمع البيانات

5- ضبط القياسات والقواعد الاحصائية المتبعة أثناء معالجة البيانات

6- الدراسة الاستكشافية

7- المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

7-1 قياس صدق وثبات أداة جمع البيانات

7-2 حساب ثبات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة

سنتعرف في هذا الفصل الأول من هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة، على إشكالية الدراسة بداية من تحديد مشكلتها البحثية وصياغة تساؤلاتها الفرعية، ثم إبراز أسباب اختيار موضوع هذه الدراسة وإبراز مدى أهميتها وتحديد أهدافها، ثم التعرض إلى الدراسات السابقة والمشابهة لها مع ضبط مصطلحاتها ومفاهيمها وذكر المقاربة النظرية التي تستند إليها، ومن بعد ذلك ضبط الإجراءات المنهجية المتبعة في معالجة موضوع هذه الدراسة انطلاقا من تحديد مجالات الدراسة، المجتمع البحثي والعينة، إضافة إلى المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات المستخدمة في ذلك مع توضيح كيفية بناء مقياس قياس الاتجاه المعتمد في هذه الدراسة (مقياس ليكرت)

أولا: إشكالية الدراسة

1- تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

أحدثت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي شهدها العالم في النصف الثاني من القرن الماضي تحولات هائلة وتغيرات كبيرة على جميع المستويات والأصعدة وفي مختلف الميادين والمجالات الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية، كان للمعلومات خلالها دورا محوريا بارزا لاسيما مع تعاظم نموها وإتاحتها وسهولة الوصول إليها على شبكة الإنترنت، لتشكل بذلك ثورة معلوماتية من الصعب التوقع والتنبؤ بما ستحدثه، أو ما سوف يرتبط بها من ظواهر جديدة في المستقبل، إذ أننا أصبحنا جراء ذلك التطور السريع بالكاد نتكيف ونعتاد على استخدام تقنية معينة حتى تدركنا تقنية أخرى جديدة ومتطورة وأحدث منها بكثير، فهي بذلك ثورة حقيقية دون ملامح معالمها غير محددة كليا.

وقد انعكست تلك التحولات والتغيرات على الحياة في المجتمعات وعلى التواصل عند الأفراد؛ حيث انتقل الاتصال السائد بينهم من النمط الاتصالي التقليدي القديم القائم على وسائل الاتصال الجماهيرية الثقيلة كالإذاعة، التلفزيون والصحافة إلى النمط الاتصالي الحديث القائم على شبكة الإنترنت وعلى وسائطها المتعددة، وحواملها المتنوعة، ليتبلور ويتولد عنه شكلا جديدا من الإعلام يدعى إعلام الوسائط المتعددة "الميديا الجديدة" يختلف تماما عن الإعلام الكلاسيكي المعهود والمألوف سواء في وسائله أو رسائله أو حتى في طبيعة التفاعل بين عناصره، فالمرسل والمتلقي يتبادلون المعلومات والأخبار والمحتويات والأدوار من خلاله بسرعة وبأقل تكلفة وجهد، متجاوزين به حاجز الحدود الجغرافية وسلطة المكان والزمان، دون سيطرة أو هيمنة لطرف على الآخر، كما أن هذا الشكل الجديد للإعلام "الميديا الجديدة" يستمد قوته من سمات وخصائص وميزات شبكة الإنترنت العالمية كالسرعة في الانتشار والذيوع

والكونية، وله القدرة على الحركة والتحرك وقابلية التحويل والتوصيل والتنقل، إضافة إلى اللاتزامنية في الاتصال، التفاعلية، الجدة، الآنية، الفورية وغير ذلك من الميزات والسمات والخصائص.

والجدير بالذكر هنا أن جملة الخصائص سالفة الذكر للميديا الجديدة مكنت المستخدم من المشاركة وإقامة الحوار والنقاش وتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين بطرق جديدة وبأساليب مختلفة كالانضمام إلى مواقع الفيديوهات التشاركية، البث الحي أو حتى إنشاء القنوات الشخصية المتاحة على الشبكة أو من خلال التفاعل بالتعليق والإعجاب والمشاركة، كما قد اتاحت له فرص الوصول إلى المضامين والمحتويات والمساهمة في صناعتها بسهولة تامة ونشرها أو تخزينها واسترجاعها في كل وقت وبحرية، إذ لا يتطلب منه ذلك سوى امتلاكه جهاز تكنولوجي مرتبط بشبكة الإنترنت مثل: الهاتف أو الحاسوب يسمح له بالولوج والنفاذ إلى مختلف الشبكات الاجتماعية التواصلية كالفيسبوك، اليوتيوب، الانستغرام، المنتديات والمدونات، والولوج إلى غرف الدردشة والحوار، وبهذه السمات والميزات وجد المستخدم في الميديا الجديدة بمختلف برامجها وتطبيقاتها مكانا رحبا يلبي حاجاته ويشبع رغباته في كل المجالات ثقافيا كالتعليم والتسلية والترفيه، واجتماعيا كالتنمية ونقل التراث بين الشعوب والأمم والتواصل، واقتصاديا كالتسويق والإعلان والإشهار، وسياسيا كالدعاية ونقل الأخبار والمعلومات.

وبناءً على ما سبق استناد للعلاقة التبادلية القائمة بين النظام الإعلامي والسلطة السياسية في العالم منذ القدم؛ التي تحدد المرغوب وغير المرغوب فيه في كل مجتمع، الواردة في كتاب Four Theories Of The Press لأصحابه Siebert, Peterson & Schramm سنة 1956 في الولايات المتحدة الأمريكية التي توضحها النظريات المعيارية للعمل الإعلامي "النظرية السلطوية، نظرية الحرية، نظرية المسئولية الاجتماعية، النظرية السوفياتية الشيوعية، إضافة إلى النظرية التنموية، ونظرية المشاركة الديمقراطية" **(دليو، 2018، الصفحات 152- 167)** .

وكذلك وفقا لما تقدمه الميديا الجديدة في الوقت الراهن للشعوب والأمم، ووفق العلاقة التكاملية القائمة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسة أيضا، فإنه لا يمكننا أن ندرك ونستوعب السياسة الحقيقية في الواقع بمنآى عن وسائل الإعلام القديمة أو الجديدة، كما أنه لا يمكن لهذه الأخيرة أن تستغني أو تتخلى عن المضامين والمواضيع السياسية في نشاطاتها الإعلامية اليومية؛ أي أن روح السياسة هي المواضيع السياسية ووسائل الإعلام هي الوعاء الناقل لها، فهي علاقة حامل ومحمول، علاوة على ذلك فإنه لطالما كانت المواضيع السياسية المتنوعة المحلية، الإقليمية والدولية، الشفهية المكتوبة، المرئية أو السمعية مرآة عاكسة لطبيعة الأنظمة السياسية السائدة في البلدان؛ إذ أنها ترتبط

وتتعلق بالتركيبة الثلاثية لها "طبيعة النظام والسلطة الحاكمة والمجتمع" وتهتم بالقضايا السياسية المختلفة كالتنشئة الاجتماعية السياسية، تشكيل وصناعة الرأي العام، المشاركة والتعبئة الجماهيرية السياسية فضلا على رفع وتكوين الوعي السياسي وتحديد معايير الرقابة السياسية مع آليات الضبط الاجتماعي والتسويق السياسي وغير ذلك من المواضيع السياسية التي تهم الشعوب والأمم في المجتمعات عبر العالم، والتي بدورها أصبحت تستخدم الميديا الجديدة بمختلف برامجها وتطبيقاتها كمنصات أساسية للتعبير عن الآراء والمواقف السياسية لاسيما في ظل التحولات الاجتماعية والسياسية التي تعرفها المجتمعات في العالم، والمجتمع الجزائري كغيره من هذه المجتمعات شهد تحولا ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وسياسيا ملحوظا في الآونة الأخيرة قدمت فيه الميديا الجديدة دورا أساسيا في عملية نقل، تبادل، تداول الأخبار والمعلومات ومضامين المواضيع السياسية المتعلقة بالشأن العام الجزائري محليا وإقليميا ودوليا كسبل صناعة واتخاذ القرارات، المشاركة في الاستحقاقات الانتخابية، تشكيل النظام السياسي الحاكم في البلاد، السعي نحو تكريس مبادئ الديمقراطية، وضع القوانين والدساتير، المشاركة في صياغة السياسات العامة والخاصة للبلاد مع تحديد العلاقات الدولية وكذلك الدعوة إلى السلم، إيقاف الحروب والنزاعات وإرساء قيم العدل والمساواة في المجتمع، إضافة إلى الدفاع عن حقوق الإنسان، معالجة ملفات الهجرة، ومد جسور التعاون الداخلي والخارجي ومختلف المواضيع التي لها صلة بالأمن القومي وبالاقتصاد الوطني وبآليات النهوض بالتنمية المحلية في مختلف المجالات، لذا أصبحت المواضيع السياسية مادة إعلامية خام متداولة على منصات وتطبيقات الميديا الجديدة تستدعي الوقوف عندها والتفكير الملي والجلي لمعالجتها بالشكل الذي يعود بالفائدة الكبيرة على المستخدمين بصفة خاصة والمجتمع الجزائري بصفة عامة.

وهكذا أخذت المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة القسط الأوفر وجذبت اهتمام مختلف فئات المجتمع الجزائري داخل البلاد وخارجها، لاسيما منهم شريحة الأساتذة الجامعيين، هذه الشريحة التي تمثل صفوة المجتمع ونخبته، باعتبارها أبرز الفئات القادرة على فهم وإدراك وشرح المواضيع السياسية لما لها من تكوين ومؤهلات علمية وأكاديمة تخوّل لها قيادة قاطرة التنمية في البلاد وتدفعها إلى المشاركة والبروز في المشهد السياسي الجزائري بقوة سواء كصناع للمحتوى السياسي أو من خلال إدارة وإثارة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية المهمة التي تتناولها وتتداولها الميديا الجديدة وقراءتها وتحليلها وتفسيرها، أو باعتبارها شريحة فاعلة للتغيير في المجتمع الجزائري تشكل الاتجاهات والمواقف وتوجه الآراء لدى فئات المجتمع المختلفة، ومع غياب هذا الدور والمكانة التي كان ينبغي أن يتواجد عليها الأساتذة الجامعيين الجزائريين أردنا في هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين

نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– أن نتعرف على اتجاهات هذه الفئة نحو المواضيع السياسية من خلال استخداماتهم للميديا الجديدة واستخلاص الأسباب الحقيقية وراء تغيبهم عن عدم تأدية الدور المنوط إليهم في المجتمع لاسيما في ظل المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتقهم نحو المجتمع الجزائري، واكتفائهم بالتدريس في الجامعة والقيام بالمهام الموكلة إليهم داخلها والعيش في عزلة عن الكثير من المواضيع السياسية التي تهم البلاد، في حين أننا نرى فئات أخرى من المجتمع تقوم بشغل هذا الدور وتتقلد مناصب سياسية رغم ضعف مؤهلاتهم العلمية والأكاديمية.

والملاحظ أيضا أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يستخدمون تطبيقات الميديا الجديدة بشكل مختلف عن باقي فئات المجتمع بناء على جملة من العوامل التي تميزهم كتأثير التخصص الأكاديمي أوالخلفية الثقافية والاجتماعية وكذلك الانتماءات والتوجهات السياسية، إذ أننا لاحظنا أن شريحة منهم يتعاملون مع المواضيع السياسية ويناقشونها بحذر خوفا من الانعكاسات المتوقعة التي قد تمس وتطال مسارهم الأكاديمي، وشريحة أخرى يرون أن في استخدام تطبيقات ومنصات الميديا الجديدة فرص للتأثير في الأخرين وفرص للمشاركة وإثراء النقاش والحوار العام في المجتمع، وقد يعبرون عن ذلك من خلال التفاعل مع المواضيع السياسية الجارية بالتعليقات أو من خلال نشر المقالات والمضامين المتصلة بها، وكذلك بتقديم رؤى وتحليلات وانتقادات بناءة وعميقة قائمة على تجاربهم وخبراتهم الأكاديمية في الجامعة الجزائرية، إضافة إلى وجود شريحة أخرى طوعت استخدام تطبيقات ومنصات الميديا الجديدة في عملية نقل المعرفة السياسية إلى جمهورها العريض سعيا منهم إلى تعزيز الحوار السياسي البناء وتكوين رأي عام سليم، وكل هذه الشرائح من الأساتذة الجامعيين يظهرون بأسلوب أو بآخر كيفية انخراط الصفوة والنخبة الأكاديمية في العمل السياسي والحياة العامة في المجتمع الجزائري، وطرق استخدام الميديا الجديدة في التواصل وفي التعبير بحرية عن الآراء السياسية وآليات التفاعل بين النخب الأكاديمية وجمهورها الواسع والمتنوع، ومشاركة أفكارهم مع الآخرين داخل وخارج البلاد من دون حواجز ومن دون معيقات، واللجوء إليها كمصدر مهما للأخبار والمعلومات، وهكذا فتحت الميديا الجديدة بمختلف تطبيقاتها وبرامجها آفاقا واسعة للأساتذة الجامعيين الجزائريين ليس فقط في مجالاتهم الأكاديمية وتواصلهم مع الطلاب بل في منحهم القدرة على توجيه النقاش والحوار حول المواضيع السياسية وتقديم الحلول المناسبة لها وشغل دور قادة للرأي العام ومد جسور الألفة والتقارب بين مختلف فئات المجتمع المدني والسلطة الحاكمة في المجتمع الجزائري، وتجسيد قيم وأخلاق الحوار البناء الفعال بينهم في جميع الميادين وتخطي صعابها،

ويبقى هذا تحديا كبيرا لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين لاسيما في كيفية الموازنة والتوفيق بين مهامهم والتزاماتهم الأكاديمية والأخلاقية وبين متابعة ومناقشة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة والسعي إلى تعزيز دورهم كمساهمين ذو مكانة اجتماعية وأكاديمية عالية، وكفاعلين حقيقيين لهم القدرة على التغيير السياسي والقدرة على خلق رؤية سليمة لبناء مستقبل الجزائر، لذا في هذه الدراسة أردنا أن نتعرف على اتجاهاتهم نحو المواضيع السياسية ومدى اهتماماتهم باستخدام تطبيقات وبرامج الميديا الجديدة، وكذلك معرفة مختلف الأسباب والدوافع التي تجعلهم يتعرضون للمواضيع السياسية المتنوعة المحلية والإقليمية والدولية، وطبيعة الإشباعات المحققة وغير المحققة لديهم، مع استخلاص أبرز الصعوبات والمعيقات التي قد تقف بينهم وبين طرق المتابعة وطبيعة التفاعل والتعامل مع المواضيع السياسية، بهدف الوصول إلى أحكام منطقية تفسر شكل استجاباتهم النهائية وتوجهاتهم نحو المواضيع السياسية من خلال الميديا الجديدة، وللخوض ومعالجة هذه الرؤية التي ترتكز عليها هذه الدراسة ولبلوغ هدفها الرئيسي وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعت ومتغيراتها، انطلقنا كإجراء منهجي من طرح التساؤل الرئيسي التالي:

التساؤل الرئيسي:

ما طبيعة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين – أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة ؟

وتندرج ضمنه مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

1- **ما هي عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة في المواضيع السياسية؟**
2- **ما هي اتجاهات أساتذة العربي التبسي –تبسة – نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية؟**
3- **ما هي اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي –تبسة – نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟**
4- **ما هي المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟**

2-أسباب اختيار موضوع الدراسة:

يعتبر البحث العلمي عملية اختبار لا عملية إثبات فقط، يستدعي حيزا من الموضوعية العالية تحقق للبيانات ما تحمله من نتائج متوقعة، لذلك يبذل الباحث جهدا كبير في اختيار موضوعا صالحا للدراسة، إذ تقف وراء عملية اختياره جملة من الأسباب تدفعه إلى ذلك وترجع أسباب اختيار موضوع هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة إلى:

2-1 الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية لفهم تأثيرات الميديا الجديدة لاسيما أثناء عرضها للمواضيع السياسية والسعي إلى معرفة كيفية متابعة الأستاذ الجامعي الجزائري لها .
- الاهتمام الشخصي بالمواضيع السياسية وبمجال الميديا الجديدة وبانعكاساتها على المستخدمين.
- الاهتمام بالبحث في المواضيع الحديثة المتسمة بالجدة والمواضيع الديناميكية الغير قارة ذات الحركة المستمرة دفعني إلى اختيار هذا الموضوع.
- حب التطلع والتعرف على العلاقة القائمة بين المجال السياسي وحقل علوم الإعلام والاتصال ودورهما في المجتمعات لاسيما المجتمع الجزائري.
- السعي إلى اكتساب مهارات مستمدة من مهارات الأساتذة الجامعيين عند استخدامهم تطبيقات الميديا الجديدة شكل دافعا ذاتيا لي عند اختيار هذا الموضوع.
- الاهتمام الشخصي بدراسة الاتجاهات النفسية الاجتماعية والسعي إلى تطوير الذات فيها مستقبلا.

2-2 الأسباب الموضوعية

- التطور التكنولوجي السريع في مجالات الميديا الجديدة والتنوع في تطبيقاتها واختلاف فئات مستخدميها إضافة إلى تأثير السياق العام السياسي والاجتماعي والثقافي في البلاد من العوامل التي دفعتنا إلى اختيار موضوع بحثنا هذا.
- مكانة الأستاذ الجامعي في المجتمعات الحديثة ودوره في خدمة مجتمعه دفعنا للتعرف على الأستاذ الجامعي الجزائري وإلى كيفية مساهمته في خدمة المجتمع الجزاري.
- تزايد دور النخبة والأكاديميين في المجتمع الجزائري لاسيما في نقل وتبادل المعارف عبر الميديا الجديدة في المجتمع.

- اهتمام الأساتذة الجامعيين نخبة وصفوة المجتمع بالمواضيع السياسية ودورهم الفعال في رفع الوعي داخله وتوجيه وتكوين الرأي العام أحيانا من خلال المشاركة في الحوارات العامة.
- ندرة البحوث والدراسات التي اهتمت بالأستاذ الجامعي وبالمواضيع السياسية وبالميديا الجديدة وقلة تواجدها على مستوى المكتبات المحلية والعامة وحتى على مستوى المكتبات الجامعية الجزائرية.
- مجال البحث في حقل الميديا الجديدة والمجال السياسي مجالا غنيا ومغمور بالأفكار القابلة للدراسة والبحث فيها.
- الدافع الأكاديمي والمتمثل في تقديم هذا الموضوع على شكل بحث لنيل شهادة الدكتوراه.

3-أهمية الدراسة:

ترتبط أهمية البحث العلمي بتداخل الظواهر وبتنوعها ومدى تعقيدها وتشابكها، لذا يجب على الباحث أن يراعي عند صياغة أهمية دراسة موضوع معين الإجابة على مجموعة من الأسئلة المهمة مثل:

هل لموضوع الدراسة أهمية علمية فعلية؟ وما الذي ستضيفه هذه الدراسة للمعرفة وللعلم ؟ وهل الدراسة المنجزة تتسم بالحداثة والجدة ؟ وتأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة من:

- أهمية استخدام الميديا الجديدة لاسيما في عملية عرض المواضيع السياسية ونقل الأحداث والمعلومات المختلفة حولها ومعرفة الاتجاهات النفسية للأساتذة الجامعيين الجزائريين السلوكية والعاطفية والمعرفية نحو تلك المواضيع السياسية، وطرق تعاملهم معها ومعرفة ما الذي يقدمونه للمجتمع وأفراده خاصة وأن الجزائر تشهد تطورا سياسيا ملحوظا في هذه الفترة وتعاظما كبيرا لاستخدام الميديا الجديدة في هذا العصر وهنا تظهر لنا جليا أهميته هذه الأخيرة في المجتمعات الحديثة، كما تظهر لنا المكانة الحقيقة لدور الأستاذ الجامعي نحو المجتمع.
- تظهر أهمية هذه الدراسة من الصلة الوطيدة لموضوعها المرتبط بالواقع الاجتماعي الراهن في الجزائر وبالمواضيع السياسية المتنامية في العالم.
- المساهمة في فهم المواضيع السياسية بشكل أكثر تدقيقا وتفصيلا ومعرفة طرق استخدام الميديا الجديدة عند الأستاذ الجامعي.
- إلقاء الضوء على الأساتذة الجامعيين الجزائريين باعتبارهم نخبة المجتمع وعلى طبيعة الاتجاهات النفسية لديهم عند استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية.

- تقدم هذه الدراسة فائدة علمية من خلال نتائجها تساهم في إجراء أبحاث مستقبلية في ذات السياق.
- اختبار نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال تطبيق فروضها على هذه الدراسة ومعرفة مدى صلاحيتها في المجتمع الجزائري.
- تتضح أهمية هذه الدراسة من خلال تحقيقه جملة الأهداف المحددة سابقا والمرتبطة بتساؤلاتها.
- هذه الدراسة من الدراسات البينية تقع بين علم السياسة وعلم النفس وعلوم الإعلام والاتصال تظهر لنا جملة من الأبعاد الاتصالية والإعلامية والسياسية والنفسية وهذا بعزز دور علوم الإعلام والاتصال بين العلوم الأخرى.

4- أهداف الدراسة:

ترتبط أهداف البحث العلمي ارتباطا وثيقا دوما بعنوان الدراسة كما يجب أن تكون موضوعية ذات قيمة علمية قابلة للتحقيق وتجيب عن التساؤلات المطروحة في مشكلة البحث، وتتمثل أهداف هذه الدراسة في تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في معرفة طبيعة اتجاهات أساتذة جامعة تبسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة والذي من خلاله تتحقق جملة من الأهداف الفرعية وهي:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية.
- التعرض إلى اتجاهات أساتذة العربي التبسي –تبسة – نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية.
- الوقوف على اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي –تبسة – نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- إبراز المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

5- تحديد مفاهيم للدراسة:

يوضح المفهوم في البحث العلمي دوما فكرة مجردة تكون أبعادها محددة بصورة متناهية الدقة تفصلها عن غيرها من الأفكار وتتكون تلك الفكرة نتيجة لتعميم التفاصيل المتحصل عليها ونتيجة لجملة الجزئيات وتراكم الملاحظات المتعلقة والمتصلة بها من أجل فهم وتبسيط الظاهرة ومن ثم تسهيل التواصل والتبادل المعرفي بين الباحثين بشكل واضح وسريع **(زغيب، 2023، الصفحات 51-52)**

وقد احتوت هذه الدراسة الموسومة: باتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة العربي التبسي– تبسة على مجموعة من المفاهيم وهي:

1-5 الاتجاه:

أ- **لغة:** ورد معنى "اتجاه" في معجم اللغة العربية المعاصرة في المفرد اتجاه وجمعها اتجاهات وهي كلمة مشتقة من المصدر الأصلي "اتجه إلى" أي قصد وجهة معينة وهي كلمة تفيد معاني مختلفة منها السبيل إلى والطريق إلى وكذلك الاتجاه نحو الشيء أو المكان، ونقول مسار أحادي التوجه أو اتجاه أي له اتجاه واحدا فقط، وقد جاء عند العرب فلان اختلطت عليه الثنايا أي لا يستطيع تحديد الطريق والاتجاه الذي يقصده، ونقول مسار ثنائي الاتجاه أي له طريق معلوم الاتجاهات، وحوّل فلان مساره أي غير مقصده واتجاهه المفترض، ونقول أيضا: وجه، توجه، توجيها، أي الاتجاه حيال الهدف، والاتجاه بهذا المعنى يعنى الاستعداد الذهني أو التهيؤ العقلي عند الخضوع إلى تجربة أو التعامل مع حدث أو موقف معين ترافقة استجابة أو ردة فعل يعبر عنها بسلوك ما ويرادفه معنى الميل والنزعة فنقول "اتجاه نحو السياسة" غير معتدل أو معتدل، مع أو ضد فكري أو غير فكري سالب أو موجب ويعن ايضا تجاه أي مواجهة، تلقاء، قبالة حيث نقول فلان تعامل بود وإخلاص تجاه الحضور **(عمر، 2008، صفحة 2407)**

وجاء في القرآن الكريم" فولِ وجهك شطر المسجد الحرام" إي اتجه إليه أي إلى القبلة وذلك قوله " ولكل وجهة هو موليها" أي هو مستقبلها بوجهه **(عمر، 2008، صفحة 2494)**

وفي هذه الدراسة نقصد بالاتجاه "الاتجاهات السلوكية والعاطفية والوجدانية والمعرفية لأساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو المواضيع الساسية عبر الميديا الجديدة كعينة من الأساتذة الجامعيين الجزائريين.

ب-إصطلاحا:

يعرف الاتجاه بمفهومه الواسع على أنه ذلك الاستعداد الجزئي أو النسبي عند الفرد والذي يدفعه إلى القيام باستجابة خاصة أو القيام بسلوك محدد حيال موضوع ما أو حدث أو موقف أو حتى رأي معين، فالاتجاه يتكون نتيجة للتفاعل بين مجموعة من العوامل الفطرية، والنفسية لدى الانسان وكذلك من التفاعل مع العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإيديولوجية، وللاتجاهات الأولية أثر بالغ على الفرد وبناء شخصيته وتبلور كيانه لاسيما حين تتكون تلك الاتجاهات في مجتمع مترابط

وتختلف الاتجاهات وتتفاوت بين القوية والضعيفة والسرية والعلنية والخاصة والعامة والإيجابية والسلبية **(عبد السلام، 2020، صفحة 204).**

ومن خلال هذا التعريف للاتجاه ومختلف التعريفات الأخرى نجد مجموعة من النقاط الهامة والتي تمثل في مجملها خصائص مشتركة لمفهوم الاتجاه تقع بين الاستعدادات الايجابية والسلبية وبين الإدراك العقلي وصولا إلى الموقف المرتبط بموضوع الاتجاه ومن خلال دراستنا هذه نوضح ما سبق كما يلي:

موضوع الاتجاه: هو المواضيع السياسية.

وجهة الاتجاه: عبر الميديا الجديدة (تقييم تلك الاتجاهات بالإيجاب أو السلب أو الحياد).

شدة درجة الاتجاه: أي متوسط شدة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

طبيعة الاتجاهات: هل هي عاطفية وجدانية أو معرفية أو سلوكية (طبيعة مكونات الاتجاه)

ج- التعريف الإجرائي للاتجاه:

الاتجاه في هذه الدراسة هو ذلك الاستعداد القبلي والتهيؤ العقلي والإدراكي لدى الأستاذ الجامعي نحو كل المواضيع السياسية التي تثير انتباهه عندما يتابعها من خلال الميديا الجديدة بمختلف أشكالها (فايسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، مدونات، تيك توك، ليكنذن، واتساب، فايبر...) والتي يتولد لديه من خلالها شعور بالتأييد أو المعارضة أو إثراء معرفة أو سلوك محدد يعبر عنه بفعل أو بردة فعل معلنة أو غير معلنة، عامة أو خاصة، فردية كانت أو جماعية.

2-5 الأستاذ الجامعي:

أ- لغة :

في اللغة العربية مصطلح "الأستاذ الجامعي" مصطلح مركب من كلمتين هما الأستاذ والجامعي حيث أن: كلمة الجامعي مشتقة من الجامعة والأصل فيها جامع من الجمع والتجمع حيث نقول: كلام جامع ومانع أي له معنى دقيق وواضح وشاملا، ونقول أيضا خطبة جامعة أي ملمة بحيثيات الموضوع، وفي اللغة اللاتينية مشتقة من universitas أي الرابطة التي تحتوي على أداء أو معرفة ما، وقد عبرت هذه الكلمة على ما يعرف في المؤسسات بالنقابة التي ينطوي ضمنها مجموعة من العمال ومنها جاءت كلمة university **(رضوان، 2015، صفحة 73)**

أما كلمة "أستاذ" فهي لفظ معربا مضموم الهمزة وهو اسم وجمعه المذكر أساتيذ و أستاذون وأساتذة، وتلفظ في المؤنث أستاذة وأستاذ، وجمعها المؤنث أستاذات وهذه الكلمة تفيد معنى معلم أي شخص يمتلك

مهارة أو علم أو فن فنقول مثلا أستاذ الرسم أو أستاذ العلوم وأستاذ جامعي وهو لقب علمي يطلق على من يمارس تدريسه بالجامعة وهو درجات متفاوتة المهارة منها أستاذ مساعد ثم محاضر ثم أستاذ وأستاذ مشارك أو كرسي أو مبرز أو أستاذ زائر أي يزاول مهامه بجامعة آخرى لمدة من الزمن، وفي اللغة العربية يعتبر اسم أستاذ لقب مقترن بالاحترام يطلق على النخبة والمثقفين كالشعراء والكتاب ورجال القانون والدفاع ومن شروط إطلاق هذا الاسم على صاحبه أن يمتلك مهارة معية أو حرفة أو علم أو فن ولابد عليه أن يعلمها لغيره بطلب منه **(أنطوان، مدور، لويس، و متري، 2001، صفحة 22)**

ب-إصطلاحا:

إن مصطلح "الأستاذ الجامعي" عرف مجموعة من المعاني من وجهات نظر مختلفة منها: أن الأستاذ الجامعي شخص يكتسب مجموعة من المعارف العلمية المختلفة والسلوكية والأخلاقية تؤهله للتدريس في المؤسسات والمراكز البحثية الجامعية، حيث يعتبر الأستاذ الجامعي ناقل للمعرفة العلمية التي تلقاها أثناء تكوينه الأكاديمي العالي، وتقع على عاتقه مسؤولية تسيير العملية التدريسية بالجامعة وعليه يتوقف نجاح العملية البيداغوجية والعملية التعليمية، وتسند إليه وظائف مختلفة منها البحث والقيام بالتدريس فهو من يضع المناهج والأساليب والطرائق المناسبة لاكتساب المعرفة وتكوين الطلاب تكوينا جيدا، ويعد الأستاذ الجامعي محورا أساسيا من محاور الارتكاز في المؤسسة الجامعية إضافة إلى أنه يقدم خدمات مختلفة في المجتمع **(بوساحة، 2006-2007، صفحة 07)**

ج- التعريف الإجرائي للأستاذ الجامعي:

الأستاذ الجامعي حسب التعاريف السابقة هو شخص تلقى تكوينا أكاديميا عاليا يعمل بمؤسسات التعليم العالي بمختلف أنواعها تسند إليه وظيفة التدريس حسب تخصصه ويقوم بالبحث العلمي ويشارك في خدمة المجتمع، يمتاز بالخلق الحميد والسلوك الحسن اجتماعي متعاون مع الغير ويتحلى بمهنية عالية أثناء نقل المعارف للآخرين ويسعى دوما إلى تطوير مهارات الطلاب في المجالات المحددة ويعمل دوما على تنمية قدراته العلمية واكتساب العلوم المختلفة،

ويقصد الباحث بالأستاذ الجامعي في هذه الدراسة الموسومة ب:

اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة جميع الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين الذين يمارسون مهامهم العلمية والبحثية والأكاديمية والإدارية الموكلة إليهم بجامعة العربي التبسي –تبسة بالجزائر.

3-5 المواضيع السياسية:

أ- لغة

مصطلح " المواضيع السياسية" مصطلح مركب مفرده " موضوع سياسي" حيث نجد أن كلمة: "موضوع" في اللغة العربية اسم المفعول من الفعل وضع وجمعها موضوعات ومواضيع وهي المادة الأساسية التي يبني عليها المتحدث أو المؤلف حديثه، وتأخذ عدة معاني في الجملة وفي سياق الكلام حيث يقال فلان أصاب لب الموضوع أي أدركه ويقال أيضا قتل الموضوع بحثا أي درس الظاهرة من كل الزوايا والجوانب، أما يدور ويلف حول الموضوع فهي تعني يريد المراوغة، ونقول "موضوع العلم" أي ما يبحث فيه عن عوارضه كأن نقول: موضوع سياسي، موضوع ثقافي، موضوع اقتصادي، وفي الفلسفة تأتي الكلمة بمعنى المدرك، وهي تعني الشيء المنقول عنه في المنطق **(الجيلاني، بلحسن، و بن هادية، 2003، الصفحات 917-918)**

وقد وضح بطرس البستاني في محيط المحيط معنى كلمة موضوع باسم المفعول والمصدر، إذ تعني إصطلاحا معان كثيرة مختلفة منها الشيء أو الأمر الذي حدد على المعنى، كالشيء المشار إليه مثلا بإشارات حسية، كما يعني موضوع العلم وهو الذي يبحث فيه عن متغيراته والأحوال العامة له، والبحث في الكلمات في النحو العربي فهو يخص حالتها من حيث البناء والصرف والإعراب، وبهذا فكلمة "موضوع" تمتد ويتسع ليصل مختلف مجالات العلم كالدين واللغة والطب **(البستاني، 1993، صفحة 974)**

وفي اللغة الأجنبية وردت كلمة Théme بمعنى موضوع يعالج فكرة رئيسية ويبحث في معناها لتطويرها **(Auzou & Emmanuel, 2004, p. 1505)**

و تعني théme وأصلها Thématique, Thématise في اللغة العربية الموضوعاتيات والموضوعاتية، أو الموضوعاتي، وقد وردت في المعجم الفرنسي لاروس المادة والمحتوى والمضمون المتداول أثناء انعقاد الحوار والحديث أو الخطاب أو في الكتابات والإنجازات العربية، وقد تطلق على أفكار الغير والآخرين وما يخص الانسان واهتماماته **(hachette, 2000, p. 1860)**

أما كلمة "السياسية" فهي كلمة مشتقة من كلمة "سياسة" والمقصود بها "السوس" عند العرب وتعني الرياسة، حيث يقال ساس الأمر سياسة أي فعله وقام به ويقال أيضا سوس فلان أمور الأمة اي كلف بأمورهم السياسية وساس الرعية سياسة، والسياسة تعني بمفهومها الواسع القيام على الأمر بما يوافقه أو يصلحه وفعلها السائس فالرئيس يسوس شعبه وأمته **(ابن منظور، 1999، الصفحات 429-430)**

ومعناها في اللغة اليونانية القديمة المدينة وهي كلمة تحيل إلى معتقدات الناس وترسم في أذهانهم صورة مفادها التنظيم والترتيب وضبط العلاقات والروابط بين أفراد المجتمع الواحد وبين الشعوب والأمم بمختلف مستوياتهم رؤساء كانو أو مرؤوسين La Politique قديما، ويعبر مصطلح Policy الأنجليزي على معنى كلمة السياسة وهو مصطلح مركب من جزئين هما Polis ومعناها الحضارة، و City ومفادها تجمع وإلتقاء السكنة أهل المدينة في مكان محدد، كما أن للكلمة Policy مجموعة من المعاني المختلفة منها: الأشياء والأمور السياسية، تقترب من معنى دستور والجمهورية، وترادف كلمة الدولة أو البلد، وتجمع بين معنى المواطنة، والحكم أو النظام السياسي عموما **(الحمداني، 2004، صفحة 15)**

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه في اللغة العربية كلمة حاضرة من الكلمات التي تلازم وترادف كلمة المدينة على غرار ذلك في اليونانية فهي تضع فارقا شاسعا بين كلمتي مدينة وحاضرة.

ب- إصطلاحا:

للسياسة حسب تعريفاتها المختلفة نظرتين الأولى تصف السياسة بالعمل الاجتماعي الذي تظهره السلطة والثانية تصفها بالوظيفة الاجتماعية التى ترمي إلى تنظيم التعايش المجتمعي والنظام السياسي القائم أي أنه هناك من يرى السياسة سلطة وهناك من يراها وظيفة، وهناك أيضا من يراها أسلوبا معتمدا لإدارة السيطرة والهيمنة الطبقية أي السياسة تقوم على السلطة وإدارة الصراع، ويرى أفلاطون أن السياسة تعزز الوحدة والتماسك إذا استندت إلى التعليم والفضيلة، بينما يراها أرسطو تهتم بالغايات ووظيفتها تعزيز الصالح العام في المجتمعات المتعاونة التي تقوم على العدالة فالسياسة عنده أرقى العلوم، كما أنها علم وفن في الآن ذاته **(ليوناردو، ديرك بيرج، و برتراند، 2018، الصفحات 27-32)**

وللسياسة مجموعة من التعريفات الأخرى منها: ترتيب وتنظيم وضبط مكونات المجتمعات من أجل تحقيق تماسكها وتدعيم وحدتها، من خلال إنشاء ركائزها أي (مؤسسات المجتمعات)، وتحديد هياكلها وأبنيتها (مرافق المجتمعات)، مع وضع القواعد (تحديد الحقوق والواجبات) وسن القوانين التي تقوم عليها والعمل على تطبيقها وفق معطيات الزمان والمكان وجعلها قابلة للتكيف والتطوير والتعديل بإتباع الطرق المثالية المرنة والفعالة حتى تتحقق الأهداف المسطرة الطامحة إليها (تلك المجتمعات)، فهي أداة في يد المسيس تمكنه من تغيير شكل المجتمع في إطار ما هو محدد ومعقول تماشيا مع حيثيات الواقع الاجتماعي المعاش وبها يتعزز وجود الفرد وينمو المجتمع **(سليمان، 1989، الصفحات 10-11)**

ووفق ما سبق ذكره نستطيع القول أنه: إذا كانت السياسة بمفهومها العام هي النشاط الأسمى والأعلى الذي يضم كل النشاطات الأخرى بالمجتمع فإن المواضيع السياسية هي كل الأحداث والأعمال

والأوضاع والوقائع التي لها أثر سياسي يعكس العلاقة التي تقام بين السلطة والأفراد في المجتمعات والتي تحقق غايات مشتركة وتخدم الصالح العام **(Dhibyan, 1990, p. 267)**

ج- التعريف الإجرائي للمواضيع السياسة:

والمقصود بالمواضيع السياسية في هذه الدراسة كل الوقائع والأحداث والمواقف والأنشطة والعوارض التي لها أثر سياسي أو اقتصادي أو حتى ثقافي واجتماعي يخص أفراد المجتمع الجزائري بكل مكوناته، وله علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالمصلحة العامة داخل الوطن أو خارجه وقد تكون تلك الأحداث والمواقف والوقائع والأنشطة والعوارض صادرة عن أشخاص سياسيون متمرسون في شكل أفعال ملموسة مقصودة أو عفوية أو على شكل تصرفات وسلوكيات علنية أو باطنة تقع بين السلطة الحاكمة والمجتمع.

5-4 الميديا الجديدة:

أ- لغة:

مصطلح الميديا الجديدة "New Media" من المفاهيم الغربية الوافدة إلى اللغة العربية حديثا، وقد أسال هذا المصطلح الكثير من الحبر وترجم إلى معاني مختلفة متعددة الرؤى من باحث إلى آخر، إلا نه قد ساد في المخيال العربي الحديث وفي الخطاب الإعلامي الساطع استعمال ترجمة "الإعلام الجديد" كترجمة للمصطلح الفرنسي Nouveaux Médias وللمصطلح الأنجليزي New Media وقد اتفق الباحثون على ترجمة المقطع الثاني منه رغم تجويفه الضمني عربيا "جديد" كونه مصطلح متحيز يحيلنا دوما إلى الحداثة والجدة والابتكار دون عناء تفكير، ولكن الجزء الأول لهذه الترجمة " الإعلام" أثار جدلا كبيرا ولا يبدو ملائما للأصل اللاتيني "Médias" أو"Media" **(الحمامي، 2012، صفحة 13)**

وقد ذهب الباحث الجزائري نصر الدين العياضي إلى أن كلمة Media مشتقة من الأصل اللاتينيMedium ومعناها في المفرد "وسيط" وهي تفيد في الجمع "وسائط" وردت كمرادف مختصر للمصطلح Mass Media في العقد السادس من القرن الماضي، والمألوفة بوسائل الاتصال الجماهيري أو وسائل الإعلام الثقيلة ذات الطابع الجماهيري تزامنا مع التطور التكنولوجي وانتشار شبكة الانترنت وما تزخر به من منصات تواصلية وتطبيقات تقنية أصبحت كلمة Media تدل على الحامل والمحمول في الوقت ذاته أو الناقل والمنقول؛ أي أنها تقوم بدور الوساطة التي لا تكتفي بالبث والنشر والتوزيع فقط، بل تقوم أيضا بالتشارك والتوصل وإرساء العلاقات المتمايزة بين الأفراد في كل الاتجاهات وبمختلف

المضامين الإعلامية والاتصالية وبتفاعل كبير في كل زمان ومن كل مكان ومنه أصبحت الميديا تحمل طابعا جماعاتي Communautaire أكثر منه جماهيري **(ميغري، 2022، صفحة 615)**

ويرى الباحث العراقي في علوم الإعلام "غالب كاظم جياد عباس الدعمي أن الترجمة الحرفية للأصل اللغوي الأنجليزي لمصطلح New Media هي وسائل الإعلام الجديدة أي أن كلمة Media يقابلها في اللغة العربية في حالة الجمع مصطلح "وسائل الإعلام" ومفردها Medium يقابله "وسيلة إعلام" أي أن مصطلح New Media ترجمته "وسائل الإعلام الجديد" **(الدعمي، 2017، صفحة 53)**

وسواء خص المعنى بالجديد أو بالقديم فإن دلائل الإعلام متباينة من حيث اللغة فالمخيال العربي يحيل على معنى الإخبار والعلم بالشيء، ومصطلح Media يحيلنا إلى الوصل والوسط والوساطة Milieu وفق ما سبق فمصطلح Media بمفهوم الوساطة ودلالاتها يفي بالمعنى الأكثر تقبلا ووضوحا **(الحمامي، 2012، صفحة 14)**

ب-إصطلاحا:

في بداية الأمر لا بد أن نتفق أنه من الصعب جدا أن نضع تعريفا علميا موحدا لمصطلح New Media رغم أهميته العلمية والعملية في الحياة اليومية فرغم التطور التقني والمعلوماتي ألا أنه لم يتبلور بعد ولم تتضح معالمه الكلية من الناحية التظيرية ، لذلك عندما نذكره (مصطلح الميديا الجديدة) يتبادر إلى عقولنا أنه هنالك عملية اتصالية ناتجة من الاندماج بين الحاسوب وشبكاته والوسائط المتعددة، كما أنه في مخيالنا مصطلح يضم مختلف تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تتيح لنا إنتاج المعلومات التي نحتاجها لنتبادلها مع غيرنا وننشرها أو نبثها أو نوزعها بالشكل الذي نريده وفي الوقت الذي نريده باستخدام الأجهزة والوسائط المتعددة الممكنة على الشبكة أو دونها ومن ثم نتفاعل مع المستخدمين في كل مكان وزمان، فالميديا الجديدة تحمل في حواملها إعلام عصر المعلومات ظهرت مع تفجر المعلومات وتطور مجال الاتصالات لاسيما عن بعد **(سليمان أ.، 2019، صفحة 17)**

ج- التعريف الإجرائي للميديا الجديدة:

وفقا للتعريفات الاصطلاحية التي سبق عرضها للباحثين " الصادق الحمامي، غالب كاظم الدعمي، أحمد محمد علي سليمان وإريك ميغري" في هذه الدراسة نقصد بالميديا الجديدة جملة ومجموعة التطبيقات وحتى برامج ومنصات مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفايسبوك "facebook"، تويتر"Twitter"، يوتيوب "Youtube"، إنستغرام "Instagram"، المدونات "Blog"، تيك توك"Tiktok" ، واتساب"WhatsApp"، فايبر"Viber"، لينكدن"Linkedin"ومختلف المنصات والتطبيقات الأخرى،

التي تقدم وتمنح للأستاذ الجامعي فرصة الاتصال والتواجد على شبكة الانترنت للوصول إلى المعلومات والمضامين الاعلامية المتعلقة بالمواضيع السياسية وكذلك جميع التقنيات الالكترونية الحديثة المزودة بالمعالجات الفائقة السرعة الثابتة أو المحمولة (هاتف ذكي، ساعة ذكية، أجهزة ذكية ثابتة، أجهزة ذكية محمولة) والتي من خلالها يستطيع الفرد أن يدمج الصوت والصورة والنصوص للحصول على المعلومات السياسية والتعامل معها شكلا كيف ما شاء وتخزينها واسترجاعها في الوقت الذي يريده وبالشكل الذي بفضله.

6-الدراسات السابقة والمشابهة:

يواجه الباحثون أثناء عملية إجراء البحث العلمي دوامة تعج بكم هائلا من البيانات والمعلومات ذات الصلة بموضوع بحوثهم العلمية، ويجدون أنفسهم أمام غموض كبير حول انتقاء المعلومات التي تناسب مواضيع دراستهم؛ إذ يحتار بعضهم في ماذا يقرأ الباحث؟ وعلى ما يركز؟ أو حتى من أين يبدأ؟ أو كيف يبدأ؟ لذلك يتوجهون نحو الدراسات السابقة للخروج من هذه الدوامة والمتاهة وانتقاء المعلومات التي تخدم مواضيعهم البحثية بدقة ووضوح، فالإطلاع على الدراسات السابقة في البحث العلمي تنير طريق الباحث وتظهر له أبرز الأفكار التي يجب أن يركز عليها لتتضح ملامح بحثه ومعرفة النقاط الفاصلة بين الغموض السائد والوضوح المكتسب **(قاسمي، 2020، الصفحات 806-807)**

كما أن مراجعة الدراسات السابقة في البحث العلمي تساعد الباحث على بناء المشكلة البحثية وتحديدها بدقة بعيدا عن التكرارات، وتساعده أيضا على وضع تصميما بحثيا مناسبا لدراسته، ومن خلالها يربط نتائج بحثه بشكل منهجي متين، إضافة إلى تحديد موضع الدراسة تاريخيا بين الدراسات الأخرى ومعرفة ما يحتويه حقل بحثه من تناقضات ومفارقات، وأيضا اختيار المنهج المناسب لإجراء الدراسة وكذلك اختيار المقاييس وبناءها واختيار الأدوات الأكثر نجاعة لتحصيل المعلومات حول موضوع البحث وتفسير نتائجه وفقها مع ترك اقتراحات تساعد الباحثين في إنجاز بحوثهم القادمة **(أبو علام، 2014، الصفحات 100-101)**

وفي هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة سنعرض أبرز الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع أو أحد متغيراته أو المفاهيم القريبة منها وتبيان أوجه التشابه والاختلاف وأوجه الاستفادة منها ومواضع توظيفها في هذه الدراسة لتحقيق أهدافها المرجوة وفق ما تحتويه من بيانات ومعلومات.

الدراسات السابقة والمشابهة الجزائرية:

6-1 الدراسة الأولى:

جاءت هذه الدراسة موسومة ب: أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي- دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين **(فورار، 2010-2011)**.

وهي مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص مجتمع المعلومات بكلية العلوم السياسية والإعلام – جامعة الجزائر 3 للباحث أحمد أمين فورار، وكان الهدف الرئيسي منها هو معرفة أثر الوسائل الإعلامية الجديدة العالمية والعربية والجزائرية على الوعي السياسي للطالب الجامعي من خلال طبيعة الخطاب الذي تقدمه في ظل اهتمام الطلبة الجامعيين بالمحتويات السياسية، والسعي إلى تحديد العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام الجديدة ودرجة الوعي السياسي لدبهم.

وقد انطلق الباحث بعد صياغة مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيسي: ما هي انعكاسات وسائل الإعلام الجديدة على تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟ وتندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمحورة حول كيفية مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل وتكوين الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين ونوع الآليات المستخدمة في ذلك ومدى نجاعتها ودلالات نجاحها، إضافة إلى معرفة ما مدى تأثيرها على دور الوسائل الإعلامية الكلاسكية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة في تشكيل الوعي السياسي.

أما في ما يخص المنهج المتبع في هذه الدراسة فقد استخدم الباحث المنهجين التاريخي ومنهج المسح الوصفي التحليلي، حيث وظف المنهج التاريخي في تتبع تطور الظاهرة عبر أبرز محطاتها التاريخية لتغطية مختلف جوانبها واستكشافها، أما المنهج المسحي الوصفي التحليلي فقد وظفه بداية في عملية جمع البيانات بالكيفة الدقيقة من مجتمع البحث وبالأداة المناسبة كالمقابلة الشخصية والملاحظة العلمية المباشرة وغير المباشرة واستمارة الاستبيان، ثم تحليلها والتعامل معها احصائيا وتفسيرها لتوضيح علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة المتمثلة في الوسائل الإعلامية الجديدة وتشكيل الوعي السياسي، كما قد سعى الباحث من خلال توظيفه لهذا المنهج إلى معرفة بعض الحقائق عن واقع الظاهرة قيد الدراسة وتقديمه للقارئ في شكل وصف شامل مرفقا بأدلة علمية تعبر عنه بدقة ووضوح، ومن ثم الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في صناعة واتخاذ القرارات لاسيما في المجالات السياسية وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- رغم عدم معرفة الطلبة الجامعيين الجزائريين لوسائل الإعلام الجديدة في هذه المرحلة مقارنة مع طلبة الدول الأخرى إلا أن ثقافة الإعلام الجديد بدأت في الانتشار في الوسط الجامعي الجزائري، لاسيما

مع التقدم في خدمات الإنترنت، واقتناع الكثير من الطلبة بأهميتها بمختلف وسائلها في الحياة اليومية في مختلف أرجاء العالم والتمكن من استخدام مختلف تطبيقاتها كالمدونات والمنتديات أبرز الشبكات الاجتماعية حينها والتماس الدور الذي تقوم به في المجالات الإعلامية لاسيما في تتبع الأخبار والحصول على المعلومات والبيانات في مختلف الميادين.

- رغم خصائص ومميزات وسمات الوسائل الإعلامية الجديدة إلا أن الطلبة الجامعيين الجزائريين يستخدمونها بطريقة مشابهة لاستخدام الوسائل الإعلامية الكلاسيكية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة، ولا يستفيدون منها بالطريقة المثلى، كعدم الاستفادة من ميزة التفاعلية وعدم استغلال الفرصة ليصبحوا صحفيين، وهذا راجع إلى عدة عوامل منها ثقافة الطالب الجامعي والمجتمع الجزائري ومواجهة صعوبات استخدام بعض التقنيات الحديثة وعدم امتلاكها كتطبيقات الإنترنت والحواسيب إذ تزامن تاريخ هذه الدراسة مع بداية توجه البلاد نحو توظيف التكنولوجيات الجديدة، إذ يتوقع التحكم فيها سهل ومرن في القريب المتوسط مستقبلا.
- وجود ثقة متزايدة في طبيعة المحتويات التي تقدمها الوسائل الإعلامية الجديدة كالأحداث والقضايا السياسية مقارنة مع الوسائل الإعلامية الكلاسيكية، وترجع تلك الثقة إلى مصداقية تلك الوسائل الإعلامية الجديدة وتغطيتها لانشغالات الشعوب والأمم دون تمييز ودون مركزية أو خضوع لأجندات سياسية أو إعلامية محددة كما في الوسائل الإعلامية الجماهيرية الكلاسيكية.
- يرى الباحث أن التأثير السياسي لوسائل الإعلام الجديدة مستقبلا في الجزائر سيتعاظم وفق مجموعة من المؤشرات التي استخلصها من نتائج هذه الدراسة، رغم قلة الطلبة الجامعيين الجزائريين الذين يمتلكون مدونات ونشطين في الميادين السياسية وينشرون محتويات مواضيع سياسية عبر صفحاتهم وتعليق زملاؤهم عليها مع رغبتهم في امتلاك مدونة أو أحد الشبكات الاجتماعية مستقبلا، وتيقنهم من الدور السياسي الذي تؤديه الوسائل الإعلامية الجديدة.
- تقدم وسائل الإعلام الجديدة وظيفة سياسية إضافة إلى وظيفة الاخبار وعمليات النشر، والتعليق والتقصي، وتنمية مهارات التواصل والمعرفة السياسية عند الطلبة الجامعيين في الجزائر، إذ قابلتها أساليب كانت مهمة في زمن استخدام الوسائل الإعلامية الجماهيرية منها الدعاية والتعبئة السياسية، وقد ساهمت الوسائل الإعلامية الجديدة كذلك في رفع الوعي السياسي للطلبة الجزائريين وتشجيعهم على المشاركة في الشأن السياسي العام للبلاد وخلق ثقافة سياسية لديهم قائمة على التفاعل واستخدام

الوسائط المتعددة ومختلف الشبكات الاجتماعية، وتشكيل فضاء سياسي افتراضي موازي له قوة في التأثير وتغيير الواقع الحقيقي في الدول بصفة عامة.

- يرى الباحث أن وسائل الإعلام الجديدة ستغير نظرة وعزوف الطلبة الجامعيين نحو الاهتمام بالشأن السياسي، فمن خلال توجههم في هذه الدراسة إلى المواضيع السياسة المحلية والإقليمية والدولية نستطيع القول أنه مكسب حقيقي عجزت الوسائل الإعلامية الكلاسيكية عن تحقيقه، كما أن عنصر التفاعلية سجل اسماء الطلبة الجامعيين النشطين بالتعليق والتحليل والمناقشة وهذا دليل على الاهتمام المتزايد بالشأن السياسي العام ومؤشرا على احداث التغيير في الوضع القائم في الحاضر والمستقبل.

6-1-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا من خلال هذه الدراسة أنها تتشابه وتختلف مع دراستنا في ما يلي:

- **أوجه التشابه:**

- التقاطع معها في مجموعة من العناصر في جزء الإطار النظري خاصة في عرض متغير وسائل الإعلام الجديد الذي تقابله في دراستنا متغير الميديا الجديدة، وكذلك التطابق معها في عرض مفاهيم سياسية مثل تشكيل الوعي السياسي الذي نعتبره في دراستنا مؤشرا لقياس اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين.
- الاتفاق معا في استخدام المنهج حيث في دراستنا وظفنا المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما بينما في هذه الدراسة السابقة وظف الباحث منهج المسح الوصفي التحليلي الذي يعتبر كذلك من أهم المناهج الوصفية، إضافة إلى اتفاق كلتا الدراستين في طريقة توظيف المنهج المعتمد عبر مختلف مراحل البحث بداية من صياغة الاشكالية وصولا إلى وضع النتائج وتفسيرها حسبه، كما أن كلتا الدراستين استخدمتا أدوات علمية لجمع البيانات منها الملاحظة العلمية واستمارة الاستبيان؛ حيث في دراستنا دعمنا هذه الأخير بمقياس قياس الاتجاه لرانسيس ليكرت، وتشابهتا أيضا في المعالجة وتوظيف الأساليب الاحصائية كحساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات وغير ذلك من الأساليب والطرق الإحصائية.

- **أوجه الاختلاف:**

- يختلف الدراستين في الهدف الرئيسي، حيث تهدف دراستنا إلى معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية من خلال استخدامهم للميديا الجديدة، في حين أن هذه الدراسة

السابقة تهدف إلى معرفة آثر الوسائط الإعلامية الجديدة على عملية تشكيل الوعي السياسي لدى عينة الدراسة المستهدفة.

- الاختلاف في مجتمع البحث حيث في دراستنا كان مجتمع البحث الأصلي هو الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين وقد استهدفنا منه عينة حصصية نسبية عددها 274 أستاذ من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة ، بينما وظف الباحث في هذه الدراسة أسلوب المسح الشامل لعينة قصدية من الطلبة الجامعيين بجامعة الجزائر 3.
- الاختلاف في طبيعة المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين حيث في دراستنا ركزنا على متغير المواضيع السياسية، بينما في هذه الدراسة السابقة كان المتغير التابع هو تشكيل الوعي السياسي أذ يمثل هذا الأخير مؤشرا هاما من مؤشرات المواضيع السياسية في دراستنا.
- الاختلاف في تحديد المجالات المكانية والزمانية في كلتا الدراستين حيث كانت دراستنا في الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة تبسة بينما كانت الدراسة السابقة ممتدة من سنة 2009 حتى 2011 بجامعة الجزائر3.
- الاختلاف في المجال النظري للدراستين؛ حيث في دراستنا استخدمنا مدخل الاستخدامات والإشباعات وتمت اجراءات الدراسة حسبها، بينما في الدراسة السابقة وظف الباحث مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد واستند عليها في بناء استمارة الاستبيان وتحديد التساؤلات ومحاور الدراسة إضافة إلى قيامه بتفسير النتائج المتحصل عليها وفقها.

6-2 الدراسة الثانية:

وردت هذه الدراسة بعنوان: وسائط الاتصال الجديدة ودورها في التغيير السياسي في الدول العربية، دراسة وصفية تحليلية لاتجاهات عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في عملية التغيير **(أحمد شريف، 2016-2017)**

وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للباحث أحمد شريف بسام من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، وقد سعت هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في معرفة دور الوسائط الاتصالية الجديدة في عملية التغيير السياسي في الدول العربية، إضافة إلى معرفة اتجاهات ودوافع وإشباعات الطلبة الجامعيين الجزائريين نحو هذا الدور ومدى تأثير تلك الوسائط على الوسائل الإعلامية الكلاسيكية، ولبلوغ هذا الهدف أجاب الباحث على التساؤل الرئيسي

التالي: ما هو دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية، وما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين الجزائريين نحو هذا الدور؟ وعلى مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في :

- فيما تتمثل الوسائط الاتصالية الجديدة؟
- ما هي أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع وإشباعات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما الدور الذي تؤديه وسائط الاتصال الجديدة في عملية التغيير السياسي في الدول العربية؟
- ما هي صور التغطية الإعلامية لأحداث التغيير السياسي في الدول العربية بين الوسائط الاتصالية الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية؟

وبخصوص المنهج فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي عبر كل مراحل اعداد الدراسة ووظفه في صياغة اشكالية الدراسة وفي تحديد تساؤلاتها واختيار الأدوات العلمية لجمع بياناتها ووضع تصميمها التطبيقي ووضع نتائجها وتحليلها وتفسيرها في إطاره، إضافة إلى استخدامه المنهج التاريخي ووظفه في تتبع الظاهرة من حيث شقها التاريخي وتطورها، أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحث استمارة الاستبيان حتى يحقق أهداف دراسته، في حين أنه استهدف مجتمع البحث المناسب لهذه الدراسة وحدده بطلبة الدكتوراه الذين يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة بكلية علوم الإعلام والاتصال وكلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وسحب عينة حصصية قدرها 250 طالب في الفترة الزمنية الممتدة من العاشر سبتمبر 2016 إلى عشرون ديسمبر 2016 وقد استرجع الباحث من اجمالي الاستمارات الموزعة عدد قدره 195 فيما تم إلغاء 55 استمارة لأسباب مختلفة، إضافة إلى أنه الباحث تعامل إحصائيا مع البيانات المتحصل عليها بحساب التكرارات والنسب المئوية وتوظيف تطبيق Spss للحصول على النتائج التالية:

- لوسائط الاتصال الجديدة دورا كبيرا في عملية تشكيل الرأي العام ودفع الشعوب إلى الحركات الاجتماعية، لاسيما في ظل إقبال الشباب على استخدامها والاستفادة منها كأداة سياسية فعالة للتغيير.
- تختلف سبل التغيير في المنطقة العربية من دولة إلى أخرى ويرجع ذلك إلى تعدد الثقافات السائدة في كل مجتمع، وإلى تصرفات الأجهزة القادرة على التأثير وتاريخها مثل السلطة الحاكمة أو الشعوب الراغبة في التغيير أو المؤسسات العسكرية، فدور وسائط الإعلام الجديدة في كل من تونس ومصر يختلف عن دوره في كل من سوريا وليبيا.

- رغم الاستخدام الواسع لوسائط الإعلام الجديدة في الدول العربية ودورها الفعال إلا أنها لم تكن الدافع الرئيسي وراء التغيير السياسي، بل كانت وسيلة للمساهمة في التغيير السياسي والمشاركة السياسية الحديثة.
- استخدام الوسائط الجديدة في تزايد مستمر لاسيما في الدول العربية التي عرفت حركات احتجاجية مطالبة بالتغيير سنة 2011، وتعتبر هذه الأخيرة سنة لاختفاء القادة والرموز السياسية الحاكمة وفيها تقلص حضور الأحزاب السياسية الكلاسيكية وسيطرتها، وبروز قادة جدد شباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيون يستخدمون الوسائط الإعلامية الجديدة بشكل دائم لاسيما موقع فيسبوك لفترات تتراوح إلى ثلاث ساعات يوميا، كما أن عمر حساباتهم على الشبكات الاجتماعية يتعدى الخمس سنوات، إضافة إلى أن اللغة العربية هي الأكثر تداولا على مواقع الشبكات الاجتماعية حسب عينة الدراسة.
- أما فيما يخص أهم دوافع استخدام عينة الدراسة للوسائط الإعلامية الجديدة فقد تصدر دافع الحصول على المعلومات والأخبار الجارية المشهد، ثم يأتي دافع حرية التعبير والنقد واكتساب معارف وثقافات جديدة.
- عبر أفراد العينة عن صناعتهم للمضامين والمحتويات ومشاركتهم للمضامين التي تصلهم والتفاعل معها بالتعليق والإعجاب والتبادل وإعادة نشرها.
- من أهم المواضيع المفضلة لدى عينة الدراسة عند استخدامهم للوسائط الإعلامية الجديدة والتي تحقق إشباعاتهم المواضيع السياسية والتعليمية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.
- من حيث تصدر الإشباعات المحققة لدى عينة الدراسة جاءت إشباعات القدرة على تكوين الاتجاهات والآراء حول ما هو قائم من أحداث في المنطقة العربية في المرتبة الأولى ثم جاء حب التعرف على الثقافات الجديدة والمعلومات السياسية تتابعا.
- يثق أفراد العينة في مضامين الوسائط الإعلامية الجديدة ولا يستطيعون التوقف عن استخدامها على اختلاف أعمارهم وفئاتهم.
- يرى أفراد العينة أن دوافع التغيير السياسي في بعض الدول العربة يقف وراءه هيمنة الحكام على السلطة وغياب العدالة وتدهور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية. كما أن للوسائط الإعلامية الجديدة دورا مهما في التغيير السياسي بها، وشكلت تعاطف والتحام كبيرين بين مستخدميها.

- يرى أفراد العينة أن الجزائر سنة 2011 أجادت التعامل مع موجات التغيير السياسي واحتوت الوضع وتجاوزت منطقة الخطر في تلك الفترة، كما أن دور وسائط الإعلام الجديدة لم يكن فعالا بشكل جيد ولم يستطع أن يجمع أو يحشد الرأي العام الجزائري حول الزامية التغيير السياسي كما حدث في بعض الدول العربية. بل قد استخدم الشباب الجزائري تلك الوسائط الجديدة في لم الشمل وتفادي الانزلاق والوقوع في فخ العنف بالجزائر وقد روجوا إلى نشر محتويات هادفة تدعو إلى إقامة العدالة وتحسين الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.
- هناك تمايز بين أفراد العينة طلبة الإعلام وطلبة العلوم السياسية الذين يستخدمون أسماء مستعارة وأسماء صحيحة أثناء مشاركتهم للمضامين الإعلامية الجديدة والسعي لبلوغ التغيير السياسي في الجزائر سنة 2011.

6-2-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من خلال مقارتة دراستنا مع هذه الدراسة لاحظنا أوجه التشابه والاختلاف التالية:

- **أوجه التشابه:**

- التماثل بشكل كبير في مكونات الإطار النظري للدراستين بداية من عنصر وسائط الاتصال الجديدة، وقياس الاتجاه، ويناظرها في دراستنا الميديا الجديدة والاتجاه بمختلف الأبعاد والمؤشرات مثل مؤشر التغيير السياسي، والاتفاق في بعض المفاهيم في كلتا الدراستين.
- يتفق الدراستين في المدخل النظري حيث وظف الباحثين نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صممما الاجراءات المنهجية وحددا النتائج و عملا على تفسيرها وتحليلها في ظل متغيرات النظرية.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي حيث وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل كأحد المناهج الوصفية وأكثرها استخداما في حين قد وظف الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة السابقة كونه المناسب لمثل هذه الدراسات الوصفية، كما اتفقت الدراستين في أسلوب توظيف المنهج عبر مختلف مراحل انجاز البحث بأسلوب علمي واضح، وفي توظيف الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات المتحصل عليها مثل حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات وغير ذلك من التعاملات الإحصائية المناسبة للدراستين.
- إضافة إى أن الدراستان يتفقان في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه " ليكرت" لتحقيق الأهداف الرئيسية لهما.

- **اوجه الاختلاف:**

- أما في ما يخص أوجه الاختلاف في الدراستين فقد اختلفتا في في مجتمع البحث إذ كان مجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو الأساتذة الجامعيين الجزائريين وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية عددها 274 أستاذ من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة، في حين كان مجتمع البحث في هذه الدراسة السابقة هو طلبة الدكتوراه الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية وعددهم 195 طالب.
- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحث أراد معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في عملية التغيير السياسي الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم نحوها.
- الاختلاف في بعض المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين ففي دراستنا سلطنا الضوء على متغير المواضيع السياسية، أما في هذه الدراسة السابقة فقد ركز الباحث على عملية التغيير السياسي كمتغير تابع لمعرفة اتجاهات الطلبة نحو دور الوسائط الاتصالية الجديدة.
- الاختلاف في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة في حين قد حددت في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من سنة 2013 حتى 2017 بالجزائر.

6-3 الدراسة الثالثة:

جاءت هذه الدراسة موسومة بالشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري – دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي – جامعة تبسة أنموذجا – **(بن عون، 2016-2017)** للباحثة بن عون منى من كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة باجي مختار عنابة وقد سعت من خلالها الباحثة إلى تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة والمتمثل في معرفة دور الشبكات الاجتماعية في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري وذلك من خلال التعرف على استخداماتهم لها في المجال السياسي ومعرفة العلاقة بين دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والمعرفة السياسية عند الشباب الجزائري ومدى دورها في احداث التغيير السياسي والاجتماعي وأثرها على السلوك السياسي لديهم، ولتحقيق هذا الهدف طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي: كيف تساهم الشبكات الاجتماعية في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري؟ وتندرج ضمنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما طبيعة المعلومات السياسية التي يحصلها الشباب الجزائري عندما يستخدم الشبكات الاجتماعية؟

- هل إثارة النقاش السياسي على الشبكات الاجتماعية يؤدي إلى زيادة الاهتمام السياسي لدى الشباب الجزائري؟
- هل الاهتمام السياسي بالشبكات الاجتماعية يؤدي إلى تعزيز السلوكيات السياسية لدى الشباب الجزائري؟

وقد أجابت الباحثة على هذه التساؤلات من خلال نزولها إلى الميدان متبعة في ذلك جملة من الاجراءات المنهجية بداية من تحديد مجتمع البحث والمتمثل في الطلاب الجامعيين الجزائريين من جامعة العربي التبسي لتميزهم بخصائص تخدم أهداف الدراسة، ثم سحبت الباحثة عينة حصصية قدرها 300 طالب موزعة على كليات الجامعة وفقا لخصائص مجتمع البحث الأصلي.

أما بخصوص المنهج فقد وظفت الباحثة المنهج الوصفي لتحليل وتفسير الظاهرة ووصف العلاقة بين متغيراتها، إضافة إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون لعينة عشوائية من الصفحات السياسية التي تعالج المواضيع السياسية الجزائرية على موقع الفيسبوك، كما وظفت الباحة استمارة الاستبيان لجمع البيانات حول موضوع دراستها، وقد وفقت الباحثة في توظيف كل من منهج الدراسة من صياغة الاشكالية إلى اختيار أدوات جمع البيانات ووضع نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها بالشكل المناسب الذي يخدم الهدف الرئيسي من الدراسة، وقد خلصت الباحثة إلى النتائج التالية :

- يوجد تنوع في طبيعة المواضيع التي تتناولها الصفحات السياسية، حيث توجد صفحات تتناول المواضيع السياسية المتنوعة وأخرى مختصة في عرض موضوع سياسي محدد.
- يوجد تنوع في طريقة معالجة المواضيع السياسية على الشبكات الاجتماعية من حيث الشكل حيث تركز طرق المعالجة على عرض الصور بالدرجة الأولى والفيديوهات ثم الصور القلمية والمقالات والنصوص حسب آراء أفراد العينة.
- هناك تنوع في المواضيع السياسية على صفحات التحليل لهذه الدراسة حيث جاء توجيه دعوة للمشاركة السياسية في المرتبة الأولى ثم حرية الإعلام ثم قضايا الفساد ثم أحداث أخرى مثل علاقة الوضع السياسي بالوضع الاقتصادي وكلها مواضيع عرفت تفاعل عالي من طرف مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
- أغلب الصفحات لا تؤيد تجديد الثقة في السلطة الحاكمة وتدعو إلى منح الثقة لمرشحين جدد، وقد تأكد هذا من خلال التعليقات التي جمعت في هذه الدراسة، إضافة إلى سلبية دور الأحزاب السياسية

ومشاركتها السياسية المحدودة وهيمنة أحدها على الساحة السياسية في البلاد، لذاك لا يهتم بها مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

- حسب الدراسة فان الوضعية الاجتماعية للمواطن الجزائري غير مرضية وهو يعاني من عدة مشكلات اجتماعية أهمها البطالة وأزمة السكن وتدني القدرة الشرائية للمواطن وهي من أبرز محددات المشاركة السياسية في البلاد.
- توجد علاقة بين النظام السياسي والوضع السائد في البلاد من حيث طبيعة الخدمات العمومية المقدمة أدت إلى عزوف الشباب عن المشاركة السياسية في مختلف الفعاليات الوطنية لأنها لا تخدم تطلعاتهم المستقبلية.
- هناك اتجاه سلبي لدى الصفحات حول قضايا الفساد حيث أن اتساع دائرة انتشاره حدت من فرص محاربته في شاكلة الرشوة والعنصرية والمحسوبية في ظل صمت النظام الحاكم.
- حسب عينة الدراسة هناك انقسام بين مؤيد ومعارض حول امتلاك النظام الحاكم لآليات محاربة الفساد بكل أنواعه وعدم امتلاكها لكن بشكل غير كافي.
- حسب صفحات التحليل فإن الإعلام في الجزائر غير موضوعي وبه انحياز وعدم المصداقية في طبيعة المعلومات التي يقدمها رغم كل ما تدع له القوانين المنظمة لهذا الحقل.
- هناك انقسام حول موضوعية الإعلام في الجزائر من خلال تعليقات مستخدمي الشبكات الاجتماعية وهو لا يزال تحت هيمنة السلطة الحاكمة رغم المناداة بشعارات الحرية في البلاد.
- تعتبر أحداث غرداية الحدث السياسي البارز خلال فترة الدراسة وكذلك أحداث انقلاب مصر ثم أحداث سوريا، وكانت تعليقات عينة الدراسة معارضة ومنددة لهذه الأحداث السياسية العربية.
- دعمت الصفحات المحللة في الدراسة مقاطعة الانتخابات الرئاسية في الجزائر ودعت إلى اقامة المظاهرات والاعتصام والبحث عن مرشح يجددون الثقة فيه.
- هناك معارضة لموضوع المشاركة في الانتخابات يقابله دعما كبيرا لمقاطعتها، في حين وجود فئات لا تؤيد الاعتصام والتظاهر، وأخرى لا تؤيد فكرة الانتماء إلى الأحزاب السياسية، وهو ما أكدته الدراسة الميدانية التي وضحت أن الشباب الجزائري لا يولي اهتمام بالسياسة ولا إلى الممارسة والنشاط السياسيين.

6-3-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من بين أبرز أوجه التشابه والاختلاف في هذه الدراسة نذكر ما يلي:

- **أوجه التشابه:**

- التشابه معها في متغيرات الإطار النظري وبالتحديد في متغير الشبكات الاجتماعية إذ تعتبر هذه الأخيرة أحد أشكال الميديا الجديدة في دراستنا، ومتغير المشاركة السياسية الذي يعتبر مؤشرا هاما في متغير المواضيع السياسية في دراستنا، إضافة إلى التشابه في بعض المفاهيم مثل أشكال الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك واليوتيوب ومفهوم السياسة في الدراستين.
- تتفق الدراستان في المدخل النظري حيث وظف الباحثان نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمما الاجراءات المنهجية وحددا النتائج وعملا على تفسيرها وتحليلها في ظل متغيرات النظرية. علاوة على ذلك فقد وظفت الباحثة نظرية المجال العام كنظرية مفسرة للفضاءات الافتراضية المنبثقة عن استخدام الشبكات الاجتماعية في هذه الدراسة.
- تتفق الدراستان في استخدام المنهج الوصفي إذ وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما، والمناسب لمثل هذه الدراسات الوصفية، كما اتفقتا في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج وفي عملية توظيف الأساليب الاحصائية الخاصة بمعالجة البيانات المتحصل عليها من الميدان مثل: حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات وغيرها من الطرق والأساليب.
- كما أن الدراستان يتفقان في اختيار أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان لتحقيق الأهداف الرئيسية لهما، إضافة إلى أن الباحثة دعمت دراستها بدراسة تحليلية وظفت من خلالها أسلوب تحليل المضمون في بعض أجزاء الدراسة لتحقق هدفها الرئيسي الذي تطمح إلى بلوغه.

- **أوجه الاختلاف:**

- يختلف الدراستان في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحثة أرادت التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تفعيل المشاركة السياسية عند الشباب الجامعي الجزائري.
- من بين أوجه الاختلاف في الدراستان كذلك الاختلاف في تحديد مجتمع البحث ففي دراستنا تعتبر فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين هي مجتمع البحثي المستهدف وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية عددها 274 أستاذ جامعي من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة ، بينما تمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة في الشباب الجامعي الجزائري وقد سحبت الباحثة عينة حصصية قدرت ب 400

طالب من جامعة العربي التبسي تبسة إضافة إلى اختيار عينة عشوائية لمجموعة من الصفحات التي تعاملت معها بأسلوب تحليل المضمون.

- الاختلاف في نوع المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين ففي دراستنا ركزنا على متغير المواضيع السياسية، في حين أن الباحثة في هذه الدراسة السابقة سلطت الضوء على متغير تفعيل المشاركة السياسية كمتغير تابعا يحقق أهداف الدراسة.
- التباين في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، حيث كان المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر بينما حددت المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من 2010 إلى غاية 2015 بجامعة العربي التبسي – تبسة – الجزائر.

6-4 الدراسة الرابعة:

وردت هذه الدراسة بعنوان: وسائط الإعلام الجديدة ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري – دراسة استطلاعية – **(صابر، 2017-2018)**

وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3 للباحثة لامية صابر، سعت من خلالها الباحثة إلى تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة والمتمثل في معرفة دور وسائط الإعلام الجديدة في عملية تشكيل الوعي السياسي لدى الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني الجزائري وتتحقق ضمنه مجموعة من الأهداف الثانوية، حيث استهلت الباحثة دراستها بطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور وسائط الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدي الناشطين في منظمات المجتمع المدني الجزائري؟ وتندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما هي القضايا السياسية التي تجعل الناشطون الجمعويون يشاركون ويتفاعلون معها على الصفحات الرسمية لمنظمات المجتمع المدني الجزائري؟
- ما هي أدوات وأشكال التفاعل المتاحة نحو ما تنشره الجمعيات الجزائرية على صفحاتها الرسمية كموقع فيسبوك؟
- ما مدى تفاعل المتابعين مع المحتويات التي تنشرها الجمعيات الجزائرية عبر صفحاتها الرسمية؟
- ما مدى اعتماد الناشطون الجمعويون على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات السياسية في الجزائر؟ وما هي دوافعهم نحو ذلك؟

- كيف يتفاعل النشطاء الجمعويين في مؤسسات المجتمع المدني الجزائري مع القضايا السياسية عبر الوسائط الجديدة؟
- فيما تتمثل العلاقة القائمة بين مستوى الوعي السياسي والتغيرات السياسية الراهنة عند النشطاء الجمعويون في الجزائر؟
- هل تعتمد المنظمات الجمعوية على الوسائط الجديدة أثناء عملية تكوين الرأي العام نحو قضايا سياسية داخليا وخارجيا؟
- هل للإعلام الجديد تأثيرا على قيم الولاء بالمنظمات الجمعوية الجزائرية؟

وقد حققت هذه الدراسة مجموعة من الأهداف منها معرفة أهم القضايا السياسية التي تجعل الناشط الجمعوي يتفاعل مع محتويات الصفحات الرسمية لمنظمات المجتمع المدني مع تحديد نوع وطبيعة الأدوات المفضلة المستخدمة في عملية التفاعل لديه، والكشف على درجات اعتماده على الإعلام الجديد في تحصيل المعلومات السياسية وكيفية تعامله معها، ومعرفة مستوى الارتباط بين درجة الوعي السياسي والتغيرات السياسية في الجزائر من خلال صفحات الجمعيات المدنية الرسمية، إضافة إلى معرفة تأثير الوسائط الإعلامية الجديدة على المشاركة السياسية للمنظمات الجمعوية الجزائرية ومنتسبيها ومعرفة تأثيرها على قيم الولاء بها.

أما من حيث المنهج فقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي لتحقيق أهداف هذه الدراسة وقد وظفته الباحثة عبر كل مراحل الدراسة من عملية الوصف إلى صياغة إشكالية الدراسة وبناء تصميمها الإجرائي وجمع بياناتها بالأدوات العلمية المناسبة، وقد اختارت الباحثة لذلك استمارة تحليل المضمون وحددت عينة قصدية متكونة من مجموعة من الصفحات الرسمية لمنظمات من المجتمع المدني الجزائري على شبكة الفيسبوك عددها 08 صفحات، ثم دعمتها بأداة الملاحظة العلمية لتقوم بعدها بمعالجتها كميا وإحصائيا ببرنامج الرزم الاحصائية ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولا إلى وضع نتائج الدراسة وتوصياتها، وقد خلصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج وهي:

- من حيث الدعم حسب هذه الدراسة تمول المنظمات من طرف تبرعات الهيئات والأفراد والمؤسسات بنسبة 39.2% ومن طرف دعم الدولة بنسبة 37.8% وهذه النسب تدل على استمرارية زبونية السياسة وهيمنة السلطة على المجتمع المدني، ومن طرف مساهمات اشتراكات المنتسبين لها بنسبة 29.7 % وأحيانا من طرف جمعيات أخرى، وعليه فنشاط الجمعيات مرهون بهذه الأنواع من الدعم.

- هناك دوافع عديدة تقف وراء ممارسة النشطاء للعمل الجمعوي منها حب العمل التطوعي حسب الدارسة بنسبة 63.5% والطموح والرغبة في تقلد منصب مهم في المستقبل بنسبة 33.8% وكذلك دافع اكتساب الخبرات في المجال الاجتماعي والثقافي والسياسي وتكوين شبكة علاقات واتصالات واسعة والرغبة في ممارسة الحق في المواطنة، فالشباب في هذه الدراسة يفضل العمل الجمعوي أكثر من الممارسة السياسية.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية مصدرا مهما للمعلومات والأخبار السياسية وفي مقدمتها موقع اليوتيوب ويليه الاتصال الشخصي وهذا يؤكد نتائج دراسات بول لازارسفيلد وكاتز حول الاتصال الشخصي ودوره في التأثير على سلوك الفرد سياسيا، لتأتي وسائل الاتصال الجماهيرية ثالثا، ورابعا بقية مواقع التواصل الاجتماعي ثم الصحافة الالكترونية والمواقع الوزارية والحكومية ومواقع الويب الإخبارية إضافة إلى مواقع التدوين والكتب السياسية والفكرية التي بدورها تعتبر من مصادر المعلومات السياسية ، كما أن تعاظم دور الوسائل الإعلامية الجديدة على حساب الوسائل الإعلامية الكلاسيكية في انتقاء المعلومات السياسية.
- من أهم المعلومات السياسية المهمة حسب عينة الدراسة تفاقم الهجرة غير الشرعية للشباب العربي نحو الغرب وما ترتبط به من دلالات سياسية، وتتبع حركة أسعار النفط وهذا مؤشر على الاقتصاد الريعي ونوع دعم المنظمات الجمعوية، إضافة إلى الاهتمام بالقضايا الأمنية المرتبطة بحماية الحدود ومكافحة الجماعات المتطرفة ثم التصريحات والخطابات السياسية وما آلت إليه الدائرة السياسية في الجزائر محليا وإقليميا ودوليا.
- تبحث عينة الدراسة على المعلومات السياسية الخاصة بالقضايا العربية مثل الحرب السورية وأزمة اللجوء العربي السياسي بنسبة 54% لتليها المعلومات المرتبطة بالتطرف الديني وتفاقم ظاهرة الإرهاب الدولي، ليليها مستجدات القضية الفلسطينية بنسبة 18.2% ثم قضايا العنصرية والتصفيات العرقية مثل ما يحدث في أراكان ببورما.
- يعتبر اليوتيوت الوسيط الجديد الأكثر استخداما لدى عينة الدراسة في استقاء المعلومات السياسية بنسبة 48.6% ثم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 40.5% وفي مقدمتها موقع الفيسبوك لما توفره من تسهيلات وتفاعلية عالية أثناء الحوار والنقاش.
- من حيث دافع البحث عن المعلومة السياسية في إطار تشكيل المعرفة السياسية هناك تباين واضح منها الاهتمام وتحصيل الثقافة السياسية، والمشاركة السياسية بنسبة 40.5% ولمنظمات المجتمع

المدني في هذه الفعاليات السياسية دورا أساسي أمام السلطات الحاكمة وهذا يعزز الممارسة الحقوقية والنقابية والجمعوية بصفة عامة ويحشد الرأي العام نحو مختلف القضايا السياسية في البلاد.

- يرى أفراد العينة أن المعلومات السياسية عبر الإنترنت مقنعة أكثر من تلك التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرية لما تمتاز به من خصائص كالتفاعلية ودمج الصوت والصورة والفيديوهات وتخزينها واسترجاعها ومشاركتها مع الغير في كل زمان ومكان ومن خلالها يصبح المتلقي صانعا للمحتويات السياسية ومرسلا في الوقت ذاته.
- من خلال الدراسة أكد أفراد العينة أن الوسائط الجديدة تساعدهم على القيام بالأنشطة السياسية والانخراط ضمن أحزاب سياسية تضمن لهم حق المشاركة في مختلف الفعاليات السياسية والمساهمة في عمليات التغيير السياسي بالبلد والقضاء على فكرة الجماعات المرجعية التقليدية كون أن المجتمع الافتراضي لا حدود له وتشكله الاهتمامات المشتركة دون الحاجة للتواجد الفعلي الواقعي، وبهذا هيمنت الوسائط الجديدة على تشكيل الوعي السياسي حسب سماتها ومميزاتها وخصائصها المتفردة.

6-4-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من بين ما تم تضمينه من هذه الدراسة السابقة من حيث أوجه التشابه والاختلاف ما يلي :

- **أوجه التشابه:**

- الاشتراك معها في بعض عناصر الإطار النظري لاسيما في تقديم أدبيات متغير وسائط الإعلام الجديدة؛ إذ يعتبر هذا الأخير مؤشرا وبعدا من مكونات الميديا الجديدة التي عرضناها في دراستنا، فضلا على اتفاق الدراستين في بعض المفاهيم السياسية على غرار مفهوم الوعي السياسي أحد المؤشرات التي استخدمت في دراستنا لتحديد عبارات مقياس قياس الاتجاه الخاص بعينة الدراسة.
- يتفق كلتا الدراستين في نفس المنهج وهو المنهج الوصفي حيث وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما في حين قد وظفت الباحثة منهج المسح الوصفي في دراستها باعتباره أحد أهم المناهج الوصفية، إضافة إلى أن كلتا الدراستين تتفقان في أسلوب توظيف المنهج المستخدم عبر مختلف الخطوات الإجرائية لإنجاز الدراسة انطلاقا من بناء صياغة مشكلتها حتى خطوة وضع نتائجها وتفسيرها في إطار المنهج المستخدم، إضافة إلى أن الباحثان اعتمدا على أسلوب مشابه في المعالجة وتوظيف الأساليب الاحصائية كحساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات وغير ذلك من الأساليب والطرق الإحصائية.

- **أوجه الاختلاف:**

- أما في خصوص أوجه الاختلاف بين الدراستين فقد اختلفتا في مجتمع البحث إذ كان مجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو الأساتذة الجامعيين الجزائريين وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية عددها 274 أستاذ من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة ، بينما كان مجتمع البحث في هذه الدراسة السابقة عددا من الصفحات الخاصة بمنظمات المجتمع المدني على موقع الفيسبوك.
- الاختلاف في استخدم أدوات جمع البيانات والمعطيات ففي دراستنا استخدمنا أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه " ليكرت" بينما استخدمت الباحثة في هذه الدراسة السابقة أداة تحليل المضمون لعينة من الصفحات المختارة في شكل عينة قصدية عددها 08 صفحات ممثلة لمجتمع البحث المجتمع المدني للمنظمات الجمعوية النشطة على المستوى الوطني ذات التوجه الوطني والإقليمي بصورة عامة.
- يختلف الدراستان في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا نسعى إلى بلوغ قياس اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحثة حققت هدف معرفة دور الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى العينة المستهدفة.
- الاختلاف في نوع المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين حيث ركزنا على متغير المواضيع السياسية في دراستنا، في حين كان المتغير التابع في هذه الدراسة السابقة هو تشكيل الوعي السياسي، كما يعتبر في دراستنا متغير الوعي السياسي أحد أبرز مكونات المواضيع السياسية لدي عينة الدراسة المستهدفة.
- التباين في تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراستين، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني في دراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة في حين قد حددت في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من سنة 2014 حتى 2018 بالجزائر.
- الاختلاف في المدخل النظري للدراستين؛ حيث وظفنا في دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباعات وتمت اجراءات الدراسة في إطارها، بينما في الدراسة السابقة وظفت الباحثة نظرية المجال العام ونظرية التماس المعلومات وعملت على تصميم اجراءات الدراسة ووضع نتائجها وفقهما.

6-5 الدراسة الخامسة:

جاءت هذه الدراسة بعنوان: تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك بولاية عين الدفلى– **(صغير عباس، 2019-2020)**

وهي أطروحة مقدمة في إطار متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه طور ثالث في علوم الإعلام والاتصال– تخصص الاتصال السياسي والاجتماعي بقسم الاتصال بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 للباحثة فريدة صغير عباس؛ إذ سعت من خلالها الباحثة إلى تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة والمتمثل في معرفة كيفية تفاعل شباب ولاية عين الدفلى مع مختلف القضايا السياسية من خلال استخدامهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث عادات وأنماط ذلك الاستخدام، ومعرفة أبرز مؤشرات وأبعاد اهتمامهم بالقضايا السياسية التي يتابعونها، وطرق التفاعل معها وأساليب تجلياتهم أثناء حضورهم في دائرة النقاش والحوار في الفضاء المتشكل من ذلك الاستخدام والتفاعل عبر شبكة الفيسبوك، ولبلوغ هذا الهدف طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتفاعل شباب ولاية عين الدفلى مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ وتندرج ضمنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما هي مؤشرات اهتمام شباب عين الدفلى بالقضايا السياسية؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام شباب عين الدفلى لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي القضايا السياسية التي تثير اهتمام شباب عين الدفلى أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أشكال تفاعل شباب ولاية عين الدفلى مع القضايا السياسية عبر الفيسبوك؟
- ما هي مظاهر حضور شباب عين الدفلى في الفضاء الافتراضي وسلوكهم الاتصالي الناتج عن التفاعل مع القضايا السياسية من خلال الفيسبوك؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اتبعت الباحثة الإجراءات المنهجية التالية لتحقيق أهداف الدراسة، حيث اعتمدت على المنهج المسحي الوصفي ووظفته بداية من صياغة اشكالية الدراسة ومجتمع البحث واختيار أدوات جمع البيانات وفي عملية جمعها وتحليلها وتفسيرها لتنتهي بوضع نتائج الدراسة في حسبه، وقد استهدفت الباحثة المجتمع البحثي المثمثل في شباب ولاية عين الدفلى الذي يستخدم شبكة الفيسبوك والذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 37 سنة، وقد سحبت الباحثة عينة قصدية منه حجمها400 شاب وتعاملت معها باستخدام أدوات جمع البيانات التالية: الملاحظة العلمية والمقابلة واستمارة الاستبيان وفق محاور الدراسة، ومن ثم جمعها وتفريغها والتعامل معها احصائيا من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية وتحديد معاملات الارتباط والصدق والثبات وغير ذلك من العمليات الاحصائية التي تخدم وتحقق أهداف هذه الدراسة، وقد توصلت الباحثة إلى نتائج مهمة نذكر منها:

- أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يهيمن على الشباب وذلك من خلال تواجدهم على الخط عبر تلك الشبكات في كل الأوقات حيث قدرت نسبتهم ب 63.5% حسب عينة الدراسة.
- هناك تفاوت في سنوات اشتراك أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي حيث من يمتلكون حساب بها لمدة تتعدى 5 سنوات نسبتهم 51% و أقل من ذلك 49% وهذا يعكس العلاقة بين المستخدم والشبكة ومدة تواجه عليها.
- هناك تنوع في طبيعة الاجهزة المستخدمة من طرف أفراد العينة للتواجد على شبكات التواصل الاجتماعي منها الهواتف الذكية بنسبة 81% والحاسوب الثابت والمحمول والألواح الرقمية بنسبة 19% وهذا يفسر انفراد الهواتف الذكية بخصائصها الاستخداماتية دون غيرها من الأجهزة في الحصول على المعلومات حول القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك.
- يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي يوميا لأكثر من 6 ساعات بنسبة 30.5% وهذا يؤكد أن زمن الاستخدام هو أحد أهم العوامل التي تحدد معالم الوقت في تحديد السلوك في مثل هذه الدراسات من الاستخدام.
- ابتعاد عينة الدراسة على رصد بياناتهم الشخصية الفعلية لعدم ثقتهم بها ولتوخي الحذر والحيطة والآمان في حين أن أصحاب المستوى التعليمي الجامعي يضعون هويتهم الحقيقية ويستخدمون المواقع بعقلانية في إطار علمي ومهني لاسيما منهم أصحاب مستويات التدرج العليا.
- حسب أفراد العينة فإن استخدامهم لشبكة الفيسبوك يكون من أجل الواصل بنسبة 63.5% وللتسلية والترفيه بنسبة 17.5% ونشر المواضيع المختلفة والتعرف الأخبار بنسبة 10%، فالاتصال هو الغاية الأساسية من استخدام الفيسبوك حسب عينة الدراسة.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح عادة تراتبية دائمة حسب أفراد العينة مرتبطة بدوافع وحاجات ومستويات وأوضاع المستخدمين ثقافيا واجتماعيا وسياسيا وثقافيا.
- يؤثر متغير النوع حسب عينة الدراسة على دوافع استخدامهم للفيسبوك أهما التواصل بنسبة 61.5% للإناث مقابل 65.9% للذكور ودوافع البحث عن صداقات جديدة والدوافع الطقوسية والتسلية بنسبة 38.5% للإناث و34.1% للذكور بنسب متفاوتة بين الجنسين.
- الفئات العمرية الأكبر حسب عينة الدراسة أكثر استخداما بشكل يومي للفيسبوك في مجالات متنوعة كالبحث والمعرفة وتتبع الأخبار والمستجدات اليومية.

- يتفاعل الشباب بمختلف فئاته العمرية مع القضايا السياسية وأصبحت هذه الأخيرة ضمن أولوياته اليومية بنسبة 63.5% حسب اجابات عينة الدراسة.
- أصبح الفيسبوك أداة لها تأثير على الأحداث والمواقف اليومية، كما أنه منح الفرصة للشباب بمختلف توجهاتهم بنقل أفكارهم وقضياهم السياسية والاجتماعية ومناقشتها متخطين بذلك كل العقبات الجغرافية والزمنية من خلال فضاءات افتراضية تجسد الواقع نزولا إليه وصعودا إليها في الاتجاهين.
- احدثت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمتها الفيسبوك نقلة في عالم الاتصال وخلقت اهتماما بالقضايا السياسية ونوعا من التفاعل حولها وتأثيرا بالغ الأهمية على الاتجاهات لدى الأفراد لاسيما في قضايا الشأن العام الجزائري في هذه الدراسة ومختلف القضايا الأخرى، والمساهمة في حركية الفعل السياسي في الفضاء الافتراضي وفي التعبير وتبادل الأفكار والآراء حوله بحرية ودون قيود وعراقيل وإثارة النقاش في كل الأوقات ومن مختلف الأماكن وبأقل جهد وتكلفة ممكنة.

6-5-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من خلال هذه الدراسة السابقة لاحظنا أوجه التشابه والاختلاف التالية مع دراستنا وهي :

- **أوجه التشابه:**

- التشابه في بعض عناصر الإطار النظري كمواقع التواصل الاجتماعي أحد مكونات الميديا الجديدة التي عرضناها في دراستنا، والاتفاق في مجموعة من المفاهيم مثل السياسية والقضايا السياسية والفيسبوك وشبكات التواصل الاجتماعي .
- الاتفاق في الخلفية النظرية للدراستين وهي نظرية الاستخدامات والإشباعات وتمت اجراءات البحث وتصميماته الميدانية ووضع النتائج وتفسيرها وفقها في كلتا الدراستين.
- الاتفاق من حيث المنهج حيث استخدمت الدراستان المنهج الوصفي؛ ففي دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي القائم على التحليل في حين قد وظفت الباحثة منهج المسح الوصفي في هذه الدراسة السابقة، إضافة إلى أن كلتا الدراستين تتفقان في أسلوب توظيف المنهج المستخدم عبر مختلف الخطوات الإجرائية لإنجاز الدراسة انطلاقا من بناء صياغة مشكلتها وتحديد مجتمع البحث وأدوات جمع البيانات وعملية تفريغها ومعالجتها احصائيا وتحليلها وتفسيرها إلى غاية إخراجها في شكل نتائج واضحة ذات قيمة علمية تحقق أهداف الدراستين.

- التشابه في استخدم أدوات جمع البيانات ففي الدراستين استخدمنا أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان وقد دعمت الباحثة دراستها بالمقابلة لتحقيق أهدافها بينما في دراستنا أرفقت استمارة الاستبيان بمقياس ليكرت وفق محاور الدراسة لبلوغ الأهداف المرجوة منها.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث يعتبر مجتمع البحث الأصلي في دراستنا فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية عددها 274 أستاذ من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة الدائمين، بينما كان مجتمع البحث في هذه الدراسة السابقة هو شباب ولاية عين الدفلى الذي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي وسحبت منهم الباحثة عينة قصدية حجمها 400 شاب.
- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا نسعى إلى معرفة قياس اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة السابقة سعت الباحثة إلى معرفة كيفية تفاعل الشباب مع القضايا السياسية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما منها الفيسبوك.
- الاختلاف في نوع المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين حيث في دراستنا سلطنا الضوء على المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، بينما ركزت هذه الدراسة السابقة على التفاعل نحو القضايا السياسية من خلال استخدام الفايسبوك.
- الاختلاف في تحديد المجالات المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني في دراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر في حين قد حددت في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من سنة 2016 حتى جانفي 2020 بولاية عين الدفلى بالجزائر.

الدراسات السابقة والمشابهة العربية:

6-6 الدراسة السادسة:

قدمت هذه الدراسة في إطار استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام للباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود من كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط بالأردن تحت عنوان:

The Role of Social Media Networks in the Political Change in Egypt and Tunisia from Jordanian Journalist's Perspective.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين **(الرعود، 2011-2012)**

وقد سعى الباحث من خلالها إلى التعرف على الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في كل من دولتي تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ولتحقيق هذا الهدف طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في دولتي مصر وتونس حسب رأي الصحفيين الأردنيين؟ وتندرج ضمنه مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما هو دور الشبكات الاجتماعية للتواصل في عملية التهيئة والتحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التغيير السياسي في مصر وتونس؟
- ما هو دور الشبكات الاجتماعية للتواصل في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرقمي كنوع من أشكال التغيير السياسي في مصر وتونس؟
- ما هو دور الشبكات الاجتماعية للتواصل في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي كنوع من أشكال التغيير السياسي في مصر وتونس؟

وللإجابة على هذه الأسئلة ولتحقيق أهداف هذه الدراسة اتبع الباحث الخطوات المنهجية التالية:

فمن حيث المنهج اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي عبر كامل مراحل إجراء الدراسة من صياغة المشكلة البحثية إلى غاية وضع النتائج، أما في ما يخص مجتمع البحث فقد تمثل في الصحفيين الأردنيين حيث سحب منهم عينة حجمها 342 صحفي بأسلوب عشوائي بسط (عينة عشوائية بسيطة) وزع عليها استمارة استبيان لجمع البيانات، ثم قراءتها وتحليلها وتفسيرها واختبار صدقها وثباتها وبالتحليل الاحصائي كحساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والانحرافات المعيارية وغير هن الأساليب الإحصائية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- احتل المجال الثاني المخصص لنسبة لمقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي دور شبكات التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى في التغيير السياسي في مصر وتونس بمتوسط حسابي قدره 2.75.
- جاء المجال الثالث الخاص بالتأثير على الرأي العام الدولي والإقليمي والمحلي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 2.68
- جاء المجال الأول الخاص بالتهيئة والتحريض على الاحتجاجات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره .2.67

- المجال الرابع الخاص بالتأثير على رسائل الإعلام الكلاسيكية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره 2.53.
- ساهمت المجالات السابقة في تفسير التغيير السياسي في تونس ومصر بنسبة 52.8% حسب ما أشارت له التحليلات العلمية في الدراسة.
- في ما يخص تقدير عينة الدراسة للدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر وتونس لا توجد فروق ذات دلالة احصائية تعزى إلى متغيرا النوع والعمر والخبرة المهنية والمؤهل العلمي ونوع المؤسسة الصحفية وحتى الفترة الزمنية للعضوية النقابية.
- في ما يخص تقدير عينة الدراسة للدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في مصر وتونس توجد فروق ذات دلالة احصائية تعزى لمتغير التخصص وهي فروق لصالح التخصصات الأدبية.

1-6-6 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا في هذه الدراسة السابقة أوجه التشابه والاختلاف التالية:

- **أوجه التشابه:**

- الالتقاء معها في بعض متغيرات الإطار النظري مثل شبكات التواصل الاجتماعي الذي تعتبر مكون من مكونات متغير الميديا الجديدة في دراستنا، ومتغير التغير السياسي الذي يعتبر كذلك أحد أهم مؤشرات متغير المواضيع السياسية في دراستنا، لذلك وجدنا تشابها معتبرا في عنصر تحديد المفاهيم في كلتا الدراستين كمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية، والسياسة.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي التحليلي في كلتا الدراستين وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما في مثل هذه الدراسة الوصفية، كما تتفق الدراستين أيضا في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج عبر كل المراحل وفي كذلك توظيف الطرق الاحصائية لمعالجة البيانات الميدانية مثل حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات والمتوسطات الحسابية.
- التشابة في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في كلا الدراستين في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان لتحقيق الغاية من الدراستين.
- التشابه في المدخل النظري للدراستين حيث وظفت نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صممنا الاجراءات المنهجية وحددنا النتائج وقمنا بتفسيرها وتحليلها وفق إطارها لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراستين.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ أن البحث الأصلي لدراستنا هو فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية قدرت ب: 274 أستاذ جامعي من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة، في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو الصحفيين الأردنيين وسحبت منهم عينة عشوائية منتظمة حجمها 342 صحفي.
- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحث أراد التعرف على الدور الذي يؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في دولتي تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.
- التباين في درجة التركيز والاهتمام بالمتغيرات التابعة في كلتا الدراستين ففي دراستنا سلطنا الضوء على متغيرات الميديا الجديدة والمواضيع السياسية، أما في هذه الدراسة السابقة ركزت الباحثة على متغير الشبكات التواصل الاجتماعي ومتغير التغيير السياسي في دولتي مصر وتونس.
- الاختلاف كذلك في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر بينما حددت المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من 31 أوت 2011 إلى غاية 8 مارس 2012 بالمملكة الهاشمية الأردنية.

6-7 الدراسة السابعة:

وردت هذه الدراسة بعنوان: دور الصحافة الالكترونية الكوردية في تشكيل الاتجاهات السياسية لأساتذة جامعة السليمانية – دراسة ميدانية – **(رمضان، 2012-2013)**.

وهي أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في تخصص فلسفة الإعلام لصاحبها عمر أحمد رمضان سعت إلى تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في التعرف على الدور الذي تؤديه الصحافة الالكترونية في تشكيل الاتجاهات السياسية من وجهة نظر أساتذة جامعة السليمانية والتعرف على آرائهم نحو المواضيع السياسية وأساليب تناولها ومدى تأثيرها عليهم لغاية تكوين اتجاهاتهم السياسية من خلالها، إضافة إلى تحقيق بعض الأهداف الثانوية منها معرفة ما تنشره الصحافة الالكترونية الكوردية من مواضيع سياسية تؤثر في اتجاهاتهم، ومعرفة نوع الصحف الالكترونية التي يميلون إليها أثناء التعرض للمواضيع السياسية ويثقون في محتوياتها، إضافة معرفة ما مدى تأدية الصحافة الالكترونية الكوردية لمهامها في تكوين الثقافة

والتوعية السياسية لدى عينة الدراسة، ولتحقيق هذه الأهداف انطلق الباحث من طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الصحافة الالكترونية الكوردية في تشكيل الاتجاهات السياسية لأساتذة جامعة السليمانية؟ وما مدى مقدرة الرسالة الإعلامية على تكوين الاتجاهات السياسية في ظل الظروف والمتغيرات الراهنة ؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اتبع الباحث جملة من الخطوات المنهجية لبلوغ الهدف المنشود من هذه الدراسة، فمن حيث تحديد المنهج اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي ووظفه عبر مختلف مراحل البحث بداية من توظيفه في تحديد وبناء مشكلة الدراسة وجمع البيانات ثم تحليلها وتفسيرها إلى غاية وضع وتحديد نتائجها، كما حدد الباحث مجتمع بحثه بجميع أساتذة الجامعيين بجامعة السليمانية والمقدر عددهم ب 1277 أستاذ جامعي سحبت منهم عينة عشوائية حصصية متوازنة التوزيع حجمها 383 أستاذ جامعي، ولجمع البيانات والمعلومات أستخدم الباحث مجموعة من الأدوات العلمية التي يراها مناسبة لدراسته وهي أداة المقابلة العلمية والملاحظة العلمية واستمارة الاستبيان المزودة بمقياس الاتجاه لرنسيس ليكرت، وقد تعامل الباحث مع البيانات المجموعة الخاصة بالدراسة بتطبيق عدة معاملات احصائية منها حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات والانحرافات المعيارية لتحقيق الهدف العام لهذه الدراسة وقد خلص إلى وضع النتائج التالية:

- للصحافة الالكترونية الكوردية تنوع ايجابيا أحيانا وسلبيا أحيانا أخرى نحو المجتمع وهذا نتيجة اختلاف تركيبة المجتمع الكوردي وتنوع البنية التكوينية للمنظومة الاعلامية به، وحسب عينة الدراسة فإن شبكة الإنترنت تحتل مكانة مؤثرة في عملية تكوين الاتجاهات السياسية لديهم على غرار باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.
- هناك تفاوت في أوقات تعرض عينة الدراسة إلى المواضيع السياسية من خلال الصحافة الالكترونية حيث جاء التعرض أسبوعيا في المرتبة الأولى يليه التعرض بالصدفة في المرتبة الثانية والتعرض يوميا في المرتبة الثالثة في حين جاء التعرض شهريا في المرتبة الرابعة، وهذا ما يدل على ضعف التعرض والذي يعكس ضعف الاتجاهات المنبثقة عنه.
- حسب عينة الدراسة فإن نسبة 82.1% يتعرضون للصحف الالكترونية في أوقات فراغهم لمتابعة المواضيع السياسية، كما أنهم يفضلون صحائف الكترونية على نظيرتها من الصحائف كصحيفة الاتحاد حسب توجه الجنسين وحسب المراحل العمرية التي تتعدى 40 سنة فما فوق، وهذا يعكس مدى اطلاعهم على المعلومات الجديدة حول السياسة كونهم نخبة المجتمع.

- تؤدي الصحافة الالكترونية وظيفة تكوين الثقافة والتوعية السياسية حسب متغير السن خاصة بين فئة أقل من 30 سنة إلى غاية فئة 60 سنة فما فوق وهذا يؤثر في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى عينة الدراسة.
- توجد فروقا معنوية في مستوى الاهتمام بالصحف الالكترونية حسب عينة الدراسة وفقا لمتغيرات السن والجنس والشهادة ولا يوجد اهتمام وفقا لمتغير التخصص.
- المواضيع السياسية التي تنشرها الصحافة الالكترونية الكوردية لا تتسم بالموضوعية والصدق والحيادية وهو ما يشكل اتجاهات سياسية خاطئة لدى الأساتذة الجامعيين بالسليمانية.
- يهتم العنصر الأنثوي بالدعوات السياسية التي تطلق عبر الرسائل الاتصالية للصحف الالكترونية أكثر من الذكور وفقا لخصوصية المجتمع الكوردي والفروقات الجنسية به.
- لا توجد فروقا معنوية وفق متغير التخصص بالدوعوات السياسية التي تنشر من خلال الصحافة الالكترونية الكوردية.
- هناك فروق معنوية حسب متغيرات الجنس والعمر تعزى للدعوات السياسية المنشورة عبر الصحافة الالكترونية بين فئة أقل من 30 سنة مع فئة 40-49 سنة وفئة 50-59 سنة وبين فئة 30-39 مع فئة 40-49 سنة وفئة 50-59 سنة.

1-7-6 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من خلال هذه الدراسة للباحث عمر أحمد رمضان لاحظنا أن أوجه التشابه والاختلاف مع دراستنا الحالية تتمثل فيما يلي:

- **أوجه التشابه:**

- التشابه في الهدف الرئيسي للدراستين والمتمثل في معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو المواضيع والقضايا السياسية من خلال الميديا الجديدة بتنوع وسائطها وأشكالها في كل من الجزائر والعراق.
- التشابه في بعض متغيرات الإطار النظري كالصحافة الالكترونية التي تعتبر أحد أشكال الميديا الجديدة في دراستنا، والتشابه في تحديد بعض المفاهيم مثل: السياسية والاتجاه والأساتذة في كلتا الدراستين.
- تتفق الدراستين في المدخل النظري وهو نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمما الاجراءات المنهجية وحددا النتائج وعملا على تفسيرها وتحليلها في ظل متغيرات النظرية وفي ظل النظريات المفسرة لتكوين الاتجاهات كذلك.

- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي إذ وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل، بينما في هذه الدراسة السابقة استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي باعتباره الأنسب لمثل هذه الدراسات الوصفية، كما تتفق الدراستين في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج عبر كل خطوات انجاز الدراستين، وكذلك في توظيف الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات المتحصل عليها من الميدان مثل: حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات، علاوة على هذا لاحظنا التشابه في استخدام أدوات جمع البيانات والمعطيات لكلتا الدراستين المتمثلة في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه لتحقيق الأهداف المرجوة منهما.
- التشابه في تحديد مجتمع البحث إذ يعتبر مجتمع البحث الأصلي لكلتا الدراستين فئة الأساتذة الجامعيين بالعراق بجامعة السليمانية وعددهم 1277 وفي الجزائر وعددهم 952 أستاذ جامعي دائم بجامعة العربي التبسي – تبسة

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في اختيار عينة الدراستين حيث استخدمنا في دراستنا العينة الحصصية النسبية وحجمها 274 أستاذ جامعي دائم من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة بالجزائر، في حين أن الباحث في هذه الدراسة السابقة استخدم العينة العشوائية الحصصية المتوازنة في التوزيع وحجمها 383 أستاذ جامعي من جامعة السليمانية بالعراق.
- الاختلاف النسبي في متغيرات الدراستين حيث في دراستنا ركزنا على الميديا الجديدة بكل أشكالها والمواضيع السياسية، بينما في هذه الدراسة السابقة سلط الباحث الضوء على متغير للصحافة الالكترونية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى عينة الدراسة.

الاختلاف في تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراستين، إذ حدد الباحث المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من بداية الدراسة إلى غاية نهاية 2012 بجامعة السليمانية بالعراق في حين قد حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر.

6-8 الدراسة الثامنة:

جاءت هذه الدراسة للباحث حسن قطيم طماح المطيري بعنوان: الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي **(المطيري، 2013)**

Political Uses of Social Networking "Twitter" Site by Kuwaiti Youth

وقد سعت هده الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي لها والمتمثل في معرفة طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع Twitter لدى الشباب الكويتي وقد انطلق الباحث بطرح التساؤل الرئيسي: ما طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر عند الشباب الكويتي؟ وتندرج ضمنه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي طبيعة الاستخدامات المتنوعة لموقع تويتر لدى الشباب الكويتي؟
- ما هي الأهداف السياسية لاستخدام موقع تويتر عند الشباب الكويتي؟
- ما هي الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر عند الشباب الكويتي؟
- هل يؤثر موقع التواصل الاجتماعي تويتر على استخدامات بقية وسائل الإعلام؟

كما قد صاغ الباحث الفرضيات التالية لبلوغ أهداف الدراسة:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر تعزى إلى تاريخ بداية استخدامه.
- هناك هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر تعزى إلى سن المبحوثين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الاستخدامات لموقع تويتر عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى إلى نوع المبحوثين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر تعزى إلى وظيفة المبحوثين.

وللإجابة عن هذه التساؤلات وإثبات صحة هذه الفرضيات اتبع الباحث الخطوات المنهجية التالية:

- استخدام المنهج الوصفي المسحي بهدف وصف واقع الظاهرة كما هي في الواقع لاسيما في كيفية استخدام الشباب الكويتي لموقع تويتر سياسيا.
- أما فيما يخص تحديد مجتمع البحث في هذه الدراسة فقد اختار الباحث فئات الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و40 سنة وقد تكون هذا المجتمع من طلبة جامعيون وموظفين في القطاع الخاص والعام وشباب ديوانيات ثم أندية وتجمعات شبابية، وقد سحب الباحث من هذا المجتمع عينة عشوائية بسيطة قدرها 404 مفردة، كما قد استخدم الباحث لجمع البيانات أداة استمارة الاستبيان لتحقيق الهدف العام للدراسة، وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:

- بينت نتائج الدراسة أن الاستخدامات المتنوعة لموقع تويتر ترتبط بنوع العمل الذي يقوم به المبحوث بالدرجة الأولى وبصداقات جديدة مع الجنسين بدرجة ثانية بينما جاء الاستخدام من أجل الترفيه والتسلية ومضيعة الوقت بدرجة أخيرة.
- أما في ما يخص الاستخدامات السياسية لموقع تويتر فقد جاء الاستخدام من أجل المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها للجميع في المرتبة الأولى بينما جاءت الاستخدامات الأخرى في المرتبة الثانية، وأخيرا الاستخدام من أجل الاطلاع على المعلومات والأخبار في المرتبة الآخيرة.
- ومن حيث الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر جاء استخدامه كوسيلة لنقل وتبادل بعض الصور مع الأصدقاء والمستخدم كترتيب أولا يليه الاستخدام بكونه أداة للكشف عن قضايا الفساد السياسي والإداري في مصالح السلطة الحاكمة وأجهزتها، وهذه نتيجة توضح قدرة موقع تويتر في المهمات ذات الطابع السياسي.
- خلصت نتائج الدراسة إلى أن تأثير موقع تويتر على استخدام وسائل إعلامية أخرى ينحصر في متوسطات حسابية متدنية وهذا يدل على عدم قوة فرضية استخدام تويتر كبديل لوسائل الإعلام الكلاسيكية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة والوسائط الالكترونية.
- خلصت الدراسة إلى أنه توجد فروقات لصالح الفئة المستخدمة " فئة موقع التواصل الاجتماعي تويتر وهي فئة الأعمال الحرة إذ يتمتعون بحرية التعبير أكثر من غيرهم حسب ما أدلى به المبحوثين في هذه الدراسة.

6-8-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من خلال هذه الدراسة للباحث حسن قطيم طماح المطيري لاحظنا أوجه التشابه والاختلاف التالية مع دراستنا:

- **أوجه التشابه:**

- التشابه في بعض المتغيرات كمنصة تويتر الذي يعتبر من ابرز الشبكات الاجتماعية التي تندرج ضمن الميديا الجديدة ومتغير الاستخدامات السياسية الذي يقترب من متغير المواضيع السياسية في دراستنا.
- تتفق الدراستين في المدخل النظري حيث وظف الباحثان نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صممما الاجراءات المنهجية وحددا النتائج و عملا على تفسيرها وتحليلها في ظل متغيرات النظرية.

- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي إذ وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما، بينما قد وظف الباحث المنهج الوصفي المسحي في هذه الدراسة السابقة كونه المناسب لها، كما اتفقت الدراستين في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج عبر كل مراحل انجاز الدراستين، وفي توظيف الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات المتحصل عليها من الميدان مثل: حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات.
- إضافة إى أن الدراستان يتفقان في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان لتحقيق الأهداف الرئيسية لهما.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ يعتبر مجتمع البحث الأصلي لدراستنا هم فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية قدرت ب: 274 أستاذ جامعي من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة، بينما كان مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو فئات الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و40 سنة وقد تكون هذا المجتمع من طلبة جامعيون وموظفين في القطاع الخاص والعام وشباب ديوانيات ثم أندية وتجمعات شبابية وقد سحب الباحث منهم عينة عشوائية بسيطة عددها 404 شاب.
- يختلف الدراستين في الهدف الرئيسي لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحث أراد التعرف على طبيعة الاستخدام السياسي لدى الشباب الكويتي من خلال موقع تويتر.
- التباين في المتغيرات التابعة في كلتا الدراستين حيث دراستنا سلطنا الضوء على متغير المواضيع السياسية، أما في هذه الدراسة السابقة فقد ركز الباحث على متغير الاستخدامات السياسية لتويتر حتى يحقق أهداف هذه الدراسة.
- التباين والاختلاف في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة في الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر بينما حددت المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة المتعلقة بالاستخدام السياسي للمواقع التواصلية الاجتماعية من منظور الطلبة الجامعيين الشباب بالفترة الممتدة من 2012 إلى شهر ماي 2013 بدولة الكويت العربية.

6-9 الدراسة التاسعة:

وهي دراسة عربية للباحث أشرف عصام فريد صالح موسومة ب: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني **(أشرف عصام، 2016)**

The Role of Social Media in Increasing the Knowledge of Political Issues among Jordanian University students.

وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم نحو ذلك الاستخدام، إضافة إلى التعرف الدوافع السياسية لديهم حياله، ومدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية للقضايا السياسية، والتعرف على الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية المحققة عند الشباب الجامعي الأردني جراء ذلك الاستخدام، ولتحقيق هذا الهدف انطلق الباحث من طرح التساؤل التالي:

- إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي الأردني بالقضايا السياسية المتنوعة؟ وتندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:
- كيف يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن؟
- ما هي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند الشباب الجامعي الأردني ؟
- ما هي الدوافع السياسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الأردني؟
- ما هي أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي الأردني؟
- ما هي الآثار المترتبة على اعتماد الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي حيال متابعة القضايا السياسية؟
- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند الشباب الجامعي تعزى إلى سماتهم الشخصية؟
- هل هناك فروق ذات دلالات إحصائية أثناء التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند اشباب الجامعي الأردني تعزى لسماتهم الشخصية؟
- هل توجد فروق ذات دلالات إحصائية للدوافع السياسية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند الشباب الجامعي الأردني تعزى لسماتهم الشخصية؟

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة أجاب الباحث على هذه الأسئلة بنزوله إلى ميدان البحث متبعا الإجراءات المنهجية التالية:

- بخصوص المنهج المعتمد وظف الباحث المنهج المسحي باستخدام استمارة الاستبيان واستهدف عينة قصدية عشوائية طبقية من مجتمع البحث المتمثل في طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس متكونة من 400 طالب جامعي، وقد خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:
- أظهرت نتائج الدراسة أن موقع فيسبوك هو الموقع المفضل لدى عينة الدراسة بنسبة 100%.
- هناك آثار متوسطة "سلوكية ومعرفية ووجدانية " حققها الشباب الجامعي الأردني نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تتبع القضايا السياسية.
- حسب عينة الدراسة فالشباب الجامعي الأردني يمتلكون حساب واحد على مواقع التواصل الاجتماعي حددن بنسبة 84.3%.
- هناك دافع ذو مستوى متوسط لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الأردني.
- يوجد دافع سياسي ذو مستوى متوسط عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الأردني.
- يقف وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الأردني مجموعة من الأسباب أثناء متابعتهم للقضايا السياسية والأحداث الجارية بدرجة متوسطة مثل الثقة وسرعة الحصول على المعلومة والتفاعل معها بمرونة وبسهولة تامة.

6-9-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

من بين ما تم تضمينه في هذه الدراسة السابقة تحديد أوجه التشابه والاختلاف التالية مع دراسنا:

- **أوجه التشابه:**

- التقاطع معها بشكل كبير في متغيرات الإطار النظري مثل مواقع التواصل الاجتماعي وهي جزء من متغير الميديا الجديدة في دراستنا، وعنصر القضايا السياسية الذي يعتبر مكونا رئيسا للمواضيع السياسية في دراستنا أيضا، لذلك التمسنا تقاربا كبيرا في تحديد بعض المفاهيم في كلا الدراستين.
- تتفق الدراستين في المدخل النظري حيث وظف الباحثان نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صممما الاجراءات المنهجية وحددا النتائج و عملا على تفسيرها وتحليلها في ظل متغيراتها. علاوة على ذلك فقد وظف الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية داعمة لمدخل الاستخدامات والإشباعات في دراسته.

- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي إذ وظفنا في دراستنا المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما، بينما قد وظف الباحث المنهج المسحي في هذه الدراسة السابقة كونه المناسب لها، كما اتفقت الدراستين في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج عبر كل مراحل انجاز الدراستين، كما اتفقت الدراستين في عملية توظيف الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات المتحصل عليها من الميدان مثل التعامل معها عن طريق حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات.
- إضافة إى أن الدراستان يتفقان في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان لتحقيق الأهداف الرئيسية لهما.

- **أوجه الاختلاف:**

- أما في ما يخص أوجه الاختلاف في الدراستين فقد اختلفتا في في مجتمع البحث إذ البحث الأصلي تعتبر فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين في دراستنا هي مجتمع البحث الذي سحبنا منه عينة حصصية نسبية قدرت ب: 274 أستاذ جامعي من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة ، في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هم طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس وسحبت منهم عينة قصدية عشوائية طبقية عددها 400 طالب.
- الاختلاف في الهدف الرئيسي للدراستين ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحث أراد التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي وأنماط استخدامهم ودوافعهم السياسية واشباعاتهم المعرفية والسلوكية والمعرفية المحققة أثناء متابعة القضايا السياسية عبر تلك المواقع .
- التباين في المتغيرات التابعة في كلا الدراستين ففي دراستنا سلطنا الضوء على متغير المواضيع السياسية، أما في هذه الدراسة السابقة فقد ركز الباحث على متغير القضايا السياسية كمتغير تابعا في الدراسة.
- التباين والاختلاف في تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراستين، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر بينما حددت المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة من شهر نوفمبر 2015 إلى غاية شهر أفريل 2016 بكل من جامعتى اليورموك وجامعة الشرق الأوسط بمملكة العربية الأردنية.

6-10 الدراسة العاشرة:

وهي ورقة بحثية بعنوان: دور الإعلام الجديد كأحد أطر التنشئة السياسية في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي – بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة دكتوراه فلسفة **(السيد أحمد، 2022)** للباحثة نهى حلمي السيد أحمد تخصص أصول التربية بجامعة حلوان بجمهورية مصر العربية وقد سعت من خلالها إلى تحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في التعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية حتى تتم عملية إعادة تشكيل الوعي في المجتمع ولبلوغ هذا الهدف حدد الباحث مشكلة الدراسة من خلال سطوة وسائل الإعلام الجديد بوصفها أحد أطر التنشئة السياسية في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي، وتتفرع منها مجموعة من التساؤلات الثانوية وهي:

- ما هو الإعلام الجديد؟
- ما هي الاتجاهات الفلسفية المفسرة لتشكل الوعي المجتمعي؟
- ما هو الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في تكوين التنشئة السياسية للوعي المجتمعي؟

وللإجابة على هذه التساؤلات وتحقيق الهدف الرئيسي من الدراسة اتبعت الباحثة الخطوات المنهجية التالية: فمن حيث المنهج المتبع في هذه الدراسة وظف الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل الظاهرة ومعرفة خصائصها، وقد اتضحت أماكن توظيف هذا المنهج في صياغة الإشكالية وطرح التساؤلات مع تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة لهذه الدراسة وجمعها ثم القيام بعملية تفريغها وقراءتها وتحليلها وتفسيرها ووضع أبرز النتائج المتحصل عليها، وقد حددت الباحثة مجتمع البحث بمجموعة أقوال وأفكار الفلاسفة والمفكرين السابقة لتحديد أبعاد مفهوم الإعلام الجديد في المدارس والاتجاهات المختلفة وبالتحديد التي تعنى بعملية التنشئة السياسية وإعادة تشكيل الوعي المجتمعي بمصر، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل المحتوى لتحقيق أهداف هذه الدراسة التي خلصت إلى النتائج التالية:

- الإعلام الجديد يعتمد على نوعية التكنولوجيا لتوجيه عقول الأفراد.
- يساهم الإعلام الجديد في خلق هويات افتراضية وتجميع الأفراد على أساس الخيارات والانتماءات.
- يساعد الإعلام الجديد على تعزيز الاختراق الثقافي والقيمي للعديد من المجتمعات.
- يساهم الإعلام الجديد في نشر العولمة وتغلغلها لدرجة أنه أضحى أداة من أدواتها الفعالة في اقتحام واختراق البنى النسيجية للمجتمعات البشرية في مختلف الأوطان.
- تعتبر الفضاءات التي تشكلها وسائل التواصل الاجتماعي كاليوتيوب والفيسبوك فضاءات رحبة لكل الفئات المقصية والمهمشة اجتماعيا وسياسيا.

- كرس وأسس الفيسبوك ثقافة القطيعة بين الشباب والسلطات الحاكمة في المجتمع المصري حسب الدراسة.
- كشفت الوسائط الإعلامية الجديدة معاناة الأنظمة السياسية لاسيما في طريقة وصول المعلومات إلى أفراد المجتمع وكل ذلك انعكس على مطالب وتطلعات الأمم والشعوب لاسيما في المجتمعات العربية عامة والمجتمع المصري خاصة، وهنا نلتمس الخلل الكبير في أداء النظام السياسي مع مثله من البلدان العربية التي تعاني من وصول معلومات التنشئة وتكوين الوعي المجتمعي بها.
- يمكن مواجهة مختلف الآثار السلبية الناجمة على وسائط الإعلام الجديد من خلال وضع مقاومات تعليمية وتربوية وتكوين منظومة إعلامية قومية قوية تلبي رغبات السلطة والشعب معا وتحقق أهداف مختلف الوسائل الإعلامية الأخرى في شكل تكاملي.

6-10-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا في هذه الدراسة السابقة أوجه التشابه والاختلاف التالية مع دراستنا:

- **أوجه التشابه:**

- التشابه معها في بعض متغيرات الإطار النظري مثل الإعلام الجديد الذي يأخذ نفس معنى متغير الميديا الجديدة في دراستنا الحالية، ومتغير التنشئة السياسية الذي يعتبر عن أحد أهم مؤشرات متغير المواضيع السياسية في دراستنا، لذلك وجدنا تشابها كبير لاسيما في جزء تحديد المفاهيم في كلتا الدراستين كمفهوم أشكال الميديا الجديدة والإعلام الجديد والنظام والسياسة وغيرها من المفاهيم.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي المعتمد على التحليل في كلتا الدراستين وهو أبرز المناهج الوصفية وأكثرها استخداما في مثل هذه الدراسة الوصفية، كما تتفقا أيضا في الأسلوب العلمي لتوظيف المنهج عبر كل مراحل انجازهما، وفي توظيف الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات الميدانية مثل التعامل معها عن طريق حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ البحث الأصلي لدراستنا هو فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين، وقد سحبنا منه عينة حصصية نسبية قدرت ب: 274 أستاذ جامعي من أساتذة جامعة العربي التبسي تبسة ، في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو مجموعة أقوال وأفكار الفلاسفة والمفكرين السابقة لتحديد أبعاد مفهوم الإعلام الجديد في المدارس والاتجاهات المختلفة

وبالتحديد التي تعنى بعملية التنشئة السياسية وإعادة تشكيل الوعي المجتمعي بمصر والتي لم يحدد عددها بدقة.

- الاختلاف في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في في دراستنا في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه، بينما وظفت الباحثة أداة تحليل المحتوى في هذه الدراسة السابقة لتحقيق أهدافها.
- الاختلاف في المدخل النظري للدراستين حيث وظفنا في دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمنا الاجراءات المنهجية وحددنا النتائج و قمنا بتفسيرها وتحليلها وفقها، بينما وظفت الباحثة نظرية تحليل الأنساق والأطر في هذه الدراسته السابقة لتحقيق أهدافها.
- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيس لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما في هذه الدراسة فالباحثة أرادت التعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية حتى تتم عملية إعادة تشكيل الوعي في المجتمع.
- التباين في درجة التركيز والاهتمام بالمتغيرات التابعة في كلتا الدراستين ففي دراستنا سلطنا الضوء على متغيرات الميديا الجديدة والمواضيع السياسية، أما في هذه الدراسة السابقة ركزت الباحثة على متغير الإعلام الجديد ومتغير التنشئة السياسية وإعادة تشكيل الوعي في المجتمع المصري.
- التباين والاختلاف في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر بينما حددت المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة السابقة بالفترة الممتدة 2021 إلى أفريل 2022 بجمهورية مصر العربية.

الدراسات السابقة والمشابهة الأجنبية:

6-11 الدراسة الحادية عشر:

وهي دراسة بعنوان:

Understanding the Role of Social Media in Political Participation: Integrating Political Knowledge and Bridging Social Capital From the Social Cognitive Approach **(HYUKSOO, YEOJIN, & DOOHWANG, 2020)**

فهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية: دمج المعرفة السياسية وربط رأس المال الاجتماعي باستخدام المنهج المعرفي الاجتماعي.

وهي ورقة بحثية مشتركة قدمها فريق بحثي يضم مجموعة من الباحثين (Hyuksoo Kim من جامعة كيونجبوك الوطنية بجمهورية كوريا، Yeojin Kim من جامعة ولاية كونيتيكت بالولايات المتحدة الأمريكية، وDoohwang Lee من جامعة كيونغ هي بحمهورية كوريا) منشورة في المجلة الدولية للاتصالات الصادرة عن جامعة جنوب كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكة، إذ سعت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية من خلال معرفة العلاقة بين رأس المال الاجتماعي والمعرفة السياسية وفق نظرية المعرفية الاجتماعية، حيث أجريت هذه الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية لملاحظة التغيرات والتحولات السلوكية التي تحدث في النظم الاجتماعية القائمة على التفاعل المتبادل بين إدراك الأفراد وبيئتهم وسلوكاتهم، أي من أجل فهم سلوك عينة الدراسة في إطار تواصلهم عبر الحواسيب الالكترونية والمشاركة السياسية، ولبلوغ هذا الهدف ركز فريق البحث على معيار الاتصال الاجتماعي المعرفي (رأس المال الاجتماعي) والمشاركة السياسية انطلاقا من صياغة الفروض الأساسية التالية:

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط بالمعرفة السياسية ارتباطا إيجابيا.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط برأس المال الاجتماعي ارتباطا ايجابيا.

وتندرج منهم مجموعة من الفروض الجزئية والمتمثلة في:

- رأس المال الاجتماعي يرتبط بتوقع النتائج بشكل ايجابي.
- ترتبط المعرفة السياسية بشكل ايجابي مع الفعالية الذاتية للأفراد.
- يرتبط رأس المال الاجتماعي بشكل ايجابي بالكفاءة الذاتية للأفراد.

ولاختبار صحة هذه الفرضيات اتبع فريق البحث خطوات منهجية بداية من تحديد مجتمع الدراسة المستهدف والمتمثل في مجموعة من المواطنين الأمريكيين المجندين من طرف لجنة خاصة تسيرها وكالة الأبحاث المهنية عبر شبكة الإنترنت Qualtrics، وقد سحب منهم عينة بأسلوب عشوائي من قاعدة بيانات لمجموعات يمتلكون خصائص المجتمع الأمريكي أبدوا موافقتهم على الاتصال بهم عبر شبكة الإنترنت بمقابل تقديم حوافز لهم مثل برنامج المكافآت حيث في 2015 قدم فريق البحث 500 دعوة قابلها 309 ردا من المبحوثين.

ومن حيث المنهج اعتمد فريق البحث على المنهج المسحي لتحقيق أهداف الدراسة ووصف وتحليل وتفسير نتائجها، كما اعتمد الفريق على التحليل الاحصائي في قياس متغيرات الدراسة (وسائل التواصل الاجتماعي، رأس المال الاجتماعي، المعرفة السياسية، الكفاءة الذاتية، توقع النتائج والمشاركة السياسية)

كحساب ارتباط بيرسون والانحدار الهرمي له واختبار AMOS وتحليل الوساطة باستخدام طريقة التمهيد Hayes، وقد خلص الفريق إلى جملة من النتائج أهما:

- بلغت نسبة المشاركين المبحوثين الذين ردوا بشكل كاملا 52.4% إناث و47.6% ذكور يختلفون في الفئة العمرية حيث نسبة 28.5% تتراوح أعمارهم بين 18 و34 سنة و19.1% بين 35 – 44 سنة و13.6% بين 45– 54 سنة و29.4% بين 55– 64 وأخيرا 9.4% أكبر من 65 سنة.
- من حيث المؤهل العلمي بينت الدراسة أن 34.9% لهم شهادات جامعية كأدنى مؤهل.
- بلغت نسبة الديمقراطيون في العينة المجيبة نسبة 33.5% ونسبة 28.4% جمهوريون و38% مستقلون.
- ومن حيث العرق توجد مسبة 78.4% قوقازيون و10.5% أمريكيون أفارقة ونسبة 6.5% اسبانيون وأخيرا 3.9% أسيويون.
- أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على الأفراد سياسيا وحسب الدراسة لابد من وضع نموذج تحليل المسار كنهج إحصائي يستخدم تقنيات تشرح العلاقات بين المتغيرات المرصودة لتفسير طرق التأثير المتباين بين أفراد العينة.
- تحليل المسار هو نهج تحليلي متعدد المتغيرات مفيد مناسب لاختبار فرضيات هذه الدراسة حتى يعزز فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المشاركة السياسية في المجتمعات.
- يوضح نموذج تحليل المسار الطريقة الشاملة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية واستخدامه لفحص العمليات المعرفية التي من خلالها يندمج الأفراد في المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الكفاءة الذاتية وتوقع النتائج ورأس المال الاجتماعي والمعرفة السياسية، وقد أكدت الدراسة هذه الآلية الشاملة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية باستخدام ربط رأس المال الاجتماعي والمعرفة السياسية وتوقع النتائج والكفاءة الذاتية.
- بينت الدراسة أن تأثير المعرفة السياسية ورأس المال الاجتماعي الرابط على المشاركة السياسية تم التوسط فيه من خلال البنى المعرفية الاجتماعية والكفاءة الذاتية وتوقع النتائج، أي أن المعرفة السياسية وربط رأس المال الاجتماعي والكفاءة الذاتية وتوقع النتائج يتوسط نسبيا في تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية.

- حسب عينة الدراسة فإن عدم الشعور بالثقة أثناء القيام بالمشاركة السياسية (الكفاءة الذاتية) يقلل من نسبة الانخراط فيها ومن التوقع الايجابي لسلوكهم وهذا ما يفسر دور الكفاءة الذاتية في تفسير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمبحوثين.
- حسب الدراسة يمكن أن يكون رأس المال الاجتماعي منصة تدريبية غير مباشرة من منظور نظرية المعرفة الاجتماعية، لتفسير الآليات النفسية لأسباب وكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لرفع المشاركة السياسية للأفراد، لاسيما من خلال التعلم غير المباشر الذي يعززه التفاعل المستمر بين الأفراد، حيث أنه كلما اتسعت الشبكات الاجتماعية ازداد ربط رأس المال الاجتماعي وزاد التفاعل بين الأفراد وتعزز.
- وصل رأس المال الاجتماعي والمعرفة السياسية مرتبط بالكفاءة الذاتية وتوقع النتائج والمشاركة السياسية وهذا يوسع النموذج المعرفي الاجتماعي الراهن للمنهجين السابقين من خلال التعرف على عوامل مثل الكفاءة الذاتية وتوقع النتائج كأنساق حاسمة، كما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على المشاركة السياسية ويتعدى مجرد زيادة المعرفة السياسية للأفراد وزيادة رأس المال الاجتماعي لتحفز العلاقات الحركية بين الكفاءة الذاتية وتوقع النتائج والمعرفة السياسية ورأس المال الاجتماعي على المشاركة.

6-11-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا في هذه الدراسة الأجنبية وجود أوجه للتشابه والاختلاف مع دراستنا الحالية نذكر منها ما يلي:

- **أوجه التشابه:**

- التقاطع معها في بعض المفاهيم مثل مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي إذ يعتبر في دراستنا أحد أهم مكونات الميديا الجديدة، ومفهوم المشاركة السياسية الذي بدوره في دراستنا يعتبر مؤشرا بالغ الأهمية في متغير المواضيع السياسية.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي حيث في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي القائم على التحليل، في حين أن هذه الدراسة السابقة اعتمد فريق البحث بها على المنهج الوصفي المسحي وقد وظفت الدراستين المنهج بأسلوب علمي من بداية صياغة الإشكالية إلى غاية مرحلة اوضع النتائج، كما يلتقي الدراستين في استخدام بعض الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات الميدانية مثل حساب التكرارات والنسب المئوية ومعاملات الارتباط والصدق والثبات والتوزيع الطبيعي والانحدارات المعيارية وغير ذلك.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ البحث الأصلي لدراستنا هو فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو مجموعة من المواطنين الأمريكيين المستدعون من طرف لجنة خاصة تسيرها وكالة الأبحاث المهنية عبر شبكة الإنترنت العالمية Qualtrics.
- الاختلاف في نوع العينة حيث في دراستنا استخدمنا العينة الحصصية النسبية وحجمها 274 أستاذ جامعي دائم من جامعة العربي التبسي تبسة بالجزائر، بينما قد اختار الباحثون في هذه الدراسة عينة بأسلوب عشوائي من قاعدة بيانات لمجموعات يمتلكون خصائص المجتمع الأمريكي أبدوا موافقتهم على الاتصال بهم عبر شبكة الإنترنت بمقابل تقديم حوافز لهم مثل برنامج المكافآت حيث في 2015 قدم فريق البحث 500 دعوة قابلها 309 ردا كاملا من المبحوثين.
- الاختلاف في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في دراستنا في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه، بينما في هذه الدراسة الأجنبية السابقة اعتمد الباحثون على توزيع دعوات في شكل مطبوع الكتروني للمبحوثين مباشرة بعد موافقتهم على المشاركة في البحث لتحقيق أهدافه
- الاختلاف في المدخل النظري للدراستين حيث وظفنا في دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمنا الاجراءات المنهجية وحددنا النتائج و قمنا بتفسيرها وتحليلها وفق الإطار النظري انظرية الاستخدامات والإشباعات، بينما وظفت فريق البحث في هذه الدراسة نظرية المعرفة الاجتماعية SCT لصاحبها بندورا من خلال نموذج تحليل المسار لتحقيق أهداف البحث.
- يختلف الدراستين في الهدف الرئيسي لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما هذه الدراسة قد سعت إلى تحديد الآليات التي من خلالها أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على مشاركة الأفراد السياسية من خلال ربط رأس المال الاجتماعي بالمعرفة السياسة بتوظيف أسلوب الكفاءة الذاتية وتوقع النتائج أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- التباين والاختلاف في تحديد مجالات الدراستين المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر، بينما المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة الأجنبية السابقة حددت بالفترة الممتدة 2015 إلى غاية 2020 بالولايات المتحدة الأمريكية.

6-12 الدراسة الثانية عشر:

وهي دراسة للباحث Evans Kimweri من المعهد الإفريقي للعلوم والتكنولوجيا نيلسون موندیلا منشورة بالمجلة الأمريكية للاتصال تحت عنوان : دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي بين الشباب في تنزانيا.

Role of Social Media in Shaping Political Opinion among Young Adults in Tanzania **(Kimweri, 2024)**

سعى من خلالها الباحث إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي بين الشباب في دولة تنزانيا من خلال عرض اشكالية ركز فيها على مدى الانتشار المتزايد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أوساط الشباب التنزاني وأثرها على عملية تكوين الرأي السياسي والمشاركة الديمقراطية، كما أنه رغم الدور الهام الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي إلا أنه هناك مخاوف متزايدة حول دورها في عملية الاستقطاب السياسي وفي وظيفة نشر المعلومات الخاطئة التي تصادف الشباب أثناء استخدامها والتعرض لمحتويات من غير قصد ودون إرادة، إضافة إلى ارتفاع مضامين السخرية السياسية المتنامية، لذلك فان فهم الآليات المحددة التي تؤثر من خلالها وسائل التواصل الاجتماعي على الآراء السياسية للشباب أمرا مهما لتطوير استراتيجيات التخفيف من آثارها السلبية وتعزيز الخطاب السياسي السليم، ولمعالجة هذه الإشكالية اتبع الباحث الخطوات المنهجية التالية:

فمن حيث المنهجية اعتمدت الدراسة على منهجية تصميم أبحاث الدراسة المكتبية (البيانات الثانوي) وهي من طرق المناهج الوصفية التي تهتم باستقراء الوثائق ومقارنتها بالحاضر لاستشراف المستقبل وعادة ما تعتمد على مهارة الباحث في فك وقراءة بيانات تلك الوثائق التي تمثل مجتمعا للبحث لاسيما في الدراسات الحكومية والمؤسساتية لذلك فمجتمع البحث في هذه الدراسة تشكل من مجموعة من الدراسات والتقارير المنشورة التي يسهل الوصول إلى بياناتها من خلال المجلات والمكتبات الالكترونية على الإنترنت، كما وظف الباحث أداة الملاحظة العلمية لبلوغ أهداف هذه الدراسة عبر كل مراحلها وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- رغم العدد الكبير من الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية بين الشباب إلا أنه هناك فجوات كبيرة في هذا المجال، فمن حيث المحتوى الذي تديره الخوارزميات كالمعتقدات الموجودة مسبقا وانتشار المعلومات المغلوطة نلاحظ اهمال للدور النفسي لأسباب تعرض المستخدمين لمثل تلك التأثيرات، ومن حيث تشكيل وسائل التواصل الاجتماعي أماكن للنقاش والنشاط السياسي فأن عملية اختلاف طبيعة التفاعلات عبرها حول المشاركة السياسية على

شبكة الإنترنت والآثار المترتبة كالسلوك السياسي تبقى في حاجة إلى الدراسة، كما أن دراسة العلاقة بين كثافة الاستخدام وزيادة الاستقطاب السياسي يتطلب التركيز على أثر محو الأمية على وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التخفيف منها.

- توجد فجوات سياقية متعلقة بالبيانات المتنوعة التي يتعرض لها الشباب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ففي الانتخابات نلاحظ تأثيراتها قصيرة المدى مع فهم محدود لحدوث تلك التأثيرات خارج فترة الانتخابات، كما أنه حول الاستقطاب السياسي لم تأخذ بعين الاعتبار تأثيرات المناخات السياسية المحلية أو القضايا الإقليمية التي لها تأثير على الآراء السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ومن الناحية الجغرافية لاحظ الباحث تركيز الجهات المعنية على إجراء دراسات في مناطق محدودة لاسيما في الغرب منها المناطق الحضرية والريفية ولم تجرى دراسات على بلدا أو قارة، لذلك فالحاجة إلى إجراء دراسات في مناطق جغرافية متنوعة مطلوبة لاسيما في البلدان النامية والدول التي لها أنظمة سياسية مختلفة لفهم قابلية تعميم النتائج ومعرفة حركات الأقاليم المتفردة التي قد تؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي وعلى عملية تكوين الآراء السياسية لدى الشباب.
- لوسائل التواصل الاجتماعي دورا عميقا ومتعدد في عملية تشكيل الرأي السياسي بين الشباب في تنزانيا فهي تؤثر على المعرفة السياسية والسلوك والمواقف، كما أنها مصدرا أساسي للمعلومات والأخبار السياسية وفضاء للحوار والمناقشة السياسية محفزا للمشاركة السياسية، كما أن انتشار المحتويات عبرها يعزز معتقدات الشباب المسبقة ويساهم في الاستقطاب السياسي وتعاظم انتشار المعلومات المغلوطة والمضللة، كما أن للمؤثرين عبرها دورا يزيد من فرص المشاركة السياسية وانعكاسات التحيز لجهة دون سواها دون مراعاة الدقة.
- وسائل التواصل الاجتماعي أدوات قوية لعملية التعبئة السياسية ورفع الوعي عند الشباب ولها القدرة على تعزيز الديمقراطية المعلوماتية والمواطنة الفعالة رغم التحديات التي تعترضها كمحو الأمية الرقمية.
- تعزيز التفكير النقدي وتكريس الشفافية والمسائلة في ممارسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومعالجة الفجوات المفاهيمية والجغرافية والسياقية تبقى أفاق للدراسات المستقبلية لفهم الدور الذي تؤديه تلك الوسائل لاسيما في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب في عصرنا الراهن ليكونوا عناصر إيجابية فعالة ونشطة لها تأثير يدعم الآراء والرؤى السياسية ويعزز عملية المشاركة السياسية في المجتمع التنزاني.

6-12-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا في هذه الدراسة الأجنبية وجود أوجه تشابه واختلاف مع دراستنا الحالية نذكر منها ما يلي:

- **أوجه التشابه:**

- التقاطع مع هذه الدراسة في بعض المفاهيم مثل مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي إذ يعتبر في دراستنا أحد أهم مكونات الميديا الجديدة، ومفهوم الرأي السياسي الذي بدوره في دراستنا يعتبر مؤشرا هاما من مؤشرات متغير المواضيع السياسية.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي حيث في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي القائم على التحليل، في حين أن هذه الدراسة السابقة اعتمدت على منهج الدراسات المكتبية (تحليل الوثائق) وقد وظفت الدراستين المنهج بأسلوب علمي من بداية صياغة الإشكالية إلى غاية مرحلة وضع النتائج، كما يلتقي الدراستين في استخدام بعض الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات الميدانية مثل حساب التكرارات والنسب المئوية وغيرها من الأساليب.
- التشابه في المدخل النظري للدراستين حيث وظفنا في دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمنا الاجراءات المنهجية وحددنا النتائج و قمنا بتفسيرها وتحليلها وفق إطارها، بينما أضاف الباحث نظرية وضع الأجندة ونظرية الهوية المعرفية الاجتماعية لدعم دراسته في جوانب محددة ولم يقتصر على نظرية الاستخدامات والإشباعات فقط لتحقيق أهداف البحث.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ البحث الأصلي لدراستنا هو فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو مجموعة من التقارير المنشورة والسجلات والدراسات التي يمكن الوصول إلى بياناتها عبر شبكة الإنترنت أو من خلال المؤسسات الحكومية.
- الاختلاف في نوع العينة حيث في دراستنا استخدمنا العينة الحصصية النسبية وحجمها 274 أستاذ جامعي من جامعة العربي التبسي تبسة بالجزائر، بينما قد اختار الباحث في هذه الدراسة عينة تصميم دراسات الأبحاث المكتبية بشكل قصدي متمثلة في تقارير وسجلات وكتب ومنشورات حكومية في منظمات معينة بتنزانيا.
- الاختلاف في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في دراستنا في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه، بينما في هذه الدراسة الأجنبية السابقة اعتمد الباحث على استقراء وتحليل المنشورات والتقارير والسجلات الحكومية لتحقيق أهداف الدراسة.

- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيسي لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما هذه الدراسة قد سعت إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية تشكيل الرأي السّياسي لدى الشباب التنزاني.
- التباين في تحديد المجالات المكانية والزمانية للدراستين، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر، بينما المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة الأجنبية السابقة حددت بالفترة الممتدة من 2023 إلى غاية جوان 2024 بدولة تنزانيا.

13-6 الدراسة الثالثة عشر:

جاءت هذه الدراسة الأجنبية بعنوان: الآثار السياسية لمنصات التواصل الاجتماعي على أنواع الأنظمة المختلفة للباحثين Guy Schleffer وBenjamin Miller وهي دراسة منشورة في مجلة تكساس الوطنية للأمن بالولايات المتحدة الأمريكية Texas National Security Review

The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types **(Schleffer & Benjamin, 2021)**

وقد سعت هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي لها والمتمثل في معرفة دور منصات التواصل الاجتماعي الأمريكية في تدهور الديمقراطيات الليبرالية وصعود الديمقراطيات غير الليبرالية والأنظمة الاستبدادية في العالم ومحاولة معرفة سبب التركيز الضيق للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وصعود الشعبوية وتأثيرها في أمريكا اللاتينية مثل استحقاقات 2016، وتأثيرها على الديمقراطيات وغير الديمقراطيات، وأيضا تأثيراتها المختلفة على العالم، و السعي إلى تفسيره بما يتيح لنا التعميم من خلال معرفة سبب الاختلاف في تأثير تلك المنصات المتفاوت، من أجل تقديم المساعدة لأصحاب السياسات للتنبؤ بما قد يقع في دول مماثلة لتفادي حدوث نفس الظاهرة بها مستقبلا. إذ يوجد تباين في درجة التأثير بين الدول الديمقراطية والاستبدادية قائم على المعارضة الداخلية والقوى الخارجية والنظام الحاكم وعلى كيفية استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي بها.

ولتحقيق هذا الهدف اتبع الباحث منهجية تتبع الأحداث عبر العالم من خلال قراءة شاملة لمختلف مضامين وسائل الإعلام ومراجعة منصات وسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة قوتها كآليات للتغيير والتحرر في بلدان متنوعة منها: البرازيل والولايات المتحدة الأمريكية والصين وروسيا وبلدان عربية كتونس ومصر وليبيا وسوريا وطبيعة الأنظمة السائدة بها سواء كانت ديمقراطية أو استبدادية، وقد وظف

الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة والملاحظة العلمية القائمة على التحليل والتفسير والاستقراء والمقارنة والتوقع حسب البيانات أثناء القيام بالدراسة، وقد خلصت الدراسة إلى:

- تأثير منصات التواصل الاجتماعي يعتمد بشكل كبير على ثلاثة فاعلين سياسيين هم المعارضة الداخلية والقوى الخارجية والنظام الحاكم ويتضح ذلك من خلال النموذج السببي التي توجد به الآثار الأربعة المختلفة لمنصات التواصل الاجتماعي وهي الضعف والتكيف والتطرف وزعزعة الاستقرار.
- هناك آثار متبادلة تمثل مزيجا مختلفا من قدرة الدولة الضعيفة مقابل القوية ونوع النظام الديمقراطي مقابل النظام الاستبدادي تعكس ضعف وسائل التواصل الاجتماعي على الأنظمة القوية الديمقراطية يقابله تأثيرا مكثفا على الأنظمة الاستبدادية القوية وتأثيرا راديكاليا على الأنظمة الديمقراطية الضعيفة يقابلة تأثيرا مزعزعا للاستقرار على الأنظمة الاستبدادية الضعيفة.
- تعتبر منصات الفيسبوك والماسنجر والواتساب والإنستغرام واليوتيوب أكثر المنصات انتشار، لا يوجد مقرها في الصين، وعلى الرغم من ايجابيات هذه المنصات الا أنها تشكل خطرا على الأنظمة السياسية حيث حسب هذه المنصات استبدلت البنى الاجتماعية القديمة للدول إلى بنى جديدة رقمية عالمية.
- كشفت منصات التواصل الاجتماعي خبايا الأنظمة السياسية وقضايا الفساد التي تشبث بها الحكام في الدول الاستبدادية كتونس ومصر وليبيا وسوريا لسنوات عديدة.
- رفعت منصات التواصل الاجتماعي وعي الشعوب في مختلف بلدان العالم وفي قيام الثورات مثل ثورة مولدوفا المدنية 2009 وهي أول ثورة على منصة الفيسبوك، ثورة إيران 2009 المسماة ثورة تويتر الأولى أو شبه الثورة الروسية 2011 والموجة الأولى للاضطرابات الاجتماعية العربية 2011 في تونس ومصر.
- استخدمت منصات التواصل الاجتماعي لدعم السياسيين الحاليين في البلدان ومساعدة القوى الاستبدادية الخارجية على نشر المعلومات المضللة وتعطيل التحول الديمقراطي للسلطات من خلال الانتخابات في بعض البلدان.
- لمنصات التواصل الاجتماعي قوة معرفية مستمدة من العدد الهائل للبيانات التي جمعتها عن البلدان والمستخدمين والأنظمة والسياسيون مثل شركة قوقل تستطيع استخدام البيانات الجانبية التي تجمعها حول ملفات تعريف المستخدمين وفق خصائصهم واهتماماتهم ومطابقة الإشهارات والإعلانات مع

الأفراد المستخدمين لتطبيقاتها، وبهذه القدرة المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي ازدادت هيمنة الأنظمة الاستبدادية للتحكم في شعوبها بطريقة أو بأخرى.

- يوجد اختلاف ظاهر في استخدام منصات التواصل الاجتماعي بين الأنظمة الاستبدادية والأنظمة الديمقراطية يتجلى في توظيفها من طرف الشعوب والأم في مختلف البلدان حول العالم مثل طبيعة استخدامها في الولايات المتحدة الأمريكية وفي روسيا أو الصين أو في البلدان العربية على اختلاف انظمتها والمظاهر التي خلفتها كالثورات الشعبية التحررية لتغيير الأنظمة.

6-13-1 علاقة هذه الدراسة بالدراسة الحالية:

لاحظنا في هذه الدراسة الأجنبية السابقة أوجه التشابه والاختلاف مع دراستنا وهي:

- **أوجه التشابه:**

- التشابه معها في بعض المفاهيم مثل مفهوم منصات وسائل التواصل الاجتماعي إذ يعتبر في دراستنا أحد أهم مكونات الميديا الجديدة، ومفهوم الأنظمة السياسية الذي بدوره في دراستنا يعتبر مؤشرا هاما من مؤشرات متغير المواضيع السياسية.
- تتفق الدراستين في استخدام المنهج الوصفي حيث وظفت الدراستين المنهج بأسلوب علمي من بداية صياغة الإشكالية إلى غاية مرحلة وضع النتائج، كما يلتقي الدراستين أيضا في استخدام بعض الأساليب الاحصائية لمعالجة البيانات المتحصل عليها.

- **أوجه الاختلاف:**

- الاختلاف في المدخل النظري للدراستين حيث وظفنا في دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباعات ووفقها صمنا الاجراءات المنهجية وحددنا النتائج و قمنا بتفسيرها وتحليلها وفق إطار النظرية، بينما الباحث في هذه الدراسة وظف نظرية تحليل الأنساق لتحقيق أهداف البحث المحددة.
- الاختلاف في تحديد مجتمع البحث إذ البحث الأصلي لدراستنا هو فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين في حين أن مجتمع البحث لهذه الدراسة السابقة هو مضامين منصات وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف البلدان الديمقراطية والاستبدادية كالولايات المتحدة الأمريكية وروسيا والصين والدول العربية كتونس ومصر وليبيا وسوريا.
- الاختلاف في نوع العينة حيث في دراستنا استخدمنا العينة الحصصية النسبية وحجمها 274 أستاذ جامعي من جامعة العربي التبسي تبسة بالجزائر، بينما قد اختار الباحث في هذه الدراسة عينة قصدية متمثلة في محتويات ومضامين ذات الصلة بالأنظمة في البلدان السالفة الذكر.

- الاختلاف في أدوات جمع البيانات والمعطيات المتمثلة في دراستنا في أداتي الملاحظة العلمية واستمارة استبيان قياس الاتجاه، بينما في هذه الدراسة الأجنبية السابقة اعتمد الباحث على استقراء وتحليل المضامين على منصات التواصل الاجتماعي لمجموعة من البلدان لتحقيق أهداف الدراسة.
- اختلاف الدراستين في الهدف الرئيسي لهما ففي درستنا أردنا معرفة اتجاه عينة الدراسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أما هذه الدراسة قد سعت إلى معرفة دور منصات وسائل التواصل الاجتماعي في الأنظمة السياسية الديمقراطية وغير الديمقراطية في مختلف بلدان العالم.
- التباين في تحديد المجالات المكانية والزمانية، إذ حددنا المجال الزماني والمكاني لدراستنا من الفترة الممتدة بين 2021 و2025 بجامعة العربي التبسي – تبسة بالجزائر، بينما المجالات الزمانية والمكانية في هذه الدراسة الأجنبية السابقة حددت بالفترة الممتدة من 2014 إلى جوان 2021 في الولايات المتحدة الأمريكية.

6-14 التعقيب على الدراسات السابقة والمشابهة:

أثناء فحص الدراسات السابقة والمشابهة في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية يجد الباحث نفسه أمام مدرستين؛ ترى الأولى أنه لابد من القيام بتحليل نقذي للدراسات السابقة والمشابهة بعد عملية ترتيبها وتصنيفها وفق أسلوب معين ووفق تقديم مختصر يوضح من خلاله الباحث مكانة بحثه منها، في حين أن المدرسة الثانية تهتم بتوظيف الدراسات السابقة والمشابهة في مراحل الدراسة القائمة؛ فمنها ما يعرض في مقدمة الدراسة ليبرز من خلالها الباحث ضرورة إجراء بحثه، ومنها كذلك من توضع في الإطار النظري للدراسة وكذلك منها من يستشهد بها أثناء عملية مناقشة النتائج وتفسيرها وكل ذلك من أجل تحقيق أكبر قدر من الاستفادة منها **(حسين، الأزهري، و خليل، 2021، صفحة 75)**

ومن خلال عرضنا للدراسات السابقة والمشابهة المحلية والعربية والأجنبية الخاصة بالدراسة الحالية فضلنا الاستفادة من المدرستين لإثرائها بشكل جيد حيث قمنا بترتيبها ترتيبا جغرافيا وزمنيا من سنة 2010 إلى غاية سنة 2024 أثناء تقديمها وعرضها، إذ لاحظنا أن أغلب الدراسات السابقة والمشابهة التي استندنا إليها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة وصفا مفصلا ودقيقا كما هي في الواقع كما لاحظنا تغلب المنهج الوصفي المستخدم في هذه الدراسات السابقة والمشابهة رغم تنوع مجالاتها الزمانية والمكانية وأهدافها الرئيسية، إضافة إلى أن أغلبها وظفت استمارة الاستبيان في عمليات جمع البيانات ومقاربات نظرية متنوعة منها الاستخدامات والإشباعات، ونظريات وضع الأجندة الإعلامية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والنظريات الاجتماعية والمعرفية لتحقيق أهدافها.

ومن حيث طبيعة المتغيرات في هذه الدراسات السابقة والمشابهة لاحظنا أنها متغيرات لها صلة بمتغيرات الدراسة الحالية: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة.

- **فمن حيث الدراسات السابقة والمشابهة المتعلقة بالاتجاهات وظفنا دراستين سابقتين هما:**

- دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين للباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود من كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط بالأردن.
- وكذلك دراسة وسائط الاتصال الجديدة ودورها في التغيير السياسي في الدول العربية، دراسة وصفية تحليلية لاتجاهات عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في عملية التغيير للباحث أحمد شريف بسام.
- دور الصحافة الالكترونية الكوردية في تشكيل الاتجاهات السياسية لأساتذة جامعة السليمانية – دراسة ميدانية للباحث عمر أحمد رمضان.

- **ومن حيث الدراسات السابقة والمشابهة المتعلقة بمتغير الميديا الجديدة:** كل الدراسات السابقة والمشابهة المحلية والعربية والأجنبية التي تم الاعتماد عليها تناولت متغير الميديا الجديدة بصفة كلية أو من خلال أحد مكوناتها كمنصات التواصل الاجتماعي ووسائط الإعلام الجديدة، والإعلام الجديد وغيرها.

- **أما من حيث الدراسات السابقة والمشابهة المتعلقة بمتغير المواضيع السياسية:**

فقد اعتمدنا على الدراسات السابقة التي تناولت المواضيع السياسية من خلال عرض أحد مؤشراتها أو أبعادها ومنها ما تعلق بالقضايا السياسية، المشاركة السياسية، التغيير السياسي، الاستخدامات السياسية للوسائط الجديدة، تشكيل الوعي السياسي، الآثار السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي، الرأي السياسي والتنشئة السياسية وكلها متغيرات لها صلة مباشر بمتغير المواضيع السياسية وقد اعتمدنا على جملة متغيرات هذه الدراسات السابقة في تحديد عبارات مقياس الاتجاه الخاص بالمواضيع السياسية لرانسيس ليكرت .

- **وقد ساعدتنا هذه الدراسات السابقة والمشابهة في ما يلي:**

- وضع دراستنا الحالية ضمن المنظور التاريخي بين الدراسات السابقة والمشابهة وكسب الثقة الكافية حول موضع بحثنا المتمثل في قياس اتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

- بناء وصياغة مشكلة الدراسة وتبرير أهميتها والمتمثلة في: ما طبيعة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة– دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة؟ وتحديد أسئلتها الفرعية.
- توضيح حدود ومجالات دراستنا المكانية والزمانية مع اكتساب أفكار عن متغيراها ومعلومات جديدة حولها وتحديد طبيعة العلاقة بينهم.
- اختيار المنهج المناسب لدراستنا والمتمثل في المنهج الوصفي المعتمد على التحليل والإجراءات المنهجية المناسبة لها من تحديد مجتمع البحث واختيار العينة وأدوات جمع البيانات والتي تجسدت في دراستنا في الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين (مجتمع البحث)، العينة الحصصية النسبية (عينة الدراسة) واستمارة استبيان لقياس الاتجاه والملاحظة (أداتي جمع البانات).
- صياغة أسئلة الدراسة الرئيسية والفرعية في ظل منظور الاستخدامات والإشباعات وتحديد المفاهيم وفقه.
- استخدام الأساليب الاحصائية المناسبة لدراستنا التي ثبتت قائدتها من خلال مراجعة الدراسات السابقة والمشابهة كاختبارات وطرق القياس والأدوات المناسبة والاستنتاجات وعقد المقارنات.
- من خلال مراجعة الدراسات السابقة والمشابهة تجنبنا التكرار غير المقيد في دراستنا وتأكدنا من إمكانية إجراءها في الفترة الزمنية المحددة لها (من 2021 إلى 2025).
- الاستناد إلى الدراسات السابقة والمشابهة أثناء عملية تفسير النتائج التي خلصت إليها دراستنا وفهمها وربطها بنتائج الباحثين الآخرين في نفس المجال.
- أتاحت لنا مراجعة الدراسات السابقة والمشابهة فرصة التعرف ولو عن بعد عن الباحثين الذين قاموا بإجراء أبحاثا ودراسات حول مجال بحث دراستنا الحالية، والاستفادة من تجاربهم وخبراتهم في مجال قياس الاتجاهات النفسية والاجتماعية والميديا والمواضيع السياسية.

ثانيا: المخل النظري للدراسة:

يرى الباحثون أن بحوث علوم الإعلام والاتصال الحديثة تتطلب الاستناد إلى مقترب نظري مناسبا يدعمها، يعزز من خلاله الباحث نتائج دراسته لتزداد دقة ووضوح؛ فالمقترب النظري تقع ضمنه مجموعة المفاهيم والمتغيرات وكذلك تتضح من خلاله الفروض والعلاقات ووفقه تطرح الأسئلة وتحدد الإجراءات المنهجية المختلفة لذا يجب على الباحث أن يجعله مرتكزا لدراسته منذ اختياره وضبطه للموضوع وتحديده إلى غاية تفسير النتائج حسبه إذا ما أراد الوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة وموضوعية، وفي هذه

الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة اعتمدنا على مدخل الاستخدامات والاشباعات كمقترب نظري يوجهنا نظريا ومنهجيا.

نظرية الاستخدامات والإشباعات

1– مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ارتبط مفهوم الاستخدامات والإشباعات في ميدان علوم الاعلام والاتصال بمفهوم البحوث التجريبة تحديدا في أربعينيات القرن العشرين في تجارب بول لازرسفيد وبيرلسون وستاتون P.Lazarsfield,Berlson,Statton وفي أعمال ريليز Rileys وماك كوبيMac Coby وفريدسون Freideson في الخمسينات وكذلك بحوث ولبرشرام Schramm وباركرParker ولايل Lyle في الستينات **(أبو أصبع، 2005، صفحة 33)**

ومن أهمية الاستخدامات والإشباعات في ميدان الاتصال أطلق عليه بعض الباحثون نموذج الاستخدامات والاشباعات والبعض الآخر مدخل الاستخدامات والإشباعات وكذلك منظور، فيما يرى بعض النقاد أن أسلوب الاستخدامات والإشباعات أقل من أن يكون نظرية قائمة بذاتها، وهو حسبهم يعبر عن أحد جوانب نظريات التأثير الانتقائي أعيدت صياغته بطرق فعالة، وهناك من يرى أن منظور الاستخدامات والإشباعات لم تظهر منه حتى الآن سوى القليل من القوائم التي تبحث عن الأسباب التي من خلالها نتعرف على اهتمامات الناس واختياراتهم للمضامين الإعلامية المتنوعة، ولا حتى قوائم الإشباعات التي وفقها يمكننا الجزم بأن الأفراد يكتسبونها من وراء اهتماماتهم بالمضامين الإعلامية التي يتابعونها من وسائل الإعلام، كما أنه حسبهم لا يضيف المنظور تفسيرا منظما وراء ذلك الاهتمام **(كافي، 2015، الصفحات 214–215)**

كما يقدم مدخل الاستخدامات والإشباعات جملة من الشواهد والمفاهيم التي تؤكد أن طريقة الجمهور المتعرض لوسائل الإعلام أقوى من الأبعاد والمؤشرات والتكوينات الاجتماعية والشخصية **(أبو أصبع، 2005، صفحة 33)**

ورغم كل ما أشار إليه الباحثون والنقاد حول عدم صرامة النظرية وجديتها مقارنة مع النظريات الآخرى، تبقى هناك نظرة مستقبلية في بحوث نظريات الاتصال الجماهيري تشمل وبقوة وبصورة جدية وكبيرة نظرية الاستخدامات والإشباعات، لاسيما لما حضت عليه من دعم بتطور تطبيقات وبرامج الحواسيب وما خلفته من تنوع في الاستخدام والاتصالات وهو ما أسهم في بروز نظرية الاستخدامات

والإشباعات إلى الواجهة من جديد متصدرة بذلك المسرح والمشهد العملياتي الاتصالي ومكونة بذلك منهجا نظريا قوي ومتطور لدراسة وسائل الاعلام والاتصال الحديثة كالوسائل الجماهرية والاتصالية **(الدليمي، 2018، صفحة 07)**

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات باستخدام الأفراد والجماعات للمحتويات الإعلامية بهدف اشباع حاجاتهم ورغباتهم الكامنة بداخلهم، حيث أنهم يحددون نوع وطبيعة المحتوى الإعلامي الذي يرغبون متابعته، وحسب النظرية فإن دور الوسائل الإعلامية الجماهرية والحديثة لا يتعدى تحقيق وتلبية رغبات وحاجات الجمهور المتلقي **(رشتي، 1987، صفحة 505)**

ومن حجم الجمهور المتعرض للمضامين الإعلامية الباحث عن اشباع رغباته الكامنة الخاضعة لدوافعه وحاجاته الفردية ينعكس للقارئ المفهوم الواسع لنظرية الاستخدامات والإشباعات، إذ أن هذه النظرية تاريخيا تعود إلى ارهاصات بحثية لمجموعة من الباحثين حيال محاولتهم صياغة قواعد تأطيرية نظرية توضح العلاقة القائمة بين الفرد ووسائل الإعلام حين يريد تلبية حاجاته ودوافع استخدامه لتلك الوسائل ومضامينها **(مرزوق، 2004، الصفحات 109-110)**

ومن خلال هذه الرؤية التفاؤلية القائمة للدور المهم الذي يؤديه الجهمور في العلاقة مع وسائل الإعلام والاتصال، اتجه الباحثون نحو تكثيف جهودهم البحثية إمبريقيا بهدف الوصول إلى حاجات ورغبات الجمهور المتلقي لوسائل الاعلام والاتصال وبتركيزهم على السؤال البديل للسؤال القائم آنذاك الذي مفاده ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ أي في فترة هيمنة وسطوة وسائل الإعلام على الجمهور المتلقي، والانتقال إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟ **(بلعليا، 2022، صفحة 96)**

ودرست نظرية الاستخدامات والإشباعات الاتصال الجماهيري وظيفيا بطريقة منتظمة خلال أربعينات القرن الماضي وبإدراك تأثير الفروقات الفردية ومستوى التباين الاجتماعي للأفراد على إدراك السلوكيات المرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيرية، ومنه بدأ ميلاد جديد للعلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجمهور ورؤيته على أنه عصر فعال في انتقاء المضامين الإعلامية المفضلة عكس ما كان سائد بأنه عنصر سلبي يتأثر مباشرة أثناء تعرضه لوسائل الإعلام دون مقاومة **(مكاوي و السيد، 1998، صفحة 239)**

إن المتمعن في جوهر نظرية الاستخدامات والإشباعات يدرك تماما أن النظرية بمثابة المرحلة الفارقة في تاريخ نظريات الإعلام والاتصال فمنها تغيرت الرؤية السائدة للجمهور السلبي لوسائل الإعلام آنذاك إلى مفهوم الجمهور النشط الذي يتميز بالايجابية وله القدرة على انتقاء رسائله بوعي وتفكير فائق، وفق دوافعه ومتطلباته ورغباته والبحث عن تحقيقها أي اشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام **(المفلح، 2015، صفحة 68)**

وقد صنف "مارك ليفي" الاستخدامات والاشباعات في دراسته حول مشاهدة التلفزيون إلى مجال التسلية، والرقابة وإعادة الاطمئنان، والتوجيه المعرفي والاستيعاب إضافة إلى التوجيه العاطفي، أما عربيا تمكن عبد الرحمان سعد من الوصول إلى إشباعات مثل التسلية والترويح عن النفس ومعرفة ما يحيط بالمتلقي محليا ودوليا واكتساب المعلومات والمعارف المختلفة **(عبيد، 2002، الصفحات 203-204)**

ومن خلال ما تم عرضه نستطيع القول أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعني استخدام الجمهور المتلقي لوسائل الاتصال الجماهيرية للبحث عن اشباع حاجاتهم من خلال المضامين الإعلامية التي يتم انتقاؤها ويتحكم في ذلك الانتقاء مجموعة من الفروقات الفردية المتباينة عند جمهور المتلقين.

وقد تضمن هذا المفهوم عناصر أساسية من نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي:

- **الاستخدام:** ويقصد به أن المتلقي هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية حيث يتلقى الرسائل الإعلامية بمحض إرادته التامة.
- **الفروقات الفردية:** وهي الاختلافات الموجودة بين الجمهور المتلقي وتأخذ عدة أشكال فقد تكون شخصية مثل النوع والسن والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والعلمي، أو قد تكون فروقا نزعة واتجاهات كالتوجهات السياسية أو الرياضية وهي تؤثر بصورة واضحة على المحتوى الإعلامي والوسيلة الإعلامية التي يفضلها المتلقي.
- **الإشباعات:** هي حاصل التلقي للرسالة الإعلامية وفق الحاجة والدافع، فالمتلقي يختار الوسيلة والرسالة حسب دوافعه وحاجاته منهما والسعي للوصول إبى اشباع تلك الحاجات وقد تكون حاجات جزئية (حاجات ناقصة) أو حاجات كلية (حاجات متحققة) لبت رغباته **(البشير، 2014، الصفحات 133-134)**

2- منطلقات نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يعتبر "أرنهايم" من رواد نظرية الاستخدامات والإشباعات الأوائل حيث حاول من خلال أبحاثه معرفة الوظائف النفسية عند ربات البيوت حين يتتبعن المسلسلات، وكذلك أبحاث "بيرلسون" حين وظف إضراب الصحفين وتوقفهم عن العمل بالمؤسسات الصحفية، في دراسة أراد منها التأكد من الدوافع التي تقف وراء جمهور القراء حين يفتقدون جرائدهم اليومية، وقد دعمت هذه الأبحاث وغيرها هذا الاتجاه الوظيفي بقوة في سبعينيات القرن العشرين وكانت جهودهم ترمي إلى معرفة رضا الجمهور المتلقي لتحديد العلاقة الارتباطية بين رغبات ودوافع المتلقين كالتسلية، الاخبار، التقصي، دعم الانتماء الوطني وتأكيد الهوية والمواطنة، الاندماج مع الآخر في المجتمع الواحد، الخبرات الفردية والتقرب من المحيط الخارجي

دون استخدام وسائل الاتصال، ثم الاهتمام بالمشاركة الفعالة للجمهور في تكوين معاني لها علاقة مع الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها، وبعدها تعقد مقارنات نفسية اجتماعية تبادلية مع حركة الثقافة العامة للبيئة التي ينتمي إليها ذلك الجمهور **(المشابقة، 2015، الصفحات 176-177)**

وتعني نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب رأي إلياهو كاتز وبلوملر حزمة الأصول النفسية والاجتماعية ومجموعة الحاجات التي تتولد عنها والتوقعات من الوسائل الجماهيرية أو مصادر أخرى تؤدي إلى تنوع في أنماط التعرض والتلقي لمضامين وسائل الإعلام والتي ينتج عنها اشباع الحاجات والرغبات ومجموعة من العوارض الجانبية التي في الغالب تكون غير مقصودة **(كافي، 2015، صفحة 215)**

3- التتبع التاريخي لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

حمل كتاب بعنوان "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه "إلياهو كاتز" و"جاي بلوملر" سنة 1974 "Elihu Katz et Jay Blumler" بطريقة كاملة لأول مرة نظرية الاستخدامات والإشباعات وكانت فكرته الرئيسية وضع تصور تام للوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام ومضامينها من جهة ودوافع المتعرض لها من جهة أخرى **(كافي، 2015، صفحة 214)**

إضافة إلى أن انفتاح العلوم الاجتماعية الوظيفية على الدراسات والبحوث الإثنوغرافية للجماهير المتلقية والمتابعة للمضامين الإعلامية وفق مدخل المنافع والإشباعات في سبعينيات القرن العشرين كان له الفضل في بلورة الإشكالية القائمة آنذاك "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام" والابتعاد عن نظريات التأثير والإقناع وتجاوز حقبة التأثير الغير مباشر والمحدود مثل دراسات وضع الأجندة الإعلامية **(ماتلار و ميشال، 2005، الصفحات 166-167)**

ففي بداية الأمر يرى الباحثون أن منشورات بول لازارسفيلد التي اهتمت بمدى قدرة الجمهور المتلقي للمضامين الإعلامية على الإنتقاء والفرز والإختيار التي أنجزت من طرف مجموعة من الباحثين أهمهم "هيرتا" و"هيرزج" Herta Herzog، ولف كاترين، كندل باتريستا وفيسك مرجوري Fiske Marjorie سنة 1944 تحت إشراف لازارسفيلد والصادرة في العقدين السادس والسابع من القرن العشرين والرامية إلى معرفة الإشباعات المحققة لدى الجمهور والرأي العام، وقد انتهت نتائج تلك الأبحاث إلى ضرورة إشباع الحاجات الوجدانية والعاطفية بشكل كبير ومنها تغيرت نظرة الكثير من الباحثين أمثال: دينيس ماكويل "Mcquail Denis"، إلياهو كاتز، وبلوملر جاي " Elihu Katz et Jay Blumler" وولبر شرام "Wilbur Schramm" وروزنغرين كارل إريك "Karl Erik Rosengren" من المعتقد السائد لعلاقة وسائل الاعلام والمتلقين "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور" إلى الرؤية الجديدة

"ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام" وإجراء البحوث وفق هذا التيار كان يدع إلى الربط بين المتعة وآثارها على الأفراد من خلال توظيف مؤشرات وقيم مختلفة كمية ونوعية تركز على الأبعاد المختلفة كالفهم والاهتمام والقبول ثم تخزين المعلومات والاحتفاظ بها، وهذه الرؤية منحت المتلقين فرصة التمعن والتفكير قبل التعرض للمحتويات الإعلامية واختيار ما يتوافق ورغباتهم الكامنة بداخلهم **(ميغري، 2022، صفحة 162)**

وفي ذات المرحلة وتحديدا في سنة 1945 قام الباحث "برناند بيرلسون" مستفيدا من توقف ثمانية جرائد عن الصدور لمدة خمسة عشر يوما حين قرر عمال توزيع تلك الصحف الإضراب والعزوف عن العمل بدراسة قدم فيها بيرلسون للقراء سؤالا عن ما يفتقدونه إثر غياب الصحف التي يقرؤونها، وكانت إجابتهم أن الجرائد بالنسبة لهم تؤدي أدوارا مهمة في حياتهم لاسيما في نقل المعلومات والأخبار والتنصل من واقعهم اليومي المعتاد **(المشابقة، 2014، الصفحات 87-89)**

وعقب ذلك بالتحديد في سنة 1959 نشر إلياهو كاتز ورقة بحثية عبر من خلالها عن موت دراسات الإقناع وانتهت فترة سطوة وهيمنة وسائل الإعلام على المتلقي وخلصت نتائج البحوث حينها إلى ضعف تلك الوسائل الإعلامية وقصور تأثيرها الإقناعي في المتلقين.

وقد ركزت البحوث في هذه المحطة الهامة التي مرت بها نظرية الاستخدامات الإشباعات على الوصف بالدرجة الأولى والإهتمام بتصنيف وترتيب ردود أفعال المتلقين في فئات لها معنى خاص آنذاك مثل بحوث: Berlsn سنة 1945 Lazarsfeld, Berelson and Gaudet سنة 1948 و Merton سنة 1949 Mcphee and Lazarsfiled سنة 1954، ثم "Katz and Lazarsfiled سنة 1955 وكانت هذه البحوث غير مترابطة وغير متماسكة بما فيه الكفاية لاسيما نظريا، بينما كانت في مجملها بحوث سلوكية توجهها المنهجي فرديا حسب ما أدلى به McQuail، ومشتركة في المنهج النوعي وهدفها جمع البيانات لإرضاء مجموعات محددة، دون غيرهم من المجموعات الذين خضعوا للدراسات الميدانية، كما أنها بحوث لا تربط بين الإشباعات المرصودة ومع الأصول النفسية والاجتماعية لها، كما أنها بحوث لم تنجح في الربط بين مختلف العمليات الإعلامية الكمية والنظرية والتي كان بمقدورها معرفة التوليفة الغير ظاهرة للإشباعات المرتبطة بالمضامين الإعلامية آنذاك **(الدليمي، 2018، صفحة 14)**

أما في سنة 1961 خلص Schramm, Lyle and Parker إلى أن الأطفال يتأثرون بالتلفاز حسب القدرة العقلية لكل فرد وحسب علاقاتهم الاجتماعية، في حين أن Katez and Foulkes سنة 1962 اعتقدا أن الوسائل الإعلامية بمثابة محطة هروب للمتلقي، أما Klapper سنة 1963 أكد على

وجوب تحليل العواقب الناتجة عن الاستخدامات والتركيز تصنيفها، بينما ذهب Mendelsohn سنة 1964 إلى تحديد وضبط الوظائف الأساسية للإصغاء للراديو مثل الشعور بالرتابة والملل والعزلة والمرافقة وأيضا الوصول إلى المعلومات والتوجه نحو المشاركة الاجتماعية والتفاعل مع المواقف والأحداث، وسنة 1966 اتجه Gerson إلى التركيز على الطوائف والأعراق والأجناس ومدى تلأثيرها على الإستخدام لدى المراهقين حيال تتبع المضامين الإعلامية لاسيما في استقاء المعلومات **(الدليمي، 2018، صفحة 16)**

وكانت هذه الفترة مرحلة لوضع المتلقي في مكانه الفعلي كعنصر نشط لاسيما من خلال دراسات كلابر عوضا من أن يعتبر عنصرا غير فعال وغير نشط وهو ما دفع الباحثين إلى التوجه نحو الثورة المعرفية في حقل الاتصال مثل ماركيدلي وجبيقر ونيوهاجن.

في حين يعتبر عام 1974 الذي حدد فيه كل من كاتز وبلومر وقورفيتش " Katez, Blumer an Gorvitech" في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري أن مدخل المنافع والإشباع يرتكز على الجوانب النفسة والإجتماعية للأفراد لمعرفة توقعاتهم واحتياجاتهم من وسائل الاتصال الجماهيرية ومن المصادر الممكنة ويبقى المتلقي هو العنصر الحاسم في عملية التأثير مهما كانت قوة تأثير الوسيلة الإعلامية المستخدمة **(الحاج، 2020، صفحة 97)**

وكانت هذه نقلة نوعية في بحوث الإعلام والاتصال وبات التركيز على الرسالة والمتلقي وجهة الباحثين المقصودة **(قسايسية، 2012، صفحة 87)**

4- الأهداف الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

لمدخل الاستخدامات والإشباعات مجموعة كبيرة من الأهداف والغايات الرئيسية ومنها:

- البحث عن كيفية استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية في ظل الجمهور النشط الذي له القدرة على انتقاء واختيار الوسيلة والمضمون الإعلامي حتى يشبع رغباته وتلبي حاجاته وتوقعاته.
- معرفة دوافع التلقي والتعرض للوسيلة الإعلامية المختارة وشرح التفاعل الذي ينتج من جراء التعرض للمضامين الإعلامية المنتقاة لدى الأفراد.
- فهم عملية الاتصال الجماهيري من خلال التركيز على نتائج استخدام الوسائل الاعلامية لاسيما منها الثقيلة.

وقد اقترنت هذه الأهداف الثلاث حسب رؤية الباحث " آلان روبن" بمدخل التحليل الوظيفي لاسيما من خلال تحقيق نوع السلوك للجماهير المتلقية **(مكاوي و السيد، 1998، صفحة 242)**

حيث تعتبر علاقة الفرد ببيئته الاجتماعية هي البناء والتركيب الكلي ويمثل الفرد وحدة التحليل، بينما تعتبر عملية ملاحظة سلوك المتلقين عند استخدامهم للوسائل الإعلامية هي النشاط، ونتائج نمط السلوك للفرد هي الوظائف الناتجة عن علاقة الفرد مع الوسائل الإعلامية والرسائل المختارة التي تهمهم، وقد سعت نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق أهداف فرعية كمعرفة العلاقات التبادلية بين أنماط التعرض ودوافع الاستخدام والإشباعات المحققة من التعرض والاستخدام، ومعرفة ما مدى تأثير المتغيرات العارضة والمتدخلة على علاقات التعرض والاستخدام والإشباع **(خورشيد، 2014، صفحة 147)**

5- التطور المرحلي لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرى الباحثون أن نظرية الاستخدامات والإشباعات مرت بمجموعة من المراحل والمحطات الهامة منذ ظهورها حتى تطورها وبلورتها وهي:

5-1 فترة الوصف " مرحلة الظهور والطفولة":

امتدت هذه الفترة خلال أربعينات وخمسينات القرن العشرين وقد ركزت الدراسات خلالها على تقديم وصفي لمقاصد وتوجهات الأفراد والجماعات الفرعية للجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية وانتقاء واختيار المضامين المختلفة، أي ركزت هذه الفترة على وصف المتلقي واختياره للمضامين من وسائل الإعلام المختلفة.

5-2 الفترة التطبيقية "مرحلة ما قبل البلوغ والتفسير":

وكانت هذه الفترة خلال العقد السادس من القرن العشرين وفيها توجه الباحثون نحو الميادين الدراسية بهدف معرفة التكوينات النفسية والاجتماعية التي تقف وراء استخدام نوع معين من وسائل الاتصال الجماهيرية وخلصت نتائج هذه المرحلة إلى أن المتلقين يستخدمون تلك الوسائل لإشباع حاجات ورغبات كامنة لديهم.

5-3 الفترة التفسيرية " مرحلة الرشد والبلوغ":

وامتدت هذه الفترة من سبعينات القرن العشرين إلى عصرنا الحالي وقد اهتمت بالتركيز على نوع الاشباعات المحققة الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام وفيها حددت قوائم الاستخدامات ونوع الاشباعات المحققة منها **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، الصفحات 298-299)**

كما قسمت بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى بحوث كلاسيكية وأجريت خلال أربعينيات القرن العشرين بمكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية، بمدينة نيويورك واهتمت بمعرفة الأسباب والدوافع الكامنة وراء التمتع بمتابعة برامج المسابقات مثل دراسات بول لازارسفيلد وستانتون سنة 1944

وكان هدفها كشف أسباب الاعجاب بالمضامين المختارة من وسائل الاتصال الجماهيرية المتعرض لها، وكذلك البحوث الحديثة والتي ابتعدت عن بحوث التأثير وذلك خلال العقد السادس والعقد السابع من القرن العشرين واهتمت باختيارات الأفراد وانتقائية الجمهور المتلقي للوسائل والمضامين الاعلامية وكذلك معرفة سلوكياتهم وأفعالهم واستجاباتهم منها **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، صفحة 299)**

6- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على فرض رئيسي مفاده أن اشباع حاجات الفرد يتوقف على مدى التعرض لوسيلة اتصال جماهيرية محددة في سياقها الاجتماعي الذي تستخدم فيه، فأحيانا نفضل الإنصات بمفردنا للمذياع أو نفضل مشاهدة التلفزيون مع أفراد العائلة أو نقرأ الصحيفة تارة ونطالع منشور معين أو كتاب تارة أخرى **(أبو أصبع، 2005، صفحة 114)**

وقد حدد إلياهو كاتز وزملاؤه خمسة عناصر تعبر عن مدخل نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي:

1-6 إن الجمهور المتلقي عنصر فعال ومستهدف إذ يعتبر جزءا هاما من عملية استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، ويمكن تفسير استخدامه بالاستجابة للحاجة التي يشعر بها، ويتوقع أن يحصل على شكل من أشكال إرضاء حاجته كالحاجة إلى الترفيه والتسلية أو الاستمتاع بقضاء وقته أو الخلود إلى الراحة والاسترخاء.

2-6 يرتبط اشباع حاجات المتلقي بتفضيل الوسيلة الإعلامية التي تناسبه ويخضع ذلك إلى ذاته، فمدخل الاستخدامات والإشباعات يؤكد على أن وسائل الاتصال الجماهيرية تسد حاجات الأفراد وليس التأثير عليهم فقط، فالمدخل يضع التنظير تحت قيود قوية للتأثير المباشر للمحتويات الإعلامية على السلوك والمواقف والاتجاهات **(كافي، 2015، صفحة 215)**

3-6 هناك منافسة قائمة بين وسائل الإعلام ومجموعة من المصادر هدفها اشباع حاجات الجمهور المستخدم، وتعتبر الحاجات التي تركز عليها وسائل الاتصال الجماهيرية جزء من حاجات المستخدم وتتباين بشكل مناسب درجة تحقيق اشباع الحاجات من تلك الوسائل الإعلامية، لذلك لابد أن نضع في الحسبان بروز بدائل ومصادر وظيفية قد تلبي رغبات الفرد وحاجاته بطرق مختلفة عوض وسائل الإعلام مثل: القيام بزيارات وسهرات عائلية ، الحوار مع الغير، اللعب والمرح...

4-6 إن البيانات التي تحقق الأهداف الكبرى من استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية تستمد وتستنتج من معلومات الأفراد المستخدمين أنفسهم، لأن الجمهور المتلقي له وعيا ذاتيا كبيرا وله القدرة

وبكفاءة ويستطيع تسجيل دوافعه واهتماماته والتعبير عنها إذا بحثوا عنها منهجيا بأسلوب بسيط أو حتى ملاحظة سلوكه من خلال الأعمال الميدانية.

5-6 يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على توجهات الجمهور المتلقي ويعمل على استكشافها ومعرفتها من خلال ذواتهم، ولا يكتفي بإصدار أحكام قيمة بالغة الأهمية تخص الثقافة الاتصالية الجماهيرية مثل العمل على تشكيل الوعي الكافي لدى الجمهور المتلقي أو التأثير على أنماط الثقافة الجماهيرية **(أبو أصبع، 2005، صفحة 115)**

ويمكن اختصار فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات في العناصر التالية:

- جمهور المتلقين جمهور نشط وفعال يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيرية استخداما موجها ومقصودا يحقق رغباتهم وتوقعاتهم منها، فهم فعالون ومشاركون في العملية الاتصالية الجماهيرية.
- لأعضاء جمهور المتلقين المقدرة على تعيين حاجاتهم والمقدرة على اختيار الوسيلة الإعلامية التي تشبعها وفق فروقاتهم الفردية وتنوع حاجاتهم وتعددها، ووفق عوامل تفاعلهم الاجتماعي.
- تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباعات على أن جمهور المتلقي هو من ينتقي المحتويات الإعلامية التي تشبع حاجاته من خلال استخدامه للوسيلة الإعلامية التي تناسبه فهو من يستخدم الوسيلة وليس العكس.
- هناك منافسة مستمرة بين وسائل الإعلام ومجموعة من المصادر الأخرى تعمل على اشباع حاجات الأفراد كالمؤسسات التعليمية والأسرة وهي تؤثر على العلاقة القائمة بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية.
- عادات وأنماط استخدام أعضاء الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية تدل على جملة المعايير الثقافية السائدة لديهم، ولا يستدل عليها من الرسائل والمضامين الإعلامية فقط **(Alhaj, 2020, p. 94)**

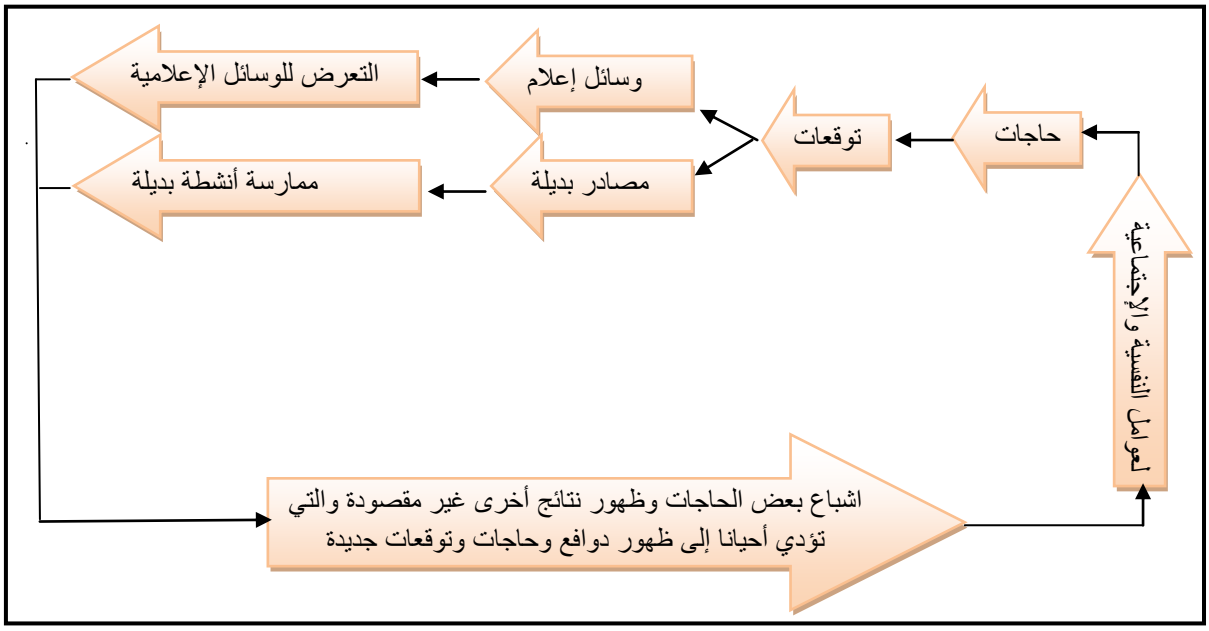
7- أبرز نماذج نظرية الاستخدامات والإشباعات:

عرف مدخل الاستخدامات والإشباعات مجموعة من النماذج الإرشادية المفسرة لعمله اهتم أصحابها بالتركيز على جوانب مختلفة ومن أبرز تلك النماذج نذكر:

7-1 نموذج إلياهو كاتز ورفقائه Elihu Katz and all1974 للاستخدامات والإشباعات :

ركز على المواقف الاجتماعية للأفراد والتي من خلالها تقوم العلاقة بين الحاجات والإشباعات وبين وسائل الاتصال الجماهيرية، فالموقف الاجتماعي حسب هذا النموذج بإمكانه أن يحدث صراعا

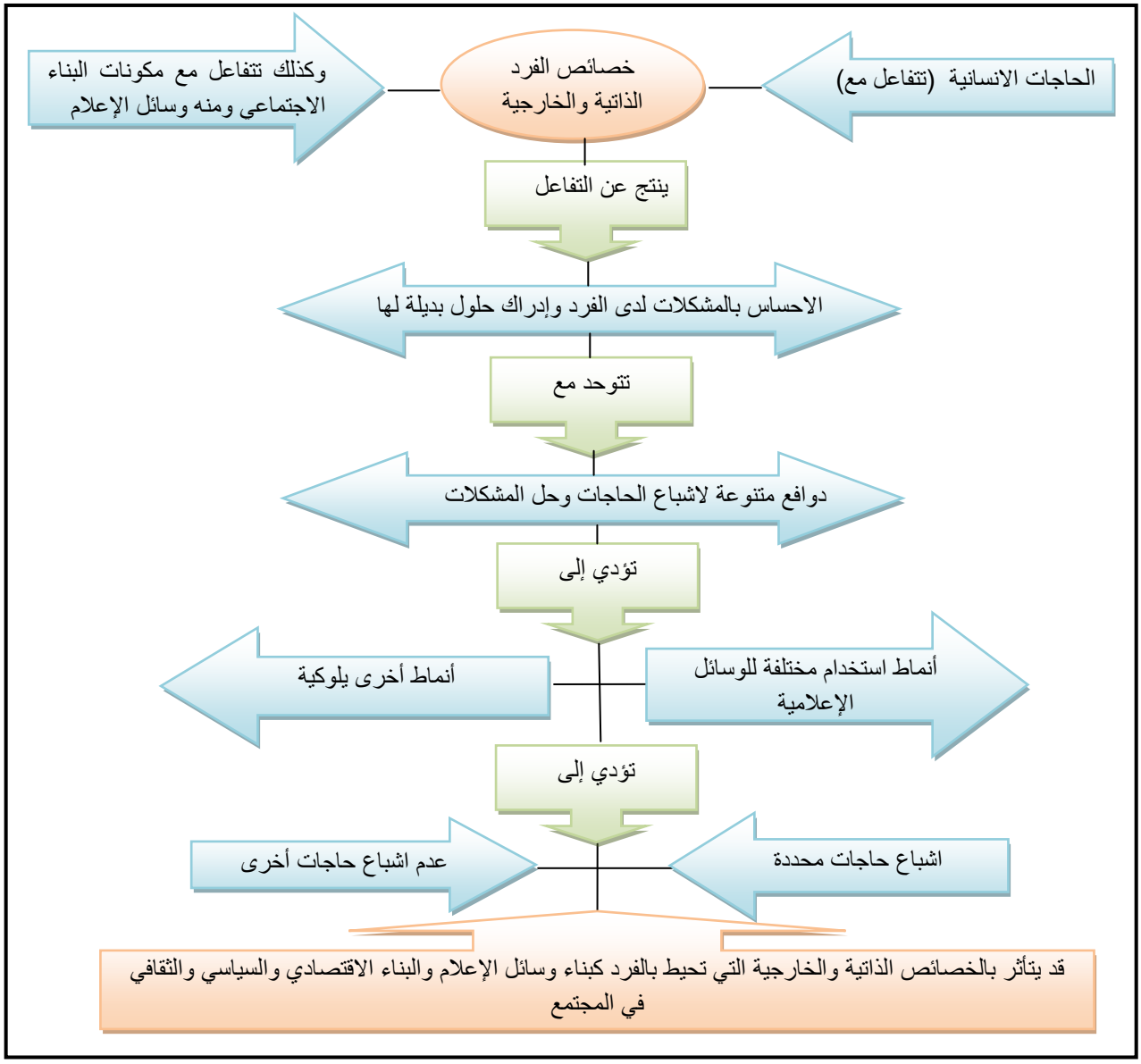
وتوترا يضغط على الفرد مما يوجهه إلى استخدام الوسائل الإعلامية بحثا عن ما يشبع حاجاته **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، صفحة 301)**



شكل رقم (01): يوضح نموذج إلياهو كاتز للاستخدامات والإشباعات

2-7 نموذج روزينجرين Rosengren k.e1974 للاستخدامات والإشباعات:

يرى روزينجرين أن الحاجات التي تقع في رأس هرم سلم ماصلو للحاجات كالقبول وتحقيق الذات لها علاقة قوية مع نموذج الاستخدامات والإشباعات حيث يعرض هذا النموذج العوامل التي يتشكل منها مدخل الاستخدامات والإشباعات بداية من تولد الحاجات البيولوجية والبسيكولوجية والسوسيولوجية عند الأفراد ثم تتفاعل تلك الحاجات مع السمات الفردية والبيئة المحيطة بالأفراد والتي تنتج من خلالها مجموعة متنوعة من المشكلات الفردية ووفقها تتولد جملة من الدوافع التي تسعى لحل تلك المشكلات وإشباع حاجات الأفراد ويكون ذلك من خلال التعرض للوسائل الإعلامية أو من خلال مصادر بديلة تحقق رغباتهم **(عبد الحميد، 2004، صفحة 285)**



شكل رقم (02): يوضح نموذج روزينجرين للاستخدامات والإشباعات

3-7 نموذج بالمجرين وروبن 1982 Palmgreen and Rubin للاستخدامات والإشباعات:

ويسمى هذا النموذج بتوقع الفائدة حيث يربط بين استخدام الوسائل الإعلامية المختارة والإشباعات التي يتوقعها الفرد منها وفي نهاية المطاف تجرى مقارنة بين جملة الإشباعات المحققة والغير محققة فعليا، وقد حدد هذا النموذج ثلاث مستويات لفاعلية وإيجابية نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي:

- مستوى الانتقاء: يقوم الفرد بالعمليات الانتقائية قبل أن يختار الوسيلة الإعلامية ومضامينها.
- مستوى الاستغراق: ويقصد به المدة الزمنية المستغرقة أثناء التعرض للوسيلة الإعلامية.

- مستوى الإيجابية: وتأتي بعد عملية التعرض للوسيلة الإعلامية وتظهر وتبرز في شكل حوارات أو نقاشات حول الرسالة مع أفراد آخرين مثلا الشعور بتحصيل معلومات كافية للمناقشة بعد التعرض للرسالة الإعلامية من الوسيلة المختارة سواء كانت راديو أو صحيفة أو تلفزيون **(الدليمي، 2016، صفحة 258)**

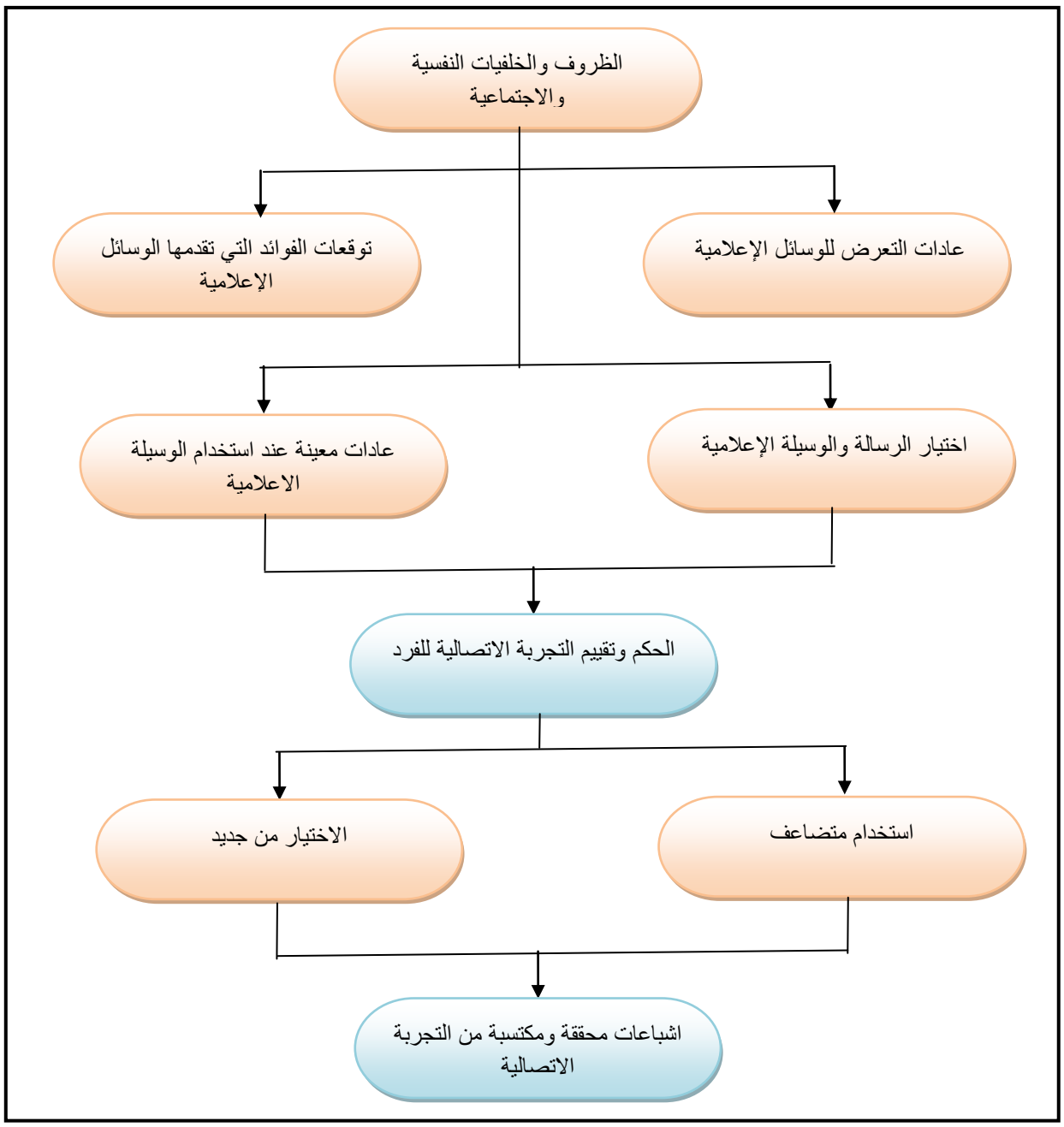
4-7 نموذج ويندال Windhal1986 :

يختبر هذا النموذج أعضاء الجمهور النشط والفعال حيث يهتم بالعلاقة القائمة بين استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية والتأثيرات ومحاولة الربط بينهما وحسب النموذج فإن اتخاذ القرار لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية تكون نتيجة لمجموعة من المراحل وهي:

- حاصل التفاعل الذاتي والخارجي لعلاقات الفرد لاسيما منها الاحتياجات والاهتمامات.
- وضع توقعات وإلزامية إدراك محتوى الرسالة الإعلامية قبل التعرض لها.
- اتخاذ قرار حول استخدام الوسيلة الإعلامية يكون من خلال المفاضلة بينها بين مصادر أخرى تشغل أوقات فراغ الفرد المتلقي **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، صفحة 302)**

5-7 نموذج ماكويل MaQuail :

وضع هذا النموذج شكلا متطور لنموذج إلياهو كاتز يركز فيه على علاقات التجارب الفردية والتنشئة الاجتماعية ومجموعة التوقعات المسبقة لدى الفرد واستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية حيث وضع ماكويل صيغته الشهيرة للظروف الشخصية والخلفيات النفسية والاجتماعية تأثيرا بالغ الأهمية على أنماط وعادات تعرض الفرد للوسائل الإعلامية وعلى توقعاته ومعتقداته حول الإشباعات والعائد الذي تمنحه وسائل الاتصال الجماهيرية للفرد، وهذا ما يدفعه إلى تحديد اختياراته وعاداته نحوها حتى يصل إلى مرحلة تقييم التجربة الاتصالية الخاصة به وحسب النتيجة التي تحصل عليها صاحب التجربة يزداد أو لا يزداد استخدام الوسائل الاتصالية الجماهيرية، كما يمكن للفرد أن يطبق نتائج تجربته الاتصالية في مجالات أخرى متنوعة **(مؤمن و عبد اللطيف، 2016، الصفحات 29-30)**



الشكل رقم (03): يوضح نموذج ماكويل للاستخدامات والإشباعات

8- العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

8-1 جمهور وسائل الإعلام جمهورا نشط:

اعتبرت الدراسات الأولى لعلوم الإعلام والاتصال المتلقي عنصرا سلبيا لا يمنكه إلا أن يتأثر بقوة الرسائل الإعلامية تماما مثل تعرضه لرصاصة قاتلة لا تترك له متسع من الوقت للنجاة وسرعان ما تغيرت هذه الرؤية الكلاسيكية لوسائل الإعلام والجمهور المتعرض لها مع ظهور مدخل الاستخدامات والإشباعات حيث ظهر مفهوم الجمهور النشط والفعال الذي يختار الوسيلة الإعلامية التي تلبي رغباته

وينتقي الرسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وأصبح له المقدرة على الانتقاء النسبي وتوقع العائد من اختيار الوسيلة وحجم المكافأة التي يتحصل عليها أثناء تعرضه لها ويحسب ذلك من خلال قياس قدر الحاجات المشبعة فعليا لدى الفرد مع حجم الجهد الذمبذول للحصول على تلك الإشباعات **(المزاهرة، 2012، صفحة 189)**

وحسب هوويت Howitt فالجمهور يختار وينتقي الرسائل الإعلامية وفق اهتمامه ووفق ذوقه، وبهذه الرؤية أعضاء جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي لا سلبي مشارك وفعال ويمتاز بالنشاط ويتصف بالعناد ويمتلك المقدرة على القيام بالأعمال والأفعال كما يكتسب مناعة قوية ضد تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية، فهو يقوم بعملية الاختيار ويتخذ قراراته المتعلقة بالتعرض للوسيلة وبفهم مضمون الرسالة عبر ثلاث مستويات أولها الانتقائية حيث جل اختياراته غير احتمالية مركزة على الوسيلة والمحتوى والمعرفة والإدراك الذاتي، ثم مستوى المنفعة والفائدة حتى يلبي رغباته ويشبعها، أما المستوى الثالث فهو متعلق بمدى الاستغراق والإنشعال فالمتلقي عنده وعي كبير بالعلاقة بين الوسائل الإعلامية ومضامينها وبينه، لذلك نجده يستغرق في التعرض ويتفاعل وجدانيا مع هذه العملية قبل التعرض وأثناء التعرض وبعد التعرض **(جابر، 2015، صفحة 99)**

أما الدراسات الحديثة ذهبت إلى أن الجمهور ليس نشيط في انتقاء الوسيلة والرسالة فقط بل له القدرة على تفسير المضامين التي يتعرض إليها وفق إطاره الدلالي الثقافي والاجتماعي **(أمين، 2007، صفحة 37)**

إن الجمهور النشيط الايجابي الغير سلبي يعتبر نقطة تحولا في تاريخ نظريات الاتصال الجماهيري ويعتبر ميلاد لدراسات إعلامية بتوجه حديث تركز على الانتقائية والانشغال في التعرض والاستغراق والمنفعة المحققة فضلا على اكتساب هذا الجمهور المناعة ضد تأثيرا الرسائل الإعلامية **(روكيتش و ديفلر، 1992، صفحة 266)**

8-2 الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية:

أثبتت الدراسات أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية يتصف بحضوره ونشاطه وتفاعله اجتماعيا مع البيئة التي ينتمي إليها، حيثث يتولد لديه من خلال ذلك التفاعل مجموعة من الرغبات والحاجات تعمل وسائل الإعلام على تلبيتها واشباعها بصفة جزئية أو بصفة كلية، ويستطيع الفرد كذلك أن يشبع ما تبقى من حاجاته من خلال مصادر أخرى، فهذه السمة الاجتماعية للجمهور تؤثر على سلوكه وتوجهه الاتصالي نحو وسائل الإعلام، كما تؤثر على وعيه وإدراكه نحو تفسير الرسائل الإعلامية التي يتلقاها وفق إطاره الاجتماعي والثقافي **(أمين، 2007، صفحة 39)**

وقد حضت العوامل الاجتماعية والنفسية باهتمام كبير حيث أكدت الدراسات أن لها أثر بالغ الأهمية على الدوافع والإشباعات ذات الصلة بوسائل الاتصال الجماهيري وتوظيفها من أجل معرفة دورها لاسيما حيال تكوين الاتجاهات والرغبات والحاجات ومعرفة الدوافع التي تقف وراء استخدام تلك الوسائل وعادات وأنماط التعرض لمحتوياتها المتنوعة **(صلاح محمد، 2011، صفحة 69)**

كما ركز الباحثون على الإشباعات بأنواعها المحققة والمتوقعة في ظل تأثير العوامل النفسية والاجتماعية وخلصوا إلى أن عملية الانتقاء تمثل الأصول النفسية للإشباعات بحكم أن الفرد يختار وينتقي الوسيلة والمضمون الإعلامي الذي يتعرض إليه، فالعوامل النفسية تدفع الفرد إلى التعرض لوسيلة معينة يختارها ويستخدمها، وفي المقابل فإن الأصول الاجتماعية يرى الباحثون أن الجمهور المتلقي يتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في ظل جماعاتهم المرجعية المنتظمة التي تعيش في بيئة ثقافية ومشتركة وليس كما ساد في البحوث الأولى بأنهم منعزلون تماما، لذلك فإن حاجات الفرد من وسائل الإعلام تتكون من حضوره وتفاعله مع بيئته الخارجية الاجتماعية التي بدورها تمنحه مناعة ضد تأثير مضامين وسائل الإعلام **(آل سعود، 2010، الصفحات 113-114)**

وعليه فإن الأصول النفسية والاجتماعية تؤثر على دوافع وأنماط استخدام الوسائل الإعلامية وتؤثر على الاشباعات المحققة وغير المحقة من التعرض للمضامين الإعلامية ونود الإشارة أن كل هذا التفاعل والمشاركة يكون ضمن سياق اجتماعي يجمع بين المتلقي واستخدام الوسيلة **(المفسري، 2013، صفحة 76)**

وقد حدد الباحثون الأصول الاجتماعية بالتكامل الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي والأصول المعرفية ومنها الأصول النفسية كالحاجة إلى النشاط وحالة الفرد المزاجية وتنقسم إلى التعويض الاجتماعي وفيه إضاعة الوقت والتعود والفرار والرفقة الاجتماعية إضافة إلى الحالة المزاجية ومنها اكتساب معلومات جديدة، الاستثارة، اللهو واللعب، والاستجمام والاسترخاء، وأخيرا تاتي الدوافع التأثيرية والعاطفية كالدوافع المعرفية ومنها تحديد الهوية والدوافع العاطفية ومنها البحث عن تخفيض الخوف والتوتر أو الدفاع عن النفس **(شقير، 2023، الصفحات 118-119)**

8-3 توقعات أعضاء الجمهور النشط من وسائل الاتصال الجماهيرية:

لقد اهتم الباحثون في مجال الاستخدامات والإشباعات بمفهوم التوقع لدى الجمهور من وسائل الاتصال الجماهيرية حيث ارتبط هذا المفهوم بمجموعة من المفاهيم الرئيسية المكونة لنظرية الاستخدامات والاشباعات، حيث حدد التوقع من خلال هذه النظرية بمجمل احتمالات الرضاء التي يحيلها الجمهور

المتلقي إلى أفعال وسلوكات مختارة وقد أكد هذه الرؤية الباحثين "بيكر وماك لويد" ، أما كاتز وبيرلسون فيرون أن التوقعات هي بمثابة مطلب الجمهور المتلقي من الوسائل الاتصالية الجماهيرية في حالة تعرض الأفراد إلى وسائل الاتصال الجماهيرية، وتكون التوقعات ناتجة عن دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية المرتبطة بدورها بالعوامل النفسية والاجتماعية أي الأصول النفسية والاجتماعية للفرد، كما تعتبر التوقعات السبب الرئيسي للتعرض لتلك الوسائل أو مصادر أخرى تلبيه **(مكاوي و السيد، 1998، صفحة 248)**

فالفرد أثناء تعرضه للوسائل الإعلامية يتوقع أن يحصل منها على إشباع حاجاته حيث ترتكز توقعاته على جملة الأصول النفسية والاجتماعية له، وفيما يخص مفهوم التوقع لدى الفرد فهو ذو علاقة ارتباطية بسمات وخصائص وسائل الاتصال الجماهيرية ومضامينها ومدى القيمة الممكنة للإشباعات المحتلمة الكامنة المتواجدة بالرسالة الاعلامية والمفترض أن تلبي للفرد أحد المفاهيم الأساسية التي ترتكز عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات وتعتبر منطلقا لها، فالتوقع في هذه النظرية مبني على الأصول النفسية والاجتماعية وعليه فسلوك الفرد حيال وسائل الاتصال الجماهيرية هو حصيلة عامل التوقع Expectancy من موضوع معين وعامل التقييمEvaluation أي تقدير الخصائص المعينة للمضمون وحسب ويندال Windhel فالمنتج الأخير لاستخدام محتوى الاتصال هو تتابع التأثير وتراكمه **(الكناني، 2012، الصفحات 205-206)**

وحسب إلياهو كاتز فالتوقع هو الاشباع الذي يبحث عنه الفرد المتعرض للوسيلة الاعلامية فهو يختار بإرادته الوسيلة والرسالة التي تلبي لهم القيمة التي يتوقعونها، تماما مثل ما تشير إليه نظرية القيمة المتوقعة أثناء محاولة فهم تأثير دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية **(شقير، 2023، صفحة 121)**

8-4 دوافع تعرض أعضاء الجمهور لوسائل الإعلام وحاجاته منها:

اختلف الباحثون في دراسة دوافع تعرض أعضاء الجمهور النشط لوسائل الاعلام فمنهم من يرى الدوافع عبارة عن حالات كامنة داخلية من السهل إدراكها واستيعابها مباشرة من أعضاء الجمهور المتلقي، ومنهم من ينظر إلى الدوافع نظرة مغايرة ولا يمكن إدراكها واستيعابها إلا بطريقة غير مباشرة لاسيما من خلال أنواع ردود الأفعال والسلوكيات وطرق التفكير، ويوجد أيضا من يجزم على استحالة الوصول إلى الدوافع إلا من خلال قرار الجمهور بنموذج واضح له معنى، فالدوافع بالنسبة لهم قد تنتج عن اللاوعي الخاص بالصراعات الغير نهائية، كما يوجد باحثون يرون أن سلوك الفرد يرتبط بالتعود غالبا أو اللامعقول، فالدوافع حسب رأيهم ترتبط بالأطر المرجعية والتفسيرية المبنية على جملة الخبرات التي يكتسبها أعضاء الجمهور المتعرض لوسائل الاعلام ويقسمونها إلى دوافع منفعية ذات فائدة ترمي إلى

معرفة الذات والحصول على المعرفة، والدوافع الطقوسية وتستهدف غالبا الاسترخاء وعلاقات الصداقة وتمضية الوقت واللعب واللهو **(مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 245-246)**

وقد استطاع الباحثون تحديد وظائف الدوافع الرئيسية والمتمثلة في إزاحة السلوك وتحريكه من حالة الثبات والاستقرار المبدئي بهدف اشباع جزء من الحاجات الرئيسية للفرد ومن ثم توجيه سلوكه إلى وجهة محددة مختارة دون غيرها، إضافة إلى الحفاظ على دوام تحريك السلوك في ظل وجود الرغبة والحاجة لدى الفرد مثل الحاجة إلى المعرفة، والحاجة إلى العاطفة، والرغبة في تحقيق الاندماج الذاتي، ثم الحاجة إلى تعزيز التفاعل الاجتماعي والتخلص من الخوف والتوتر، فضلا على وظيفة التسلية والترفيه والاسترخاء وتمضية الوقت المرح، وتقوية روابط العلاقات بين الأفراد وتكوين الشخصية والهوية مع معرفة الواقع أو تدعيم القيم والمبادئ وتأكيده، وكذلك الحصول على المعلومات وحتى مراقبة الطبيعة والبيئة الخارجية، والفرار والهروب من الواقع أحيانا **(عبيد، 2002، الصفحات 306-309)**

ومما سبق نستطيع القول أنه توجد علاقة وطيدة بين دوافع التعرض وعمليات اشباع الحاجات وتلبيتها مع توقعات سلوك الأفراد التي يقومون بها حيال اشباع وتلبة رغباتهم وحاجاتهم، فإشباع الحاجة ينطلق من الدافع الكامن داخل الفرد والذي يوصله إلى طريق السلوك الذي يشبع حاجته، وهناك فروق بين الدوافع والحاجات فهذه الأخيرة تعبر عن كل ما يريده الفرد وهو بحاجة إليه وقد تكون الحاجة مادية أو عضوية، بينما تعبر الدوافع عن حالة مبدئية مؤقتة يقف خلفها جزءا من التوتر أو القلق النفسي وحتى الجسمي، تتكون من عوامل الاستثارة من حاجة محددة تكون موجهة لتحقيق غاية معينة حتى بلوغها، وقد فصل ابراهام ماصلو في تقسيم الحاجات وترتيبها وفق سلمه الشهير إلى الحاجات الثانوية والحاجات الأساسية، وعربيا صنفت الباحثة منال هلال المزاهرة الدوافع إلى دوافع كامنة خارجية اجتماعية جماعية وأخرى داخلية فردية **(المزاهرة، 2012، الصفحات 196-197)**

8-5 التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية:

هنالك علاقة ارتباط قوية بين تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية وبين البحث عن اشباع حاجات معينة مختلفة، ويرى القائمون على نظرية الاستخدامات والاشباعات أن زيادة تعرض أعضاء الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية تعبر وتدل بصفة كبيرة على نشاطه وتفاعله ومقدرته على اختيار الوسيلة الإعلامية وانتقاء المحتويات والمضامين التي تلبي رغباته وتشبع حاجاته، كما خلصت بعض الدراسات إلى أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية يتغير ويتطور باستمرار مع تسارع تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة كأجهزة الفيديو والفضائيات الجديدة وكذلك الوسائط التفاعلية التي

تجذب الجمهور وتدفعه إلى المزيد من التعرض بوعي كبير وتزيد من تنظيم الوسيلة المختارة خاصة وأن جلها مثل القنوات المدفوعة عبر الإنترنت بحاجة إلى إنفاق المال باستمرار للوصول إلى المضامين وإلى خدماتها، عكس الجمهور الذي يتعرض لقناة محددة وواحدة لا تتيح له فرصة للاختيار أو الانتقاء ولا نستطيع القول أن تعرضهم لهذه القناة يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، صفحة 310)**

8-6 إشباعات وسائل الاتصال الجماهيرية:

يستخدم الأفراد وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف الوصول إلى نتائج مرغوبة تتوافق مع توقعاتهم منها، وتلك النتائج تلبي رغباتهم وحاجاتهم ويطلق عليها الإشباعات وهي حسب أراء أصحاب نظرية الاستخدامات والإشباعات تختلف من حيث الوضوح والحجم والنوع من متلقي إلى آخر ومن وسيلة لأخرى وقد تم تصنيف إشباعات وسائل الاتصال الجماهيرية إلى قسمين أساسيين هما:

8-6-1 الإشباعات المطلوبة والمرغوبة Gratification Sought:

وهي التي يبحث عنها أعضاء الجمهور المتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية ويكون تحقيقها باستمرارية التلقي والتعرض للرسائل والمحتويات الإعلامية من الوسائل المختارة وهي لا تتحقق كلها بالضرورة.

8-6-2 الإشباعات المكتسبة أو المحققة Gratification Obtained:

ويتحصل عليها الأفراد وتتحقق لهم من خلال تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرية وتنحصر في القيمة والفائدة والمنفعة الموجودة بالمضمون الإعلامي وما تتمتع به الوسيلة المختارة من خصلئص وسمات تحقق إشباعا فعليا حقيقيا لحاجات الجماهير ودوافعهم **(مؤمن و عبد اللطيف، 2016، الصفحات 52-56)**

وتنقسم الإشباعات المكتسبة إلى إشباعات المحتوى Content Gratification: ويتحصل عليها المستخدم من محتوى الرسالة الإعلامية التي تحقق أهدافه مثل فهم أحوال الفرد والمجتمع واكتساب المعرفة وتعزيزها والتعلم واكتساب الخبرات والتفوق على المواقف الصعبة وهي صنفين: إشباعات توجيهية وأخرى اجتماعية وتنقسم هذه الأخيرة إلى اشباعات اجتماعية إقناعية وأخرى هزلية، ثم نجد الإشباعات العملية الاتصالية Process Gratification وتكون نتيجة اختيار الوسيلة الاعلامية والاتصال بها والانغماس فيها للتخلص من القلق والتوتر والضغوطات والشعور بالإثارة، ومحاكاة ثقافة الغير، وتقليل العزلة الاجتماعية من خلال الوسيلة المختارة وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية كالشعور بالسعادة والمتعة والاسترخاء وبعث الحيوية من جديد والتقليل من الشعور بالقلق والتوتر، وهنالك الإشباعات الشبه

اجتماعية وهي بديلة ومكملة للإشباعات الاجتماعية مثل استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتقليل الشعور بالعزلة والضيق والملل والتحرر العاطفي وتقمص أدوار الشخصيات أحيانا **(مكاوي و السيد، 1998، صفحة 249)**

إضافة إلى ما سبق تعمل وسائل الاعلام على تلبية وتحقيق وظائف رئيسية تعزز اتجاهات الفرد الشخصية وتؤثر على سلوكه، حيث يرى إلياهو كاتز أن أبرز الوظائف التي تحققها وسائل الاتصال الجماهرية كوظيفة الفائدة والمنفعة، وظيفة الدفاع عن الذات، الانسجام والتكيف، وظيفة التعبير عن القيم والمبادئ، الوظيفة المعرفية **(المزاهرة، 2012، الصفحات 176-177)**

9- أهم الانتقادات المقدمة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

- رغم أن أصحاب مدخل الاستخدامات والإشباعات بذلوا ما بوسعهم من أجل تطويره وتحسينه، إلا أن نظريتهم تعرضت لجملة من الانتقادات حيث قدم ستانفورد Stanford سنة 1983 بعض مكامن القصور فيها كاحتوائها على تعريفات عملية محيرة، وغياب الترابط مع الوحدات الداخلية لنموذجها الهيكلي، إضافة إلى القصور الواضح في منح تفسيرا نظريا للنظرية المطروحة، فالمناقشات والحوارات حسب ستانفورد لا علاقة لها بالمرجعيات والخلفيات والثوابت والحقائق النظرية المطروحة.
- النظرية حسب بعض الباحثين تعتبر أسلوبا ذكيا لتحليل الجانب النفسي والاجتماعي للجمهور، لكن ورغم ذلك تبقى كل العوامل المادية والحتمية مؤثرة وراسخة، فالفردية في اختيار وسائل الاتصال الجماهيرية من أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات إضافة إلى أن إنتقاد انطلاق توقعات استخدام أعضاء الجمهور المتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية من النزوع والميل الذاتي الفردي ومن العوامل البيئة المحيطة به، فضلا على انتقاد أهداف الجمهور المتفاعل المحددة وتأثر سلوكه بمضامين وسائل الإعلام **(الدليمي، 2018، الصفحات 27-28)**
- نظرية الاستخدامات والإشباعات تقدم مفاهيم مرنة كالوظيفة والهدف والدوافع والإشباع ومن الصعب ضبطها وتحديدها وهذا ما يؤثر على نتائج الدراسات المتحصل عليها أثناء تطبيق النظرية، إضافة إلى أن للفرد حاجات متعددة تتراوح بين النفسية والفيزيولوجية والاجتماعية، كما أن أهمية تلك الحاجات متفاوتة من فرد لآخر وهو ما يؤدي إلى التنوع في التعرض لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية.
- ليست كل استخدامات الفرد لوسائل الاتصال الجماهيرية متعمدة ومقصودة وهادفة، كما أن الرسالة الاتصالية في نظرية الاستخدامات والإشباعات قد تحقق وظائف مجموعة من الأفراد وتلحق الخلل

ببعض الوظائف لبعض الأفراد عكس المنظور الفردي للوظائف عند استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية حسب رؤية النظرية **(كافي، 2015، صفحة 217)**

- ليس كل سلوك اتصالي لدى الفرد يقف ورائه دافعا وحافزا فقد يكون سلوك الفردي معتاد وهذا ما يؤكد فكرة المبالغة في رؤية الجمهور النشط الايجابي الذي يستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية لإشباع حاجاته وتحقيق أهدافه، وقد سادت فكرة عدم قبول مفهوم الجمهور المتفاعل خارج الوليات المتحدة الأمريكية فمثلا يرى Cooper في سنة 1997 أن الباحثون اليابانيون نظرتهم محدودة لتأثير الإعلام على الفرد الواحد لأن هذه الدراسات تعزز السلوك الموجود عند الفرد سابقا ولا تكون سلوكا جديدا لديه **(الدليمي، 2018، صفحة 28)**
- هناك غموضا حول تطبيق النظرية لا سيما في قياس مدة الاستخدام، فهل يقاس بالوقت الذي يقضونه الأفراد أمام وسائل الاتصال الجماهيرية والتعرض لها، وهل تعبر كثافة التعرض على حجم الدوافع وقوته؟ أم هناك تأثير لعامل الانتباه أثناء تلقي الرسالة؟ وهذا ما يتطلب عزلا كليا لكل العوامل التي قد تؤثر على كثافة التعرض.
- قدم الباحثون انتقادات حول طبيعة المضامين والمحتويات التي ترتب حولها أسئلة للجماهير حين يتابعون وسائل الاتصال الجماهيرية فهل هي مضامين يتابعونها آنيا أم قد تمت متابعتها منذ فترة معينة **(عدلي العبد و عاطف العبد، 2011، صفحة 315)**
- وهناك من يرى أنه من الناحية المنهجية نستطيع طرح سؤال كيف يمكننا الفصل بين نموذج الاستخدامات والإشباعات ونموذج استدعاء المعلومات وطلبها؟ إضافة إلى أنه في بعض الدراسات لا نستطيع إدراك طبيعة اكتساب الإشباعات وتحقيقها إلا من خلال فهم استدعاء المعلومات وطلبها وفهم سلوك الأفراد حينما يريدون الحصول عليها من أجل إشباع وتلبية حاجات جزئية معينة **(المفسري، 2013، صفحة 76)**
- تطرح نظرية الاستخدامات والإشباعات تصميما جد معقد من الناحية التطبيقية لاسيما من ناحية قياس متغير الاستخدام، والتركيز على المستوى الفردي فقط **(المفلح، 2015، صفحة 131)**

- يرى المنتقدين أن مدخل الاستخدامات والإشباعات من المداخل التي تبقي على قيام الأنظمة السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة والعمل على دعمها حينما يدعي أن الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام سيجدون بعض الإشباعات المرجوة منها ومن أبرز الدراسات في المجال السياسي دراسة التيلفزيون في السياسة لبولمر ماكويل **(مارك، ستيفاني، و بريان، 2017، صفحة 100)**

- ومنهم من يرى أن المدخل لا يرتقي إلى أن يكون نظرية قائمة بذاتها، بل هو عبارة عن تجميع لأجزاء بعض نظريات التأثير الانتقائي ولا يمكن أن نعتبره منهجا متكاملا مستقلا بذاته **(الطيب، 2014، صفحة 150)**
- يرى بعض الباحثون أنه لم تحدد قائمة نهائية للحاجات والإشباعات وأن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعبر عن انطباعات خاصة بالجمهور المستخدم لوسائل الاتصال الجماهيرية وهي انطباعات غير دقيقة مرتبطة بفترات زمنية وأوقات تعرض معينة، وقد لقت هذه الرؤية دعما من بعض الباحثين الذين يرون أن النظرية غير صالحة للتعميم نظرا لاختلاف الثقافات واختلاف الأفراد ويصعب ربط النظرية بالأبنية الاجتماعية الكبرى في المجتمعات مما قد يحدث خلطا بين وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية وبعض مؤسسات المجتمع الأخرى **(Alhaj، 2020، الصفحات 103-104)**

10- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بموضوع الدراسة:

تعبر النظرية في البحوث والدراسات الإنسانية عن مجموعة من الرؤى التي تسعى إلى تفسير الأحداث والوقائع العلمية أو التخمينية أو البحث في المواضيع القائمة والمبنية على العلاقة بين الباحث وموضوع معين أو بين العلة والسبب أيضا، وتضم النظرية طائفة من التعريفات والمفاهيم والفروض التي تعطي للباحث رؤية شاملة ومنظمة حول الظاهرة التي يتتبعها لاسيما عن طريق ضبط العلاقات المتباينة بين متغيراتها وكل ذلك من أجل وصفها أو تفسيرها أو التحكم بها والتنبؤ بما ستؤول إليه مستقبلا والبحث عن تطويرها **(الدليمي، 2016، الصفحات 08-09)**

وتظهر أهمية النظرية في البحوث والدراسات الإنسانية في البحث العلمي من خلال العودة إليها في كل مراحله؛ فهي كالبوصلة توجه الباحث وترشده إلى تحديد الفرضيات أو صياغة التساؤلات التي تتناسب وموضوع البحث، كما تساعده على ضبط مفاهيم الدراسة وتمكنه أيضا من اختيار الأدوات البحثية التي يوظفها في الميدان البحثي، ومن خلال ما سبق نستطيع القول أن النظرية تضع تصورا كليا لدى الباحث حول التعامل مع الظاهرة المدروسة، وفي هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة وظفنا نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها المدخل الأنسب لمثل هذه الدراسات حيث تهتم هذه الأخيرة بكيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، ونوعية الحاجات والدوافع التي تجعله يختار الوسيلة الإعلامية ومنها ينتقي المضامين والمحتويات التي يتعرض إليها حتى يلبي رغباته وتوقعاته منها، كما تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى معرفة

طبيعة الإشباعات المكتسبة والمحققة لدى الجمهور جراء التعرض للمضامين والمحتويات والوسيلة، وبفضل نظرية الاستخدامات والإشباعات عرف حقل الإعلام والاتصال نقلة نوعية وتحولا كبيرا من النظرة القائمة على الاهتمام بدراسة قوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية ودراسات الرسالة الإعلامية الاقناعية إلى نظرة جديدة تهتم وتركز على عنصر الجمهور النشط المتفاعل الذي يختار الوسيلة وينتقي الرسالة وفقا لدوافعه ورغباته وحاجاته، والسعي إلى تفسير وظائفه في العملية الاتصالية مع وسائل الاتصال الجماهيرية.

ولاختبار نتائج هذا المدخل من خلال هذه الدراسة أسقطنا العناصر الأساسية المكونة للنظرية على متطلبات العصر الحالي ومتغيراته حيث استبدلنا وسائل الاتصال الجماهيرية بالميديا الجديدة بمختلف اشكالها وأخترنا فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين كفئة تمثل الجمهور النشط المتفاعل الذي يستخدم الميديا الجديدة وذلك نظرا لما يتوفرون عليه من سمات وخصائص تؤهلهم دون غيرهم من فئات المجتمع الجزائري فهم الصفوة والنخبه المثقفة في المجتمع الجزائري، وأردنا من خلال استخدامهم هذا قياس اتجاهاتهم نحو المواضيع السياسية بصفة عامة، ويعتبر الأساتذة الجامعيين حسب مفهوم الجمهور النشط في مدخل الاستخدامات والإشباعات أكثر الفئات الاجتماعية نشاطا وحركة وتفاعلا، حيث يكتسبون فعالية عالية وقوة دافعة في المجتمع خاصة في تتبعهم للمواضيع السياسية من خلال استخدامهم مختلف أشكال الميديا الجديدة، مما يؤهلهم إلى تعليم الغير وإرشادهم بتحليل المواقف والأحداث والوقائع السياسية وبالتالي يصبحون مصادر للمعرفة ومسؤولين على توجيه أفراد المجتمع وتنمية قدراتهم السياسية وتشجيعهم على النقاش والحوار الهادف، ومن خلال هذه الرؤية وظفنا هذه النظرية لتفسير سلوك واتجاهات هذه الفئة والسعي إلى فهمه ومعرفة عادات وأنماط استخدامهم للميديا الجديدة نحو المواضيع السياسية، ومحاولة استكشاف دوافعهم والحاجات المتوقعة لديهم من ذلك الاستخدام ومن ثم معرفة الإشباعات المحققة والمكتسبة لديهم لاسيما وأن أشكال الميديا الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي أضحت تستقطع فترات زمنية كبيرة يستغرقها الفرد أثناء استخدامها، لذا فهي أحد أهم البدائل المتاحة للجمهور في المجتمع تشبع حاجاته وتلبي رغباته وتحقق توقعاته بأقل فاقد جهد وتكلفة ووقت.

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة

يتبع الباحث مجموعة من الخطوات التي تساعده في تنفيذه دراستة البحثية وتجسيدها على أرض الواقع، لذا ينبغي عليه قبل اختيار تصميمها البحثي أن يفهم المبادئ الرئيسية لطبيعة المنهج العلمي الذي

يعتمده وكيفية تطبيق وإسقاط تلك المبادئ على مشكلة الدراسة، وعليه أيضا أن يتفادى الوقوع في المشكلات المتنوعة والمختلفة التي تصادفه وذلك بتوظيف إمكانياته ومهاراته البحثية، كما يجب عليه أن يعي أن اتخاذ القرارات ذات العلاقة بموضوع بحثه مرهون بمدى التوفيق بين المتطلبات الدقيقة للمنهج العلمي وللظروف الحقيقية والواقعية المرتبطة بمجال بحثه، ولهذا لابد عليه في عملية تصميم بحثه أن يراعي عملية ترجمة النموذج العلمي لبحثه إلى خطوات وإجراءات منهجية تتناسب وقدراته البحثية ومع الأهداف الرئيسية للدراسة **(أبو شنب، 2009، صفحة 114)**

وعليه سنعرض الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة –دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة كما يلي:

أولا :تحديد المجالات المكانية والزمانية الدراسة:

1- تحديد المجال الزّمني:

1-1 تحديد المجال الزمني للإطار المنهجي للدراسة:

حدد المجال الزمني للإطار المنهجي لهذه الدراسة مباشرة بعد مرحلة اختيار موضوع الدراسة والموافقة عليه من طرف الهيئات العلمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي- تبسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من نهاية شهر أفريل 2021 إلى غاية نهاية شهر ديسمبر 2022 وفي هذه المرحلة قمنا ببناء المشكلة البحثية وصياغتها وكل ما يليها من إجراءات منهجية، وقد قدرت المدة الزمنية المخصصة للإطار المنجي للدراسة ب ثمانية أشهر (08)

2-1 تحديد المجال الزمني للإطار النظري للدراسة:

حدد المجال الزمني للإطار النظري لهذه الدراسة بالفترة الزمنية الممتدة من بداية شهر ماي 2022 إلى غاية شهر ماي 2023 وخلالها قمنا بجمع رصيدا معتبرا من المصادر والمراجع المتعلقة بموضوع هذه الدراسة ومنها أعددنا بطاقات القراءة والتوثيق، لذلك نحن نعتبر هذه الفترة من الدراسة فترة مهمة جدا استغرقت سنة كاملة مقسمة بين عملية جمع المادة العلمية وكتابة فصول هذه الأطروحة.

3-1 تحديد المجال الزمني للإطار التطبيقي للدراسة:

حدد المجال الزمني للإطار التطبيقي لهذه الدراسة بالفترة الزمنية الممتدة من بداية شهر جوان 2023 إلى غاية شهر جوان 2024 بداية من القيام بدواسة استطلاعية لميدان الدراسة ومعرفة خصائص مجتمع البحث بدقة وضبط عينة الدراسة ثم أعددنا استمارة استبان قياس الاتجاه وإخضاعها إلى عملية التحكيم

من خلال عرضها على مجموعة من الأساتذة والخبراء ومن ثم توزيعها على المبحوثين بداية من يوم 10 جانفي 2023 حيث استمرت هذه العملية (التوزيع والجمع) إلى غاية 20 فيفري 2023 ثم قمنا بتفريغ الاستمارات والمقدرة ب 274 استمارة ومن ثم معالجتها إحصائيا، لننتقل بعدها إلى مرحلة قراءة المعطيات المتحصل عليها بالكيفية المناسبة (بالتعليق والتحليل والتفسير والاستنتاج) لتنتهي هذه الفترة من الدراسة والتي تصل إلى سنة كاملة في شهر جوان 2024.

2-تحديد المجال المكاني للدراسة:

تشير الحدود المكانية للدراسة في البحث العلمي إلى النطاق الجغرافي أو المكاني المحدد لإجراء الدراسة كما حيث لابد على الباحث أن يظهر حدود دراسته بشكل دقيق في عنوان موضوع بحثه الرئيسي أو الفرعي ويستوجب عليه التفصيل فيها وشرحها في هذا الجزء المخصص لضبط حدود الدراسة **(عمار بوحوش وآخرون، 2019، صفحة 64)**

وفي هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة –دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة تعتبر جامعة العربي التبسي المكان المحدد لإجراء الدراسة.

ويعود أصل تسمية جامعة العربي التبسي –تبسة إلى الشهيد الشيخ العربي التبسي واسمه الكامل العربي بن بلقاسم بن مبارك التبسي من مواليد (1895 م) وينحدر من أسرة محافظة بمنطقة "السطح" شرق الجزائر، حفظ القرآن الكريم وسافر إلى كل من تونس ومصر وتعلم أصول التجويد والعلوم الشرعية وعاد إلى الجزائر ليشارك في تخليص أبناء جلدته من الجهل متنقلا من بلد ولاية إلى أخرى الأمر الذي أقلق المستعمر الفرنسي ليتم اختطافه سنة 1957 من منزله بالعاصمة على يد منظمة الجيش السري ليعذب ويستشهد يوم 17 أفريل 1957، وقد تأسست جامعة العربي التبسي– تبسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-08 الصادر يوم 04 جانفي 2009 بعده أعلن عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة بعد المرور بمحطات عديدة كانت أولها مع بداية سنة 1985 السنة التي أسست فيها وزارة العليم العالي المعاهد الوطنية للتعليم العالي بأرض الوطن في تخصصات متعددة نذكر منها علوم الأرض والهندسة المدنية والمناجم، لتمر بعد ذلك بالمحطة الثانية والتي كانت مع سنة 1992 وفيها أنشأ المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 92 /297 الصادر بتاريخ 27 سبتمبر 1992 بالمجلة الرسمية الجزائرية، لتتضافر جهود القائمين عليها إلى أن وصلت المرحلة الحاسمة في تاريخ الجامعة حيث في يوم 12 أكتوبر 2008 وفي حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2009/2008 ومن جامعة

تلمسان، أعلن عن ترقية المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي- تبسة إلى مصف جامعة، لتعرف بعدها جامعة الشيخ العربي التبسي مجموعة من التغيرات العديدة لاسيما على مستوى الهيكلين التنظيمي والعلمي، واتجهت إلى العمل على رفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة بها، وحاليا في سنة 2024 تضم جامعة العربي التبسي معهدين و06 كليات سنعرضها في الجدول الأتي :**(الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة تبسة، 2024)**

جدول رقم (01): يوضح أسماء المعاهد والكليات بجامعة العربي التبسي-تبسة

الرقم	الكلية والمعهد
01	كلية الآداب واللغات
02	كلية العلوم والتكنولوجيا
03	كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
04	كلية الحقوق والعلوم السياسية
05	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
06	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
07	معهد المناجم
08	معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

ثانيا: تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة

1- تحديد مجتمع بحث الدراسة:

إن المقصود بمجتمع البحث أو مجتمع الدراسة مجموعة العناصر أو الوحدات أو الأفراد التي من خلالها يستطيع الباحث القيام بدراسته وكل من يقع في حدود مجتمع البحث يعتبر ضمنيا أحد مكوناته، كما أن مجتمع البحث وحدة كلية محددة الملامح والخصائص تساعد الباحث على إجراء الدراسة وتمكنه من تعميم نتائجها كلما حددت ملامحها بدقة. **(محمد و وجدي، 2019، صفحة 103)**

وعندما يقوم الباحث باختيار مجتمع البحث الذي سيجري عليه الدراسة عليه أن يراعي طبيعة الوحدات أو المصادر التي يريد أن يجمع منها معطيات ومعلومات الدراسة وعليه حصر خصائصها والمكان المتواجدة به وكذلك مرعاة إمكانية الوصول إليها ليسحب منها عينة الدراسة التي تناسب موضوع بحثه، وفي هذه الدراسة الرامية إلى التعرف على اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة العربي التبسي- تبسة حددنا مجتمع البحث بكل أساتذة جامعة العربي التبسي بتبسة الدائمين في مناصبهم باختلاف رتبهم وصفاتهم والذين بلغ عددهم 952 أستاذ جامعي بتاريخ 27 أكتوبر 2023 موزعين على معاهد وكليات الجامعة كما يلي:

الجدول رقم (02): يوضح توزيع الأساتذة الجامعيين حسب معاهد وكليات جامعة العربي التبسي- تبسة

الرقم	الكلية والمعهد	عدد الأساتذة
01	كلية الآداب واللغات	145
02	كلية العلوم والتكنولوجيا	112
03	كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة	252
04	كلية الحقوق والعلوم السياسية	119
05	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	137
06	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	132
07	معهد المناجم	36
08	معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	19
المجموع		952

2- تحديد عينة الدراسة:

عينة الدراسة بمفهومها الواسع تمثل جزء من مجتمع البحث تحمل مجموعة من ملامحه وخصائصه وتمثله بدقة حسب موضوع الدراسة ومنها يجمع الباحث المعلومات بأقل فاقد وقت وجهد وتكلفة، ويتحصل على نتائج موثوقة وصادقة ومهمة إذا تم سحبها بشكل دقيق وصحيح **(دانييل، 2015، صفحة 29)**

ويقوم الباحث باختيار عينة الدراسة وفق مجموعة من القواعد والإجراءات العلمية والفنية التي يتخذها من أجل سحب عدد جزئي من الوحدات أو العناصر المكونة للمجتمع الذي يستهدفه بالدراسة وذلك بهدف استخدام العدد المسحوب من الوحدات أو العناصر في تمثيل المجتمع التي سحبت منه **(بن جخدل، 2019، صفحة 13)**

وقد يواجه الباحث أثناء اختيار عينة الدراسة مجموعة من الصعوبات كامتداد وكبر حجم المجتمع الذي يستهدفه أو ضيق الوقت المحدد لإجراء الدراسة أو مدى ملائمة قدراته الفكرية والعلمية أو المادية أو حتى روابطه الاجتماعية لأهداف البحث وتطلعاته، لذا لا يجد بالنسبة إليه أسلوب أنسب من الاعتماد على طريقة المعاينة لإتمام مجريات دراسته، لذلك نجده يتجه نحو سحب عدد أو جزء محدد وممثل لمجتمع البحث المستهدف بطريقة احتمالية أو غير احتمالية ومن خلال ذلك الجزء من الوحدات أو العناصر يستطيع الوصول إلى نتائج معينة يمكنه تعميمها على مجتمع البحث الكلي بأقل تكلفة وجهد ووقت، وبما أن مجتمع هذه الدراسة يتمثل في جميع أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة الدائمين في مناصبهم على اختلاف رتبهم وصفاتهم ذكورا وإناثا فأنه قمنا بسحب عينة تمثيلية قدرت ب 274 أستاذ جامعي من العدد الكلي لمجتمع البحث والمقدر ب952 أستاذ جامعي وفق مجموعة من الخطوات الإجرائية والإحصائية

معتمدين في ذلك على **العينة الحصصية النسبية Proportional quota sampling** باعتبارها العينة المناسبة لمثل هذه الدراسات، وتعرف العينة الحصصية النسبية على أنها عينة غير احتمالية يقسم فيها الباحث مجتمع البحث إلى أجزاء ووحدات أو شرائح وفئات وفق معيار مناسبا ومحدد يختاره حسب خصائص المجتمع ليتم اختيار الحجم أو العدد المطلوب من كل جزء ووحدة أو شريحة وفئة بطريقة تتوافق مع اهتمامات الباحث وظروفه، وتستخدم العينة الحصصية عادة في بحوث الرأي والأبحاث ذات المجتمعات الواسعة والكبيرة والمكلفة والتي تتطلب وقتا كبيرا وقدرات مادية عالية لا يمكن حصرها بسهولة ومن بين مميزات العينة الحصصية النسبية وجوب توافق نسبة المشاركين في مل شريحة أو فئة فرعية مع النسبة الموجودة في المجتمع الكلي للبحث **(باتشيرجي، 2018، الصفحات 199-200)**

وفي دراستنا هذه مرت عملية اختيار العينة الحصصية النسبية بداية بتحديد خصائص مجتمع البحث المستهدف أعلاه ثم تحديد حجم العينة المناسبة للقيام بالدراسة وفق قانون **ستيفن ثامبسون** باعتبار أن حجم مجتمع البحث الكلي معلوما مقدر ب952 أستاذ جامعي وقد قسمنا حجم العينة طبقا لخصائصه ووفقا لعدده سحبنا الحجم المناسب حسب كل كلية لإجراء الدراسة عليه، وسنوضح عملية اختيار العينة الحصصية النسبية عمليا لهذه الدراسة حسب قانون معادلة ستيفن ثامبسون لحساب حجم العينة في مجتمع معلوم الحجم في الخطوات التالية:

قانون ستيفن ثامبسون هو: $n=\frac{N\times p(1-p)}{[[N-1\times(d^2\div z^2)]+p(1-p)]}$

حيث أن رموز المعادلة يعبر عنها حسب الحدول اللاحق:

جدول رقم (03): يوضح رموز معادلة ستيفن ثامبسون لحساب حجم العينة في مجتمع معلوم الحجم

الرمز	المعنى
N	هي حجم العينة المراد سحبها
N	هي المجتمع المستهدف (المجتمع الكلي)
P	تعبر عن القيمة الاحتمالية ومقدارها 0.50
D	تعبر عن نسبة الخطأ المقبول في العينة وهي تساوي 0.05 إذا كان مستوى الثقة في القيم 95% وتساوي 0.01 إذا كان نسبة الثقة في القيم يساوي 99%
Z	تعبر عن الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الثقة وهي تساوي 1.96 إذا كان مستوى الثقة 95% وتساوي 2.58 إذا كان مستوى الثقة 99%

ملاحظة:

إحصائيا نسبة خطأ المعاينة (الخطأ المقبول في العينة) الأكثر استخداما في العلوم الانسانية والاجتماعية هو 0.05 ويقابله مستوى الثقة Confidence Level في القيم بمقدار95% وبالتي تكون

الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الثقة تساوي 1.96 وعندما تقع نتائج البحث في مدى الثقة Confidence interval 95% (ثقة الباحث في نتائجه) فذلك يعني أن نتائجه أكبر أو أقل من نسبة 5% عن النسب الحقيقية للمجتمع الكلي (مدى الثقة) **(زغيب، 2023، صفحة 255)**

وبإسقاط ما سبق على معطيات حجم المجتمع الكلي لهذه الدراسة نجد:

$$= \frac{952\times0.50(1-0.50)}{[[952-1\times(0.5^2\div1.96^2)]+0.50(1-0.50)]} = \frac{952\times0.25}{951\times(0.0025\div3.8416)+0.25}$$

$$= \frac{238}{0.8688827571845} = 273.914976$$

ومنه حجم العينة التي سنسحبها من هذا المجتمع تقدر ب 273.914976 ولما نقربها تصبح 274 أستاذ جامعي دائم.

ثم نقوم بحساب حجم العينة في كل معهد أو كلية من خلال ضرب الطرفين في الوسطين ونتحصل على النتائج الموضحة في الجدول الأتي:

جدول رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب عدد أساتذة المعاهد والكليات بجامعة العربي التبسي – تبسة

الرقم	الكلية والمعهد	العدد الكلي	العدد الممثل	التقريب
01	كلية الآداب واللغات	145	41.73	42
02	كلية العلوم والتكنولوجيا	112	32.23	32
03	كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة	252	72.52	73
04	كلية الحقوق والعلوم السياسية	119	34.25	34
05	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	137	39.43	39
06	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	132	37.99	38
07	معهد المناجم	36	10.36	10
08	معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	19	5.46	06
المجموع		952	273.97	274

3- تحديد نوع ومنهج الدراسة:

3-1 نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وتعتبر الدراسات الوصفية من الدراسات الأكثر شيوعا وانتشارا في البحوث الإنسانية وبحوث الرأي وفي بحوث علوم الإعلام والاتصال فهي تعمل على قراءة الوضع القائم للمشكلة أو الظاهرة وتحليله تفسيره بضبط أبعاد المشكلة البحثية ومعرفة العلاقة بين

تكويناتها ومتغيراتها إلى غاية الانتهاء عند وصفها وصفا متكاملا دقيقا يخص كل عناصر الظاهرة وكل الحقائق المرتبطة بها.

3-2 تحديد منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه الدرب أو السبيل أو الطريق الذي نتبعه إذا أردنا معرفة الحقيقة والكشف عنها باستخدام استخدام مجموعة من الأدوات والقواعد العامة ذات العلاقة بجمع المعطيات والبيانات والسعي إلى تحليلها لكي نصل نتائج ملموسة عند القيام ببحث علمي **(الدليمي و صالح، 2014، صفحة 147)**

ومن خلال الهدف الرئيسي لهذه الدراسة والمحدد بمعرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– اعتمدنا على المنهج الوصفي القائم على التحليل وهو طريقة من الطرق التى يعتمد فيها الباحث على أسلوب التحليل والتفسير بشكل علمي منظم ومرتب حتى يصل إلى أهداف كان يتطلع إليها مرتبطة بوضع اجتماعي أو ظاهرة اجتماعية أو مشكلة معينة أو مجموعة من الأفراد المحددين، فالمنهج الوصفي أسلوبا يصف من خلاله الباحث الظاهرة المدروسة ويصورها كميا من خلال جمع البيانات والمعطيات والمعلومات حولها ومن ثم ترتيبها وتنظيمها وقراءتها وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها بعد إخضاعها للمعالجة الاحصائية الدقيقة حتى نصل إلى تفسيرات نوعية مضبوطة بشكل جيد نوظفها في النتائج الكمية العامة للدراسة **(عمار و الذنيبات، 2007، صفحة 139)**

وفي هذه الدراسة قمنا بتوظيف المنهج الوصفي القائم على التحليل في الخطوات والإجراءات المنهجية التالية:

- تم من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي القائم على التحليل ضبط نطاق البحث وتحديد إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلاتها الرئيسية والجزئية.
- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل قمنا بتحديد حجم عينة الدراسة والمقدر ب274 أستاذ جامعي دائم في منصبه ثم قمنا بسحبها من مجتمع البحث الكلي.
- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل قمنا بجمع البيانات والمعطيات المرتبطة بمشكلة الدراسة ووفقه تم ترتيبها وتنظيمها وتصنيفها.
- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل اخترنا وحددنا أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الملاحظة العلمية والمقابلة واستمارة استبيان لقياس الاتجاهات النفسية والاجتماعية للأساتذة الجامعيين الدائمين في مناصبهم بجامعة العربي التبسي – تبسة.

- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل قمنا باختيار الأسلوب الإحصائي المناسب لهذه الدرسة والمتمثل استخدام تطبيق R plots أثناء معالجة البيانات وهو برنامج إحصائي وتمثيلي يشبه برنامج الحزم الاحصائية الاجتماعية SPSS يعمل بلغة البرمجة الإحصائية والرسومية R، طوره روبرت جنتلمان وروس إهاكا في جامعة أوكلاند نيوزيلندا علم 1992 **(أبو حسان، 2023، صفحة 07)**
- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل قمنا بعمليات والتحليل والتفسير والاستنتاج حسب المعلومات التي تحصلنا عليها أثناء مرحلة جمع البيانات من ميدان الدراسة وقراءتها على ضوء الإشكالية البحثية بهدف الوصول إلى النتائج العامة النهائية للدراسة.
- وفق المنهج الوصفي القائم على التحليل جاءت نتائج الدراسة مرتبطة بالخطوات الاجرائية للمنهج به وبمتطلباته الإحصائية والتحليلية.

4- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات همزة وصل بين الباحث وميدان دراسته؛ فكلما أصاب في اختيارها وتوظيفها بالكيفة السليمة والمثلى كلما تحصل منها على بيانات ومعلومات دقيقة تخدم موضوع بحثه وتحقق الهدف منه، لذلك يراعي الباحث اختيار الأدوات البحثية المناسبة لدراسته عبر كل مراحل إجراء دراسته منذ لحظة التفكير في المشكلة البحثية ومدى موائمتها لقدراته البحثية وإمكانياته المادية وتطلعاته المستقبلية حول الهدف منها، لذلك في هذه الدراسة اعتمدنا على أداة استمارة استبيان قياس الاتجاه (صحيفة قياس الاتجاه) لجمع البيانات مدعمة بالملاحظة والمقابلة لتبسيط الموضوع ميدانيا.

4-1 أداة الملاحظة (Observation):

وتعرف الملاحظة على أنها توجيه الحواس الباحث لمتابعة ومشاهدة سلوك المبحوثين أو ظاهرة معينة وتقييد ما يشاهده بدقة مستعينا بمجموعة من الأدوات في ذلك كالسجلات والأقلام، وتتطلب الملاحظة جهدا حسيا عاليا وحضور عقليا منظم ومرتب من الباحث أثناء التقرب من الظواهر خارجيا وباطنيا في مكان معلوم ووقت محدود، ويمكننا أن نميز الملاحظة العابرة من الملاحظة العلمية، ونادرا ما نجد بحثا علميا خاليا من استخدام الملاحظة لأنها المسار السليم للبحث من بدايته إلى غاية تسجيل نتائجه **(عباس، نوفل، العبسي، و فريال، 2014، صفحة 254)**

وفي هده الدراسة اعتمدنا على الملاحظة في الدراسة الاستطلاعية ومن خلالها فكرنا في تحديد العينة المناسبة للدراسة وحجمها وفي كيفية الوصول إلى المبحوثين وفي كيفية استهدافهم وتوزيع استمارة

استبيان قياس الاتجاه عليهم، كما قد وظفنا أداة الملاحظة في المعالجة وفي العمليات الإحصائية عبر كل مراحل البحث.

4-2 أداة المقابلة (Interview):

المقابلة أداة من أدوات جمع البيانات تقوم على الحوار بين الباحث والمبحوث يحاول من خلاله الباحث أن يجمع المعطيات والبيانات حول موضوع يثير اهتمامه كسلوك فرد ما أو اتجاهات جماعة أو حقائق أخرى معينة، وهي تشبه استمارة الاستبيان في بناء أسئلتها (مغلقة، مفتوحة، مختلطة) يحكمها الزمان والمكان وتكون وجها لوجه أو عبر الهاتف، أو من خلال وسائط تكنولوجية متعددة تتصف بالمرونة والأخذ والرد **(التل، 2006، صفحة 227)**

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على أداة المقابلة أثناء توزيع استمارة قياس الاتجاه على الأساتذة الجامعيين بجامعة العربي التبسي – تبسة لدعم اجابات المبحوثين الذين قد تبدوا لهم بعض الأسئلة مبهمة وغامضة تستدعي منا التدخل وتبسيطها حتى يتضح معناها للمستجيب ويستطيع الإجابة عنها بسهولة ودون تردد أو توجس وبموضوعية تامة.

4-3 أداة استمارة استبيان قياس الاتجاه (صحيفة قياس الاتجاه):

من خلال هذه الدراسة نسعى إلى قياس اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بجامعة العربي التبسي – تبسة، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قمنا بإعداد استمارة استبيان لقياس الاتجاهات بحكم أنها أكثر الأدوات المنهجية استعمالا وشيوعا في مثل هذه الدراسات، وهي عبارة عن مطبوع يتضمن مجموعة من الأسئلة أو العبارات المغلقة أوالمفتوحة أو المزدوجة موجهة لفئة معينة حول موضوع محدد للإجابة عن أسئلته من أجل جمع أكبر عدد ممكن من البيانات حوله تمكن الباحث من تحقيق الأهداف التي يتطلع إليها من خلال دراسته، حيث تسلم للمفحوصين بطرق مختلفة سواء عن طريق التوزيع اليدوي أو عبر الهاتف والفاكس وعبر الانترنت ووسائطها كالبريد الالكتروني **(مقدم، 2015، صفحة 275)**

ويشير مفهوم القياس Measurment عند الباحثين إلى عملية وصف دقيق للمفاهيم الغير ملموسة والمجردة باستخدام مجموعة من المؤشرات الملحوظة مع إعطاء قيم أوزان أو رموز لتلك المؤشرات حسب قواعد معينة أي الانتقال من المستوى المجرد والنظري إلى المستوى المادي الملموس **(سرحان، 2017، صفحة 193)**

كما أنه عملية لتحديد وضبط وتعيين قدر معين من السمات والخصائص التي تمكن الباحث من إطلاق الأحكام وعقد المقارنات والتمييز بينها بدقة، أي تحديد مجموعة من الخصائص (خصائص أفراد أو أشياء أو أحداث، أو وقائع) ووضعها في الإطار الكمي والإحصائي، ويكتسب ذلك الضبط والتحديد الكمي للخصائص والسمات قيمته من خلال مجموعة الاجراءات والقواعد الدقيقة لتبرز الثقة الكاملة في نتائج القياس وتوظيفه في الاجراءات المنهجية التي تأتي من بعده **(عبد الحميد، 2004، صفحة 229)**

ويتوقف القياس على عملية وصف البيانات المتحصل عليها وصفا كميا Quntitative من خلال استخدام الأعداد والأرقام أثناء عملية وصف وترتيب وتبويب وتصنيف وتنظيم المعلومات لتبسيطها بشكل موضوعي يسهل فهمه، والسعي إلى تفسيرها بشكل جيد، فالقياس عملية تحويل الأحداث والوقائع والمواقف (الظاهرة) إلى أعداد وأرقام وفق قوانين وقواعد محددة وهو بالمنطلق الإحصائي تقديرا كميا يعبر عن أبعاد مختلفة منها ما يتعلق بالسلوك الانساني الذي يهدف إلى تقدير مسوى خاص بصفة أو سمة تهم الباحث وتخدم موضوع بحثه **(أمين علي و رجاء محمود، 2009، صفحة 56)**

كما أن القياس في ظاهره عملية متعدد ومختلفة في طبيعتها وفي مستواها العملي وذات فائدة إجرائية كبيرة يركز الباحث فيها كميا على التكوينات والمواصفات العددية، علاوة أنه قد يكون نوعيا يعتم بالتصنيفات والصفات والأسماء ومن خلاله يوظف الباحث مفاهيم ومتغيرات ورموز عامة **(سارانتاكوس، 2017، صفحة 174)**

وفي هذه الدراسة الهادفة إلى تقدير اتجاهات الأساتذة الجامعيين بجامعة العربي التبسي بتبسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة كفئة من فئات الأساتذة الجامعيين الجزائرين اعتمدنا على أسلوب التقديرات الجمعية من خلال توظيف مقياس ليكرت باعتباره مقياس مناسبا لتقدير اتجاهات الأفراد والمجموعات نحو الآخرين ونحو المواقف والأحداث والوقائع والمواضيع ليتمكن الباحث من تقدير الاتجاه المرجو، كما أن لمقياس ليكرت مجموعة من السمات والخصائص تساعد على دراسة الأفراد والمجموعات وهو شائع الاستخدام في الدراسات الانسانية والاجتماعية، اجاباته موزعة في فئات تقدر بمسافة تتوسط طرفي نقيض مقسمة إلى أكثر من ثلاثة نقاط مبنية على مقياس رقمي لفظي . **(سارانتاكوس، 2017، صفحة 437)**

وفي بحوث علوم الاعلام والاتصال يستخدم مقياس ليكرت لقياس الاتجاهات نحو موضوع معين حيث يصوغ الباحث مجموعة من العبارات والجمل ذات العلاقة بموضوع الاتجاه يختار منها المفحوص اجابة مختلفة ترتبط بالمعارضة أو المحايدة أو الموافقة تمكن الباحث من جمع اجابات دون ما صعوبة وبدقة وبساطة وموضوعية، لذلك يتبع الباحث مجموعة من الخطوات أثناء بناء وتصميم المقياس منها:

- انتقاء مجموعة كبيرة من الجمل والعبارات المتصلة مباشرة مع موضوع الاتجاه.
- اختزال تلك الجمل لتتضح بشكل كبير للمبحوث.
- لابد أن تكون تلك العبارات لا تقبل التأويل وسهلة الفهم ومختصرة ومتنوعة وموزعة على مجموعة من الخصائص المرتبطة بالمبحوثين وبموضوع الاتجاه.
- لابد أن تتسم العبارات والجمل بالمعنى القوي والشدة والتكامل مع بعضها البعض كوحدة كلية على المقياس.

11- لابد أن تكون العبارات على نقيض طرفين أي عبارات موجبة وأخرى سالبة.

12- توضيح للمبحوثين طريقة الاجابة أثناء تحديد توجهاتهم وردود أفعالهم وكمواقفهم نحو محتويات العبارات بموافق أو محايد أو معارض **(سلاطنية و حسان، 2014، صفحة 54)**

4-4 طبيعة مقياس ليكرت المعتمد في الدراسة:

وظفنا في هذه الدراسة مقياس ليكرت الثلاثي المتدرج من الموافقة فالمحايد فالمعارضة (موافق، محايد، معارض) مجسد على مطبوع ورقي أطلقنا عليه استمارة قياس الاتجاه مكونة من أربعة محاور أساسية إضافة إلى جملة من البيانات الشخصية المعبرة عن عينة الدراسة، وبعد عرض هذه الاستمارة على الأستاذ المشرف والمقرر ومساعد الأستاذ المشرف وإخراجها مبدئيا تم عرضها على مجموعة من الخبراء والأساتذة أصحاب الاختصاص بغرض الضبط والتحكيم وهم حسب الجدول:

جدول رقم (05): يوضح الأساتذة المحكمين لاستمارة استبيان قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة بدرجاتهم العلمية حسب مؤسسة الإنتماء

الرقم	اسم الأستاذ	الدرجة العلمية	صفته	مؤسسة الإنتماء
01	هارون منصر	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا	جامعة العربي التبسي- تبسة
02	بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر أ	مساعد المشرف	جامعة العربي التبسي - تبسة
03	راضة قراد	أستاذ تعليم عالي	محكم	جامعة العربي التبسي- تبسة
04	عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم عالي	محكم	جامعة العربي التبسي - تبسة
05	نعيمة عطوي	أستاذ محاضر أ	محكم	جامعة العربي التبسي - تبسة
06	كريم بلقاسي	أستاذ تعليم عالي	محكم	جامعة الجزائر 3
07	بسمة فنور	أستاذ تعليم عالي	محكم	جامعة قسنطينة 3
08	أمينة بن زرارة	أستاذ محاضر -أ-	محكم	جامعة 08 ماي 1945

وبعدها تم تهذيب العبارات وتعديل استمارة قياس الاتجاه لتأخذ صيغتها النهائية وأصبحت جاهزة للتوزيع على المبحوثين وقد حددنا فترة زمنية للتوزيع والجمع بدأت يوم 10 جانفي 2024 وانتهت يوم 20

فيفري 2024، وقد احتوت هذه الاستمارة على أربعة محاور رئيسية إضافة إلى عنصر البيانات السوسيوديموغرافية موزعة كما يلي:

- **البيانات السوسيوديموغرافية:** وفي هذ العنصر ذكرنا جملة البيانات الشخصية التي تخدم موضوع دراستنا والضرورية أثناء تصميم استمارة استبيان قياس الاتجاه حتى نتعرف على السمات والخصائص العامة للمبحوثين ويضم هذا العنصر ستة (06) أسئلة.
- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة في المواضيع السياسية، وقد تضمن هذا المحور ثلاثة عشر سؤالا (13).
- **المحور الثاني:** اتجاهات أساتذة العربي التبسي –تبسة – نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية، وقد تضمن هذا المحور ثلاثة عشر عبارة (13).
- **المحور الثالث:** اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي –تبسة – نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وقد تضمن هذا المحور تسعة عشر عبارة (19).
- **المحور الرابع:** المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وقد تضمن هذا المحور أربعة عشر عبارة (14).

كما تضمنت استمارة قياس الاتجاه عنوان الدراسة الكامل مع تعريف توضيحي لمصطلح الميديا الجديدة واسم الجامعة والسنة إضافة إلى اسم الباحث واسم المشرف واسم مساعد المشرف على الدراسة إضافة إلى خطاب موجه للمبحوثين يوضح في أحد عناصره كيفية الإجابة على الاستمارة.

5- ضبط القياسات والقواعد الاحصائية المتبعة أثناء معالجة البيانات:

خضعت استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة بعد الانتهاء من عملية جمعها واسترجاعها من الميدان إلى عملية المعالجة الإحصائية حيث قمنا بتسجيل البيانات المتحصل عليها في جداول بسيطة وجداول مركبة والتعبير عنها بحساب التكرارت والنسب المئوية كعملية مبدئية تمهد للقيام لعمليات احصائية تليها، ثم قمنا بقراءة نتائج الجداول والتعليق عنها ثم تحليلها وتفسيرها حسب الاجابات الثلاث الممكنة في استمارة قياس الاتجاه والمتمثلة حسب مقياس ليكرت الثلاثي في: موافق، محايد، معارض وحتى نتمكن من تجريد اجابات المبحوثين والتعامل معها كميا منحنا قيم عددية حقيقية صحيحة تعبر عن درجة كل عبارة موجبة بمفردها أي العبارات التي يمكننا أن نصدر حولها حكم عبارة موجبة حسب موضوع الدراسة والتي قمنا بطرحها وتحديدها أثناء صياغة جمل وعبارات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بالدراسة، أما في حالة العبارات السالبة التي قمنا بطرحها وصياغتها في استمارة قياس الاتجاه في هذه

الدراسة فقد منحنا قيم عددية حقيقية صحيحة لكل عبارة سالبة بمفردها بحكم التنوع المعتمد في بناء عبارات وأسئلة إداة قياس الاتجاه بهدف الحصول على نتائج واضحة وموضوعية ودقيقة تخدم موضوع الدراسة، ومن خلال الجدول اللاحق سنوضح عملية إعطاء قيم الأعداد الحقيقية الصحيحة للعبارات الموجبة والسالبة في استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة:

جدول رقم (06): يوضح القيم العددية الحقيقية الصحيحة الممنوحة للعبارات الموجة والسالبة الخاصة بأدة قياس اتجاه الدراسة

الرقم	العبارات الموجبة	القيمة العددية الحقيقية الصحيحة	العبارات السالبة	القيمة العددية الحقيقية الصحيحة
01	**موافق**	(03) الدرجة العليا	**معارض**	(03) الدرجة العليا
02	**محايد**	(02) الدرجة الوسطى	**محايد**	(02) الدرجة الوسطى
03	**معارض**	(01) الدرجة الدنيا	**موافق**	(01) الدرجة الدنيا

- ولمعرفة تقدير الاتجاه الجماعي للأساتذة المبحوثين نحو كل عبارة حسب مقياس ليكيرت الثلاثي قمنا بحساب متوسط شدة الاتجاه من العلاقة متوسط شدة الاتجاه الجماعي يساوي مجموع التكرارات المرجحة في كل عبارة من عبارات استمارة قياس الاتجاه الموجبة والسالبة قسمة حجم العينة المبحوثة، ووفق هذه العلاقة قمنا ب:
- **تحديد محك الدراسة:** ويكون ذلك بتحديد طول الخلايا على مقياس ليكيرت الثلاثي بحساب المدى المسافي بين قيم درجات المقياس، فوجدنا (3- 1) = 2 ثم تقسيمه على أكبر قيمة من درجات المقياس للحصول على طول الخلية حيث وجدنا (2÷ 3) = 0.66 .
- إضافة طول الخلية إلى أقل قيمة عددية حقيقية صحيحة في درجات المقياس باعتبارها قيمة بداية مدى مجال المقياس والمقدرة ب (01) لنتحصل على طول خلية يساوي (1.66) وهو يعبر عن أدنى مجال وعليه تكون المجالات في هذه الدراسة موضحة حسب الجدول رقم (07)
- وأخذنا في هذه الدراسة بعين الاعتبار أن كل عبارة في أداة قياس الاتجاه تعبر عن الاختيارات (موافق، محايد، معارض) هي بمثابة مقياس ترتيبي تقابلها قيم الأوزان لكل درجة من درجات المقياس ويقابلها القيم العددية الحقيقية الصحيحة: موافق (3)، محايد (2)، معارض (1).
- حساب المتوسط المرجح بحساب طول القطعة الأولى على حاصل قسمة (2÷ 3) حيث أن العدد 2 هو عدد المسافات من : (01 إلى 02) ومن (02 إلى 03) ، ويمثل العدد 3 عدد الاختيارات في

أداة قياس الاتجاه ومنه يكون حاصل القسمة يساوي 2÷ 3 = 0.66 وبناء عليه يكون توزيع المجالات في أداة قياس اتجاه الدراسة موزع حسب الجدول المرفق:

جدول رقم (07): يوضح متوسط شدة الاتجاه الخاص بقياس عبارات استمارة قياس اتجاه الدراسة

الرقم	مدى المتوسط المرجح	المستوى
01	من بداية المجال [01 إلى 1.66]	الدرجة الدنيا (معارض)
02	من [1.67 إلى 2.32]	الدرجة الوسطى (محايد)
03	من [2.33 إلى 03] نهاية المجال	الدرجة العليا (موافق)

6- الدراسة الاستكشافية:

يرى الباحثون أن الدراسات الاستكشافية هي عبارة عن أبحاث تمهيدية مبدئية استطلاعية يقوم بها الباحث ليتخطي العقبات التي قد تواجهه أثناء إجراء الدراسته الميدانية الخاصة بموضوع بحثه، وتساعده أيضا في التقرب من الظاهرة بشكل كبير، لذلك يعتبرها الباحثون مرحلة ضرورية من مراحل البحث العلمي الرصين ففيها يمتحن الباحث أدواته البحثية ومن خلال نتائجها يرتب عناصر الخطة التي اعتمدها، والتأكد مسبقا من مدى تطابق قدراته مع متطلبات الظاهرة بحثيا لاسيما من خلال اخضاع محتويات أدوات جمع البيانات للتجريب والقياس، فهي بمثابة ممر لمحاولة فهم الظاهرة المدروسة ومسبباتها والمتغيرات المتحكمة فيها **(تمار، 2023، الصفحات 21-22)**

وفي هذه الدراسة قمنا بدراسة تمهيدية استطلاعية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي- تبسة عددها 37 أستاذ جامعي نحو مؤشر من مؤشرات المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة وكان عنوانها **اتجاهات أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعيّة – بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة – نحو عملية المشاركة السياسية عبر الميديا الجديدة.** خلال الفترة الممتدة من شهر مارس 2022 إلى غاية نوفمبر 2022

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي في هذه الدراسة الاستطلاعية لوصف الظاهرة كما هي في الواقع، وقد اخترنا عينة قصدية حجمها 37 أستاذ جامعي من مختلف أقسام كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كما استخدمنا استمارة قياس الاتجاه المتكونة المحاور التالية:

- **البيانات الشخصية:** وتضمنت ثلاثة (03) أسئلة .
- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – بجامعة العربي التبسي- تبسة – للميديا الجديدة في عملية المشاركة السياسية وضم 05 أسئلة.
- **المحور الثاني:** أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في عملية المشاركة السياسية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – بجامعة العربي التبسي – تبسة وضم 06 عبارات.

- **المحور الثالث:** الإشباعات المحققة من عملية المشاركة السياسية عبر الميديا الجديدة عند أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية –بجامعة العربي التبسي – تبسة وضم 06 عبارات.
- **المحور الرابع:** المعيقات التي تحول دون استخدام الميديا الجديدة وعملية المشاركة السياسية حسب رأي أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – بجامعة العربي التبسي– تبسة وضم 06 عبارات.

وقد خلصت إلى النتائج التالية:

- يعتبر موقع الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى الأساتذة الجامعيين بجامعة العربي التبسي أثناء عملية المشاركة السياسية اذ تتروح مدة استخدامه أكثر من ساعتين في اليوم.
- لدى الأساتذة الجامعيين بجامعة العربي التبسي –تبسة اتجاه ايجابي نحو عملية المشاركة السياسية عبر الميديا الجديدة بلغت شدته 2.86.
- اهتمام الأساتذة الجامعيين بجامعة العربي التبسي بتبسة بعملية المشاركة السياسية عبر الميديا الجديدة يحقق عندهم إشباعات معرفية وعاطفية وسلوكية متنوعة.
- مشاركة الأساتذه الجامعيين بجامعة العربي التبسي– تبسة في عملية المشاركة الساسية غير معتبرة ويعود ذلك إلى الانشغال بالالتزامات في الجامعية والاهتمام بالتدريس والبيداغوجيا وحضور الاجتماعات والمشاركة في اللجان العلمية والبحث العلمي.
- هناك تجاوزً كبيرا للمعيقات التقنية التي كانت تواجه مستخدمي الميديا الجديدة سابقا مثل البطئ في تدفق الإشارة عبر الشبكة، بينما توجد معيقات إدارية وقانونية تقيد نشاطهم السياسي (المشاركة السياسية) بالمؤسسة الجامعية.

إن العائد كبير جدا من هذه الدراسة الاستطلاعية؛ إذ أنه وفقا لها حددنا وضبطنا أسئلة استمارة استبيان قياس الاتجاه لدراستنا، وقمنا بصياغة الأسئلة واخترنا العبارات المناسبة لها، وذللنا بعض العقبات من خلال معرفة ميدان البحث الذي يعتبر واسع الانتشار إذ يتكون من ستة كليات ومعهدين منتشرين في رقع جغرافية متباعدة بولاية تبسة وهو ما أكسبنا رؤية أولية حول المجتمع المستهدف من هذه الدراسة.

7-المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

لقد تعاملنا إحصائيا مع بيانات استمارة استبيان قياس الاتجاه من خلال حساب ما يلي:

- حساب التكرارات والتكرارات المرجحة، النسب المئوية، متوسط شدة الاتجاه لكل عبارة في المقياس، التوزيع الطبيعي لأفراد العينة، معاملات الثبات، حساب تحليل الانحدار Anova، حساب T-Teste، وحساب اختبار كاي تربيع.

- وحتى نصل إلى نتائج موثوقة في هذه الدراسة وظفنا بعض الأدوات المساعدة للتأكد من مدى صحة استمارة قياس الاتجاه المعدّة في هذه الدراسة منها:

1-7 قياس صدق وثبات أداة جمع البيانات:

- **الصدق الظاهري:** كما سبق وإن تطرقنا خلال هذا الجزء من الدراسة بأننا عرضنا استمارة جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة على مجموعة من الأساتذة قبل توزيعها على أفراد عينة الدراسة بغرض
- تحكيمها وإعطاء آرائهم حول مدى وضوح عبارات المقياس المعتمد فيها " مقياس ليكرت الثلاثي" ومدى مؤائمتها للمحاور المحددة وللعلاقة القائمة بينهم وبين متغيراتها، وقد قمنا بتعديل وتصويب ما أفادونا به حسب ملاحظاتهم المقدمة لنا.
- **مدى الاتساق الداخلي لاستمارة قياس الاتجاه في هذه الدراسة:** وكان ذلك من خلال استخدام التطبيق الإحصائي R PLOT لمعرفة معاملات الارتباط بين محاور الدراسة ومدى ثبات عباراتها، حيث وجدنا درجة عالية من الصدق لأدات جع البيانات وفق دلالة وقوة معامل الارتباط بين محاورها كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): يوضح مدى الاتساق الداخلي لاستمارة قياس الاتجاه في هذه الدراسة

الرقم	مدى العلاقة	المجال الاحصائي
01	علاقة ذات مدى ضعيف	$0 \leq r < 0.4$
02	علاقة ذات مدى متوسط	$0.4 \leq r < 0.8$
07	علاقة ذات مدى قوي	$0.8 \leq r < 1$

2-7 حساب ثبات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة:

كان ذلك من خلال إخضاع محاور الدراسة إلى اختبار Alpha Cronbach's من خلال معالجة بيانات كل محور ببرنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية Spss حيث كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول.

الجدول رقم (09): يوضح معامل ثبات استمارة قياس الاتجاه الخاصة بهذه الدراسة:

الرقم	المحور	معامل الصدق	عدد العبارات	معامل الثبات
01	المحور الثاني	0.95	14	0.82
02	المحور الثالث	0.95	19	0.76
03	المحور الرابع	0.95	14	0.68
04	النتيجة العامةAlpha Cronbach's	0.95	47	0.78

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم (09) أن أفراد عينة الدراسة الأساتذة الجامعيين الدائمين بجامعة العربي التبسي – تبسة يفهمون عبارات مقياس قياس الاتجاه المرفقة في استمارة جمع البيانات بنفس الطريقة والأسلوب كما قصد الباحث، إذ بلغت قيمة Alpha Cronbach's لمحاور الأداة كلها 0.78 وهي قيمة تفوق نسبة 60% وهذا ما يدل على قيمة ثبات أداة قياس الاتجاه المعتمدة في هذه الدراسة، في حين تأكدت قيمة ذلك الثبات من خلال قيمة معامل صدق الأداة التي بلغت 0.95 وهي قيمة عالية قريبة من الواحد حسب قانون الصدق في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث كلما اقتربت قيمة Alpha Cronbach's من 1 زاد الاتساق الداخلي ودل ذلك على قوة ارتباط عبارات مقياس قياس الاتجاه المعتمد في الدراسة، على عكس هذا كلما ابتعدت قيمة Alpha Cronbach's عن 1 انخفض الاتساق الداخلي ودل ذلك عن مدى ضعف ترابط عبارات المقياس المقترحة في استمارة جمع البيانات لهذه الدراسة، وعليه نستطيع القول أن أداة جمع البيانات (استمارة قياس الاتجاه) في دراستنا هذه هي أداة صادقة وثابتة تلبي أهداف الدراسة التي نتطلع إلى تحقيقها، وهي قابلة للإعادة والاستخدام عند قياس مفاهيم أو بنى مشابهة مستقبلا بشكل عالي الموثوقية.

الفصل الثاني

الأدبيات النظرية للدراسة – الاتجاهات النفسية، الأستاذ الجامعي، المواضيع السياسية، الميديا الجديدة –

أولا: الاتجاهات النفسية

1- تعريف الاتجاه

2- المفاهيم المرتبطة بالاتجاهات النفسية

3- خصائص الاتجاهات النفسية

4- أهمية الاتجاهات النفسية

5- وظائف الاتجاهات النفسية

6- مكونات الاتجاهات النفسية

7- عوامل تشكل الاتجاهات النفسية

8- تصنيف الاتجاهات النفسية

9- الأبعاد المتحكمة في طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية

10-النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية

11-أبرز مقاييس قياس الاتجاهات النفسية

12-تغيير الاتجاهات النفسية

ثانيا: الأستاذ الجامعي

1-مفهوم الجامعة

2-نبذة تاريخية عن الجامعة

3-الوظائف الأساسية للجامعة الجزائرية

4-الأهداف الأساسية للجامعة الحديثة

5-الأستاذ الجامعي

5-1 تعرف الأستاذ الجامعي

5-2 خصائص وسمات الأستاذ الجامعي

5-3 الأسس الأخلاقية للأستاذ الجامعي بالمؤسسة الجامعية

4-5 وظائف الأستاذ الجامعي

5-5 التزامات الأستاذ الجامعي

6-5 تصنيفات رتب الأستاذ الجامعي

ثالثا: المواضيع السياسية

1- مفهوم المواضيع السياسية

2- العلاقة بين السياسة والعلوم الأخرى

3- أهمية المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري

4- خصائص المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري

5- مكونات المواضيع السياسية

6- أبرز محتويات المواضيع السياسية

7- الأشكال والصيغ الإعلامية التي تعبر عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

8- تصنيفات المواضيع السياسية

رابعا: الميديا الجديدة

أولا : توطئة عامة حول الميديا الجديدة

1- البعد المفاهيمي لمصطلح الميديا الجديدة New Media

2- مميزات الميديا الجديدة New Media

3- تصنيفات الميديا الجديدة New Media

4- الاتجاهات الأساسية للميديا الجديدة New Media

5- تكنولوجيا الميديا الجديدة New Media

6- دواعي ظهور الميديا الجديدة New Media

7- أبرز وسائل وأدوات الميديا الجديدة New Media

ثانيا: النسق التقني المكوّن للميديا الجديدة New Media

1- الإنترنت Internet

1-1 تعرف الإنترنت **Internet**

2-1 الإنترنت تأصيل المفهوم والتسمية

3-1 نبذة تاريخية عن الإنترنت

4-1 مستلزمات الاتصال بشبكة الإنترنت

1-5 الخدمات التي تقدمها الإنترنت

1-6 خصائص شبكة الإنترنت

1-7 محاسن ومساوئ استخدام شبكة الإنترنت

2- الويب Web 2.0

2-1 تعريف الويب 2.0 "Web 0.2 "

2-2 خصائص الWeb 0.2

2-3 أبرز تطبيقات Web 0.2

2-4 التطورات التي مر بها Web 0.2

2-5 الويب Web 0.3

3- شبكات التواصل الاجتماعية

3-1 مفهوم الشبكات الاجتماعية

3-2 مميزات الشبكات الاجتماعية

3-3 نشأة وبروز الشبكات الاجتماعية

3-4 ظهور الشبكات الاجتماعية

3-5 تقسيمات الشبكات الاجتماعية

3-6 أهمية الشبكات الاجتماعية

3-7 أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية

ثالثا: أبرز أشكال الشبكات الاجتماعية

1- المدونات الإلكترونية

1-1 تعريفها

1-2 السياق التاريخي لظهور المدونات

1-3 أنواع المدونات الإلكترونية

1-4 الأجزاء الأساسية المكونة للمدونات الإلكترونية

2- موقع الفيسبوك Facebook

2-1 تعريفه

2-2 التتبع التاريخي لظهور موقع الفيسبوك Facebook

2-3 العناصر المكونة لموقع الفيسبوك Facebook

2-4 الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك Facebook

3- موقع اليوتيوب YouTube

3-1 تعريف اليوتيوب YouTube

3-2 السياق التاريخي لظهور موقع اليوتيوب YouTube

3-3 خصائص موقع اليوتيوب YouTube

4- موقع تويتر Twitter – منصة x –

4-1 تعريف تويتر Twitter

4-2 السياق التاريخي لظهور موقع Twitter

4-3 مميزات موقع تويتر Twitter

5- موقع إنستغرام Instagram

5-1 تعريف موقع إنستغرام Instagram

5-2 السياق التاريخي لتطور موقع إنستغرام Instagram

5-3 مميزات موقع إنستغرام Instagram

6- تطبيق الواتساب WhatsApp

6-1 تعريف تطبيق الواتساب WhatsApp (ما الجديد؟) (ما الأخبار؟)

6-2 السياق التاريخي لظهور الواتساب WhatsApp

6-3 خصائص الواتساب WhatsApp

7- موقع لينكدإن LinkedIn

7-1 تعريف موقع لينكدإن LinkedIn

7-2 السياق التاريخي لظهور موقع لينكدإن LinkedIn

7-3 خصائص موقع لينكدإن LinkedIn

8- موقع تيك توك Tik Tok

8-1 تعريف موقع تيك توك Tik Tok

8-2 السياق التاريخي لظهور موقع تيك توك Tik Tok

8-3 خصائص تيك توك Tik Tok

9- مواقع وتطبيقات أخرى للميديا الجديدة

10-الأبعاد الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

يحيل الباحثون بعض ردود أفعال الإنسان وسلوكه إلى طبيعة التفاعل القائم بين مجموع العوامل الحيوية البيولوجية والعناصر البيئة المحيطة به لاسيما في الدراسات التي تهدف إلى معرفة الاتجاهات النفسية والاجتماعية للجماعات الانسانية الكبيرة والصغيرة على حد سوى، فقد حظيت هذه الدراسات باهتمام كبير منذ ثلاثينات القرن السابق حيث حددت أسسها النظرية والميدانية مكونة بذلك تراكما تراثيا ضخما يدل ويعكس التطور السريع والهائل الذي حدث في مجال قياس الاتجاهات النفسية والاجتماعية والتي لا تزال تحظى باهتمام أكبر إلى يومنا هذا، وعلى وجه الخصوص مع التغيرات التكنولوجية السريعة والتقنية وحجم الرهانات والتحديات العملية التي يشهدها العالم في عصر الميديا الجديدة وانعكاساتها على مختلف مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك في هذا الفصل سنتطرق إلى معرفة الاتجاهات النفسية والاجتماعية باعتبارها أبرز المحددات المتحكمة والناظمة لسلوك الأفراد ولردود أفعالهم في البيئة التي تحيط بهم، والتي من خلالها تتشكل وتتكون الاتجاهات تدريجيا لدى الفرد نحو الآخرين ونحو المواضيع المختلفة، فالاتجاهات عموما تكون مقترنة اقترانا وثيقا مع نمو الفرد في محيطه الخارجي بكل مكوناته.

أولا :الاتجاهات النفسية

1- تعريف الاتجاه:(Attitude (Trend

أ- لغة:

لم يرد معنى الاتجاه لغويا في قاموس لسان العرب بالمعنى ذاته إنما أشتق من الوجه حيث يقال هذا وجه الرأي أي هو الرأي نفسه، ويقال وجوه البلد أي أشرافه، وجاء في حديث أبي الدرداء " لا تفقه حتى ترى للقرآن وجوها، أي ترى له معاني يحتملها فتهاب الإقدام عليه، والاسم الوجهة والوجهة بكسر الواو وضمها، واتّجه له رأي أي سنح وهو افتعل، صارت الواو لكسرة ما قبلها وأبدلت منها التاء وأدغمت ثم بنى عليه قولك قعدت تُجاهك وتجاهك أي تلقاءك، والوجهة والوُجهة أي القبلة، واتجهت إليك أتجه أي توجهت، وتوجه إليه أي ذهب، تجهنا والذي أراده اتجهنا فيه حذفت ألف الوصل وإحدى التاءين، ويقال وجهت الريح الحصى توجيها إذا ساقته وأنشد، ويقال قاد فلان فلانا أي انقاد واتبع **(ابن منظور، 2010، الصفحات 4775-4777)**

فمن خلال ما سبق عرضه لغويا عن معنى كلمة "اتجاه" في اللغة العربية نجدها تأخذ معنى الانسياق، القبلة والتوجه نحو الشيء، وهي كلمة مشتقة من الأصل اللغوي "وجه" ولها ذات المعنى في

المعاجم والقواميس العربية، أما في اللغات الأجنبية فقد وردت في اللغة الفرنسية كلمة "اتجاه" بعدة صيغ تحمل معان مختلفة ولها نفس معنى كلمة "اتجاه" باللغة العربية ومنها:

Tendance وتعني ميل، نزعة، تيار، منحى، اتجاه وDirection أي توجيه، نحو، اتجاه وSens وتعني ناحية، اتجاه، وأيضا Vers أي نحو، اتجاه، وكذلك Evolution بمعنى تحول، نمو، اتجاه، ثم نجد Egard أي إزاء، الناحية، اتجاه وأيضا Envers وتعني حيال، تجاه، اتجاه، وDestination أي توجه، مكان مقصود، مقصد، وجهة، اتجاه، وAttitude وتفيد المعنى، سلوك، نظرة، نهج، تصرف، وضع، اتجاه. **(REVERSO, 2024)**

وباللغة الأنجليزية وردت ذات الكلمة بنفس المعنى في عدة صيغ نذكر منها: Way ومعناها نحو، سبيل، اتجاه، وTrend أي توجه، رغبة، نزوع، مسار، اتجاه، ثم Thrust أي اتجاه وأيضا Trendline خط الاتجاه، خط الترند، ثم Affection بمعنى تعاطف، شعور، مودة، عاطفة **(REVERSO، 2024)**

إن كل هذه الصيغ تفيد في معناها الكلمة حسب السياق الذي تقع فيه، فهي لا تعني بمعناها الصريح الترجمة الفعلية لكلمة "اتجاه" إنما يقترب المعنى الفعلي لكل كلمة حسب موقعها في الجملة وحسب السياق الكلي للنص أو الفقرة وكذلك مجال توظيف الكلمة بشكل دقيق، وفي دراستنا هذه الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة قد وظفنا كلمة اتجاه بمعناها الأجنبي الموحد في اللغتين الفرنسية والإنجليزية وهو "Attitude " والذي في معناه تعبيرا صريحا على المكونات الأساسية للاتجاه النفسي الاجتماعي والمتمثلة في المكون العاطفي الوجداني، والسلوكي الموقفي، والمعرفي المعلوماتي.

أ- إصطلاحا:

اختلف المفكرون والعلماء في وضع تعريفا شاملا موحدا متفقا عليه يحمل معنى الاتجاه النفسي والاجتماعي لكنهم عملوا على إثراء هذا المعنى من خلال التعرض له من زوايا مختلفة توضحه من حيث التكوين والوظائف والأهداف والمسببات ومن هذه التعريفات نذكر:

قد تطرق إليه Woodward الاتجاه "Attitudes" على أنه عبارة عن انجذاب وميل مسبق لدى الشخص نحو العناصر المحيطة به في الوجود **(ملحم، 2001، صفحة 130)**

كما يرى المفكر الغربي " هربرت سبنسر" في كتابه المبادئ الأولى أن الفصل المناسب في القضايا الجدلية يعتمد بنسبة كبيرة على الاتجاه الذهني للشخص المستمع أو المتدخل في الجدل القائم، كما أنه في ذات السياق يرى "جوردن ألبورت" الاتجاه على أنه استعداد نفسي عصبي تترتب وفقه خبرات الأشخاص وتكون مؤثرة وموجهة حركيا لاستجابة الفرد نحو ما يستثيره من مواقف ومواضيع تهمه.

وهذا يعني أن الاتجاهات تدل على الانسجام والتأقلم والتكيف النفسي للفرد مع مجتمعه وفي ذات الوقت هي تعبر عن ترتيب محكما نسبيا يتألف من المعتقدات والأحاسيس والمشاعر والانحياز السلوكي للأهداف الهامة لدى الجماعات أو الوقائع أو الشخصيات المهمة في المجتمع**(عماشة، 2010، الصفحات 14-15)**

وحسب كانوك وشيفمان 1996 تعبر الاتجاهات عن نزعة محصلة عند الفرد تدفعه للتصرف باستمرارية وفق طريقة مناسبة أو غير مناسبة نحو أي كائن آخر أو شيء معين، فهي مجموعة من الآراء أو الأفكار التي يتم اكتسابها وتطويرها بالخبرة والتجربة، وهي قابلة للتغير لا تظهر مباشرة، كما أنها تمثل الطريق للإقناع المؤكد وهي قابلة للتقييم والتقويم وتتضمن عادة مجموعة من القيم والمعتقدات **(ساندرا، 2014، الصفحات 32-33)**

والاتجاه النفسي أيضا يعبر عن تكوين فرضي لا يمكن ملاحظته بشكل مباشر بل يستدل عليه من خلال سلوك الفرد واستجابته إما بالموافقة أو المعارضة أو المحايدة ونؤكد أن تلك الملاحظات لا تعني الاتجاه بل تعتبر مؤشرات تستخدم لمعرفته من خلال ترجمتها كميا وقياسها، كما يوجد للاتجاه مكونات متمازجة منها المكون المعرفي ويكون مقترنا بمعتقدات ومعلومات الفرد المسبقة حول الموقف أو الموضوع الذي يلفت انتباهه ويجذبه والمكون الانفعالي الوجداني حيث يكون مقترنا بما يثيره ذلك الموقف أو الموضوع من مشاعر وإحساس داخل الفرد إضافة إلى المكون السلوكي النزوعي الذي يتضح في الاستجابة الفعلية نحو الموقف أو الموضوع، وقد نستطيع التنبؤ بسلوك الفرد من خلال اتجاهه حيث لا يشترط أن يتطابق الاتجاه اللفظي مع الاتجاه العملي الفعلي لدى الفرد، والجدير بالذكر أن الاتجاهات تتكون داخل الأسرة والجماعات ومن خلال تأثير وسائل الاعلام والاتصال ويمكنها أن تغير أو تعدل أو تعزز عن طريق الخبرة أو من خلال النظام البيئي السائد **(فرج، أبو النيل، قنديل، و حسين، 1989، الصفحات 11-12)**

أما عربيا فقد اجتهد الباحثون في وضع مفهوما يتطابق مع القيم والمبادئ العربية حيث يقول في ذلك "أحمد زهران" الباحث في مجال علم النفس الاجتماعي الاتجاه تعكسه متغيرات كامنة وغير ظاهرة مثل العاطفة والميل فهو بمثابة تكوين مفترض ومحتمل يقع وسطا بين المنبه والاستجابة أو بين المثير

والاستجابة ويكون الفرد حياله في حالة تهيؤ عقلي عصبي مكتسب لردود أفعال إما إيجابيا أو سلبيا نحو محيطه الخارجي الذي يستثيره لتحدث استجابة مرغوبة تتفق ومعلوماته عن الموقف أو الموضوع الذي لفت انتباهه **(عماشة، 2010، صفحة 16)**

ويرى الباحثون أن الاتجاهات النفسية تتخذ ثلاثة توجهات يتمثل أولها في أن الاتجاه وحدة كلية تتكون من ثلاثة أبعاد " أبعاد وجدانية، أبعاد معرفية، أبعاد سلوكية" وتوجد بينهم علاقة ارتباط قوية تعكس مدى تفكيرهم وسلوكهم نحو المواقف والأحداث، ويتمثل التوجه الثاني في أن الاتجاه نسق كلي به اختلافات في مكوناته ومفاهيمه، أما التوجه الثالث يقول أن الاتجاه يشير إلى المكون الوجداني فقط، وتعتبر هذه التوجهات مقترحات مستخلصة من دراسات سابقة وليست بالضرورة توجهات ثابتة ومستقرة على مدار السنوات **(عثمان، 2022، صفحة 42)**

ويرى الباحثون أن الاتجاهات قبل تكونها تمر بعدة مراحل حتى تظهر للعلن وهي:

- **المرحلة الإدراكية المعرفية:** وهي المرحلة التي يتعرف فيها الشخص على المواقف والأحداث والمواضيع المحيطة به (معرفة البيئة المحيطة به).
- **مرحلة الميول نحو أمر معين:** ويكون ذلك وفق المفاضلة بين العناصر التي تم تقييمها من الفرد.
- **مرحلة الثبات والاستقرار:** وتعتبر هذه المرحلة مرحلة تبني الاتجاه والإيمان بالموقف أو الحدث**(ابراهيم، 2018، صفحة 60)**

وبناء على ما سبق ذكره حول ما اصطلح عليه الباحثون والمفكرون حول معنى الاتجاه ومن خلال هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي سنحاول قياس اتجاه هذه الفئة (الأساتذة الجامعيين) من حيث انجذابها وميولها ونزعتها وشغفها نحو المواضيع السياسية من خلال استخدام أشكال الميديا الجديدة ومن ثم معرفة معلوماتهم نحو تلك المواضيع السياسية وما تثيره وجدانيا بأنفسهم ومن معرفة سلوكها وردود أفعالها الايجابية والسلبية من خلال قياس هذه المؤشرات لمعرفة اتجاه فئة الاساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

2- المفاهيم المرتبطة بالاتجاهات النفسية

2-1 الاتجاهات النفسية والميل: (Orientation)

يأخذ الميل في علم النفس عدة معاني تختلف باختلاف نظرة اصحابها فمنهم من يرى أن الميل بمثابة توجه سلوكيا شخصيا فعليا عند الفرد يقربه إلى المفاضلة والاختيار بين المواقف والأحداث التي

تثير مشاعره ووجدانه لتترفع درجة الاهتمام عنده وترتفع معه درجة الوصول إليه لتحقيق الهدف المرجو منه والاستفادة من القيمة الفعلية التي يتوقعها من خلاله، ويكون الميل في غالب الأحيان موجبا وهذا ما يميزه عن الاتجاه الذي قد يكون سالبا أو موجبا، كما تغلب على الميل الصبغة الانفعالية والعقلية بينما تغلب على الاتجاه الصبغة العقلية أكثر، وقد يتفق الميل والاتجاه في أن كليهما يكتسب من خلال محاكاة التجارب والأحداث والمواقف وأنهما عرضة للتشويه والتزوير نظرا لحساسيتها المفرطة، إضافة إلى أننا نجد الميل في الغالب يتجه نحو الاستقرار والثبات للأنشطة المختلفة وتتضح عند الفرد بشكل كليا ظاهرا في سلوكه وانفعاله وردود أفعاله **(كوافحة، 2003، صفحة 43)**

كما إن في عملية إدراك المواضيع والتهيؤ للاستجابة لها بشكل متسق ومنظم يتطلب من الفرد خبرة معتبرة في ذلك، وإن احتمالات الاستعداد والتهيؤ عندما تتسق وتنتظم تتوجه إلى حالة من الثبات والسكون وتفرض أشكال من التوافق في السلوك لدى الفرد خلال فترة حياته، وفي حالة ما إذا كان الاتجاه أشمل من الميل فهذا لا ينفي التأثير المتبادل بينهما، فالاتجاه لا يتوقف على الجهد الحركي الذي يجذب الفرد حيال حدث معين، بل هو يتسع ليستحوذ على استعداد لذلك الميل، ونذكر كذلك أن للاتجاه قاعدة من المعلومات والمعرفة منها تتشكل الأفعال وردود الأفعال للفرد نحو المواقف والأحداث والمواضيع التي تثيره **(البرعي، 2002، صفحة 316)**

2-2 الاتجاهات النفسية والرأي العام:

يعرف الباحثون الرأي العام بالحكم النهائي الذي تتوصل إليه الجماعة إزاء نازل مهم ويتكون ذلك الحكم من مجموعة الاتجاهات التي قد تبناها الأفراد المنتمين لتلك المجموعة المهتمة بمسألة من المسائل التي يحتاجونها **(عبيد، 2002، الصفحات 102- 104)**

توجد علاقة ارتباط قوية بين الاتجاهات النفسية والرأي العام منذ القدم، وهذا لا يعني عدم وجود فوارق بينهما؛ فالرأي العام يمكن التعبير عنه شفويا بألفاظ عكس الاتجاه الذي يظهر في جملة من السلوك والأفعال وقد يشتركان في التغيير فتغيير الاتجاه العام مثلا يكون نتيجة لتعديل أو تغيير في الرأي العام لمجموعة من الأفراد في مجتمع، لذلك نجد درجة الثبات والتكوين ونمط التعبير أهم الفوارق بين الاتجاهات النفسية والرأي العام، فالاتجاه ينتمي للرأي العام الذي يضم مجموعة من الاتجاهات العامة، والرأي العام يحتوي المشاعر والأحاسيس النفسية والاجتماعية التي تتشكل جراء محاكاة الأحداث والمواقف والمواضيع التي تتلاقى مع مدركاته ووجدانه **(بوعلي، 2009، صفحة 168)**

ويحدد " Mariet" الرأي بمستوى من مستويات المعرفة لكنه لا يمتلك قوة الإقناع العلمي وهو أدنى مستوياتها، ويتوقف على نشر أو تقسيم أو توزيع الرؤى الفردية الخاصة أو الجماعية العامة ولا يهتم بالقسط العقلاني أو المنطقي، فهو شعور يتكون عند الأفراد والجماعات من خلال التفاعل الخاضع للتقليد والتقمص الفعلي السلوكي والإدراكي العقلي **(مرداسي، 2009، صفحة 164)**

أما فيما يخص قياس الرأي العام والاتجاه فيوجد بينهما اختلاف فقياس الرأي العام لا يقبل أكثر من سؤال أو اثنين وغالبا ما تكون الإجابة حولهما بالامتناع أو القبول أو الرفض، بينما يكون قياس الاتجاه عن طريق الاختبارات النفسية الغير قصيرة حتى تكشف الاتجاه ومدى شدته **(العبيدي، 2015، صفحة 462)**

2-3 الاتجاهات النفسية والقيم: (Values)

تحمل كلمة "قيم" معاني متعددة في مجالات مختلفة كعلم النفس والتربية والإعلام وهي مشتقة من الفعل "قوم" الذي يعني في اللغة العربية الاستمرار والاستقرار، السياسة والرعاية ، الصلاح والاعتدال ومن خلال هذه الدلالات نجد أن القيمة اصطلاحا تعني جملة من الموازين التي تقيس الموجودات بالجمال أو عدم الجمال، والمفاضلة بين الأشياء لدى الفرد، إضافة إلى أنها مجموعة من الدوافع والحاجات والاتجاهات والمعتقدات والاهتمامات التي لها علاقة مباشرة مع الفرد، واتفق الباحثون أن العلاقة بين القيم والاتجاهات تكمن في أن القيمة أعم وأشمل وأوسع من مفهوم الاتجاه فالقيمة قد تحتوي على ألف الاتجاهات الجزئية فالفرد الواحد يتجه نحو السياسة والرياضة والقراءة والموسيقى والعلم، كما يختلفان في الهدف والأداتية؛ فالقيمة أهداف تامة مجردة ذات رمزية محددة في حين أن الاتجاه هدف أداتي أقل تجريدا ورمزية، ومن حيث درجة الثبات تعتبر القيمة أكثر ثباتا واستقرار من الاتجاه وتتفق القيمة مع الاتجاه في المكونات الأساسية لهما المعرفية والسلوكية والوجدانية، وكلاهما يرتبط بالسلوك وردة فعل نحو موقف معين قابلا للتقويم، وعليه فالقيم صعبة التغيير وبطيئة الاكتساب والاتجاهات تتكون لدى الفرد من مواجهة الأحداث والتجارب والمواقف **(الجلاد، 2013، الصفحات 19-30)**

2-4 الاتجاهات النفسية والآراء:

إن الاتجاهات النفسية تعبر في صورتها العامة على حصيلة ردود أفعال الأفراد نحو الاحداث والمواقف التي تعترض حياتهم والهامة لديهم لذلك تكون الاتجاهات دوما ذات علاقة بموضوع أو نازل من النوازل التي تستثيرها ثم تحركها رغم سكونها واستقرارها، بينما تتجلى الآراء في النوازل العارضة الانفرادية وتتغير في ذات الفرد الواحد باختلاق مواقيت حدوثها، وقد تظهر من خلال جملة من الأفعال كالتعبير

عنها كتابيا أو شفويا وعموما فالاتجاهات أكثر شمولية من الآراء وهذه الأخيرة تتضمن دوما التنبؤ والتوقع وتشير إلى ما يعتقده الفرد دوما قرارا صائبا **(البرواري، 2013، الصفحات 52-53)**

5-2 الاتجاهات النفسية والعاطفة:

الاتجاهات أكثر شمولية وعموما من العاطفة؛ فالاتجاهات تحتوي على جانب سلوكي وعقلي إدراكي معرفي لدى الفرد وقد يشترك الآخرين معه كالمعتقدات واللغة والانتماء والميل نحو الابتعاد أو الاقتراب من حدث يهم الجماعة، بينما تمتاز العاطفة بأنها لا ذاتية وبالشعور الوجداني الشخصي، وتختلف العاطفة من فرد لآخر نحو الموضوع الواحد فالجميع يمتلك عاطفة نحو الصغار لكنها تختلف حسب تركيبة كل فرد لوحده **(البرواري، 2013، صفحة 52)**

5-2 الاتجاهات النفسية والسلوك

أخذ معنى السلوك الانساني معاني مختلفة لدى مفكري علم النفس والتربويين وهو يعني في تعريفه العام جملة المفاضلات والعمليات التي يقوم بها الإنسان عندما يريد التحول من موقف سابق إلى موقف جديد ويستعمل في ذلك التحول والانتقال مجموعة من التصرفات الغير ثابتة الإدراكية أو التعبيرات الانفعالية الظاهرة أو الباطنية من أجل بلوغ غايته والتأقلم مع المواقف والأحداث والمواضيع التي يتعرض لها في البيئة التي ينتمي إليها والتي من خلالها يحافظ على مرتكزات تواجده بها، ومن خلال ما سبق نجد أن السلوك عنصر من العناصر المكونة للاتجاه و أن الاتجاه لا يتضح معناه إلا من خلال ردود الافعال والألفاظ التي يعبر عنها الفرد بسلوك محدد يعكس موقفه من المواضيع والأحداث والمواقف التي يتعرض لها في المجتمع **(الزيباري، 2020، صفحة 14)**

وقد ذهب عالم النفس "واطسون" إلى الأخذ بأن السلوك الانساني هو انعكاس للعقل الانساني وفق المنبهات الخارجية ويهمل الشعور بينهما، أما "فرويد" يرى أن السلوك الانساني مرهون بغريزة البقاء أو الموت ويعني ذلك الحفاظ على النوع من خلال التكاثر بكل مراحله وصولا للرشد والعقلانية، أما الثانية تمثلها الميل العدواني للإنسان فطريا **(السيد، 1998، صفحة 137)**

وقد أجمع الباحثون على إلزامية توفر ثلاث عوامل رئيسية تساعد على تفسير العلاقة القوية التي توجد بين الاتجاهات والسلوك ومنها العوامل الاجتماعية ومدى قوتها تؤثر في الاتجاه والسلوك بالقوة أو بالضعف، إضافة إلى عامل الوعي بقوة الاتجاه أو ضعفه قبل التصرف نحو الموقف والتنبؤ به من خلال الخبرات والتجارب التي خاضها الفرد والتمسك به، إضافة إلى عامل القدرة على الإدراك والتنبؤ بمسار

الاتجاه وطبيعة السلوك الذي يتوقع أن يصدر منه من خلال الأحداث أو المواقف التي تعرض لها الفرد واكتسب منها مهارة وخبرة في الحياة **(البرواري، 2013، صفحة 74)**

ومما سبق نستطيع القول أن العلاقة بين الاتجاهات والسلوك أصبحت أكثر تعقيدا خاصة بعد دراسة "لابيير" وبالتحديد بعد ادراك أنها تفيد بنقاط جيدة من الناحية النظرية **(كولن، برندان، ديل، و جيرارد، 2012، صفحة 325)**

3- خصائص الاتجاهات النفسية:

يمكن لنا من خلال التدقيق في مجموعة التعريفات الاصطلاحية السابقة للاتجاه استنتاج بعض السمات والخصائص نذكر منها:

- الاتجاهات النفسية الاجتماعية تكتسب بالتعلم ويستطيع الفرد تطويريها بعدة طرق من خلال التفاعل مع محيطه الخارجي دون توريثها أو وراثتها من وإلى الأجيال الأخرى.
- الاتجاهات النفسية والاجتماعية قابلة للقياس والتقويم من خلال ملاحظة سلوك الفرد وباستعمال مقاييس متخصصة.
- تتكون الاتجاهات بنفس منطلق المثير والاستجابة وهي مرتبطة ارتباطا وثيقا بالنظام البيئي للأفراد والجماعات وبمواقفهم نحو المواضيع والمواقف العارضة.
- يمكن التعبير عن الاتجاهات بعبارات لفظية ذات النزعة الانفعالية.
- لا تشكل اتجاهات الافراد في المجتمع جزء منه بالضرورة.
- الاتجاهات النفسية ذات طبيعة كامنة معنوية وغير مادية **(ملحم، 2001، صفحة 131)**
- تصنف الاتجاهات النفسية إلى اتجاهات محددة وأخرى عامة.
- الاتجاهات النفسية تقع دوما بين نقيضين وهي تقبل المفاضلة والاختيار.
- تتكون الاتجاهات النفسية من ثلاث أبعاد سلوكية ومعرفية وانفعالية.
- الاتجاهات النفسية تنقسم بين اتجاهات واضحة المعالم وأخرى غامضة.
- الاتجاهات النفسية تتصف بالثبات والاستمرار النسبي ويمكن تعديلها وتغييرها في ظروف مناسبة كما أنها قد تقاوم التغير وتبقى قائمة لوقت لزمن معتبر إضافة إلى أنها قد تكون سالبة أو موجبة، قوية أو ضعيفة **(الزغول، 2012، صفحة 315)**

ومن خلال الخصائص السابقة والتعريفات نجد أن الاتجاهات النفسية تتمحور حول رؤى ثنائية وهي:

✓ الاتجاه ميلا Tendency

- ✓ الاتجاه نزعة انفعالية Emotional Trend
- ✓ الاتجاه استعداد Predisposition
- ✓ الاتجاه موقفا Situation
- ✓ الاتجاه مجموعة من المعتقدات والقيم Direction A set of Beliefs and Values
- ✓ الاتجاه تكوينا فرضيا أو متغيرا وسيطا Intermediate or Hypothetical Configuration
- ✓ الاتجاه انسجام لمجموعة من الاستجابات Trend Harmony for a Range of Responses
- ✓ الاتجاه مكون معرفي ووجداني وسلوكي. **(عماشة، 2010، الصفحات 18-119)**

4-أهمية الاتجاهات النفسية:

للاتجاهات النفسية أهمية بالغة في دراسة المجموعات الإنسانية من حيث سلوكها وردود أفعالها فهي تعكس إدراك الأفراد لمحيطهم الخارجي حيث يكتسبون من خلاله مجموعة من المعلومات والبيانات حول واقعهم لتعزيز رصيدهم المعرفي حول الأشخاص والمواضيع والمواقف والأحداث الواقعة في مجال اهتماماتهم ومن ثم تخزين تلك المعلومات والمعطيات بداخلهم بطريقة آلية ليتم استدعاؤها وتوظيفها في اختبار وتقدير حجم تلك المواقف والمواضيع والأحداث للتحقق منها وفق ما يخدم مصالحهم الفردية والجماعية **(الصرفندي، 2017، صفحة 29)**

لقياس الاتجاهات أهمية كبيرة في الدراسات النفسية والإعلامية والسياسية ودراسات الرأي العام حيث تزود الباحثين بمعرفة سلوك الأفراد ومعرفة طريقة التعامل معه سواء بالتعزيز أو التعديل ومن ثم التعامل معهم حسب شدة الاتجاه المتبنى قويا كان أم ضعيفا موجبا أو سلبيا، فالاتجاهات قابلة للاستمرار والثبات وقابلة للتغيير أيضا **(بعوش، 2011-2012، صفحة 69)**

للاتجاهات النفسية أهمية في حياة الأفراد لأنها تقدم لهم فرص التأقلم مع الحياة وتساعدهم على تكييف مكتسباتهم المعرفية حول الأشياء اجتماعيا وهو ما يمنحها قدرا عاليا من المرونة لاستخدامها على أوسع نطاق في بين الجماعات والأفراد **(القحطاني، 1996، صفحة 53)**

5- وظائف الاتجاهات النفسية:

تعرّض "إلياهو كاتز" في نظرية وظيفة الاتجاه إلى مجموعة من الوظائف التي تسند للاتجاهات النفسية وهي:

- ✓ **الوظيفة التوافقية النفسية:** Adjustment Function وتستند هذه الوظيفة إلى نظريات التعلم التي تقوم على مبدأ ثنائية مثير– استجابة فمن خلالها تتشكل الاتجاهات وفق ما ينجم عليها من جزاء أو عقاب أو ما يتعلق بها من أحاسيس وعواطف مريحة أو غير مريحة **(الجزار، 2011، صفحة 11)**

وحتى يثاب الفرد في حياته ويبتعد عن العقوبات يستوجب عليه العمل على تقوية وتنمية وتطوير الاتجاهات التي تساعده للوصول إلى غاياته فالسياسي الناجح يكوّن علاقة قوية مع جمهوره توجههم إلى مراميه المستقبلية أي أنه يكون اتجاه توافقي مع جمهوره يحقق أهدافه وغاياتهم حسب مصلحة كل منهما **(عماشة، 2010، صفحة 31)**

فالاتجاهات تحتل مكانة كبيرة في حياة الأفراد لاسيما في تحديد سلوكهم وردود أفعالهم فهي تؤثر بشكل واضح على مدركاتهم وعلى مكتسباتهم وما يتعلمونه كما تحدد علاقتهم بالجماعات الانسانية التي ينتمون إليها وكذلك المفاضلة في اختيار حياتهم بشكل عام **(لامبرت، 1993، صفحة 120)**

- ✓ **الوظيفة الدفاعية للذات:** Ego-Defence Function تعتبر الاتجاهات إجراء آلي للدفاع تفيد الأفراد حين يشعرون بآلام داخلية وتعد عملية التطبيق أو الإسقاط من الإجراءات العملية التي نرمي ونرجع المسببات فيها الآخرين بما نجهزه في ذواتنا من خصائص غير مرغوب فيها وفي المقابل نجنب أنفسنا كل تلك السمات والصفات فالسياسي الفاشل يرجع عدم نجاح تجمعه إلى ضيق قاعات التجمع رغم ملاحظته لها بأنها شاغرة، أي أنه يستعمل إجراء آلي بمثابة الآلة التي تبرر فشله وبها يدافع عن نفسه وذاته رغم أنه يعلم أنها مقصرة ولم تلتزم بتأدية واجباتها قبل الدعوة للتجمع ووضع برنامج يقنع به أكبر عدد من الحضور **(حسين، 1992، صفحة 22)**
- ✓ **الوظيفة التعزيزية:** Reinforcement Function يتفق الباحثون أن للوظيفة التعزيزية تأثيرا مباشرا موجب يساهم في تحقيق الذات على عكس الوظيفة الدفاعية للاتجاهات التي تنحصر عمليا في إبعاد المعارف والحقائق الأساسية الغير جيدة المتصلة بحياة الأفراد، كما أن الوظيفة التعزيزية تشكل صورة مرغوبا بها لدى ذات الفرد إذ تحمل تلك الصورة مجموعة من المشاعر والأحاسيس تدعم الفرد معنويا فمثلا رجل السياسة الذي يقدم مساعدة لفئة معوزة من القاطنين ينتابه شعور ايجابي به مجموعة من مشاعر الاحسان والخير تشكل لديه صورة ترافقه ولا تفارق كل من تشكلت لديه **(عماشة، 2010، صفحة 31)**
- ✓ **الوظيفة المعرفية:** Cognitive Function تكتسب الفرد مجموعة من القيم والعادات والتقاليد والمعلومات يتفق حولها مجموعة الأفراد التي تقاسمه تلك المكتسبات وهي في ذات الوقت قيم وعادات وتقاليد ومعلومات قابلة للقياس والتقويم لأنها مستمدة من اتجاهات تكونت من المحيط الذي ينتمي

إليه الفرد، فمن خلال جملة المعارف المكتسبة تتضح عملية اتخاذ القرارات وإصدار الأحكام النافعة ترفع من فهم الفرد لمحيطه وتدفعه للاتساق مع الآخرين وتعتدل استجاباته نحو المنبهات الموجودة ببيئته الاجتماعية بشكل عام مثل رفع قيم التعاون والتآزر إبان مكافحة مخلفات الكوارث الطبيعية **(حسين، 1992، صفحة 22)**

- ✓ إضافة إلى أن الاتجاهات تنمي الشخصية وتطورها وهذا بدوره يرفع من أداء الأفراد لاسيما في التنظيمات المغلقة فهي تسهل عملية تأقلم المنتمين للتنظيم باعتبارها مرشدا لا مادي يدرك مختلف المتغيرات المحيطة بالأفراد في التنظيم وبهذا فهي بمثابة المصدر الإقناعي الذي يدافع به الفرد عن نفسه والذي يرجع إليه للتقيم والتقويم وبالتالي يساعده في عمليات الإدراك ومن ثم الاعتماد على تلك الاتجاهات لتفسير وتحليل سلوك الفرد وحتى التنبؤ به قبل وقوع ردود الأفعال منه ثم العمل على تعديل وتغير أو تعزيز اتجاه الفرد ايجابيا نحو التنظيم الذي ينتمي إليه، أي أن وظيفة الاتجاه في هذه الحالة وظيفة مرجعية محدد بإطار يحدد أهم المؤشرات التي تعبر عنه فالسياسي الذي لا يملك برنامجا سياسيا واضح تجده يتهجم على الصحافة بمجرد طرح سؤال في ذات السياق والذي يدفعه إلى التصريح بما لا يمد للسؤال بصلة **(السامرائي، 2007، صفحة 89)**

وفي هذه الدراسة نستشف وظيفة الاتجاه من خلال قياس اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية من خلال استخدامهم للميديا الجديدة بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة وما تقدمه تلك الاتجاهات من قيم ومعرفة ومعلومات تفيد المتلقين للمواضيع السياسية التي تتطلب دوما التحليل والتفسير من طرف أهل الاختصاص، أي أن قياس الاتجاه المتكون عند الاستاذ الجامعي نحو المواضيع السياسية يعبر عن الاتجاه المحتمل إيجابيته بحكم أنه من النخبة ومن صفوة المجتمع.

6- مكونات الاتجاهات النفسية:

إن عملية تكوين الاتجاهات النفسية ليست عملية اعتباطية مأخوذة من فراغ بل هي عبارة عن ترتيب يكوّن الاتجاهات الفردية والجماعية بشكل تدريجي حيث تمر هذه الأخيرة قبل اكتسابها وتكوينها بمراحل خمس متتالية ومتعاقبة كل مرحلة منها مرتبطة بالمرحلة التي تسبقها والمرحلة التي تليها، ثم أن كل مرحله تحتوي على مستويين إثنين هما: مستوي الاستعداد (Passive) وهو المستوى الأول والمستوى النشط (Active) وهو المستوى الثاني، ولابد من الأخذ بعين الاعتبار أن الاتجاهات تصدر من الواقع الذي تعيشه الأفراد بكل معطياته السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وذلك مرتبط بعجلة نمو وتطور كل مجتمع.

ولابد أن نذكر أن الاتجاهات النفسية والاجتماعية هي نتيجة وحصيلة لمخرجات مراكز التنشئة الاجتماعية المختلفة مثل الأسرة، المسجد، المدرسة، وسائل الإعلام وتتأثر بها مباشرة وقد إن مؤشرات الاتجاهات تظهر بوضوح من خلال عمليات التفاعل القائمة بين كل مقومات المجتمع لاسيما منها المقومات الثقافية والدينية والحضارية وكذلك جملة الأخلاق لدى الافراد والمجموعات إضافة إلى الخبرة الشخصية للأفراد والاتفاق على قول الجماعة وعدم الخروج عليه، فكلها مكونة للاتجاهات واكتسابها. **(ملحم، 2001، الصفحات 131-133)**

مثال: في حالة حمل الأستاذ الجامعي في هذه الدراسة على عاتقه مسؤولية اجتماعية نحو المجتمع كشرح موضوع سياسي مهم فإنه يمر بالمراحل الخمس السابقة المكونة للاتجاهات ونسقط ذلك كما يلي:

1- **التضحية** : تكون فعلية من أجل خدمة المجتمع ولابد من إظهار الاستعداد التام للتضحية بالفعل لا بالقول فقط.

2- **الدعوة العملية:** من خلال تفعيل مختلف الوسائل الاتصالية لشرح مزايا الموضوع ولابد من دعم العمل والدعوة للموضع لفظا بالتجمعات والمحاضرات.

3- **التأييد والمشاركة:** لابد من القيام بمشاركة ميدانية تعكس دعم وموافقة الموضوع أي لابد من الموافقة والدعم ثم المشاركة الفظية للموضوع مع الفئات الأخرى.

4- **المفاضلة:** ويعبر من خلال سلوكا يختار فيه المهتم بالموضوع ما يناسبه ولابد من التعبير اللفظي المعبر عن تلك المفاضلة وتبريرها بالفعل.

5- **التأمل والقياس:** من خلال التجربة الفعلية ولابد من اظهار الرغبة والميل والاستعداد الكلي نحو الموضوع المختار.

إن هذه المراحل مبنية على مراحل تكوين الاتجاهات المختزلة في المستوبين السابقين الاستعداد والمستوى النشط فكل اتجاه لابد له من استعداد وتهيؤ ثم نشاط فعلي حتى يتجسد فعليا في أرض الميدان ولا يتضح ذلك الاتجاه إلا من خلال المؤشرات والأبعاد التي تدل عليه من خلال متابعة السلوك الفردي وردود الأفعال كذلك.

ووفق ما سبق ذكره يتضح لنا أن اتجاهات الأفراد نحو القضايا المختلفة أو نحو المواضيع أو الأشخاص المحيطين بهم تتكون من خلال الحالات المتتالية المحتملة وهي:

1- في حالة حصول الأفراد عن البيانات والمعلومات ثم العمل على تطوير ما يتوقعونه عن الموضوع الذي يلفت انتباههم ويهمهم.

2- في حالة اقتران العاطفة والمشاعر والأحاسيس بالهدف مباشرة من خلال عمليات التكرار المكثف لموضوع الاتجاه المختار.

3- في حالة قيام الافراد بتحليل السلوك وردود الأفعال المتعدية نحو الهدف ويحددون اتجاهاتهم نحوها بدقة وهو ما يعرف بإنهاء عملية الإدراك الذاتي.

ويجب التنويه إلى أن نفس عملية تكوين الاتجاه هي نفسها عملية تغيير الاتجاه نحو الأحداث والمواقف المواضيع والقضايا التي تهم الأفراد **(محمود، 1994، صفحة 48)**

وعليه من خلال ما سبق ذكره يتضح لنا أن للاتجاهات النفسية مكونات تقع تحت كل من المحدد الإدراكي ويقع ضمنه كل سبل المعرفة والإحاطة بالموضوع أو الموقف وكل العمليات العقلية المستخدمة في ذلك كالتفكير والتركيز والاستنتاج والاستنباط والاستقراء وإصدار الأحكام أي عبر سلسلة تلقي واستقبال الرسالة والانتباه إليها والتركيز معها لفهمها ثم تخزينها وحفظها في الذاكرة بعد قبولها وأخيرا تغيير السلوك وفق حاجات الفرد، والمحدد الوجداني العاطفي الذي يعبر عن الأحاسيس والمشاعر ويقصد به الاستجابة المتوقعة من المعارف المدركة وقد تظهر في فعل أو في ردة فعل يطلق عليها الاتجاه الفعلي نحو حث معين، إضافة إلى المحدد القصدي السلوكي والذي ينتج من المحددين السابقين ومنه تقاس مدى شدة القيام بالفعل المتوقع من ما ندركه أو من ما نشعر أو نحس به، فالإنسان يتصرف وفق ما يدركه ويظهر ذلك في فعله وسلوكه المقترن بالمحددات العاطفية والمعرفية وما يثير انفعاله نحو مختلف النوازل والمواقف والمواضيع وما يميز هذه العملية هو التتالي في المراحل والترتيب المتسق حسب الحدث والظرف والزمن والمكان **(سعد، 2012-2013، الصفحات 53-54)**

7- عوامل تشكل الاتجاهات النفسية

وقد حدد الباحثون عوامل نمو الاتجاهات وتكوينها لدى الأفراد والعوامل المتحكمة في تعديلها أو تغييرها أو تعزيزها، حيث أكدوا أن عملية تكرار الاتصال بمواضيع الاتجاه عند الفرد يثير سجاياه أولا أو إن الاتجاه يظهر نتيجة اصطدام انفعالي مفاجئ إضافة إلى الرغبة وقابلية التبني أي سرعة قبول الآراء والأفكار والمعلومات دون رفض لاسيما في حال تتبعها عدد كبير من الأفراد، ومن أهم العوامل نذكر:

العامل الثقافي: أي طريقة العيش في المجتمع والتي منها يكتسب الفرد القيم والمعتقدات والأفكار والآراء السائدة وتنمو الاتجاهات بالغربلة ثم تخزين ما يهم الفرد أي أن فعالية المؤثرات الثقافية مرتبطة بالإدراك وإعمال العمليات العقلية.

العامل الوظيفي: وذلك أن تلك الحاجات والرغبات والأماني وردود الأفعال توجه الأفراد نحو انتقاء ما يخدمهم **(عثمان، 2022، صفحة 43)**

الأسرة والأصدقاء، العوامل الشخصية، المعلومات المتاحة وخبرة الأفراد، التلقي والتعرض لوسائل الاعلام الجماهيرية والميديا الجديدة ومجالسة المؤثرين في المجتمعات **(موصللي، 2015، صفحة 99)**

8- **تصنيف الاتجاهات النفسية:**

اختلفت تقسيمات الاتجاهات النفسية والاجتماعية باختلاف معايير تصنيفاتها نذكر منها ما يلي:

1. **من حيث شدة الاتجاه:**

تصنف الاتجاهات النفسية من حيث شدتها إلى:

- **اتجاهات قوية:** وما يميز هذا النوع من الاتجاهات هو سيطرتها التامة على قسطا كبير من حياة الإنسان حيث توجهه إلى القيام بسلوك حدته شديدة إزاء المواقف كالانتماء السياسي للأحزاب.
- **اتجاهات ضعيفة:** وما يميز هذا النوع من الاتجاهات هو ردة الفعل الضعيفة إزاء المواقف والأحداث حيث لا يمكن تحمل ومقاومة شدة الاتجاه وقد يفعل ذلك عند الشعور بشدته **(بوعمر، 2013-2014، صفحة 43)**

2. **من حيث الكيف والنوع :**

- **الاتجاهات العامة:** تقع هذه الاتجاهات على المواقف والأحداث الخاصة بعامة الناس تماما ويأخذ الاتجاه نمط السمة مثل الوسم في المجتمع كاحترام الكبار والمحافظة على الأشياء القديمة أو التعصب حيث تظهر في تصرفات الشخص مع الآخرين، وتعتبر الاتجاهات العامة الأكثر ثباتا واستقرارا مقارنة مع غيرها من الاتجاهات.
- **الاتجاهات الكيفية:** وهي الاتجاهات التي تنبثق من ذات الشخص وتتعلق عادة بمشاعر معينة كالحزن والخوف وتعتبر هذه الاتجاهات من واقع الاتجاهات العامة **(الرحو، 2005، صفحة 85)**

3. **من حيث شمولية الأفراد المتبنية للاتجاه:**

- **الاتجاه الفردي:** وينبثق هذا النوع من الاتجاهات عن الفرد الواحد نحو حدث أو موضوع أو موقف أو أمر يلفت انتباهه دون غيره من الأفراد الآخرين .
- **الاتجاه الجماعي:** وهي تلك الاتجاهات التي تصدر من مجموعة من الأفراد إزاء موضوع يهمهم جميعا ويعتبر هذا النوع من الاتجاهات أكثر ميولا للثبات وقد تنجم عنه سلوك غير مرغوب فيه كالعنف والتخريب وعدم الأمن في المجتمعات أحيانا **(السيسي، 2010، الصفحات 179-180)**

4. من حيث الهدف:

- **الاتجاه السلبي:** ويجد هذا النوع من الاتجاهات مقاومة شديدة نتيجة رفضه وعدم تقبله من طرف الأفراد.
- **الاتجاه الإيجابي:** ويجد هذا النوع من الاتجاهات قبول كبيرا لدى الأفراد ويعتنقونها دون مقاومة لأنها تلبي حاجاتهم منها.

5. من حيث العلن والظهور:

- **الاتجاه السري:** ويعتبر هذا النوع من الاتجاهات غير ظاهر للآخرين ولا يعبر عليه بسلوك واضح من طرف اصحابه.
- **الاتجاه العلني:** ونجد هذه الاتجاهات ظاهرة للعلن ويجهر بها صاحبها دون تردد وتتضح في تصرفاته وسلوكه وأفعاله بصورة غير مخفية عن الآخرين دون إحراج أو دون خوف من عواقبها وما قد ينجم عنها **(العزة، 2002، الصفحات 287-288)**

6. من حيث درجة التعقيد:

- **الاتجاه البسيط:** وهو ذلك النمط من الاتجاهات التي تعبر عن مجوعة من الآراء ووجهات النظر التي تتجسد عند الفرد من خلال الاجابة بنعم أو لا، ضعيف أو قوي، جيد أو سيئ.
- **الاتجاه المركب:** وهو ذلك النمط من الاتجاهات التي تحتمل عدة استجابات وردود أفعال المتكونة من مزيجا من الأحاسيس والمعتقدات والحركة **(السامراني، 2007، صفحة 87)**

9- الأبعاد المتحكمة في طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية:

إن الاتجاهات وإن اختلفت في حدتها وشدتها ونوعها نجدها تخضع لمجموعة من الأبعاد التي لا يمكن لها أن تتكون بمنآى عنها، وسنحاول من خلال هذا العنصر توضيح الأبعاد الاساسية المتحكمة في طبيعة الاتجاهات وهي:

- **قطبي الاتجاه:** إذ لا يمكن للاتجاهات أن تتكون دون وجود طرفان متوجهان إحداهما يعبر عن الإشارة الموجبة والثاني عن الاشارة السالبة تماما مثل الموافقة بشدة والمعارضة بشدة وتفصل بينهما نقطة محايد، وكلما اتجه الاتجاه صوب أحد القطبين اتضحت إشارته واتضحت معه نسبة القبول أو الرفض انطلاقا من نقطة الحياد الفاصلة بين القطبين.
- **درجة علنية الاتجاه:** ويعبر عنها بمدى اتضاح اتجاه الفرد أو المجموعة بالتبني أو عدم التبني.

- **الابتعاد عن الغموض:** الاتجاهات متباينة في شدة وضوح تفاصيلها ومعالمها من الواضح للجميع إلى الغير واضح والغامض عند الجميع.
- **درجة الترابط والتكامل:** تتباين الاتجاهات في درجة انعزالها عن غيرها كالمفاضلة بين شخص وأخر من حيث السلوك وقد تأخذ صفة الترتيب عند العامة.
- **قوة الاتجاه :** الاتجاهات تحافظ على وجودها في كل الظروف والأحداث والمواقف التي تعترض حياة الأفراد وقد تخضع الضعيفة منها إلى التغيير أو التعديل أو التعزيز حسب الموقف المعترض لها. **(بوعمر، 2013-2014، صفحة 43)**

10- النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية

إن المهتم بدراسة الاتجاهات النفسية يلتمس من خلال عملية تكوينها مجموعة من النظريات التي تفسرها وتشرح كيفية تشكلها ومراحل تغييرها أو تعديلها ومن أبرزها نذكر:

10-1 النظرية الاجتماعية: (Social Theory)

قد وضح عالم علم النفس الاجتماعي " ألبورت جوردن" مدى تكرار ظهور الاتجاهات النفسية في الدراسات الميدانية سواء كان ذلك بقصد البحث عنها أو من خلال ظهورها كمتغيرات عارضة أثناء عملية البحث وهو ما يحيلنا إلى المكانة التي تحتلها هذه الأخيرة في العلوم المختلفة من ناحية وإلى عدم انتمائها إلى علم مستقل بذاته فالاتجاهات النفسية بمثابة المتغيرات البينية التي تلتقي وتجتمع حولها العلوم الأخرى وبمثابة الدم الذي يسري في شرايين جسم الانسان بالنسبة للعلوم المختلفة.

وقد فسر الكندي "ألبرت باندورا" العملية التي بمقتضاها تتكون الاتجاهات النفسية بإسقاطها على العملية التعليمية بالمحاكاة والملاحظة من خلال الجزاء والعقاب ومدى دور الجماعة في التأثير على سلوك الفرد وعلى تكوين الاتجاهات لديه، فقد ركز "ألبرت باندورا" وأثنى على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والأسرة وعلى دور مجموعات اللعب والأقران ودور وسائل الاعلام في تكوين الاتجاهات النفسية عن طريق المحاكاة والتقليد أو الإقتداء بشخصية مرجعية في تغييرها أو تعديلها **(البرواري، 2013، صفحة 69)**

ولخص "ألبرت باندورا" وتلميذه " ريتشارد ولترز" تجاربه الأولية في بحث موسوم بالتعلم الاجتماعي من خلال المحاكاة قدمه في إطار فعاليات الندوة العلمية نبراسكا وفيه وضح أن نموذج التعلم بالمحاكاة يقوم على افتراض مفاده أن الانسان كائن اجتماعي يتأثر بالأفعال وردودها وبمشاعر وطبيعة سلوك وتصرفات الآخرين ويستطيع أن يتعلم منهم بتيقليد استجاباتهم عن طريق استعمال الملاحظة ويفترض ذلك امكانية الاستجابة والتعلم بالجزاء أو العقاب حيث يتخيل المتعلم نفسه محل الأنموذج وما

يتعرض له من جزاء أو عقاب نتيجة السلوك القائم وجسد باندورا ذلك من خلال تجاربه باستعمال الدمية والمجموعات الخمس في رياض الأطفال **(أبو جادو، 2011، الصفحات 202-203)**

ومن خلال الربط بين الاتجاهات النفسية والتعلم بالنموذج أو المحاكاة والتقليد والملاحظة نجد أن هناك تغير نسبي ثابت ظاهر وضمني قابل للقياس والملاحظة يفسر سلوك الفرد ناتج عن التغيرات التي تعترضه في البيئة المتواجد بها، وقد يتصف أيضا بأنه تغيير أو تعديل في سلوكه من خلال الممارسة، وقد تتجسد نتائج التعليم بالملاحظة في التعلم المعرفي أو النفسي الحركي أو الوجداني وهي ثلاث نتائج للتعلم تعكس أهداف جميع عمليات التعلم في مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعي حيال تكوين اتجاهات الأفراد **(قطامي، 2009، الصفحات 292-293)**

وقد اجتهد العلماء في وضع نظريات التعلم بطرق مختلفة منها طريقة التعلم بالمحاولات والأخطاء لصاحبها"Thorndike" أو ما يعرف بقانون الأثر، ووضع "Kohler" طريقة الاكتساب الحيني للحلول المطابقة المعروفة بالتعلم البديهي، إضافة إلى نمط التعلم بالاشتراط لصاحبها ""Pavlov" تحصيل السلوك المشترط بتغيير المنبه وظروف الارتباط العلائقي **(مرداسي، 2009، صفحة 69)**

10-2 النظرية المعرفية: (CognitiveTheory)

إن النظرية الجامعة التي تبين طريقة اكتساب التفكير هي النظرية المعرفية التي جاء بها العالم الأمريكي" نايزر 1976" في مؤلفه Reality and Cognition ومؤلفه Cogntive Psychology وقد اهتمت النظرية في بدايتها بالعمليات الذهنية التي تقع في الدماغ من حيث التنظيم والتخزين والتوظيف ثم تطورت النظرية لتهتم بالمعرفة الانسانية وعمليات الوعي والإدراك والتفكير والفهم والتذكر ومختلف عمليات التمثيل الذهني المعلوماتي وكيفية إخراجها في شكل خبرات معرفية وكيفية معالجتها وتوزيعها وترتيبها في الدماغ وتطبيقها في شكل أفعال أو سلوك معين **(نايفة، 2013، صفحة 161)**

يمثل هذه النظرية في تفسير تكوين الاتجاهات النفسية وفق وجهة النظر المعرفية الباحثين الذين استندوا إلى افتراض أصحابها" بياجه، برونر، وأوزوبل" الذي يقول أن الإنسان كائن راشد يحتكم إلى العقل ويخضع للمنطق عند تعامله وتفاعله مع النوازل والمواقف والمواضيع، وفي تحديد موقفه ووجهة نظره والإبداء برأيه، والفرد يحفزه الإصغاء إلى المضامين والرسائل والتعاطي معها إلى أن يتعلم منها، ويبدوا ذلك من خلال الاستجابة الظاهرة من سلوكه التي تعكس مدى درجة الفهم والاقتناع **(ملحم، 2001، صفحة 134)**

ويوضح "بياجه" أن الفرد يصور مفاهيمه وبناءه المعرفي عن طريق تفاعله مع البيئة المحيطة به وبإمكانه من خلال التفاعل المنحصر بين اكتساب الخبرات والرشد أن يلتمس طبيعة الحقيقة وفي حالة عدم استعداده الذهني إلى ذلك فإنه يكون عرضة لعدم التعلم مهما بذل من جهد في سبيل ذلك، كما أن عملية فهم ابنية الفرد وإعداده يساعده على التطور المعرفي عبر كل مراحل صناعة طبيعة الحقيقة وفق منطقه الذاتي وهذا يعبر بوضوح على نقطة تركيز "بياجيه" وتجاربه مع الأطفال القائمة على استعارة مقوماتها من مجال البيولوجيا وحاول تطويرها وتكييفها من خلال تطوير تفكير الطفل وفق المفاهيم التي صاغها ولم تستعمل من قبل، وبهذه الرؤية أحيا "بياجيه" حقل علم النفس التطويري المعرفي وعمل على تطويره **(عدس، 1999، الصفحات 64-67)**

ومن حيث الترابط بين الاتجاهات والمعرفة يرى " روزنبرج وأبلسون وهيدر" أن الانسان له علاقة تربط العناصر المعرفية في ذاته أما بالموافقة أو المعارضة أو الحياد في حالة عدم وجود رابطة ويحدث الاتزان في حالة التوافق الداخلي والخارجي وفي حالة عدم التوافق يحث صراع داخلي يتجه إما لتغيير الاتجاه أو إعادة النظر فيه أو الابتعاد عنه كليا حتى يعود الفرد إلى حالته الطبيعية وقد يتضح ذلك في ثلاث صور تعبر عن سلوك الفرد نحو المواقف والأحداث تنحصر بين التوازن أو التوافق أو التنافر المعرفي **(السيد، 1998، الصفحات 138-139)**

ومن ناحية الأخلاق يرى " كولبرج" أن ادراكنا للأخلاق معزول عن الروابط الاجتماعية وهو يتطور أثناء التخلص من المشكلات المعرفية الأخلاقية بعقل الصغير ونتيجة للتفكير في المشكلات الأخلاقية للحياة عكس "بياجيه" الذي كان يعتبر التفسير الأخلاقي صادرا من الروابط الاجتماعية بين الأفراد، وعليه ينظر " كولبرج" إلى الأخلاق على أنها نسق متكامل من القواعد السلوكية في المجتمع **(كولن، برندان، ديل، و جيرارد، 2012، صفحة 283)**

10-3 نظرية التحليل النفسي: (Psycho-Analysis Theory)

يرى أصحاب مدرسة التحليل النفسي أن الفرد له القدرة على التوافق في حالة إعمال العقل في العمليات النفسية والاجتماعية بالصورة الصحيحة للشعور بالرضاء والارتياح التام ف "الأنا" يكون خاضعا لل "هو" ولا يخضع لصلابة "الأنا الأعلى" وتأنيب الضمير والذات ويتحقق كل ذلك إذا قسم المجهود النفسي "الطاقة النفسية" " اللبيدو" تقسيما سليما تكون فيه "الأنا" قادرة على التوجه نحو الاتزان بين معطيات "الهو" وتسيطر على "الأنا الأعلى" ومقتضيات الواقع وكل هذا يتحقق للفرد الذي نشأ في بيئة سليمة تعتمد النقاش والحوار والمشاعر الصادقة لتتكون الشخصية المعتدلة، وحسبهم فالإنسان لا يستطيع

أن يحقق جزءا من صحته النفسية ومنه لا يستطيع أن يتحصل على السعادة والتوجه نحو التطور والتقدم **(الجماعي، 2010، الصفحات 104-105)**

وقد وضح "سيجموند فرويد" أن الفرد المنتمي لمجموعة تطرأ عليه تغييرات تصل إلى نشاطه النفسي، حيث يمكن أن تتمدد عاطفته بشكل كبير جدا وفي المقابل ينقبض نشاطه الفكري وينكمش وينتهي باتجاه مشابه لأفراد المجموعة، ولا يكون ذلك إلا من خلال التوقف عن التوجه لكل ما هو ذاتي أوفردي أو خاص، وهذه العوامل الغير محببة قابلة للثبات جزئيا في حالة التنظيم الكلي للمجموعة ومنها ننفي انخفاض الفكر وارتفاع العاطفة لدى المنتمين للمجموعة وهنا تظهر غريزة البقاء من خلال تأثير المجموعة على الفرد **(فرويد، 2006، الصفحات 51-52)**

تؤكد نظرية التحليل النفسي الدور الحيوي للاتجاهات النفسية عن الفرد في تكوين الأنا منذ طفولته إلى رشده ومدى تأثرها بالاتجاهات الناتجة عن طبيعة التوترات في بيئته، كما يحدد الاتجاه دور الأشياء في تخفيض حدة التوتر الناتج عن الصراع الداخلي بين مقتضيات "الهو" والقيم الأخرى، فكل ما يحقق اللذة والسعادة يعبر عن اتجاه ايجابي وما يدفع للتوتر يعبر عن اتجاه سلبي، فالاتجاه حسب مدرسة التحليل النفسي يتشكل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من العلاقات الأسرية فمقومات التربية والعادات منذ الطفولة تصبح اتجاهات ثابتة عند البلوغ فمثلا الخروج عن طاعة وسماع الوالدين في مرحلة الطفولة يؤدي إلى تمرده في الكبر عن كل مؤسسات المجتمع بقصد أو دون قصد**(البرواري، 2013، الصفحات 67-68)**

3-10 نظرية الانتساب: (Attribution Theory)

وهي من النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية عند الأفراد وتحيلنا إلى التنبؤ بسلوكهم حيث تبحث هذه النظرية في أحاسيسهم ووجدانهم ومشاعرهم، رغم سرعة قابلية هذه المكونات للتغيير وهذا أبرز المعيقات التي تعترض التنبؤ في هذه النظرية ومن أهم مؤيديها "هارولد كيلي ودارلي بيم"وتفترض هذه النظرية أن الأفراد يقيمون سلوكهم وتصرفاتهم وذواتهم بطريقتين إما بالانتساب الداخلي أي نسب الفشل أو النجاح إلى مسببات ذاتية مرتبطة بالقدرة على الانجاز أو الانتساب الخارجي وفيه ترجع النجاح والإخفاق إلى عوامل خارجية **(مصباح، 2011، صفحة 316)**

وقد أطلق "روبرت بارون" على عملية الانتساب السلوكي اسم " تأثير الهالة" ومعناها أن للفرد خصائص الاجتذاب الشخصية وهو ما يدفع الغير لتعميم ايجابيات ذلك الاجتذاب على الآخرين حتى وان كانت خصائص سلبية أي أن تحل الصبغة الايجابية على كل سمات الفرد والعكس صحيح ومنه فنظرية الانتساب السلوكي مفادها التركيز تفسير اتخاذ القرار والحكم على السلوك الاجتماعي وفق معلومات الفرد

والأسباب الكامنة وراء بروز سلوك دون غيره وتكون تلك الأسباب مرتبطة بالبيئة الخارجية للفرد أو الميل النفسي وجملة الانفعالات والتنشئة التي خاضها الفرد منذ الطفولة **(مصباح، 2011، صفحة 320)**

10-4 النظرية السلوكية: (Behavioral Theory)

يرى السلوكيين أن الفرد يكتسب سلوكه حيث يذهب Skinner في نظرية الإشراط الإجرائي التي ترى أن تعلم الاتجاهات تقوم على أساس مبدأ التعزيز وتوظيفه بعد الاستجابة الشرطية لترتفع حظوظ دعمها فالسلوك المعزز يرتفع احتمال تكراره لدى الفرد وعملية الجمع بين المثير والاستجابة بأسلوب ترتيبي عند سكنر مفادها السلوك السيئ يرتبط بمسبب محدد في ظروف محددة وهذه من طريقة من طرق تعلم الاتجاهات واكتسابها إضافة إلى طريقة الإشراط التقليدي القائم على المثير الشرطي والمثير الطبيعي والاستجابة الايجابية دون السلبية من خلال تعزيز الموقف الايجابي كلما ظهر عند الفرد، وعليه فالاتجاه يمكن تكوينه وتعديله وتعزيزه باستخدام منبهات خارجية **(البرواري، 2013، صفحة 68)**

فالتوافق يتحقق للفرد الذي يمتلك مقومات معتدلة ولديه علاقات بين المنبهات الحسية والاستجابات الجسدية والعقلية والانفعالية في المجتمع وتعزز بالجزاء وبهذه النظرة فالسلوك الانساني تحدده الأهداف المسطرة المبنية على الحاجة والدافع، فالشخصية السوية ترتبط بتعلم العادات الإيجابية وتعزيزها حسب كل موقف، وفي المقابل ظهر الاتجاه الإنساني كرد فعل للنظريتين السلوكية ونظرية التحليل النفسي وهو اتجاه يرفض رؤية الانسان كجهاز للطاقة يبحث عن حالة التوازن من خلال تقسيم تلك الطاقة على أجزاءه ونقصانها أو زيادتها يؤدي إلى خلل التوازن ويرفض رؤية الانسان جهازا يستثار ويقدم سلوك نحو ذلك **(الجماعي، 2010، صفحة 108)**

ويرى أصحاب التفاعلية الانسانية أن مبادئ التعلم والتنشئة التي تستند إلى التجربة المباشرة في الحياة، ويعتبرونه أوسع اتجاه انتشارا واستخداما في تكوين الاتجاهات في العملية التعليمية وهو يرتكز على المبادئ التي تعتمد عليها النظريات السابقة السلوكية والمعرفية، ويكون نجاح هذا الاتجاه متوقفا على توفر الدعائم السمعية والبصرية وعلى مدى مهارة مستخدمها لمحاكاة الحواس الخمس وهذا بدوره يمهد للتفاعل الآني أو المتأخر مع موضوع الاتجاه النفسي **(ملحم، 2001، صفحة 134)**

11- ابرز مقاييس قياس الاتجاهات النفسية:

تعتبر الاتجاهات النفسية آلية جيدة لفهم السلوك الانساني وتفسيره والتنبؤ به وتهدف في كل هذا إلى البحث عن التوافق والانسجام والاتساق بين ما يدلي به الفرد وما يفكر به ومع ردة فعله، وكل هذه المؤشرات قابلة للقياس بطرق مختلفة؛ فعندما نقوم بقياس الاعتبارات الذاتية ومعنى الذات وتحقيقها

والشخصية وتكاملها ومراكز ضبطها وثقة الفرد بنفسه فنحن نقيس الاتجاه نحو الذات الإنسانية، ونستطيع فعل ذلك مع الآخرين واتجاه اهتماماتهم، ولذلك وضع العلماء مجموعة من المقاييس التي تساعدنا على قياس الاتجاهات النفسية بجميع توجهاتها ومنها ما سنقوم بعرضه في هذا العنصر.

11-1 مقياس ليكرت (طريقة التقديرات المجمعة)

مقياس رانسيس ليكرت 1932 من أشهر مقاييس قياس الاتجاهات النفسية ويتكون من جملة من العبارات موجهة نحو موضوع معين ويطلب من المبحوثين الاستجابة لكل عبارة بأحد الاختيارات المدرجة على المقياس وهي موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة، ويقابل كل اختيار قيمة عددية وعند جمع استجابات المبحوثين نحصل على درجة المقياس ويعبر المجموع على اتجاه الفرد نحو موضوع الاتجاه المختار، ويتم بناء مقياس ليكرت بوضع نصف العبارات تعبر عن الاتجاه المؤيد والنصف الآخر يعبر عن الاتجاه السالب نحو الموضع المدروس ولا تسد العبارات المحايدة في مقياس ليكرت **(أبوعلام، 2014، صفحة 399)**

ويتكون مقياس ليكرت من سلم متدرج يتكون من خمس أو سبع أو تسع أو إحدى عشرة مرحلة أو نقطة (تدرج المقياس)، ويمكن أن يوظف في مقياس ليكرت عبارات لا تبدو ظاهريا أنها ذات علاقة مع اتجاه البحث، ويعتبر مقياس ليكرت من الأساليب السهلة في قياس الاتجاهات النفسية مقارنة مع أسلوب "ثرستون" لسهولته ونظرا لدرجة ثباته العالية التي تحدد لنا بدقة اتجاه الفرد نحو الموضوع المبحوث فيه **(البرواري، 2013، صفحة 72)**

وفي مثل هذا النوع من المقاييس المعروفة بمقاييس التقدير الذاتي نجد بعض الأشخاص يقاومون المقياس ويشكلون عائقا يحول دون معرفة اتجاهاتهم النفسية والاستخدام الجيد للمقياس، لذلك نجد الباحثون يصممون استبيانات دقيقة ذات مصداقية عالية ومن خلال الاجابة عليها يمكن معرفة مواضيع الاتجاهات وتدعيمها بأدوات أكثر رسمية وهذا لا يعني أن هذا الأسلوب يمتاز بالدقة المتناهية في عملية قياس الاتجاهات النفسية، ويستطيع الباحث النفاذ من خلال المقياس إلى البحوث ذات العلاقة والوصول إلى التفسير الأكثر وضوحا للبيانات ومن ثم سهولة تحليلها إحصائيا **(البرواري، 2013، صفحة 271)**

وقد انتقل استخدام مقياس ليكرت من علم النفس إلى مختلف العلوم الأخرى ومنها علم الاجتماع، علوم الإعلام والاتصال، العلوم السياسية وغيرها من العلوم الإنسانية ذات الصلة بالمواقف والمواضيع والأحداث القابلة لقياس اتجاهات الأفراد إزاءها.

11-2 مقياس ثرستون:

وضعه Thurstone و Chave في شكل اختبار سنة 1929 يحتوي على مجموعة من العبارة التي تدل على احتمال الموافقة أو الرفض نحو موضوع معين قيد الدراسة، ويخضع الاختبار إلى عملية التحكيم من طرف مجموعة من أهل الاختصاص لمعرفة أقصى درجات الإيجابية والسلبية (الموافقة والرفض) للعبارات، وفي المقابل تحدد الأوزان النسبية لكل عبارة من خلال حساب قيمة الوسيط لعملية ترتيب المحكمين لتلك العبارات انطلاقا من الصفر والدرجة الإحدى عشر وموضعهما في طرفي الميزان، وتقابلها درجات الرفض والقبول النفسي وتوجد الدرجة الوسطى تعبر عن الحياد النفس نحو الموضوع قيد الدراسة، ويهدف مقياس ثرستون إلى معرفة خمسة مستويات كمية من الاتجاهات النفسية للأفراد إزاء موضوع معين وهي القبول الكلي، الرفض الكلي، القبول النسبي والرفض النسبي، والحياد والذي يمثل بالنسبة لثرستون النقطة المركزية للمقياس ويعبر عنها بالرقم خمسة، وفيه كلما زاد التشتت دل ذلك على غموض العبارة وعدم صلاحيتها لقياس الاتجاه، وقد يكشف عن التشتت بالتباين المعياري أو المدى الأرباعي **(عبد الرحمان، 2008، الصفحات 384-385)**

ويرى الباحثون أن مقياس ثرستون يعتمد على اتفاق المحكمين والتي تتأثر بوجهات نظرهم الشخصية مما يؤدي إلى التحيز في البحث، وكلما كانت الوحدات المتساوية البعد لا يكون كذلك بالنسبة للمبحوثين في نفس البلد، وربما كانت الوحدات المتساوية البعد كما هي للمحكمين ليست متساوية في الواقع. **(فوزي، 1989، صفحة 159)**

11-3 مقياس بوجادروس: Bogardis (سلم المسافات الاجتماعية)

يعتبر مقياس بوجادروس 1925 أحد أساليب قياس الاتجاهات باستخدام السلالم وينتمي إلى سلالم الاتجاهات القبلية حيث تسبق هذه السلالم العمل الميداني وفيها يقوم الباحث بتحديد عبارات القبول والرفض ويعاب عنها اختلاف ترتيب العبارات وفق درجة التفوق باختلاف المبحوثين، فقد يضع الباحث ترتيبا للعبارات لا يتناسب مع اقتراحات المبحوثين ومن هذا الخلل عمد ثرستون لوضع السلالم النفسية الفيزيائية بناء على تحديد العتبة ويكون ذلك باختبار تجريبي لعينة محدودة منها تتضح دلالة الاتجاهات النفسية بدقة وفق سلم المبحوثين ومن ثم إعادة ضبط السلم وتطبيقه على العينة الكلية المراد قياس اتجاهها نحو موضوع محدد **(النوايسة، 2011، الصفحات 172-173)**

وجاء هذا المقياس بهدف التعرف على اتجاهات الشعب الأمريكي نحو الأعراق الأخرى والمسافات بينهم وهو يتكون من سبعة بنود بها أحكام فاصلة وعند اختيار المبحوث لها يتضح اتجاهه نحو تلك القوميات وفيه يمثل البند الأول أقصى درجة تقارب اجتماعي لقومية معينة، بينما يمثل البعد

السابع أقصى درجات الابتعاد والرفض للأخر، وبتطبيق مقياس بوجاروس نتمكن من معرفة الاتجاهات النفسية نحو الأقوام والأمم والشعوب الأخرى سواء كانوا مهنا في نفس المكان أو من الوافدين الآخرين، من خلال الإجابة على البنود المختارة، ويعتبر هذا المقياس مفيدا في قياس الاتجاهات النفسية ولقياس العلاقات الاجتماعية **(مصباح، 2011، صفحة 271)**

وقد وضع "بوجادروس" جملة من الفرضيات في دراسته القومية تمثلت في العلاقات المكانية القريبة تؤدي إلى تبادل اتجاهات ودية قائمة على اشباع الحاجات، ويؤدي التنافس على الرغبات الشخصية إلى الاتجاهات العدوانية، كما تؤدي الروابط المكانية المتقاربة والمتنافرة إلى خلق حقل من التنافر المتبادل بين الأفراد المتواجدون في مكان جغرافي واحد **(البرواري، 2013، صفحة 71)**

11-4 مقياس أوسجود: (أسلوب المعاني الفارق)

أستخدم في قياس المفاهيم وقد جاء به أوسجود وزملاؤه سنة 1967 ويقوم المقياس على التسليم بأن لكل معنيين لدى الأفراد، معنى رمزي ومعنى ضمني ويمكن تقدير كل معنى لوحده، والمعنى الرمزي ما يمنحه المعجم للكلمة، أما المعنى الضمني تدل على ما تثيره الكلمة لدى الفرد، وقد يعطي الفرد المعنى الرمزي للشيئ من خلال المعنى الضمني، وهذا الأخير سهل للقياس بطرقة غير مباشرة من خلال طرح مجموعة من الصفات الثنائية المتقابلة والفرد يقدر الشيء من خلال منحه المعنى وذلك في ثلاثة تجمعات للصفات تحيلنا إلى ثلاثة عوامل هي عامل التقويم (جيد، سيئ)، عامل القوة (قوي، ضعيف) وعامل النشاط (ايجابي ، سلبي) ويعتبر عامل التقويم أكثر دلالة في قياس الاتجاهات، وتجمع التقديرات في كل الفقرات وتعبر الدرجة الكلية عن الاتجاه نحو الموضوع ومتوسط التقدير يعبر عن الاتجاه **(أبوعلام، 2014، الصفحات 403-404)**

ووجد الباحثون أن مقياس تمايز المعاني ناجح في حقل إدارة الأعمال ويكون في بعض الأحيان صعبا ومن أجل تحقيق الهدف وضع لكل مكان على المقياس التقديري السباعي تقديرا رقميا، وأحيانا يصمم المقياس خماسي ويستخدم في معرفة المدركات العامة لمتتبعي السياسة وهي تحيلنا إلى معرفة المكونات الادراكية والمعرفية للاتجاهات النفسية نحو المواضيع السياسية من خلال استخدام الميديا الجديدة **(موصللي، 2015، صفحة 94)**

12- تغيير الاتجاهات النفسية:

رغم أن الاتجاهات النفسية تتصف بالثبات والاستقرار والاستمرار إلا أنها قابلة للتغيير، كما أنه يوجد هنالك فرق بين تغير الاتجاهات تلقائيا وتغييرها المقصود، لذلك فتغيير الاتجاهات يحتاج منبهات مؤيدة

للاتجاه الجديد وكسر المنبهات المعارضة له، وقد يحدث الاتزان في حالة تساوي تلك المنبهات، وقد يكون تغيير الاتجاهات سهلا في حالة عدم رسوخها وضعفها، وفي حالة تساوي قوتها إذ يمكن ترجيح طرفيها، وفي حالة اختلافها وعدم وضوحها وعدم توفر مؤثرات مضادة لها، وعند وجود خبرات مباشرة مرتبطة بموضوع الاتجاه، إضافة إلى سطحيتها وهامشيتها**(محمد ولي، 2015، صفحة 311)**

وقد بدأ الاهتمام بموضوع تغيير الاتجاهات خلال أربعينات وخمسينات القرن العشرين من خلال إجراء بحوث ميدانية حول الاقناع بالتعرض إلى معرفة خصائص الرسالة ومصدرها ومستقبلها وقد تحول محور الاهتمام في سبعينات القرن الماضي إلى تركيب الاتجاهات والحفاظ عليها من خلال نظرية التنافر المعرفي والبحث عن الانتظام المعلوماتي ومتى يظهر التأهب لقبول التعارض والتعايش معه، وعرفت المرحلة الحالية التركيز على تغيير الاتجاهات من خلال البحث في الاتصال بهدف الاقناع **(كولن، برندان، ديل، و جيرارد، 2012، صفحة 354)**

وأحيانا تكون عوامل تغيير الاتجاهات صعبة نتيجة قوتها وقدمها ولوضوح معالمها عند الفرد واستقرارها، وتغييرها على مستوى الفرد لا الجماعة ودون وسائل مؤثرة لاسيما عند جمود الفكر لدى الأفراد وإدراك الاتجاه الجديد على أنه تهديدا للذات ومقاومة الدوافع له للحفظ على الاتجاهات القائمة، وقد يحدث تأثير عكسي عند محاولة تغيير الاتجاهات النفسية لاسيما بالطرق المغلوطة والتي تؤدي إلى الاستجابة السلبية للفرد وفي اتجاه مضاد بقصد **(محمد ولي، 2015، صفحة 312)**

ويرى الباحثون أن عملية تغيير الاتجاهات النفسية هي بداية لتكوين اتجاه نفسي جديد بشكل متعمد وفي هذه العملية يكون تغيير المكتسبات المعرفية أقل صعوبة من تغيير المكتسبات الوجدانية، كما أن عملية تغيير الاتجاهات النفسية لا يصاحبها تغيير السلوك بالضرورة، لذلك تتغير الاتجاهات بطرق مختلفة منها العمل على تغيير الجماعة قبل الفرد، التغيير بالإقناع من خلال تفسير الاتجاه وتوضيحه من خلال الخبرة الذاتية للقائم على تغيير الاتجاه **(البرواري، 2013، الصفحات 65-66)**

خلاصة :

عرفنا في هذا العنصر من الدراسة أن الاتجاهات النفسية انتشرت على نطاق واسع من خلال كتاب " المبادئ الأولى" للفيلسوف وعالم الاجتماع البريطاني "هربرت سبنسر" سنة 1862 حين قال" إن بلوغنا لأحكام سليمة في قضايا مثيرة للجدل يتوقف على اتجاهنا الذهني ونحن نشارك في هذا الجدل ونصغي إليه" ومن خلال هذه المقولة نستنتج أن الاتجاه موقف نحو موضوع ما يحتمل القبول أو الرفض أو الحياد ويتطلب طريقة معينة للتعبير عنه سواء بالسلوك أو الكلام أو الاشارة أو بطرق أخرى، وتتكون

من العنصر المعرفي والسلوكي والانفعالي الوجداني، كما أن للاتجاهات النفسية مجموعة من الخصائص ترافقها كالثبات والاستقرار، والقابلية للتغير والتكوين وهي حالة عقلية مرتبطة بالإدراك، والبنى المعرفية والانفعالية ولها مجموعة من الوظائف كالوظيفة التكيفية، المعرفة الاقتصادية، والتعبير عن الذات والدفاع عن الأنا وتحقيق المنفعة وتوجيه السلوك للمساعدة للانتماء للجماعة وبالتالي رفع الدافعية نحو إنجاز الأشياء، وتنقسم الاتجاهات النفسية بين القوية والضعيفة، العامة والخاصة، الفردية والجماعية، المعلنة والباطنة، الايجابية والسلبية ولها مجموعة من المقاييس منها مقياس ليكرت، أوسجود، بوجادورس، ثرستون، لذلك نجدها تفسر وفق مجموعة من النظريات منها نظرية التحليل النفي والنظرية المعرفية، السلوكية، ونظرية الانتساب، كما أنها قابلة للتكوين والتغيير والتعديل عبر مختلف الأوقات والأزمنة.

ثانيا: الأستاذ الجامعي

تمهيد:

يتوقف نمو وتطور المجتمعات الحديثة على طبيعة الوحدات والعناصر التي تكونها، وعلى حجم التفاعل القائم بينها، لاسيما منها مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي لطالما ارتبطت بالنمو الاجتماعي للفرد وبمجموعة القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع، وفي مقدمتها المؤسسات الجامعية لما لها من دور حاسم في رقي الأمم، لذلك حظيت الجامعة عبر التاريخ باهتمام المختصين وتعدد الدراسات حولها بين من أخذها من منظور فلسفي آخر من رؤية دور الأستاذ الجامعي وإمكانياته العقلية والفكرية والبحثية، ومنهم من درس التنظيم والتسيير وأساليب التمويل والتعليم بالجامعة ومعرفة المعيقات التي ألمت بالمؤسسة الجامعية، بينما اتجهت أغلب الدراسات فيها نحو تحديد رؤية الأفراد في المجتمع للمؤسسة الجامعية وما تقدمه للمجتمع من كفاءات وابتكارات، ومن خلال هذه المكانة للجامعة اهتمت الدول بتطوير البنى التحتية للمؤسسات الجامعية اهتماما فعليا وعملت على تجهيزها بالتكنولوجيا الحديثة وبالموارد البشرية المؤهلة خاصة منهم الأساتذة، إذ يمثلون الركيزة الرئيسية للمؤسسات الجامعية وتقع على عاتقهم مسؤولية نقل المعرفة والمهارة البحثية للأجيال الصاعدة بتقديم الدروس وتوجيه الطلاب والسعي دوما إلى الارتقاء بالبحث العلمي وتطويره وتنمية مهارات الأفراد وتحسين الابتكار وتذليل العقبات والصعاب بالمجتمع للمشاركة في التنمية وتحقيق العدالة في المجتمعات، ومن خلال هذا الفصل سنتعرف على نشأة وتطور الجامعة ونشاطها لاسيما في الجزائر وعلى تحديد مفهوم الأستاذ الجامعي ومعرفة أهميته ووظائفه ومساهماته في ترقية الجامعة والمجتمعات وحياة الأفراد بها، وكل ما يرتبط بمفهوم الأستاذ الجامعي والجامعة.

1- مفهوم الجامعة:

أ- لغة:

ورد لفظ الجامعة في اللغة العربية في معجم الرائد معجم لغوي عصري رتبت مفرداته وفقا لحروفها الأولى حيث جاء جمع جامعة "جوامع وجامعات" أي معهد للتعليم العالي والاختصاص يضم عددا من المعاهد والكليات، وتعني أيضا "طوق أو قيد" من الحديد أو غيره يشد اليدين إلى العنق، كما تعني الجامعة العلاقة، كما جاءت بمعنى "قدر جامع" أي عظيمة **(جبران، 1992، صفحة 265)**

ونحن نقصد في دراستنا هذه الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة العربي التبسي– تبسة جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي –تبسة والتي تضم مجموعة من الكليات والمعاهد محددة من حيث التخصص ومن حيث حدودها المكانية والزمانية.

ب- إصطلاحا:

يرى المختصون في علم الاجتماع والتربية أن الجامعة عبارة عن مؤسسة اجتماعية بالدرجة الأولى أنجزت بقصد تكوين الموارد البشرية الكفأة، ومن تتوقف وظيفتها الأساسية على عملية البحث العلمي وتسعى دوما إلى توليد المعرفة بالطرق النظرية والإمبريقية ومن ثم نشرها وتوزيعها، حيث تعرفها الأستاذة المصرية "وفاء محمد البرعي" على أنها كيان تنظيمي يضم مجموعة من المعاهد التعليمية العليا ومجموعة من الكليات المتخصصة فنيا ومهنيا، يقدم برنامجا للدراسات العليا ويكون باستطاعته منح الدرجات العلمية والترقية في مختلف المجالات البحثية...والجامعة من مؤسسات التعليم العالي التي تعمل على تطوير الثقافة في المجتمع وتحديث تفكيره من ناحية وحفظ التراث الحضاري وتنمية مدركات الأفراد في المجتمع تماشيا مع التطورات الحاصلة داخليا وخارجيا**(البرعي، 2002، صفحة 290)**

والأصل في مفهوم الجامعة أنها مجموعة من المختصين كرسوا أنفسهم للبحث والمعرفة والتدريس وينظرون إلى المجتمع بكل مشاكل الحياة فيه نظرة متكاملة وشاملة ويستندون في إضافة المعارف إلى طلابهم إلى الكتب والمعلومات والمخابر أو الدراسات التجربية الميدانية، فالجامعة ليست مجرد مدارس عليا وكليات ومعاهد تعلم فئة محددة لممارسة نشاط أو أكثر في المجتمع (بدر، 2001، صفحة 11)

ويعرف "نيومان" 1909 الجامعة وظيفيا في كتابه " The Idea a University" "فكرة الجامعة" أنها مكان لتعلم المعرفة الشاملة والكافية، وهذا المفهوم قد احتكر وظيفة البحث العلمي عند "نيومان" واعتقاده باستحالة الربط بين وظيفة التدريس ووظيفة البحث العلمي، في حين أن " T Veblen" 1968 يرى أن

وظيفة الجامعة الأساسية هي البحث العلمي، وذهب "S. M. Bassis et E.A Guskin" إلى الجمع بين التدريس على المستوى الأول للتعليم الجامعي والدراسات العليا ووظيفة ما تقدمه الجامعة للمجتمع من الخدمات الناتجة عن الأبحاث التي ينجزها الأساتذة الجامعيين، وعليه فمفهوم الجامعة وظيفيا مرتبط بالتدريس والبحث العلمي والخدمات الناتجة عنه ولكل وظيفة هدف محددا لوضوح **(معمرية، 2009، الصفحات 140-141)**

ويعرفها Ramon Macia Manso" بأنها مجموعة من الأشخاص في مؤسسة يجمعهم نسق ونظام خاص تستخدم أدوات وتنسق بين مختلف المهام للوصول إلى المعرفة العليا بطريقة معينة (دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 79)

أما "تالكوت بارسونز" فيرى أن الجامعة مجموعة متنوعة من الوظائف القيمة وليست مكانا للتدريس فقط ومن وظائفها وظيفة البحث العلمي والتطوير ونشر المعرفة **(عيشور، 2021، صفحة 303)**

وتعددت تعريفات الجامعة حسب عدة زوايا فمن حيث التعليم تعرف الجامعة مؤسسة تقدم التعليم العالي وتنجز البحوث العلمية، أما اجتماعيا فتعتبر كيان اجتماعي يحقق العلاقات الاجتماعية وينصب نشاطه على تحقيق التكوين العالي والمساهمة في التنمية الاجتماعية، ومن حيث النظم فالمؤسسة الجامعية نظام مغلق منفتح له نشاط معين تعمل في بيئة متغيرة باستمرار **(عميرة، 2012-2013 ، صفحة 44)**

والجامعة بمفهومها المؤسساتي تنظيم يتكون من كليات ومدارس ومعاهد متخصصة في مجالات معرفية، تمثل بنية اجتماعية وإدارية مهيكلة تضم عددا من الأفراد يوجد بينهم رابطة عملية هرمية منسقة في تفاعل داخليا وخارجيا مستمر تسعى لتحقيق أهداف موضوعة مسبقا **(الزيديين، 2013، صفحة 16)**

وفي هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة العربي التبسي – تبسة نعني بالجامعة تلك المؤسسة التعليمية التابعة للقطاع العام المتواجدة بولاية تبسة بالجزائر والتي تمنح لطلابها الحاصلين على شهادة البكالوريا تكوينا تعليميا نظريا وميدانيا سعيا منها لإخراجهم إلى الحياة العملية متحصلين على شهادات جامعية في جميع الأطوار تساعدهم على بناء المجتمع ودعمه بمكتسباتهم العلمية وخبراتهم في مجال تكونهم، وقد مرت جامعة العربي التبسي بمحطات عديدة فبعد تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي سنة 1985 في تخصصات علوم الأرض والهندسة المدنية والمناجم أنشأ المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي سنة 1992 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92/297 الصادر في 27 سبتمبر 1992 ثم تمت ترقيته إلى مصف الجامعة وأعلن عنها رسميا في حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2009/2008 من جامعة تلمسان يوم 12 أكتوبر 2008 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09- 08 الصادر في 04

جانفي 2009 وقد عرفت الجامعة مجموعة من التغيرات على مستوى الهيكل التنظيمي والهيكل العلمي وعلى مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة بها وتضم جامعة العربي التبسي في هذه السنة 2023 معهدين هما: معهد المناجم ومعهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية إضافة إلى ستة (06) كليات هم:كلية الآداب واللغات، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير **(الموقع الرسمي لجامعة تبسة، 2023)**

2- نبذة تاريخية عن المؤسسة الجامعية:

تمتد الجذور التاريخية للجامعة إلى الحضارات القديمة في بلاد الرافدين والهند ومصر، فجامعة " أون" أو "هيليوبوليس" بمصر القديمة بمثابة الأنموذج الحقيقي للمؤسسة التعليمية عالية المستوى دينيا حيث أعدت الإطارات من الكهنة ورجال الدين وركزت على الصفوة من سلالات النبلاء وهي أحد أبرز سمات جامعة "أون" في تلك الحقبة وقد تطورت الجامعة بعدها توازيا مع تغير أنظمة الدول وأهدافها وفلسفتها في المحتوى والطرق التعليمية وفق التغيرات التي تحدث في كل دولة **(البرعي، 2002، صفحة 291)**

وقد قابل هذا الامتداد في التاريخ مدارس الحكمة في الصين وغيره، أما تاريخها في الحضارة الإسلامية فتعتبر هجرة النبي صلى الله عليه وسلم إلى المدينة بمثابة التحول النمطي الكبير وتحديدا عند بناء المسجد النبوي حيث كان النبي صلى الله عليه وسلم أول من جمع المسلمين مكونا حلقات لطلب العلم التي لم تكن يعرفها العرب في الجاهلية ومن المسجد النبوي وتلك الحلقات انبثقت المدرسة العربية الإسلامية وكان من أشهر المساجد الجامعة المسجد الحرام بمكة في السعودية، المسجد الجامع بالبصرة في العراق 635 ميلادي والمسجد الجامع بالكوفة في العراق 638 ميلادي، المسجد الجامع بالفسطاط بمصر العربية 641 ميلادي، المسجد الأقصى بالقدس بفلسطين 691 ميلادي، الجامع الأموي بدمشق في سوريا 714 ميلادي، جامع القيروان بتونس 670 ميلادي، المسجد الجامع بقرطبة في الأندلس في 786 ميلادي، وانطلاقا من فكرة التجمع النبوي تطورت الجامعة العصرية في أوروبا بمفهومها الحديث. **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 73)**

لقد رافق ظهور الجامعة سواء في المشرق العربي الإسلامي أو عند الغرب المسيحي اقتران التعليم برجال الدين دون جزاء مادي وكان يدفعهم إلى ذلك روح العطاء والبذل، ومن حيث النزعة الاستعمارية للدول التوسعية فإنها لم تغير من واقع الجامعة في الدول المستعمرة وأبقت على ما هو قائم بل واستفادت منه لصالحها، ففي مصر مثلا منذ الاحتلال الإنجليزي لم يضف الاحتلال للمدارس العليا سوى مدرسة

الزراغة والقضاء الشرعي 1890 رغم كل الجهود الأهلية المبذولة في مجال التعليم العالي وعدم استجابة سلطات الاحتلال لها، وتعد حادثة "دنشواى" 13 جويلية 1906 نقطة تحول بظهور الحركة الفكرية المصرية وبلورت فكرة إنشاء جامعة أهلية مصرية إلى أن أعلن رسميا عن افتتاح الجامعة الأهلية المصرية في 1908 **(البرعي، 2002، صفحة 291)**

وقد عرفت أوربا الجامعة منذ العصور الوسطى حيث قامت جامعة بولونيا في ايطاليا في 1119م وجامعة أوكسفورد في بريطانيا 1227 وجامعة السوربون بفرنسا 1257، وكانت كلها تهدف إلى التحرر من هيمنة الكنيسة التي كانت لا تقبل الاكتشافات العلمية ولطالما جمعت بين وظيفة الجامعة الأساسية بوظيفة التكوين الديني، وبعدها حظيت الجامعة بالانفصال عن الكنيسة والجمع بين الأساتذة والطلبة في الانتاج المعرفي دون الخضوع للتسلسل الهرمي وكانت الجامعة حينها مكونة من كلية الآداب، وكلية علم اللاهوت وكلية الطب، والحقوق، وبذلك نجحت الجامعة في أوروبا وقادت المجتمع وفق التوفيق بين الدين والاكتشافات لاسيما الجغرافية منها، وتكيفها مع تطلعات الرأس مالية في تلك الفترة **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، الصفحات 75-76)**

ومن أبرز المراحل التي مرت بها الجامعة في أوروبا نذكر مرحلة تقليد المدارس العربية الإسلامية الكبرى التي عرفت حينها الجامعة تفوقا ملحوظا في النهوض بالحركة الفكرية والثقافية للمجتمعات، ثم جاءت المرحلة التي أدارت فيها الجامعة ظهرها للمجتمعات بداية من القرن السادس عشر وأهملت العلوم التجريبية حديثة الولادة ماعدا الطب وعجزت حينها عن مواكبة المعارف الجديدة، لتأتي مرحلة الانبعاث الحديث للجامعة في بداية القرن التاسع عشر وفيها لعبت أدوارا مهمة كصناعة الإيديولوجيا الليبرالية ونشر فلسفة التنوير واحتلت مكانة مميزة في المجتمع وأنتجت معارف ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية غيرت المجتمع. **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 77)**

أما في الجزائر فتعتبر جامعة الجزائر المدرسة الأولى التي شيدت في عهد الاستعمار الفرنسي سنة 1833 بمصطفى باشا بالعاصمة تحت إشراف عسكري في الإدارة والتسيير والتدريس وكانت موجهة للأوروبيين حتى صدور قرار قبول تدريس الطلبة الأتراك والجزائريين بها بموجب صدور مذكرة لوزير الحرب في 10 جويلية 1833 واقتصرت الدروس بها على التشريح والفيزيولوجيا الوصفية، ثم جمد نشاطها سنة 1835 بقرار من الجنرال كلوزيل، وفي 1854 أعاد المجلس البلدي للجزائر فتحها رسميا بمرسوم 04 أوت 1957 وانطلق نشاطها الفعلي بعد هذا المرسوم بسنتين ثم وضعت تحت اشراف كلية الطب بمونبلييه بموجب قانون 20 ديسمبر 1879 وتحولت إلى مدرسة عليا للطب والصيدلة بموجب

قانون 1909/12/30 ومن أهم الكليات في تلك الفترة نجد مدرسة الأساتذة لبوزريعة 1900، معهد الدراسات الزراعية 1905 وكلية الآداب والعلوم الإنسانية 1909 **(غراف، 2010-2011، الصفحات 40-42)**

وفي هذه الفترة كانت الجامعة الجزائرية تنشط ضمن أهداف المستعمر التي كانت ترمي إلى طمس الهوية الجزائرية وتكريس فكرة الجزائر فرنسية، ومع استقلال الجزائر 1962 بدأ التعليم العالي بالجامعة الجزائرية في الكليات الموروثة عن الاستعمار الفرنسي كالمعهد الوطني للفلاحة وتم إنشاء سنة 1970 وزارة للتعليم العالي والبحث العلمي لتبعث التعليم الجامعي من المدن الكبرى وإنشاء جامعة الأمير عبد القادر 1984، تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي 1985 جامعة وهران 1966، جامعة قسنطينة 1967، وتعتبر الجامعة الجزائرية من المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري هدفها نشر المعرفة وتحصيلها والبحث على تطويرها بتكوين الكفاءات القادرة على إدارة شؤون البلاد وتنميتها كما جاء في المرسوم رقم 83- 544 المؤرخ في 1983/09/24 من الجريدة الرسمية والذي ينص على وصاية الدولة على الجامعة لخدمة الأهداف الاستراتيجية المسطرة من طرفها **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 79)**

3- الوظائف الأساسية للجامعة الجزائرية:

إن المتتبع لتاريخ الجامعة يدرك أن وظيفتها الأساسية مواكبة للتغيرات والتطورات إذ عرفت مجموعة من الوظائف عبر مراحل مختلفة حددها الباحثون في أبحاثهم تنحصر بين وظيفة التدريس والتكوين والبحث العلمي وفي الوقت الراهن اكتسبت وظائف مزدوجة نحددها في:

- التدريس وتكوين المتخصصين حسب حاجة المجتمع.
- توفير البيئة الملائمة للبحث العلمي وتطويره.
- خدمة المجتمع بكل مكوناته.

ولا تتجسد هذه الوظائف إلا من خلال إشراك الأستاذ الجامعي، والطالب الجامعي، والتنظيم الهيكلي للجامعة **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، الصفحات 90-91)**

3-1 وظيفة البحث العلمي والتطوير:

ارتبطت وظيفة الجامعة الحديثة بالبحث العلمي وإنتاج المعرفة والسعي إلى تطويرها، فالجامعة اليوم تعتبر مركزا للإشعاع الفكري وانطلاقا من نتائج البحوث والدراسات المختلفة تنمو المجتمعات وتزدهر وتمضي قدما محو التطور في جميع المجالات، لذا تهتم الأنظمة السياسية بتزويد المراكز البحثية والجامعات بالأجهزة والمعدات وبالكفاءات من الموارد البشرية، وتشجع الأساتذة على البحث والابتكار

وتوفر لهم المناخ المناسب؛ فالجامعة بالنسبة للدول هي الدعامة الكبرى والسند المتين للأنظمة السياسية ومنها تشيد وتعمر المجتمعات الحديثة لذلك هي تحظى بأوفر متطلبات الدعم والتمويل وحولها تتمركز مشاريع التنمية وبها تتكون وتتخرج الكفاءات البشرية المؤهلة في جميع الميادين **(عميرة، 2012-2013 ، الصفحات 47-48)**

كما أن وظيفة البحث العلمي وتطويره ارتباطا وثيقا بتكوين الكفاءات والإطارات وتنمية قدراتهم ومؤهلاتهم بناء على استراتيجيات موجهة لا تتوقف عند التكوين فقط بل تتعدى ذلك بالتكوين الميداني والتطبيقي حتى يتشبعون فكريا وجسديا ويتسع خيالهم ومخيالهم العلمي ومن ثم اكتساب الثقة اللازمة التي تساعدهم على النهوض بالمجتمع ويساهمون في عملية التنمية وفي المحافظة على القيم الاجتماعية وفي الموروث الثقافي للبلاد ككل **(بريني، 2018، صفحة 166)**

ومن بين الجهود المبذولة في سبيل تطوير البحث العلمي بالجامعة الجزائرية إنشاء مخابر البحث كمؤسسات رسمية ذات ميزانية خاصة تضم فرق متخصصة في البحث والتطوير في مجالات مختلفة يرأسها مديرا للمخبر لإنتاج المعرفة بهدف الاستفادة منها على مختلف المستويات داخليا وخارجيا، وقد حدد المرسوم 99-244 شروط إنشاء مخابر البحث وكيفية تنظيمها وتسييرها وفق السياسة العامة للبلاد في الجزائر ومهمته الأساسية تحقيق أهداف البحث العلمي والتطوير المتخصص من خلال إنجاز الدراسات ووضع البرامج والأنشطة لتحصيل المعرفة والتحكم فيها وتطويرها لترقية الجامعة والمجتمع **(هويدي، 2016، صفحة 483)**

3-2 وظيفة التدريس:

يعتبر التدريس وظيفة أساسية من وظائف الجامعة وهو ذلك الجهد المبذول من طرف المعلم أو المدرس لتعليم الطلاب كافة في كل الظروف المحيطة والمؤثرة فيه كالعوامل المناخية والأدوات والوسائل المستعملة وطرق التقويم والتقييم ومعطيات التركيز والانتباه، والنشاط، فالتدريس أكثر من أن يعتبر خطوات إجرائية تنفيذية بحجرة الدراسة بل يشمل كافة المتغيرات العارضة التي تتطلب التكيف لإدراجها في العملية التعليمية بالشكل المطلوب، ومن خلال ما سبق يأخذ التدريس مفهوما ضيقا مفاده القيام بتنفيذ الدرس ويتوقف على أداء المدرس أو المتعلم دون التركيز على الكثير من المتغيرات الخارجية المؤثرة فيه، أما بمفهومه الواسع فيعني التصرف مع عملية التنفيذ وما تشمله من متغيرات داخل وخارج حجرة الدراسة، والتكيف مع العناصر التي تعترض عملية التدريس وتؤثر وتتأثر فيها **(السعايدة، 2015، صفحة 18)**

ومن أجل النهوض بوظيفة التدريس سعت الجامعة الجزائرية إلى تكريس أساليب وطرق حديثة تهدف إلى تحسين التدريس بها، منها اعتماد تشكيل هيئات للتدريس تقوم بوضع برامج فعالة للمواد المقررة

والعمل على تأطير الجانب البيداغوجي بالشكل الجيد من خلال عقد الاجتماعات والتجمعات الدورية لمناقشة كل ما يتعلق بعملية التدريس وبالمدرس والطالب، إن اليقين بأن عملية التدريس لا تنتهي بنهاية الدروس ولا تبدأ ببدايته بل تكون سابقة ذلك بالإعداد وتليها عملية التقييم وتستلزم وجود عناصر أساسية منها التحضير للدرس من خلال تحديد الأهداف التعليمية، صياغة محتوى تعليمي منطقي وفق المنهج المقرر والعمل على توصيله بوضوح وبأسلوب بسيط مدعم بالأمثلة السهلة المفهومة، وتطبيق طرق التقويم والتقييم للطلاب، فضلا على كيفية استخدام التكنولوجيا المختلفة في حصص الإلقاء والعرض والتعبير بلغة الجسد والتحكم في نبرة الصوت حتى تتم عملية التعلم والتدريس، ويتطلب هذا الأخير الحضور الإيجابي للأستاذ مع توطيد العلاقة مع الطلاب وخلق بيئة للعمل داخل حجرة التدريس إلى غاية الوصول للتقويم الفصلي بأساليبه المختلفة **(عمادة تطوير المهارات، 2010، صفحة 01)**

كما يعتبر التدريس في الوقت نفسه الوظيفة الأساسية للأستاذ الجامعي ويرتكز على عملية التخطيط لإعداد الدروس وإلقائها ومن خلال تأليف كتب التخصص وتطوير مناهج التدريس في التخصصات مع تكوين اللجان في البيداغوجيا والتحكم في اللغة **(معمرية، 2009، صفحة 141)**

3-3 وظيفة خدمة المجتمع وتنميته:

ارتبطت الجامعية منذ نشأتها بتحصيل المعرفة العلمية المنتظمة ونشرها والسعي إلى تطوير المجتمعات من خلال الاهتمام بتكوين الطلاب ومرافقتهم بتوفير برامج تطوير المهارات وبتنظيم الفعاليات الثقافية المنفتحة على المجتمع وتلبية حاجات الأفراد والمساهمة في بناء المرافق والمؤسسات والبحث عن مسببات الظواهر والحلول المناسبة لها، وبالإضافة إلى جملة الوظائف السابقة تعتبر الجامعة حلقة تكتمل بها القيم والأخلاق لذلك فهي لا تستطيع أن تحقق وجودها ولا تستطيع أن تعبر عن ذاتها ما لم تكون ذات ارتباط وثيق بالمجتمع ومتطلباته؛ لأنها تستمد منه أفكار التنمية والتطوير وتعمل على تجسيدها خدمة للسكان وسعيا لتسهيل معيشتهم **(معايعة، 2006، الصفحات 44-49)**

فالجامعة تعلم الطلاب وتكونهم ليكونوا قادة لمجتمعاتهم في المستقبل، وهي من خلال ما تقدمه من تعليم عالي ونشر للمعرفة والبحوث العلمية وتكوين المختصين والخبراء التقنيين والفنيين في المجالات المتنوعة، وهذا ما ينعكس إيجابا على المجتمع في مختلف الميادين، ولا تتوقف وظائف الجامعة الحديثة عند ما سبق ذكره فقط بل تتخطى ذلك إلى إعداد القوى البشرية المؤهلة علميا لخدمة المجتمع والحفاظ على التراث والمعرفة القائمة وتطوير التكنولوجيا والاستفادة منها في المجتمع على مختلف الأصعدة **(فلوح، 2016، الصفحات 216-217)**

وقد وضع أهل الاختصاص بعدان لخدمة المجتمع أولهما خاص بالجامعة ويتمثل في البعد الفلسفي ويعني مسؤولية الفرد نحو مجتمعه فخدمة المجتمع واجبا على الجامعة بكل مركباتها ومكوناتها، والبعد الثاني خاص بالمجتمع ويتمثل في الاستثمار في الطاقات الشابة البشرية والفكرية والموارد المالية والمادية بالشكل السليم للابتعاد عن الفوضى والتسيير العشوائي الناتج عن نقص المعلومات وضعف التقييم والتقويم **(فلوح، 2016، صفحة 222)**

ومن خلال ما تم عرضه نجد أن للجامعة الحديثة وظيفة مزدوجة يمكن حصرها في التعليم وتكوين الطلبة المتخصصين في الأعمال والمهن العالية خدمة للمجتمع مع توفير المناخ المناسب للقيام بعملية البحث العلمي وتطويره ثم تقديم الخدمة للمجتمع في صورة مسؤولية اجتماعية تقع على عاتق الجامعة، والأهم من كل ما سبق ذكره فكل هذه الوظائف تتوقف على الأستاذ الجامعي، الطالب والهيكل التنظيمي للمؤسسة الجامعية **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 91)**

والجدير بالذكر أن الجامعة عبر التاريخ عرفت تحولا ملحوظا في الوظائف تتغير بتغير متطلبات العصر ولا تتوقف عند الوظائف الثلاث السابقة الذكر(البحث العلمي، التدريس ونشر المعرفة وخدمة المجتمع) بل أصبحت الجامعة حاليا بمثابة القاطرة الأمامية للدول فمن خلالها ترتب وتصنف المجتمعات وتتطور وتزدهر الأمم، وهي في صورتها العامة وظائف متكاملة لا تتحقق إحداها دون تحقق باقي الوظائف؛ فالتدريس والبحث العلمي كلاهما يكمل الآخر والنتائج المتحصل عليها تخدم المجتمع وتوجهه إلى النمو والتطور، فكل وظيفة بمثابة جزء لا ينفصل عن الوظيفة الأخرى وركيزة أساسية في بنيتها فكل الوظائف في علاقة تأثير وتفاعل متبادل.

4-الأهداف الأساسية للجامعة الحديثة:

تسعى كل مؤسسة إلى تحقيق جملة من الأهداف منها أهداف قصيرة المدى ومنها أهداف طويلة المدى حسب امكانياتها المادية والبشرية، والجامعة بدورها في مختلف دول العالم تهدف إلى المساهمة الفعلية في النهوض بالمستوى التعليمي العالي وتطوير البحث العلمي؛ فهي توفر التخصصات العلمية وتسهر على تحديثها وفق متطلبات العصر لتكوين موارد بشرية فنية وتقنية مؤهلة في مختلف الميادين مراعية في ذلك التوفيق بين أهدافها ومتطلبات المجتمع والمحافظة على أداءها البحثي والعمل على تحديث أجهزتها ومعداتها حسب متطلبات العصر **(البرعي، 2002، صفحة 298)**

ويتمثل الهدف الرئيسي للجامعة الحديثة في خدمة المجتمع وترقيته حضاريا ورفع مستوى العلم والفكر ومنح المعرفة التي تخدم الإنسان بصفة خاصة، وهناك جملة من الأهداف العامة تسعى الجامعة إلى

تحقيقها منها النقد البناء لما يحدث من ممارسات في المجتمع من خلال تحليل الدراسات وفق رؤية المجتمع، نقل المعرفة عن طريق التنوع في أساليب التدريس المختلفة، إضافة معارف جديدة للمعرفة القائمة، تكوين المختصين في مختلف الميادين، تشجيع البحث الجماعي، الرؤية المستقبلية وفق متغيرات العصر كتطوير التكنولوجيا الحديثة ووضع التخصصات المناسبة لها مع السعي دوما إلى التفكير فيما يسبق مرحلة الجامعة وما بعد الجامعة من خلال تفعيل الاستشارة والاستفادة من الخبرات ونتائج البحوث البرامج المقترحة وتجارب الجامعات الرائدة في ذلك.

5- الأستاذ الجامعي:

يعتبر الأستاذ الجامعي الركيزة الأساسية في الجامعة إضافة إلى الطلاب فهو من تقع على عاتقه عملية تطوير الجامعة والنهوض بها وتكوين الطلبة تكوينا جيدا إضافة إلى رفع وعي المجتمع من خلال النقاش والحوار والمشاركة في صناعة الشأن العام، وهو ما سنعرضه من خلال العناصر الآتية.

5-1 تعريف الأستاذ الجامعي:

مصطلح الأستاذ الجامعي مصطلح مركبا يجمع بين مفردة " أستاذ" ومفردة "جامعي" المشتقة من الأصل اللغوي جمع، تجمعا، جامع، جامعة، وقد عرف هذا المصطلح مجموعة متباينة من التعريفات وضعها الباحثون فمنهم من عرفه حسب المؤهل العلمي ومنهم من عرفه حسب سماته الشخصية وحتى حسب مظهره الخارجي ووظيفته وغير ذلك من الرؤى المختلفة ومن بين هذه التعريفات نذكر:

في البداية قد وردت كلمة "أستاذ" في اللغة الفارسية حيث يقولون للشخص الحاذق والماهر في ميدانه أستاذ، وفي اللغة العربية يقال: الأستاذ هو المعلم والماهر في صناعته ومهنته والذي يعلمها لغيره، أي أن معنى كلمة أستاذ بالفارسية الماهر في حرفته ومهنته وعمله والحرفة تستلزم مهارات ثابتة وتستوجب الخضوع والقابلية للصقل والتطوير والانسجام، والاتساق مع المحافظة على المبادئ والقواعد الرئيسية التي تضبط تلك المهنة أو الحرفة والعمل على تطويرها وتحسينها وتقديمها للأجيال القادمة **(رجواني، 2008، صفحة 15)**

فمن خلال هذا التعريف نجد أن المعنى السائد عموما لكلمة أستاذ هو الانسان الماهر في مجاله والقادر على تعليم مهنته لغيره بأبسط الطرق وأفضلها، فقد ركز هذا التعريف على الوظيفة التي يمتهنها الأستاذ بالمفهوم الوظيفي الواسع.

وقد ورد تعريف الأستاذ الجامعي حسب المؤهل العلمي بمعنى كل شخص يحمل مؤهلا علميا ذو مستوى عالي التكوين(شهادة ماجستير أو شهادة دكتوراه) في مجال العلوم الأساسية (الصلبة، التطبيقية)

أو مجال العلوم الإنسانية، أو مجالات أخرى؛ حيث يمكّنه ذلك المؤهل العلمي من أن يدرس الطلاب في الجامعة أو أن يشغل إحدى الدرجات العلمية بالجامعة مثل عضو أو رئيس في هيئة علمية كهيئات التدريس أو فرق التكوين البيداغوجية أو المجالس العلمية أو حتى المناصب الإدارية العليا **(مرجين، 2018، صفحة 08)**

وقد ارتبط هذا التعريف بالمؤهل العلمي إذ لابد للأستاذ الجامعي أن يتحصل على مؤهلا علميا من المستوى العالي أثناء عملية تكوينه ويتجسد ذلك بالحصول على شهادة عليا (شهادة ماجستر أو شهادة دكتوراه) تخوّل له أداء مهام توكل إليه منها المهام البيداغوجية أو المهام الإدارية التي تسند إليه في المؤسسة الجامعية.

أما من حيث الخدمة الاجتماعية يعرّف الأستاذ الجامعي على أنه المدرس المتكون والمختص في مبادئ وأصول الخدمة التي يحتاجها المجتمع ومن مهامه الرئيسية مساعدة الطلبة الجامعيين على الانسجام والتكيف مع بيئتهم الداخلية بالجامعة والخارجية بالمجتمع والمساهمة في البحث عن الحلول للمشاكل والمعيقات التي تنجم عن سوء الانسجام والتكيف التي تعترضهم أثناء التكوين، ويكون ذلك من خلال التعاون مع أسرهم ومع مكونات المجتمع المدني والهيئات والمنظمات المتواجدة بمحيطهم لإزالة ودحض الحواجز التي قد تقف بين الطلاب وبين عملية اندماجهم في المجتمع **(حمدان، 2007، صفحة 55)**

فهذا التعريف قدم الأستاذ الجامعي وفق الدور الذي يقدمه للطلاب وما تتطلبه أصول الخدمة الاجتماعية، وتنحصر وظيفة الأستاذ الجامعي الرئيسية حسب هذا التعريف في مساعدة الطلاب على الاندماج والتكيف مع محيطهم الخارجي وفق متطلبات العصر ووفق متطلبات المجتمع وما تقدمه المناهج الجامعية أثناء تكوين الطلاب للنهوض بالمجتمع بالخدمة الاجتماعية فيه.

وهناك من يرى أن الأستاذ الجامعي عنصرا أساسيا في العملية التعليمية والتربوية ينقل العلوم والمعرفة وهو المسؤول الأول عن السير الجيد للمظومة البيداغوجية في المؤسسة الجامعة، وقد تخطت وظيفة الاستاذ الجامعي المتمثلة في التدريس وتلقين المعارف إلى وظيفة تنظيم الأنشطة المؤدية إلى اكتساب المهارة والمعرفة لدى الطلاب، ومن أبرز مهام الأستاذ الجامعي خلال الموسم الجامعي مهمة التدريس، والإشراف على إنجاز البحوث والتربصات الميدانية ومذكرات تخرج الطلاب، انعقاد الاجتماعات الإدارية وتكوين اللجان وهيئات التدريس البيداغوجية، والمساهمة في سير الاختبارات وتقييم الطلبة وغير ذلك من المهام المسندة إليه **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، صفحة 91)**

قد ركز هذا التعريف على دور الأستاذ الجامعي في العملية التعليمية والتربوية وعلى انتقال مهامه من التدريس وتلقين المعرفة إلى القيام بنشاطات تساعد الطالب على اكتساب المهارة والمعرفة إضافة إلى المساهمة في جل العمليات البيداغوجية بالجامعة

ومن حيث القانون فقد حدد المشرع الجزائري الأستاذ الجامعي وضبط مهامه حيث يلتزم بتدريس حجم ساعي يتراوح بين تسع ساعات وأثنى عشر ساعة أسبوعيا تشمل درسين غير مكررين، إضافة إلى عضوية مشاركته في اللجان البيداغوجية والحرص على مراقبة الاختبارات وسيرها، مع المشاركة في أشغال المداولات الفصلية والنهائية، وتحضير الدروس وتحيينها، والمساهمة في الإشراف والتوجيه، والقيام بالأعمال البحثية المجدية وأن يكون عنصرا فعالا في منصبه ونقل خبرته للطلاب بالنصح والتلقين والتوجيه، ولابد أن يتمتع بصحة نفسية تساعده في أداء مهامه تخلو من النزاعات المدمرة وكسب القدرة على التوافق الاجتماعي السليم مع محيطه والقدرة على العطاء المهني **(دليو، لوكيا، و سفاري، 2001، الصفحات 92-93)**

فمن خلال هذا التعريف نلاحظ أن المشرع الجزائري حدد تعريف الأستاذ الجامعي من خلال زاوية تحدد صفاته وتبين المهام التي لابد له أن يقوم بها سواء خاصة به كالبحث والتطوير أو خاصة بالجامعة كالمساهمة في التسيير وتكوين اللجان والإشراف على الاختبارات والسهر على سيرها وتصحيحها وإنشاء محاضر المداولات فضلا على تحضير وإعداد المحاضرات والدروس ومن ثم تلقينها للطلاب.

ومن حيث الكفاءة يعرف الأستاذ الجامعي بأنه من يمتلك مجموعة من القدرات والمعارف والمهارات والمفاهيم والاتجاهات الناجمة عن الأدوار المتعددة التي يقوم بها والتي من خلالها يمكن للغير ملاحظة أداءه المهني ومن ثم العمل على قياسه وتحليله وتفسيره وتقييمه، كما له مجموعة من القدرات أو المكنات المقترنة بوظائف التعليم المختلفة على الشقين النظري بما فيه عملية التنظيم والتخطيط والتحضير للدروس اليومية والأنشطة المختلفة الموكلة إليه والمتصلة بوظائفه والجانب الميداني الذي تظهر من خلاله الأفعال والسلوكيات والأداء الحقيقي للأستاذ الجامعي داخل الجامعة، كما له كفاءة تحليل التدريس وتجزئة كل ما هو ضروري للطلاب بهدف تقديم المقرر الدراسي بأفضل الطرق التعليمية الموائمة لمفردات المقرر الدراسي، فضلا على تطبيق أجود طرق تقييم وتقويم البيانات والنتائج **(حسن، زينب، و حامد، 2003، صفحة 245)**

أما هذا التعريف فقد ركز على جملة المهارات والقدرات التي ينبغي أن يتمتع بها الأستاذ الجامعي والتي يكتسبها وينميها من خلال الحرص على تكوين نفسه تكوينا جيدا عبر مراحل دراسته والتي لابد أن تتماشى مع تطورات العصر ونذكر منها إتقان اللغة، إتقان استعمال التقنية وتعليمها للغير، القدرة على

التفاوض والتواصل الجيد وإثراء النقاش والحوار الفعال والتمتع بنسبة معينة من الصحة النفسية التي تعكس شخصيه ومكانته بالجامعة والمجتمع والتركيز على تكوين الطالب والسعي للارتقاء بالجامعة في تصنيفات المحافل العالمية.

ومن حيث الهندام يعرف الأستاذ الجامعي بأنه ذلك الشخص الذي يهتم بمظهره الخارجي ويعتني بلباسه ويحافظ على صورته وشكله داخل الجامعة وخارجها، ويمتلك الخلق الحسن والأخلاق الحميدة التي تمكنه أن يكون موضع ثقة وصدق متحدثا جيدا منظما ومسترسلا أثناء شرحه ويمتلك القدرة على الإقناع ويتقبل النقد وآراء الآخرين ويتحلى بالصبر والنزاهة والتواضع ويحترم الغير ويجسد المعنى الفعلي للقيم الانسانية **(معمرية، 2009، صفحة 148)**

فقد ركز هذا التعريف على المظهر الخارجي الذي لابد أن يتحلى به الأستاذ الجامعي وما ينبغي أن يتجسد من شخصيته أثناء القيام بمهامه داخل الجامعة وخارجها والتركيز على القيم والمبادئ الحميدة التي تمتن الروابط الاجتماعية معه ومع الطلاب والمجتمع.

من خلال التعريفات وجدنا أن مصطلح الأستاذ الجامعي من المصطلحات المركبة ذات الأبعاد المتعددة فمن حيث اللفظ فهو يتألف من لفظين "الأستاذ" و "الجامعي" أما من حيث المعنى فيأخذ هذا المصطلح معان مقترنة مختلفة توضح مكانته الفعلية في الجامعة والمجتمع، فهو بالمفهوم الواسع الحاذق والماهر في ميدانه وفي صناعته ومهنته ويلقنها لغيره، أما بالمفهوم الضيق فمن حيث المظهر هو ذلك الشخص الذي يهتم بهندامه الخارجي ويعتني بنظافة لباسه ويحافظ على صورته وشكله داخل الجامعة وخارجها، ويمتلك الخلق الحسن والأخلاق الحميدة التي تمكنه أن يكون موضع ثقة وصدق متحدثا جيدا منظما ومسترسلا أثناء شرحه ويمتلك القدرة على الإقناع ويتقبل النقد وآراء الآخرين ويتحلى بالصبر والنزاهة والتواضع ويحترم الغير ويجسد من خلال شخصه المعنى الفعلي للقيم الانسانية، ومن حيث القانون هو مدرسا يلتزم بتدريس حجم ساعي يتراوح بين تسع ساعات وأثنى عشر ساعة أسبوعيا تشمل درسين غير مكررين، إضافة إلى عضوية مشاركته في اللجان البيداغوجية والحرص على مراقبة الاختبارات وسيرها، مع المشاركة في أشغال المداولات الفصلية والنهائية، وتحضير الدروس وتحيينها، والمساهمة في الإشراف والتوجيه، والقيام بالأعمال البحثية المجدية، وحسب المؤهل العلمي فقد عُرّف بكل شخص يحمل مؤهلا علميا عاليا في عديد المجالات، أما من حيث الخدمة الاجتماعية هو المدرس المتكون والمختص في مبادئ وأصول الخدمة التي يحتاجها المجتمع ومن مهامه الرئيسية مساعدة الطلبة الجامعيين على الانسجام والتكيف مع بيئتهم الداخلية بالجامعة والخارجية بالمجتمع، وفي العملية التعليمية

والتربوية هو الناقل للعلوم والمعرفة وهو المسؤول الأول عن السير الجيد للمنظومة البيداغوجية في المؤسسة الجامعة،ومن حيث الكفاءة هو من يمتلك مجموعة من القدرات والمعارف والمهارات والمفاهيم والاتجاهات الناجمة عن الأدوار المتعددة التي يقوم بها والتي من خلالها يمكن للغير ملاحظة أداءه المهني ومن ثم العمل على قياسه وتحليله وتفسيره وتقييمه، كما له مجموعة من القدرات أو المكنات المقترنة بوظائف التعليم المختلفة على الشقين النظري والتطبيقي.

2-5 خصائص وسمات الأستاذ الجامعي:

للأستاذ الجامعي سمات وخصائص متعددة تميزه عن غيره، تجمع بين مهامه وعلاقته مع الطلاب والجامعة والمجتمع ومع زملائه وتحدد دوره في العملية التعليمية داخل المؤسسة الجامعية وخارجها وتوضح المسؤولية الاجتماعية التي ينبغي عليه أن يتحملها نحو المجتمع ومنها أبرز سمات الأستاذ الجامعي نذكر:

- السمات المتعلقة بالمهنة ومنها مدى التحكم العلمي في مجال تخصصه و القدرة على إلقاء الدروس والمحاضرات والدقة أثناء القيام بعمليات التقويم والتقييم للطلبة والزملاء، واحترام مواقيت التدريس ومواعيد التجمعات والاجتماعات والاهتمام بالطلاب وبتكوينهم في مختلف المجالات والمستويات.
- السمات الوجدانية كالتحلي بالإنسانية والاتزان النفسي والتعامل مع الأحداث والمواقف بحذر وبوعي كبيرين مستغلا إمكانياته وقدراته العلمية والذهنية.
- السمات المتعلقة بالمجتمع وبثقافته وهي متعددة منها التحلي بروح القائد والحفاظ على قيم وعادات المجتمع والاندماج في العلاقات الانسانية الفعالة واحترام الأنظمة الاجتماعية القائمة إضافة إلى التحلي بالخلق الحميدة كالتواضع والتعاون والمشاركة في العمل الجماعي والتطوعي والخيري والاهتمام بمظهره الخارجي إضافة إلى العدل والإنصاف والإخلاص والصدق في القول والعمل وتقديس العلم عن كل ما هو دنيوي، اللين والتسامح والتواضع والرفق بالآخرين، التحلي بالصبر والتحكم والضبط المعرفي والمعلوماتية فضلا على الكفاءة وإتقان أساليب التدريس عموما **(أبو جبر، 2014، الصفحات 56-65)**

وللأستاذ الجامعي مجموعة غير محدودة من الخصائص الشخصية والأكاديمية والعلمية منها:

- يعتبر الأستاذ الجامعي الركيزة الأساسية في الجامعة ومهمته الرئيسية هي البحث العلمي وتتبع الحقائق وهذا نتيجة وجوهر التعليم بالجامعة، فالمختصون يرون أن البحث العلمي هو الرسالة العليا

للجامعة ويقوم به الأستاذ الجامعي وهو الحلقة الأساسية في هذه المنظومة المترابطة بالمؤسسة الجامعية أي هو من العناصر الهامة في العملية التعليمية (أستاذ، طالب، رسالة المعرفة)

- الأستاذ الجامعي طالب للحقيقة وباحث عنها يجمعها ويقدمها للطلاب ويكون ذو معرفة واسعة ملتزما بقواعد البحث العلمي وأخلاقه، يعلمه للغير بالشرح والتلقين والتقويم بالإرشاد وذاك هو جوهر العلم.
- البحث بالنسبة للأستاذ الجامعي ليس استعمالا للعقل فحسب بل هو عمل أخلاقي يقوم على الأدب والصدق والأمانة والدقة والحذر **(سبع، 2017، الصفحات 247-248)**
- يمتلك الأستاذ الجامعي صفات ومميزات ومهارات وقدرات عقلية عالية تمكنه من استعمال التقنية بصورة جيدة، ولابد أن تكون مهاراته المكتسبة تطبيقية تنمو وتتطور بالممارسة الوظيفية ولا تتوقف عند المعرفة النظرية فقط.
- يستعد الأستاذ الجامعي نفسيا ويحضر دروسه ومحاضراته مسبقا ويرسم سير حصصه التعليمية تماما مثلما يحضر المسافر مستلزمات سفره من مال و بطاقة هوية أو جواز سفر وتذكرة ليصل وجهته المقصودة أو كما يحضر الرسام معدات الرسم من لوحة وقلم وألوان حتى يبدع في رسمه ويجذب المعجبين برسمه تمام مثل ما يقدمه الأستاذ الجامعي من معرفة للطلاب أثناء المحاضرة.
- يسهر الأستاذ الجامعي على متابعة التغيرات والتطورات في مجاله من مناهج وطرائق التدريس المبتكرة والحديثة لاسيما مع التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم حاليا المتدفق عبر الشبكة العالمية **(لفتة، 2012، صفحة 448)**
- يمثل الأستاذ الجامعي القدوة الحسنة للطلاب ويعمل على كسب ثقتهم ومحاكاتهم في مجال تخصصهم ويعلمهم اتقان العمل واحترام الوقت.
- الأستاذ الجامعي يتحلى بالعدل والمساواة بين الطلاب أثناء تقديم دروسه وأثناء تقييم وتقويم الطلاب.
- التحلي بروح التسامح والتعاون أثناء أداء مهامه وتوجيه الطلاب عند انجاز بحوثهم العلمية.
- الاعتدال أثناء تلقين معارفه للطلاب ومخاطبتهم بأسلوب سليما متحكما في نبرة صوته وتوزيع نظره على كافة الحضور **(عويسي، 2021، صفحة 524)**

لقد ورد في الدراسات المرجعية التي تناولت موضوع الأستاذ الجامعي أنه من أهم خصائصه القدرة على التحكم في المقاييس التي يدرسها عرضا وشرحا والحرص على تقويم الطلاب بدقة وهذا ما يعبر عن كفاءته، إضافة إلى قيامه بالبحث العلمي والإنتاج العلمي مثل تأليف الكتب ونشر المقالات والبحوث

العلمية والاهتمام بالطلبة وتشجيعهم على إعمال العقل السليم المفكر البناء الناقد، والعناية بالمظهر الخارجي والاندماج في العمل الاجتماعي.

- كما توجد للأستاذ الجامعي بعض الخصائص السلوكية مثل دافع التعليم وامتلاكه ضميرا حيا وله قدرة جسدية ونفسية تمكنه من التحكم والتوازن في الأفعال وردودها، التمكن من التخصص وتحصيل المعرفة العلمية وإتقان اللغات والعمل بالمنطلق المنطقي في التدريس والتفكير **(معمرية، 2009، الصفحات 146-147)**
- للأستاذ الجامعي كفاية شخصية متكاملة وله قدرات كبيرة قوية ورصينة علميا وثقافيا ووظيفيا تمكنه من فهم متطلبات الطلبة وتمنحه القدرة على ارشادهم والإشراف عنهم، ومساعدتهم في تخطي العقبات التي تصادفهم في المجتمع وتنمي حسهم المدني ومسؤوليتهم الاجتماعية.
- للأستاذ الجامعي القدرة على تحديث معلوماته وتنمية مهاراته على مدار السنة.
- يساعد الأستاذ الجامعي الطلاب على استخدام التكنولوجيا الحديثة والتقنيات المختلفة.
- يستطيع الأستاذ الجامعي أن يوضح الأهداف وأساليب التقويم والتقييم والسعي دوما على تحفيزهم والدفع بهم للتقدم والتطور **(الألفي، 2010، صفحة 133)**

5-3 الأسس الأخلاقية للأستاذ الجامعي بالمؤسسة الجامعية:

يحكم كل تنظيم جملة من القواعد والقوانين تضبط طبيعة حركة المنتسبين إليه وتحدد الترتيب الهرمي به، وللجامعة الجزائرية جملة من الأسس الأخلاقية التي تنظمها في ظل تعدد مهامها؛ من بحث وتدريس وخدمة للمجتمع وتوليد المعرفة والخبر والتي توكل في الغالب إلى الأستاذ الجامعي ومن بين الأسس الأخلاقية التي تضبط أداء الأستاذ الجامعي والجامعة معا نذكر:

- الحرية الأكاديمية وهي الركن الأساسي للنشاطات التعليمية والبحثية في الجامعة وتتطلب الاحترام المتبادل والعمل بضمير مهني يتقبل الغير ولا ينحاز للذات الفردية.
- احترام الحرم الجامعي من خلال مساهمة كل مكونات المؤسسة الجامعية بسلوكهم وباحترامهم للخصوصيات وبعدم انتهاك حقوق الغير والابتعاد عن التكتلات الغير مجدية.
- التقيد بالحقيقة والموضوعية والفكر النقدي من خلال البحث عن الحقيقة العلمية والتفكير النقدي البناء وفقا للكفاءة والملاحظة العلمية القائمة على التجريب وتقبل النقد الموائم وتشجيع الابتكار والاختراع والحفاظ على الأمانة الفكرية.

- التحلي بالمسؤولية والكفاءة من خلال خدمة وتعزيز استقلالية الطلاب في المستقبل، وأن ترافق روح المسؤولية الأستاذ الجامعي أثناء أداء مهامه نحو ذاته ونحو الجامعة والطلاب والمجتمع.
- السعي دوما لتحقيق الأمانة العلمية والنزاهة والابتعاد عن الفساد والسرقة العلمية وتضارب المصالح ولا يكون ذلك إلا من خلال استخدام الموارد البشرية والمادية بشكل جيد.
- احترام الذات والغير والابتعاد عن كل أشكال العنف والتفرقة والمحسوبية والانحياز والتحلي بروح التسامح والانفتاح على الآخر.
- أساسيات الأخلاق الرقمية والتي تنطلق من إدارة النفاذ للبيانات للجميع والمحافظة على التطور والنمو والجودة، والحرص على تأمين البيانات والمعلومات ليتجسد من خلاله احترام الخصوصية وحماية الملكية الفكرية للمؤلفين وتفعيل مبادئ الحكم الراشد لاسيما في مناقشة ما يطرحه الذكاء الاصطناعي حاليا **(رئيس مجلس آداب وأخلاقيات المهنة الجامعية ، 2023، الصفحات 05-06)**

5-4 وظائف الأستاذ الجامعي:

يتبادر إلى عقولنا عندما نتحدث عن وظائف الأستاذ الجامعي الوظائف الأساسية للجامعة معرفيا واجتماعيا ولا تخرج وظائفه عن هذا المنظور فقد يقع على عاتقه الإشراف على تكوين الطلاب تكوينا جيدا، والسعي إلى البحث العلمي وتطويره، وخدمة المجتمع والسهر على تنميته وازدهاره، إضافة إلى الوظائف الإدارية والأكاديمية كالعضوية في هيئة التدريس ومجالس التأديب واللجان العلمية، وغبر ذلك من المهام والوظائف، ونستطيع أن نستشف أبرز وظائف الأستاذ الجامعي في ما يلي:

- **وظيفة التعليم والتدريس وكل ما يتعلق بها:** فأداء الأستاذ الجامعي يعبر عن أهداف الجامعة وتكوين الطلاب يوضح مدى كفاءة الأستاذ الجامعي وتطور المجتمع يوضح مدى نجاح الجامعة في تحقيق أهدافها، فالتعليم والتدريس يتوقف على مدى اتقان الأستاذ الجامعي للأدوات التعليمية والمناهج والطرائق الحديثة النظرية منها والميدانية، كما يسبق العملية التعليمية والتدريسية علمية الإعداد والتحضير القبلي قبل تنفيذها حتى تؤدي هدفها المحدد والمتمثل في نقل المعارف والمعلومات بطريقة منتظمة تمكن الطلاب من استيعابها ومن ثم تطبيقها إن اقتضت الحاجة، ولهذا يستوجب على الأستاذ الجامعي أن يراعي التخطيط لتدريسه والابتعاد عن العشوائية أثناء تأدية مهامه ومراعاة المستجدات أثناء تنفيذ الدرس، والحرص على تقويم تدريسه لمعرفة مدى تحقيقه للأهداف المسبقة مع مراعاة العوارض والعقبات **(عمادة تطوير المهارات ، 2009، صفحة 17)**

- **وظيفة البحث العلمي والتطوير:** وهي من الوظائف الأساسية في الجامعة وتقع على عاتق الأستاذ الجامعي وتظهر من خلال التعود على الممارسة البحثية عبر كل مراحل تكوينه والاستمرار في البحث خلال مساره الجامعي وإنتاج المؤلفات العلمية وتذليل الصعاب البحثية للطلاب وتوجيههم في عملية البحث، وحضور الفعاليات العلمية كالملتقيات والندوات والمؤتمرات داخل الوطن وخارجه لتحسين مستواه العلمي، ومن خلال إنشاء المخابر والمشاريع البحثية والسعي دوما إلى تطوير البحث العلمي في مجال اختصاصه **(بواب، 2015، الصفحات 75-76)**
- **وظيفة تقديم الخدمات للمجتمع:** ففي المجتمعات الحديثة تعد التنمية من مهام المؤسسات الجامعية والتي توكلها إلى الأستاذ الجامعي وتختلف مستويات التنمية من بلد لآخر وتنمو وتزداد بعدد سنوات الخبرة وعلى جودة البحث العلمي التي ينجزها الأستاذ الجامعي داخل الجامعات والمعاهد والمراكز البحثية بالبلاد أو خارجها، وعموما تبقى مساهمة الأستاذ الجامعي في تحقيق التنمية وخدمة المجتمع عرضة للعراقيل والعقبات المختلفة تبقيها في دواليب المكاتب والمستويات الإدارية، ومن بين المهام المساهمة في خدمة المجتمع الموكلة للأستاذ الجامعي داخل الجامعة نذكر إلقاء المحاضرات والقيام بالنشاطات العلمية، والمشاركة في المؤتمرات والندوات والأنشطة الثقافية والعلمية للطلاب، أما خارج الجامعة للأستاذ الجامعي مهام متعددة منها البحث عن الظواهر والمشكلات بالمجتمع ودراستها والبحث في مقدماتها وأسباب وحدوثها والبحث عن حلول لها، ومساعدة مؤسسات المجتمع بالخبرة العلمية، بإقامة الدورات التدريبية للموارد البشرية بالمؤسسات الجامعية، الإنتاج العلمي والتأليف والترجمة وتبادل المعرفة مع غيره والدفع نحو التوعية وتثقيف المجتمع **(عويسي، 2021، صفحة 527)**

ولا تقتصر وظائف الأستاذ الجامعي على الوظائف السابقة بل يتعدى ذلك إلى تأدية بعض المهام الإدارية مثل تولي مناصب عليا منها مسؤول فريق ميدان التكوين، مسؤول فريق شعبة التكوين، مسؤول فريق الاختصاص ومناصب إدارية عليا كرئيس جامعة أو نائبا أو مدير معهد أو عميد كلية أو رئيس قسم وقد تؤثر هذه المهام على طبيعة المردود العلمي الخاص به لاسيما في أثناء قيامه بعملية التدريس نتيجة التزامه بالاجتماعات والمؤتمرات والتسيير الإداري ونتيجة التعب والإرهاق، كما تؤثر تلك المهام كذلك على بعض الجوانب الأخرى منها عمليات الترقية المحددة بإنجازات بحثية وعليه فقد يتغير أداءه وسلوكه مع الطلاب أو الزملاء أو في حصيلة انتاجه العلمي جراء تقلده وتسييره لتلك المناصب الإدارية، كما أنها قد توسع وتوطد علاقاته الشخصية وتمتد وتكبر بذلك دائرة اتصالاته خارج المؤسسة الجامعية داخل الوطن وخارجه.

5-5 التزامات القانونية الأستاذ الجامعي:

حدد المشرع الجزائري حقوق الأستاذ الجامعي ووضحها في مجموعة الآداب والقواعد الأخلاقية بداية من توظيفه وفق مؤهلات وخبرات جامعية مطلوبة بالمؤسسة الجامعية وضمان حقه في التدريس، والالتزام بآداب وأخلاقيات المهنة في أداء مهامه مكرسا في ذلك آليات التعاون والاحترام ومبادئ الشفافية، كما يخضع الأستاذ الجامعي في مساره أثناء أداء مهامه إلى عملية التقييم وفق معايير محددة خاصة بالمؤسسة الجامعية على أن توفر له البيئة المناسبة لتأدية نشاطه المهم في المجتمع لاسيما في تكوين النخبة، لذلك يستوجب على الأستاذ الجامعي أن يكون صاحب كفاءة وأخلاق عالية نزيه ومتسامحا تنعكس من شخصيته مكانة الجامعة في المجتمع، وعليه أن يكون حريصا على أداء مهامه دون ضغط أو تدخلا خارجي دون الخروج عن خدمة المصلحة العليا للجامعة حيث يجب عليه:

- تأدية مهامه بضمير مهني سليم في حدود ما يخوّله له القانون.
- الالتزام بمعايير الجودة والأداء العالمية والحفاظ على الحرية المهنية أثناء أداء مهامه.
- توفير التعليم بالكفاءة والخبرة حسب متطلبات المؤسسة الجامعية والسعي دوما إلى تشجيع التبادل الفكري مع الغير.
- العمل وفق الأهداف البيداغوجية المسطرة والحرص على تحديث معلوماته باستمرار.
- الابتعاد عن الدعايات المغرضة في عرض محاضراته وفي أعماله العلمية والتعود على التقييم الذاتي لأدائه.
- نشر المعرفة العلمية والمساهمة في تطوير المؤسسة الجامعية وتنمية المجتمع.
- الابتعاد عن التفرقة والتمييز والمحسوبية بين الطلاب والزملاء والمستوى المعيشي أو الانتماء العرقي والديني.
- المحافظة على السرية المهنية للمؤسسة الجامعية.
- التقيد بالأمانة العلمية والفكرية.
- تنشيط الوظيفة وتقييم الأنشطة البيداغوجية والعلمية لكل الفئات والعدل في تقييم الزملاء وأداء الطلاب.
- المحافظة على سرية الاجتماعات وسير المداولات وتفعيل الحوار والنقاش المفيد.
- الابتعاد عن كل ما يؤدي إلى تضارب المصالح والمهنة والحرص عن عدم تداخل المصلحة العامة والخاصة والمصالح الشخصية.

- عدم استغلال وظيفته خارج الجامعة لأغراض خاصة.
- التصرف بصرامة في إدارة أموال التظاهرات والنشاطات البحثية بالجامعة.
- تجنب عرقلة سير المؤسسة الجامعية بكل هياكلها واحترام الغير أثناء ممارسة أنشطتهم ووظائفهم.
- الحرص على الظهور بلباس محترم يعكس وظيفته ومهنته في المجتمع **(رئيس مجلس آداب وأخلاقيات المهنة الجامعية ، 2023، الصفحات 07-08)**
- يجب على الأستاذ الجامعي أن يمنح للطلاب تعليما حديثا كيفي يتماشى مع التطورات الراهنة والتكنولوجيا وفق المناهج والمقاييس المقررة من الوزارة.
- المشاركة الفعلية في إنتاج المعارف العلمية ووضع برامج التكوين الأولي والتكوين المتواصل.
- تفعيل البحث التكويني والسعي إلى بلوغ مرتبة أستاذ باحث من خلال رفع كفاءته البحثية في المجال العلمي **(المرسوم التنفيذي 08-130، 2008، صفحة 19)**

5-6 تصنيفات رتب الأستاذ الجامعي:

عرفت الجزائر منذ الاستقلال إصلاحا جذريا في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي كتعريب بعض التخصصات وإضافة تخصصات جديدة وشكلت لجنة مكلفة بالإصلاح منذ 1971 حيث سعت إلى تكوين الكفاءات البشرية تكوينا عاليا وكرست التعليم للجميع وشرعت في تغيير المعاهد والكليات وتنظيمها ووضع مقررات للدراسة الجامعية وتغيير الكفاءات الأجنبية بالكفاءات الوطنية ومنحت الأولوية للتكوين العلمي التكنولوجي كما عرفت إصلاحات 2001 تمويل الجامعات والحرص على الفعالية للمقررات الدراسية وتكوين الأساتذة المكونين وتطوير البنية التعليمية العالية وإنشاء المدارس العليا للأساتذة، هذا وقد عرف القطاع مجموعة من التغيرات والإصلاحات في مختلف المجالات (تكوين، توجه الطلاب، تكوين الأساتذة، أهداف) كذلك (زرزور، **2005-2006، الصفحات 56-66)**

إن إعادة النظر في التكوين الجامعي الذي قامت به اللجنة الوطنية لإصلاح المنظومة التربوية قد أسفر على التحول من النظام الكلاسيكي القديم المتكون من مرحلة التدرج ومرحلة ما بعد التدرج (بكالوريا +4) ليسانس ثم (02 سنة ماجستير) ثم التحضير لدكتوراه علوم إلى نظام LMD المتكون من ثلاثة أطوار هي (بكالوريا +3) ليسانس ثم (02 سنة ماستر) ثم (03 سنوات دكتوراه) وقد بدأ العمل بهذا النظام في الموسم الجامعي 2005/2004 وذلك في بداية العشرية الإصلاحية 2003-2013 **(غراف، 2010-2011، الصفحات 72-74)**

كما وقد طرأ على صنف الأساتذة الجامعيين تغيرات جراء التحول الذي عرفه قطاع التعليم العالي والبحث العلمي في الجامعة الجزائرية من النظام الكلاسيكي إلى نظام LMD أي (ليسانس، ماستر،

دكتوراه) فبعد المشاركة في مسابقة التوظيف على مستوى المؤسسات الجامعية تشهر قوائم الناجحون ويمضون محاضر تنصيبهم ويباشرون مهامهم في المؤسسة الجامعية حينها يدمجون في رتبة أستاذ مساعد وتضم هذه الرتبة صنفين هما:

- **أستاذ مساعد قسم "ب"** : ويخضع الأستاذ المدمج في هذه التربة إلى تربص مدته 01 سنة ثم يعلن عن ترسيمه من طرف مسؤول المؤسسة الجامعية حيث يقترح عليه ذلك عميد الكلية أو مدير المعهد أو رئيس القسم بعد موافقة كل من اللجنة العلمية والمجلس العلمي حينها يتحصل الأستاذ الجامعي على رتبة:
- **أستاذ مساعد قسم "أ"** بعد انقضاء مدة عمل 03 سنوات من يوم إمضاءه محضر التنصيب في رتبة أستاذ مساعد قسم "ب" والتي يقابلها 03 تسجيلات متتالية في الدكتوراه.
- **أستاذ محاضر** : ويضم رتبتين هما:
- **أستاذ محاضر قسم "ب"**: وقد يتحصل الأساتذة المساعدون قسم "ب" المثبتون في مناصبهم والحائزون على شهادة دكتوراه في العلوم أو ما يعادلها والأساتذة المساعدون قسم "أ" الحائزون على شهادة الدكتوراه في العلوم أو ما يعادلها.
- **أستاذ محاضر قسم "أ"**: وقد يتحصل على هذه الرتبة الأساتذة الجامعيون الذين يثبتون التأهيل الجامعي أو ما يعادله (الأساتذة المساعدون قسم"أ" والأساتذة المساعدون قسم "ب" المتحصلون على شهادة دكتوراه في العلوم أو ما يعادلها، والأساتذة المحاضرون.
- **أستاذ تعليم عالي:** ويتحصل عليها الأساتذة المحاضرون قسم "أ" الذين يثبتون 05 سنوات نشاط فعلي والمتحصلون على تأهيل والمرشحون للحصول على رتبة أستاذ بعدما تقوم لجنة مكلفة وطنيا بتقييم نشاطاتهم وأعمالهم البحثية والعلمية بعد مدة خمس سنوات.
- **الأستاذ المميز:** ويتحصل على هذه الرتبة أساتذة التعليم العالي بعد تكوين لجنة وطنية للتميز تقيم أنشطتهم وإنتاجهم العلمي والبيداغوجي بعد إثبات فعلي لمدة 15 سنة نشاط منذ التعيين في رتبة أستاذ وبعض الشروط الأخرى كالإشراف على مذكرات الماجستير ورسائل الدكتوراه والإنتاج العلمي والبحثي ويعينون في رتبة أستاذ مميز بعد إثبات 20 سنة خدمة فعلية منذ الالتحاق برتبة أستاذ **(قراد، 2023)**

خلاصة:

عرفنا في هذا العنصر من هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي–

تبسة أن الجامعة هي مركزا للإشعاع الفكري كرست لها الأنظمة السياسية في مختلف دول العالم الإمكانيات المادية والبشرية لتطويرها لأن فلسفة الدول المتقدمة تعتبر الجامعة قاطرة التنمية في المجتمع وتدرك يقينا أنه كلما ارتقت الجامعة وتطورت وازدهرت كلما تطور المجتمع وتحركت عجلة التنمية الاقتصادية وبالتالي تزدهر حياة الشعوب والأمم على مختلف الأصعدة، والجزائر بدورها من الدول التي أولت أهمية بالغة للنهوض بالتعليم العالي والبحث العلمي لاسيما بعد الاستقلال حيث قامت بعمليات الإصلاح للمقررات والمناهج والتخصصات وشيدت المعاهد والكليات وزودتها بالتكنولوجيات الحديثة وبتكوين الموارد البشرية والمناهج والمقررات التدريسية ووضع الأهداف التي تتوافق والتنمية الاقتصادية وسوق العمل في البلاد.

ويعتبر الاهتمام بتكوين الأستاذ الجامعي من بين آليات النهوض بالجامعة الجزائرية فقد بذلت الجزائر جهودا كبيرة محددة في ذلك ووظائفه والتي تنحصر بين التدريس والبحث العلمي والتطوير وخدمة المجتمع إضافة إلى قيامه ببعض الأنشطة والمهام مثل تولي مناصب عليا منها مسؤول فريق ميدان التكوين، مسؤول فريق شعبة التكوين، مسؤول فريق الاختصاص ومناصب إدارية مرموقة كرئيس جامعة أو نائبا أو مدير معهد أو عميد كلية أو رئيس قسم، فضلا على مرافقة الطلاب وتلقينهم المعارف من خلال إلقاء المحاضرات والقيام بالإشراف على مذكرات التخرج وتوجيه الطلاب، وقد حدد المشرع الجزائري التزامات الأستاذ الجامعي نحو نفسه ونحو طلابه والجامعة والمجتمع ووضع جملة من الأسس والقواعد والمبادئ الأخلاقية والنصوص المنظمة لذلك والتي توضح حقوقه وواجباته وتبين مهامه ووظائفه وتصنيف رتبه العلمية وسبل ترقيته وما إلى غير ذلك من آليات الضبط والتسيير بالجامعة الجزائرية.

وفي هذه الدراسة يعتبر الأستاذ الجامعي الركيزة الأساسية في الجامعة تقع على عاتقه مهمة قراءة وفهم ثم تحليل وتفسير المواضيع الساسية وتقديمها للمجتمع لينير بذلك نظرتهم لها ويزيل عليها اللبس والغموض ويرفع بذلك من وعي وإدراك المجتمع.

ثالثا: المواضيع السياسية

تمهيد:

لا يقوم العلم على موضوع فكري فقط، بل يقوم على سؤال واضح يبحث فيه؛ من هذه الرؤية تتكون وتتشكل هوية العلوم المختلفة وتتفرق، فعلم السياسة تتكون هويته من النواحي والجوانب التي يهتم بمناقشتها، فنحن لا نستطيع تحليل السلوك السياسي دون الاستعانة بمفاهيم ومصطلحات العلوم المجاورة كعلم الاقتصاد وعلم النفس والتربية وعلم الاجتماع، ومختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومن هذا المنطلق فالمواضيع المتنوعة هي جوهر السياسة فلا سياسة دون مواضيع تتناولها ولا مواضيع سياسية خارج وعاء السياسة، فهذه الأخيرة تعنى بمجالات واهتمامات محددة تختلف عن ما تهتم به العلوم الأخرى، وفي ذات الوقت تستند السياسة وتستخدم نتائج ومساهمات العلوم الأخرى كأدوات تساعد الباحث في مجالها لبلوغ هدفه إذا كان ذا درجة عالية من الكفاءة التي تؤهله لمعالجة البيانات والاستنتاجات التي ترده من بحوث العلوم الأخرى، لذلك يكتسي حقل السياسة بمختلف مواضيعها أهمية بارزة معرفيا ونجده عني بالمفاهيم والأبعاد التي تضفي عليه حركية وتفاعل عاليين، وفي هذا الفصل سنتعرف على المواضيع السياسية جوهر السياسة بالمفهوم الواسع ونوضح دورها في الحياة الاجتماعية وما تمد له بصلة مباشرة أو غير مباشرة في هذه الدراسة.

1-مفهوم المواضيع السياسية Political Topics :

عندما ننظر إلى مصطلح المواضيع السياسية يتبادر إلى أذهاننا مباشرة ما تحتويه السياسة من مواقف وأحداث ووقائع وعلاقات، فنحن بالكاد نفصل بين معنى السياسة ومصطلح المواضيع السياسية في هذه الدراسة، إلا أنه سنتعرض إلى تفكيك هذا الأخير اصطلاحا ولغة ومن ثم نعيد تركيب المصطلح وفق أهداف هذه الدراسة.

1-1 المواضوع:

أ- المواضيع لغة:

وردت كلمة "مواضيع" في اللغة العربية بصيغة الجمع للمفردة موضوع بمعنى وضع وهي من مصدر الوضع وهو مصدر يفيد التضاد لمعنى مفردة الرفع، حيث نقول في اللغة العربية وضع الشيء، وضعًا وموضوعًا، وقالت العرب في العلوم اللغوية والنحوية عن الموضوع والمرفوع "عنى بالموضوع" ما أخفاه ولم يبح به، أي لم يتكلم عنه أو به وأضمره ضمرا، أما "بالمرفوع" فقد تكلم حوله وأظهر كل متطلباته، وقد أدرك اللغوي ابن منظور في مراحل متقدمة أن النص يحمل في ظاهره معنى وفي باطنه معنى آخر أطلق

عليهما المعنى المرفوع، أي الواضح والظاهر سطحيا والمعنى العميق والخفي وصفه بالموضوع **(ابن منظور، 2010، صفحة 396)**

ومن الكلمات المرادفة لمفردة "موضوع" في اللغة العربية كلمة الغرض، المحور، الأصل، الجذر، الفحوى، العنوان، البؤرة، الفكرة الرئيسية، الفكرة الأساسية، البؤرة والمركز، وحتى قلب الحدث أو النواة المركزية له، وقد يشوب فهم تشابه المرادفات والمعاني في اللغة العربية الغموض والتباس بين أحاديات المصدر وضع مثل: "موضوع" و"موضوعاتية" أو "المواضيعية" "الموضوعية"، لكن في الأساس هذه الكلمات تدل على معان مرتبطة فالموضوعية تحيلنا إلى الموضوع Objet وهي ضد الذاتية ويرتبط الموضوع بالتآمل والفكر، أما المواضعية فهي نسبة ضعيفة الارتباط مع الموضوع، في المقابل فان الموضوعاتية تعني التيمية وهي كلمة تدل وتؤكد على الموضوعات الموجودة في المجالات المتنوعة في في الأثر اللغوي **(عزام، 1998، صفحة 14)**

أ- إصطلاحا:

الموضوع "Théme" حسب كولوت ميشال Collot Michel يعني الفكرة الرئيسية وفق النقد الموضوعاتي وهذا يفيد الدلالة الشخصية المفردة المضمرة والمجردة أو الملموسة، حيث يقدم العلاقة العاطفية والوجدانية للفرد في عالمه الوجداني وبين الملموس والمحسوس، كما قد يتضح الموضوع في النص من خلال التكرارات المتنوعة والمنسجمة، كما نجده مشترك ومتداخل مع مواضيع تكون بناء وترابط تركيبي ودلالي أدبي، وبهذا نجد للموضوع أبعاد ودلالات نفسية ووجدانية ونستطيع معرفته من خلال التكرارات المستمرة، فهو جوهري يتضمن موقفا حيال خيار موجود **(Michel, 1988, pp. 79-80)**

1-2 السياسة: Policy - Politique

أ- السياسة لغة:

وردت كلمة سياسة في المعاجم العربية بمعنى ساس الرجل، ويسوس سياسة، والسياسة من المصدر فعالة، وتعني هذه الأخيرة فعل السائس، أي الرجل السائس، حيث يقال مجازا ساس الرجل القوم سياسة، بكسر السين أي أمره ونهاه في ما يخدم شؤونه، أي الاهتمام بمصالحهم ورعاية شؤونهم، ويقال ساس وسيس عليه فهو مجرّب ومنها أدّب وأُدّب **(الفيروز آبادي، 2005، صفحة 551)**

كما أن كلمة سياسة تستخدم للدلالة على إدارة الأحداث والأمور داخل مجموعة من الناس وتسييرها وإقامة التوافق بين من ينتسب إليها في شتى المجالات ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وكذلك بالتوفيق بين مختلف الاتجاهات والتفاعلات في التجمعات الإنسانية، وبهذا نجد أن معنى كلمة سياسة يمتد إلى التوجيه

والتربية، القيادة، التدريب والترويض، الرعاية، المرافقة،الاعتناء، الإشراف المتواصل، وأداء الأدوار مع الاهتمام، وفي اللغة اللاتينية الإنجليزية كلمة سياسة Policy مصدرها يوناني Polis ومعناها المدينة أو الدولة ودلالتها المكان الذي يلتقي ويجتمع فيه الأشخاص أي المواطنين **(مطر، 2018، صفحة 04)**

وفي اللغة الفرنسية أصل مفردة سياسة Politique وترجع للأصل اليوناني Epolis أي الناحية والمدينة والدولة، ومنها Polieteia وهي الدستور والمواطنة والنظام السياسي والدولة والسيادة، ونجد كذلك الأصل ta politica وجمعها de politicos ولها نفس الدلالات السابقة، ومنها أيضا مهنى الفن السياسي é politike **(الفنجري، 1999، صفحة 138)**

ب-**السياسة اصطلاحا:**

حسب الباحثة " حنة أرندت" تبنى السياسة على منطق التعددية الإنسانية، حيث ترى أن الفلسفة وعلم الأديان ينميان تطلعات الفرد حيال تحقيق التجمعات الكوسموسياسية، وضروري جدا إقامة علاقة بين السياسة والفلسفة، وترى أن أرسطو نظر للإنسان على أنه حيوان سياسي بامتياز، وعلى أساس هذه النظرة صنفته أرندت في نطاقين؛ أولها تمثل وتجلي في الذات الإنسانية وأطلقت عليه الحيوان السياسي، ونطاق ثاني أطلقت عليه التمثل والتجلي التوحيدي للإله ومن خلاله يتجلى الإنسان ويتمثل في صورة وشكل الإله الواحد المنفرد، الذي ينوبه ويستخلفه على وجه الأرض، وبهذا وضحت لنا حنة أرندت القيمة الفعلية للكون والخالدة لإله دائم الوجود مكتمل المعالم، والهدف من تواجد الإنسان في الطبيعة وعلاقته بها، ومنه نستدل على التجسد الفعلي التاريخي في السياسي رغم أن التاريخ يسلب علاقة الإنسان التي يرثها من الماضي، كما أنها تؤكد أنه مهما كانت محاولات واجتهادات البلاد الغربية وجزمهم على استحالة تمثل وتجلي السياسة داخل الأسطورة، ولا تكاد حسبهم مغادرة أرموزة هوميروس، ومن هذه الرؤية تتحدد وظيفة السياسي في عالم الحقيقة **(Terchi, 2017, p. 158)**

وقد عرفت السياسة حديثا: على أنها علم السلطة "الحكومة" وفن علاقات الحكم "الروابط"، تطلق على المصلحة والشؤون التي تخص الدولة وتهمها أو المنهاج والطريقة التي يتتبعها الحكام ويسلكونها حيال إدارة شؤون البلاد، وتعنى السياسة بترتيب وتصنيف وتنظيم شؤون البلاد وتدبيرها، وتأخذ صفة الشرعية تستمد أحكامها من الأديان أو تأخذ صفة المدنية مستوحاة من الحكمة العملية وتعني الحكمة السياسية أو العلم، والسياسة تشير إلى سلوكيات متعلقة بمؤسسات ودواليب الحكم؛ أي أنها العملية والطريقة التي يتم بمقتضاها التعامل مع المشكلات بالجماعات البشرية بحثا عن بلوغ الأهداف المسطرة بينهم آليا **(Zakaria, 2018, p. 03)**

ومن حيث الاستعمال شهد مصطلح السياسة تطورات كبيرة وأخذت معنى الإجراءات والتدابير التي تساعد على صنع واتخاذ القرارات التي تخدم الأفراد والشعوب حسب خصوصية كل دولة وحسب ثقافتها السياسية وبمدى التقيد والالتزام بالأعراف والتقاليد المرتبطة بمجالات الحياة المختلفة، فالعلاقات الدولية تعتبر سياسة، والاقتصاد سياسة كذلك، والصحة سياسة، والثقافة كذلك سياسة، والتعليم سياسة، وما إلى غير ذلك، ومنه فالسياسة مجال متعدد المآخذ تهتم بمؤسسات الدولة وأنشطتها ووظائفها وكل ما يدفع المجتمع للإزهار والرقي، ومن أهم أدوار السياسة لدى الشعوب والأمم تكريس الديمقراطية وأساليب ممارستها داخل الوطن الواحد وخدمة له، كما أنها تنمي روح المنافسة المبنية على البرامج والبدائل السياسية التي تطرحها الأحزاب لاسيما في أيام الحملات الانتخابية وكل ذلك من أجل خدمة المصلحة العامة، وهذه الرؤية تكون عكسية في الدول المتخلفة التي لا تكرس الديمقراطية وتخدم المصلحة الخاصة بعيدا عن التنافس ووضع البرامج السياسية بل وتركز على القبلية والنفوذ ومختلف معطيات الانتماءات الأخرى **(محمد و نوح، 2017، الصفحات 296-297)**

ومن التعريفات الرصينة للسياسة ما جاء في الموسوعة العربية أذ تعني السياسة حسبها فن ممارسة الحكم والقيادة مقترنا مع علم السلطة، ومختلف العلاقات بين الرئيس والمرؤوس، وتضم الساسة في باطنها النشاط المجتمعي المنفرد والذي وفقه تترتب الحياة لأفراد المجتمع وتنتظم، وينطوي ضمنها كل الأنشطة التي تبع للآمن والاستقرار، والعدل والمساواة والتوافق مع التوازن والخضوع لمبدأ السيادة والشرعية في المجتمعات والجماعات المتصارعة والمتنافسة داخل التكتل الحاكم القائم على أساس العلاقات القوية، ومنه تتحدد أشكال المشاركة السياسية في السلطة للحفاظ على سير المجتمع مع تحقيق المساهمة في قيام النظام السياسي والاجتماعي **(طاشمة، 2018، صفحة 15)**

وفي أغلب الدول ترتبط السياسة ارتباطا وثيقا بالسياسات الأساسية الداخلية والخارجية التي بدورها تنبثق من الأهداف العامة الموضوعة لكل بلد، وتحوي السياسة في باطنها مجموعة من المبادئ والمثل وتعمل على شرح الغايات الاستراتيجية وتوضيحها وفق المصلحة العامة وعلى أوسع النطاقات، مراعية في ذلك استيعاب الحاجات المستقبلية، وتسهر الجهات العليا للسلطة على فرض السياسة المناسبة للبلاد، وتدون السياسة الأساسية للبلاد في قوانين منصوص عليها في النظام السياسي القائم في البلاد، وترد ضمن الدستور سعيا منها لتنظيم شؤون المجتمع ودفع الدولة إلى مستويات عالية ومرموقة **(المعايطة، 2004، صفحة 183)**

وبهذا ووفقا لما تم عرضه من معلومات حول مفردة "المواضيع" ومفردة "السياسة" نرى من خلال هذه الدراسة أن المواضيع السياسية مصطلح جامع نطاقاته شاسعة تنطوي تحته مجالات مختلفة منها: الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية... وقد عرف مصطلح المواضيع السياسية بأنها:

ج- المواضيع السياسية:

رغم أنه لا يمكن حصر المواضيع السياسة بدقة متناهية أثناء تقديم مفهوما لها، إلا أنه يمكننا فهما ضمن العلوم التي تهتم بالسياسة ومخرجاتها، فالمواضيع السياسية مفهوم يحتوي على كل ما له علاقة مع فن الحكم وقيادة الدول وإدارة علاقاتها الداخلية والخارجية مع الدول الأخرى، وكل ما يدرس تراكيب الدول والسلطات ونفوذها وأشكال إدارة وتسيير الحكم وطرق المشاركة فيه، ودراسة مظاهر الأنظمة السياسية وطرق تشكلها، والاهتمام بالمجالات الحياتية داخل المجتمع وبالإمكانيات وشروط تمويلها وتجسيدها ميدانيا، لذلك فالمواضيع السياسية تنطوي على قدر كبير من الصعوبة والتعقيد، وتتباين من دولة إلى أخرى ومن نظام لآخر، وتضم مجموعة من التفاعلات التي تحدث داخل نسق مجتمعي وسياسي ببلد معين، والخاضعة في مسارها إلى جملة من المحددات الضابطة عامة وغير العامة من طرف السلطة وعلاقاتها وفقا لما هو منصوص عليه دستوريا، والمتطلبات التقنية والبشرية والاقتصادية والثقافية **(محمد و نوح، 2017، الصفحات 295-296)**

فالمواضيع السياسية تتعلق بالقضايا والشؤون الحكومية والسياسية التي تؤثر في قيام المجتمع وتنظيمه وصناعة واتخاذ القرارات به، وتضم المواضيع السياسية مجموعة لا متناهية من القضايا كالمشاركة في الانتخابات، تشكيل النظام السياسي بالبلد، تكريس مبادئ الديمقراطية، سن القوانين والدساتير، وضع السياسات العامة، العلاقات الدولية وفك النزاعات والحروب، العدل والمساواة، حقوق الإنسان الهجرة، والأمن القومي، التعاون الداخلي والخارجي، الاقتصاد الوطني، التنمية في المجالات الاجتماعية والثقافية، وتتنوع القضايا السياسية من بلد إلى بلد آخر، ومنها يتضح تاريخ وقيم وثقافة الأمم والشعوب، وتكون مادة للنقاشات والحوار، سواء في غرف البرلمانات أو في ساحات التجمعات أو في وسائل الإعلام وفي المدارس والجامعات، لذلك يهتم الأفراد في المجتمعات بالمواضيع السياسية حتى يوجهون حياتهم ويحددونها وفقا لما يخدم مصالحهم وما يحافظ على حقوقهم، كما يمكنهم التأثير في صنع القرارات وبناء المستقبل السياسي في مجتمعاتهم **(ناش، 2013، الصفحات 104-105)**

وفي هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السسياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة ينحصر مفهوم

المواضيع السياسية في الشؤون الحكومية والقضايا السياسية الجزائرية التي تؤثر في المجتمع الجزائري وفي تنظيمه والمتحكمة في اتخاذ القرارات به، ومن تلك القضايا نذكر: الانتخابات السياسية؛ المحلية، البرلمانية والرئاسية، الديموقراطية، المشاركة في صياغة الدستور الوطني للبلاد، تحديد العلاقات الدولية، والداخلية، إرساء قيم العدل والمساواة الاجتماعية، تكريس حقوق الانسان، بعث الأمن والسلم القومي، التنمية في المجالات الاقتصادية،الاجتماعية، الثقافية، السياسية والمواضيع السياسية الوطنية والإقليمية والدولية التي تهم المجتمع الجزائري وتشكل المادة الخام للحوار والنقاش بين أفراده في الساحات العامة وعبر وسائل الإعلام الجماهيرية أو عبر الميديا الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك في المدارس والجامعات، وفي الهرم الأعلى للسلطة في البلاد لتحقيق المصلحة العامة.

2-العلاقة بين السياسة والعلوم الأخرى:

تمثل العلاقة بين السياسة والعلوم الأخرى المواضيع السياسية في المجتمعات والدول ومن بين العلاقات التي تعبر عن المواضيع السياسية في الجزائر نذكر:

- **علاقة السياسة بالعلوم الاجتماعية والأنثروبولوجيا:** إذ لا تكاد تنفصل السياسة عن علم الاجتماع لأنه يسعى للكشف عن الضوابط التي تخضع لها التجمعات البشرية بمختلف أجناسها وعلاقتها بالبيئة الخاصة بها، تماما مثل ما تبحث عنه السياسة وعليه فالسياسة عنصرا هام من عناصر المجتمع .
- **علاقة السياسة بعلم الإقتصاد:** امتزج الاقتصاد بالسياسة منذ القدم إلى أن أصبح علما مستقلا بذاته مثل العلوم السياسية، وتعتبر النظرية الاشتراكية حاصل الصلة بين السياسة وعلم الاقتصاد.
- **علاقة السياسة بعلم النفس:** وظهرت هذه العلاقات حين أصبحت أنظمة الحكم تهتم بالرأي العام لتوجيهه وتلبية شؤونه وتجسدت هذه العلاقة في بحوث نفسية المجموعات البشرية والقيادة والرأي العام لاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية.
- **علاقة السياسة بالعلوم القانونية:** وبينها علاقة قوية فالقانون الدستوري يرتبط بالنظام السياسي للبلاد والقانون الدولي عنصر من عناصر العلاقات الدولية وكلهم من مكونات السياسة وبدورها تعتبر محتوى للمواضيع السياسية ومجالا للنقاش والحوار **(بطرس و محمود، 1998، الصفحات 09-11)**

3-أهمية المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري:

للمواضيع السياسية في المجتمع الجزائري أهمية بالغة في مختلف المجالات نذكر منها:

- تعمل المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري على تحديد واستشراف المستقبل؛ فالمتعلقة منها بنظام الحكم والسياسات العامة لها دور مهم في رسم المستقبل للبلاد، فمثلا من خلال الرؤى الاستشرافية

والمحافظة على الثروات والموارد الطبيعية وعلى توزيعها وفق وضع سياسة اقتصادية واجتماعية وبيئية تضمن حقوق الجيل الحالي والجيل القادم وفق مخطط زمني مستقبلي يتماشى مع التتغيرات والتحولات العالمية المتسارعة.

- إن إثارة النقاش حول المواضيع السياسية بشفافية يثير المساءلة في المجتمع الجزائري حول المواضيع المهمة، ومن خلاله يتمكن المواطنون من المشاركة في صناعة القرار وفرض رقابة حول الأداء العام للسلطة الحاكمة في البلاد، لاكتشاف ومعرفة وتقييم ومعالجة الحاضر لبلوغ مستقبل مأمول أفضل من الواقع الراهن الذي نحياه **(دني و البار، 2020، الصفحات 93-95)**
- من خلال المواضيع السياسية تتعزز حقوق المواطنين ويتعزز الدفاع عنها وحمايتها، باستعمال أساليب مختلفة كالمشاركة في النقاشات السياسية والدفاع عن مطالبهم والسعي نحو تحقيق العدالة والمساواة الاجتماعية في المجتمع.
- رفع الوعي السياسي بين أفراد المجتمع والتعامل مع الأحداث والمواقف السياسية بطرق سليمة، وبروز المثقفين وقادة الرأي في المجتمع الجزائري.
- تسهم المواضيع السياسية في احترام الإرادات وتكريس الديمقراطية من خلال الحوار والنقاش حولها كالمشاركة السياسية في الانتخابات واختيار الحكام ومن يمثلهم في مختلف الهيئات الحكومية.
- معرفة الشؤون العامة للبلاد اقتصاديا وثقافيا وسياسيا واجتماعيا، والإحاطة بالمواضيع السياسية الوطنية والإقليمية والدولية، ورفع قيم التعاون والتآزر بين أفراد المجتمع حيالها لضمان مشاركة فعلية للمواطنين لاسيما عند المشاركة في صناعة القرارات والحد من درجات الصراع حول المصالح والمتطلبات المرجوة وتسوية الخلافات إزاءها لبلوغ الاجماع والتوافق **(بوهلال و الهادي، 2021، الصفحات 305-309)**

4-خصائص المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري:

تعكس المواضيع السياسية في مختلف البلدان خصائص النظام السياسي القائم؛ ففي الجزائر يرى أصحاب الاختصاص أن النظام السياسي الجزائري نظام رئاسوي حيث يعتبر رئيس الجمهورية هو ركيزة النظام ومحوره قبته ومفتاحها كما ينص الدستور الجزائري **(ديدان، 2016، الصفحات 382-383)**

وعلى هذا الأساس فالنظام السياسي الجزائري يعتمد على قيم ومبادئ الديمقراطية التي تبنى عليها الدول الحديثة والتي بدورها ترتكز على السلطة والحكم كما تفصل بين الحاكم والسياسة وتعتبرها وظيفة يمارسها السياسي، لذلك نجد المواضيع الساسية تكتسي سمات وخصائص النظام السياسي ومنها:

- الإطار الهيكلي أو الشكل ويرتبط بالمؤسسات الموجودة بالدولة وبطبيعة عملها، ويحددها الدستور ومنها يتضح النظام السياسي في البلاد ويعتبر بهذا موضوعا سياسيا يثير الحوار والنقاش.
- تتسم المواضيع السياسية بالتركيب والتداخل والتعقيد وتهدف إلى تحقيق أهداف ووظائف فرعية متشابكة في مؤسسات مختلفة.
- تشكل المواضيع السياسية بنية كلية وأنساق منسجمة الوحدات تربطها علاقات تعمل كلها لتحقيق أهداف محددة.
- تعبر المواضيع السياسية على الأهداف المترابطة سياسيا واجتماعيا واقتصاديا وثقافيا في المجتمع وتعمل على استقراره واستمرار النظام القائم به.
- المواضيع السياسية تشمل مجموعة من التخصصات بوجود النظم المؤسساتية ذات الأدوار المختلفة اجتماعيا وسياسيا وثقافيا واقتصاديا **(طاشمة، 2013، الصفحات 25-27)**
- المواضيع السياسية ميدان للتنافس بين القوى والفواعل السياسية يؤدي إلى السلطة والحكم وتعتبر حلقة وصل وفضاء للتنافس والصراع بين مكونات المجتمع الواحد لبسط وتجسيد أفكار وتوجهات بعضهم لخدمة الصالح العام وتحقيق التنمية السياسية وترسيخ قيم الديمقراطية وخلق ثقافة سياسية سائدة في المجتمعات لتوارثها بين الأجيال والسعي دوما إلى رفع وتشكيل الوعي السياسي يضاهي تحديا المستقبل وتكوين نخب سياسية بكفاءة عالية **(مسعودي، 2024، الصفحات 223-224)**

5-مكونات المواضيع السياسية :

تتكون المواضيع السياسية في المجتمع الجزائري من مجموعة من العناصر التي تتفاعل مع بعضها في نسق محدد لتحقق مجموعة من الأهداف تتجلى وتظهر في شكل أحداث ومواقف ونوازل تشكل في الغالب مادة أساسية للنقاش والحوار وتبادل الأفكار حولها، وتتمثل هذه المكونات في:

- **المكونات الجزئية:** وهي مجموع الوحدات التي قد ينظر إلى دراستها كالمؤسسات في إطار تأدية دور سياسي أو كنظام قانوني للسلوك السياسي.
- **الأفراد والأشخاص:** ويعتبرون محور الظاهرة السياسية ولا يقوم النظام السياسي إلا عليهم في مختلف المجالات في البلاد ثقافيا، اجتماعيا، سياسيا، اقتصاديا.
- **الحدود القانونية:** وتكون في شكل ضوابط تنظم العمل السياسي (الثقافي، الاجتماعي، السياسي، والاقتصادي) ومنها القوانين العامة للبلاد كالدساتير والفلسفة المجتمعية المنظمة لأفراد المجتمع كالعادات والقيم.

- **العلاقات المتبادلة بين الأفراد داخل البناء الاجتماعي حول مختلف المواضيع السياسية:** سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.
- **العمليات:** وتعبر عن مجموعة التفاعلات التي تبقي العناصر السابقة في حركة واستمرارية مثل التفاعلات السلوكية الوظيفية التي يقوم عليها الأحداث والمواقف السياسية**(طاشمة، 2013، الصفحات 28-32)**

وتعتبر هذه المكونات الأساسية للمواضيع السياسية بمثابة البناء الظاهري الذي من خلاله نستطيع تحديد نوع الحدث أو الموقف الذي ينطوي تحت مفهومها ومعناها، والذي تتحكم فيه مجموعة من المتغيرات كتركيبة البلد ونظام الحكم بها وتوجهها السياسي والاقتصادي ومدى ثقافة المجتمع ووعيه.

6-أبرز محتويات المواضيع السياسية:

تجمع بين السياسة ووسائل الإعلام المختلفة التقليدية والحديثة علاقة قوية وصفها السياسي بول لازارسفيلد وغيره من الباحثين في مجالات السياسة والرأي العام بمجموعة من الوظائف الأساسية والتي من خلالها وضحنا ابرز محتويات ومضامين المواضيع السياسية في هذه الدراسة ومنها:

6-1 الأخبار:

تشكل الأخبار والمعلومات المتداولة عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة مواضيع سياسية يسعى من خلالها الأفراد إلى إشباع حاجاتهم، والتطلع دوما إلى معرفة الأحداث والمواقف السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية المحيطة بهم داخل الوطن وخارجه.

6-2 التنشئة السياسية:

إن المواضيع السياسية التي تنشرها وسائل الإعلام التقليدية والحديثة تكسب الجمهور المتلقي كما معتبرا من المعلومات والمعرفة، وتتشكل لديه جملة من القيم والمواقف والرؤى السياسية المتنوعة، فكلما تعرضوا إلى المحتويات والمضامين الإعلامية توجهوا نحو استيعاب ما يجري في مجتمعاتهم وفي المجتمعات الأخرى ومن خلال تلك المحتويات والمضامين تتكون الاتجاهات السياسية السائدة لديهم والمنتشرة والغالبة في مجتمعاتهم، وبهذه الرؤية تعتبر المواضيع السياسية حاملا للتنشئة السياسية عند الأفراد **(عبد الله، 2022، صفحة 03)**

6-3 تشكيل الرأي العام وصناعته:

إن الرأي العام حسب محمد محمد البادي ظاهرة اجتماعية يعبر عنها مجموعة من الأفراد بسلوكيات داخل المجتمع على اختلاف مستوياتها ونظامها السياسي وحتى توجهها الاقتصادي، وقد ارتبط الرأي

العام بوجود البشرية قديما واهتم الباحثون حديثا بدراسته وقياسه مثل: والتر ليبمان سنة 1922، فالرأي العام بمثابة خلاصة آراء مجموعة من الأفراد وبمثابة الاعتقاد الغالب والسائد والمتفق عليه من الآراء نحو موضوع معيين سياسيا أو اقتصاديا أو اجتماعيا قوميا أو محليا أو دوليا يثار حولها الجدل والنقاش، وقد يمثل الرأي العام قوة مؤثرة على الموضوع الذي يتصل به **(البادي، 2006، الصفحات 03-05)**

ومن هذا المنطلق فان المواضيع التي تشكل الرأي العام تعتبر من المواضيع السياسية في هذه الدراسة إذ تحقق تلك المواضيع السياسية غاية الضبط الاجتماعي ورعاية المثل الاجتماعية القائمة مع إذكاء الروح المعنوية ودفعها نحو المشاركة والاهتمام بالقضايا العامة كالقضايا الصحية والاقتصادية وتكريس الديمقراطية والتعبئة الجماهيرية اجتماعيا وإثارة المجتمع وتهيئته لتقبل الاجماع حول الموضوع الغالب والسائد والخادم للمصلحة العامة، وكذلك تحسين الذوق العام والأخلاق والسلوكات الإنسانية، إضافة إلى تعزيز الوظائف السياسية مثل اتخاذ القرارات السياسية أو رفض بعض منها، وكذلك نجد الوظائف الاقتصادية والتي يقوم رجال العلاقات العامة فيها باستمالة الرأي العام، ولا تزال وظائف الرأي العامة عديدة ومتعددة تكوّن وتشكل المواضيع السياسية التي بدورها تكون مادة للحوار والمناقشة وصناعة واتخاذ القرارات المناسبة حولها **(كافي، 2015، الصفحات 51-52)**

6-4 المشاركة السياسية:

تعتبر المشاركة السياسية عملية منظمة ترتكز وتتمحور على الفرد ومدى مساهمته في المنظومة السياسية القائمة في المجتمع، ومنها تتاح له الفرصة لتحديد الأهداف العامة به واختيار الأدوات والمعدات التي تحقق ذلك الهدف، وقد تكون المشاركة السياسية تشمل مجموعة من الأنشطة الأولية المباشرة والثانوية الغير مباشرة، ومن أهم صور النشاطات المباشرة نذكر الاشتراك في عقد المؤتمرات السياسية، الحصول على العضوية السياسية في حزب أو تكتل سياسي، تقلد مناصب سياسية، أما النشاطات غير المباشرة فمنها اكتساب المعارف والوقوف على القضايا الهامة في المجتمع، والمشاركة في الهيئات التطوعية في المجتمع والمشاركة في العمل الجماعي، وتتسم المشاركة السياسية بالإرادة الشخصية للفرد وبالاستمرارية وفي الغالب تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة وتبعث حياة الفرد إلى النمو والتطور والرقي المأمول **(بوشامة، 2018، الصفحات 42-43)**

ورغم أن الكثير من أفراد المجتمع يرون أن السياسة تنحصر في مفهوم العمل وجملة القرارات التي تتخذها الحكومة في البلاد، وأن الفرد لا يقبع تحت العمل السياسي إلا بمرور مدة زمنية تحددها السلطة الحاكمة حسب متطلباتها، مثل إجراء الانتخابات المحلية أو الرئيسية، وبذلك فهم يرون أن

السياسة منفصلة عن حياتهم اليومية وإنها تهتم بأشياء لا يتحكمون ولا يسيطرون عليها بالكامل، إلا أنهم يساهمون في المشاركة السياسية بها **(وورين، كارين، و فليب، 2012، صفحة 189)**

وفي هذه الدراسة تشكل المشاركة السياسية أحد أبرز المواضيع السياسية التي تثار ويدار حولها الحوار والنقاش، حيث ترفع الوعي والمعرفة لدى الفرد الجزائري حول القضايا السياسية المهمة في المجتمع وبالتالي فهم التحديات التي تواجه البلاد، كما ينتج عنها اكتساب المهارات القيادية وتنمي روح المواطنة وتحيل دوما إلى تعزيز التغيير الاجتماعي والإحساس بالمسؤولية وتنمي التفكير النقدي والتفكير التحليلي وتزيد من حجم التفاعل داخل المجتمع وخارجة.

6-5 التسويق السياسي:

يختلف مفهوم التسويق السياسي من باحث للآخر لكنه يعتبر أداة مهمة يستطيع من خلالها القائمون على الفعل السياسي التأثير على الفئات التي تهمهم لاسيما في العمليات الانتخابية، ويبرز التسويق السياسي في الفعاليات السياسية الكبرى لجذب الانتباه واكتساب المتابعة والتأييد من طرف الناخبين، ومن خلاله تمتد جسور التواصل بين القائمين على السياسة والمتلقين لمضامينهم وتشكيل علاقات قوية تصحح المسارات وتوجه الآراء نحو الأهداف التي تهمهم، وبذلك البقاء على استمرار وتواصل مع الجمهور ومعرفة متطلباته وحاجاته المتنوعة والمختلفة. ويستخدم التسويق السياسي استراتيجيات الاقناع القوية، والوسائل السمعية البصرية والخطاب القوي المبني على الكلمات المؤثرة عاطفيا ونفسيا واجتماعيا وعقليا باستخدام الحجج والبراهين **(خلفلاوي، 2018، الصفحات 280-281)**

وحسب الدراسات التي اهتمت بالتسويق السياسي نجده يحتوي على جوانب أساسية مهمة منها الطريقة التي من خلالها يعزز ويقدم القائم بالاتصال السياسي منتجه، كتقديم الأفكار والبرامج السياسية المستقبلية، الشخصيات التي تعبر عن تلك الأفكار وتحتويها، والتوجه الايديولوجي لها، إضافة إلى طريقة وأسلوب تقديم ما هو سياسي من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية والحديثة، وما هو الأسلوب التي تعتمد عليه تلك الوسائل أثناء عرض كل ما هو سياسي حتى تضفي عليه صفة الايجابية ومن ثم يتبناه الجمهور المستهدف ويعبر عنه في صورة سلوك سياسي معين كالتوجه إلى صناديق الانتخابات والإدلاء بأصواتهم واختيار من يمثلهم في السلطة والنظام القائم يمجتمعاتهم **(العنزي، 2016، الصفحات 317-318)**

لذلك فان العلاقة بين السياسة والتي غالبا ما تتمحور حول مفهومي القوة والنفوذ وبين التسويق السياسي الذي يصنف ضمن نطاق أساليب وطرق الفعل والممارسة السياسية، هي علاقة ارتباطيه قوية ومتينة، فمن خلال التسويق السياسي تتطور التجارب والنماذج السياسية الحديثة ويتم تحليل مختلف

الظواهر السياسية وفقا له، وعليه فإن التسويق السياسي يساهم في اتساع مجالات المعارف السياسية وبالتالي يستقي الباحثون منها مفاهيم جديدة تثري نطاق التسويق السياسي **(خلفلاوي، 2018، صفحة 283)**

وبظهور شبكة الشبكات ازدادت أهمية التسويق السياسي لاسيما من خلال إعداد الحملات السياسية، ومن خلالها انتعشت فرص الديموقراطية ومشاركة الأفراد في المجال السياسي، وفي ظل هذه المتغيرات التكنولوجية والممارسات السياسية ظهر مفهوم التسويق السياسي الرقمي والإلكتروني حيث يجمع هذا الأخير بين الأنشطة والعمليات التي ترفع كفة سياسي مترشح على كفة منافسه أو من خلال القيام بفعل التصويت نحو موضوع سياسي معين باستخدام الوسائط الإلكترونية كالإنترنت والتي من خلالها يختزل الوقت والجهد والتكلفة للجميع **(عبد الكاظم و حيدر، 2018، صفحة 189)**

ومما سبق فان التسويق السياسي يمنحنا أساليب جديدة تساعدنا على فهم السياسة الحديثة بشكل عقلاني ينير درب العديد من الخيارات الاستراتيجية في المجال السياسي، كما أنه من خلال التسويق السياسي يحلل ويفسر السلوك السياسي للجمهور والقائمين على السياسة معا كفحص وتحليل الحملات الانتخابية المعاصرة القائمة على المعدات الاتصالية المتطورة والمهارات الاتصالية العالية ومدى قيمة رؤوس الأموال الممولة للعملية السياسية مثلا.

6-6 التعبئة الجماهيرية السياسية:

يأخذ مفهوم التعبئة الجماهيرية السياسية أبعاد كثيرة ومتنوعة من حيث المعنى لكنها تشترك في أنها نمط من أنماط السلوك الجماعي المقترن بنسبة كبيرة بالانفتاح والاتساع السياسي المتاح لدى الأنظمة الحاكمة، حيث أنه كلما زاد الانفتاح ارتفعت معه فرص العبير عن الرأي وبالتالي تحدث التعبئة الجماهيرية السياسية، فهي بذلك قناة من قنوات تكريس الديمقراطية عند الجموع الملتفة برأي عام يخصهم **(Kriesi, 2011, p. 271)**

فالمفهوم الواسع للتعبئة الجماهيرية السياسية يدل على تحريك الرأي العام وإعداده لتقبل التغيير المقصود والموجه، كالعمل على صياغة أمر قانوني أو تعديل قاعدة قانونية فالقائمون على النظام السياسي في هذه الحالة في المجتمع يهيئون الجمهور المستهدف من هذه التغييرات أو التعديلات بالتعبئة الجماهيرية حتى تنجح عملية التعديل أو التغيير، فحسبهم من الصعب توفير التزامات وتكتلات وولاءات في اتجاه واحد، ومن الصعب كذلك تكوين التجمعات البشرية التي تحقق لهم أهداف محددة بسهوله، خاصة وأن كانت تلك الأهداف مرتبطة بمصالح معينة، لذلك فإن استخدام مفهوم التعبئة الجماهيرية السياسية يكون عادة في المواجهات المباشرة والحادة والتي تصطدم بالسلطات الحاكمة، ويستخدم كذلك

في الترويج للأهداف الجماعية التي تشترك فيها مصلحة مجموعة من الأفراد، ومن هذا المنطلق نجد أن التعبئة الجماهيرية السياسية تعبر عن نمط سلوكي يحرك الرأي العام ويجتمع حوله عدد كبير من الأفراد في المجتمع من أجل تبني فكرة أو موضوع معين سواء بالتعديل أو بالتغيير أو القبول، ويعد لها مسبقا من خلال تنظيم الحملات الانتخابية للانتخابات، أو من خلال الاحتجاجات والحركات الاجتماعية، وتعزيز الانتماء والوعي السياسي في المجتمع **(شومان، 2021، صفحة 396)**

وفي هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة– دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة تعتبر المواضيع السياسية المتداولة عبر تطبيقات الميديا الجديدة والمتعلقة بالمجتمع الجزائري داخليا وخارجيا من المواضيع السياسية البالغة الأهمية لقياس اتجاهات فئة مهمة من فئات المجتمع الجزائري والمتمثلة في الأساتذة الجامعيين وقد أخذنا منها مجموعة من الأبعاد والمؤشرات التي تساعدنا في بلوغ الهدف الرئيسي من هذه الدراسة وفق التساؤلات المطروحة.

6-7 رفع الوعي السياسي:

تدل سلامة الفهم والإدراك السياسي على الوعي السياسي في المجتمع؛ فمن خلاله يحس الفرد بواقعه ويدركه، وبإمكانه تصور البدائل التي تعبر عن إحساسه النفسي الاجتماعي، وتلك البدائل تعبر عن التفاعل وتمازج الأحاسيس والمشاعر تجاه الواقع مع المشاعر والأحاسيس الاجتماعية، كما يعبر الوعي السياسي على دراية الفرد في المجتمع بواجباته السياسية وحقوقه وما يحيط به من مواقف وأحداث ووقائع ومدى قدرته على التوقع والتصور لما يجري حوله فعليا والعمل على تجاوز تجارب المجموعات الصغيرة التي يقع بها ويتقبل ما يصادفه في المجتمع بكله، فحين يدرك الفرد ذاته في الجماعة ويدرك محيطه الداخلي والخارجي مع ادراك وظائفه الجسدية والعقلية داخل مجتمعه، يزداد وعيه بالمواضيع المحلية والقومية وبمختلف المواضيع السياسية المتعلقة بواقعه، وهذا ما ينمي قدراته على أداء أدواره وطريقة مشاركته الفعالة التي ترفع من مكانته في المجتمع كعضو نشط وفعال **(الغريب، 2023، صفحة 155)**

وفي هذه الدراسة يعتبر الوعي السياسي الحالة التي يتقمص فيها أفراد المجتمع الجزائري مختلف المواضيع الحياتية السياسية، ومن خلالها يتخذون المواقف المعرفية والعاطفية والسلوكية في الآن الواحد، وعليه فان الوعي السياسي في هذه الدراسة يعبر عن المواضيع السياسية التي تضم المعارف والمفاهيم والمعلومات ذات الطابع السياسي الدولي والمحلي والإقليمي التي اكتسبها الفرد الجزائري نتيجة لتجربته

وتعامله مع محيطه الاجتماعي، وعبره أصبح بإمكانه التعرف على واقعه الحقيقي وما يدور حوله من نوازل وأحداث، وكذلك درايته بحقوقه وواجباته السياسية والاجتماعية التي ينبغي عليه أن يلتزم بها.

6-8 معايير الرقابة السياسية والضبط الاجتماعي:

تمثل جملة القوى والأدوات الضبطية القانونية والأخلاقية الواجب الالتزام بها والتي يعاقب بها المجتمع والسلطة انحرافات المواطنين وحيادهم عن السلوك الفردي والمجتمعي والمعايير والعادات والقيم والتقاليد والمعتقدات والأعراف؛ أي أن المعدات والأدوات والوسائل والقواعد الملزمة والنصوص التشريعية والأنظمة التي تسهر على مختلف جوانب تنظيم المجتمع، إذ لا يختلف أي مركب من مركبات البناء الاجتماعي عن الآخر، ولكل مؤسسة أو تنظيم وظيفة معينة يقوم بها حتى يتحقق الاستقرار والتوازن داخل المجتمع **(أحمد، 2022، صفحة 66)**

أما الرقابة السياسية فتعني الائتمان والحفظ على أمر معين من خلال المراقبة والملاحظة والمشاهدة، فالرقيب في اللغة العربية هو الحافظ العالم بكل شيء، لذلك ففي الدول الحديثة ترجع سلطة التشريع الحاكمة للشعب ويؤديها من خلال ممارسات مباشرة في حالة ما إذا كان البلد يتسم بالديمقراطية في الحكم، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق نواب يمثلون الشعب في المجتمع في غرف البرلمان، أو عن طريق الأسلوبين معا مباشرة أو غير مباشر في الحالتين، لذاك ففي الدولة الحديثة تكتسي السلطة التشريعية أهمية قصوى من خلال نيابتها عن الشعب وتمثيله في سن القوانين وفي مراقبة عملية تنفيذها، إضافة إلى مجموعة من المهام الأخرى الرقابية والاقتصادية، والمالية **(الشياب، 2015، صفحة 14)**

لذلك تجتهد الدول الحديثة في تنظيم قوانينها في دستور يتضمن أحكاما صريحة وواضحة ومضبوطة تنظم وترتب أداء السلطات، وضع التشريعات، التكفل بالحقوق والواجبات والحريات الفردية والجماعية ومدى تداخل السلطات وصلاحياتها، فالدستور في الدولة الحديثة هو القاعدة القانونية الأولى التي لا تسمو عليها أي قاعدة في البلاد، فهو يمثل رأس الهرم وقمته في الدولة **(الشنطاوي، 2003، صفحة 89)**

وفي هه الدراسة تتضح لنا الرقابة السياسية والضبط الاجتماعي من خلال توظيف مختلف أشكال الميديا الجديدة في مراقبة نشاط النظام الحاكم والشعب معا لذلك فان العمل على تحديد بعض أوجه الرقابة يساعدنا في هذه الدراسة على قياس اتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحوها، لذلك نجد أن للميديا الجديدة تأثيرا قوي في توجهات الأحداث السياسية يعبر عن العلاقة بينها وبين السياسة والتي نستطيع أن نقول عنها علاقة متلازمة يتخللها تبادل كبير للأدوار وتكاملها، فمن خلال الميديا الجديدة تزداد المقدرة على الفعل بالأسلوب المباشر وغير المباشر في المواقف والأحداث والوقائع السياسية، ومن

ثم وضع رؤية للمستخدمين حول واقعهم وتوجيه نمط مشاركتهم وتصوراتهم نحو المواقف والأحداث المطروحة في مجتمعهم وفق الأهداف العامة للعملية السياسية بها.

7- الأشكال والصيغ الإعلامية التي تعبر عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:

أتاحت وسائل الاتصال الحديثة للجمهور فرص متعددة لتلقي المضامين الإعلامية المختلفة لاسيما منها الثقافية والاجتماعية، السياسية والاقتصادية، مانحة لهم بذلك الحرية في متابعتها بدون فاقد جهد، وفي أماكن وأوقات مختلفة وبصيغ متنوعة ومنها:

7-1 المواضيع السياسية الشفهية المكتوبة:

لقد منحت الميديا الجديدة لمستخدمي تطبيقاتها المختلفة فرصا كثيرة مكنتهم من متابعة ومشاركة صناعة المحتوى الرقمي، وتخطّوا بذلك الرؤية القائمة على هيمنة وسائل الاعلام الجماهيرية عليهم بمضامينها المنتقاة والموجهة والتي يلعب مقص الرقيب فيها الحلقة الرئيسة لبث ما يمكنهم مشاهدته، إلى الرؤية القائمة على الانتاج والمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي الذي يتوافق واهتماماتهم، وأصبحوا يمتلكون الحق في التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم لاسيما نحو المواضيع السياسية **(ممدوح، هيثم، و إسلام، 2021، صفحة 534)**

فالمواضيع السياسية المكتوبة بمثابة الأداة والوسيلة الإبلاغية التي تجمع بين قائما بالاتصال ومتلقيا تتوسطهما رسالة في شكل نص مكتوب فيها اجتمعت معارف عديدة تربوية وثقافية وسياسية واجتماعية واقتصادية ونفسية يعبر عنها بكلمات مترابطة وتراكيب تمنح للنص وحدة معرفية حولها يزداد التفاعل، وعليه فالمواضيع السياسية المكتوبة أداة لتبادل ونقل المعارف عبر مختلف الأزمنة والأماكن، ومما سبق فالنص المكتوب يعني الإبراز والتراكم والتحديد والانتهاء أي أن له بداية ونهاية، وهو يتكون من الجمل المتراكمة والمتراكبة توضح ما هو خفي وكامن وتعيّنه بشكل متسق في وحدات لغوية منسقة ومنضدة **(أبو خرمة، 2004، صفحة 25)**

فالنص السياسي المكتوب عملية لغوية يوظف فيها القائم بالاتصال مهارات عالية تحاكي المرسل والرسالة والمرسل إليه وقد يؤدي النص مجموعة من الوظائف ومهنا:

- ✓ الوظيفة المرجعية: La Fonction de Référence فالقائم بالاتصال يريد إيصال معنى يحمل هدفا للمرسل إليه ومن ثم يتبادل معهم الآراء والأفكار، فهي تعنى بنقل معلومات وأخبار لها خلفيات كثيرة.

- ✓ الوظيفة التعبيرية " الانفعالية": La Fonction Expessive وتتعلق بالقائم بالاتصال وأحواله النفسية نحو نمط القضايا والمواضيع التي يتناولها، ويتضح من خلال الرسالة الوظيفة الانفعالية لحالة القائم بالاتصال نحو القراء.
- ✓ الوظيفة الإنشائية: La Fonction Conative وهي ما يغلب على أسلوب التعبير مثل استخدام عبارات النداء والتعجب والنفي والاستفهام ليلفت انتباه القارئ المتلقي.
- ✓ الوظيفة الانتباهية: La Fonction Attentionnelle وهي وظيفة تتعلق بإقامة التخاطب وتحرص على قيامه في ظروف موائمة حتى ينجح.
- ✓ الوظيفة الشعرية الجمالية: La Fonction Poetique وتتضح من خلال سمات الخطاب في النص وعلاقته بالبيان والفصاحة والجمال والتنميق اللغوي ومدى الشعرية.
- ✓ وظيفة السنن: La Fonction Metalalinguistique وهي ما بعد الألسنية وتتعلق بالدلالة والتأويل من خلال رفع الحملات السياسية والثقافية والاجتماعية والفكرية، وتتضح تلك الدلالات من النص كالرموز والأساطير وتنتقل هذه الأخيرة من المعنى اللغوي إلى المعنى الدلالي وفق السياق الذي ترد فيه **(نميسي، 2023، الصفحات 353-365)**

أما المواضيع السياسية الشفهية فهي تأخذ معنى الخطاب وهو تلفظ يكون بين خطيب ومتخاطب هدفه التأثير والإقناع وتمرير رسالة معينة من الخطيب، ويتطلب الخطاب حضور الخطيب والمتخاطب في نفس المكان لكن بظهور الإنترنت والوسائط الاتصالية المتعددة الحديثة أصبح متطلب المكان غير ضروري ولكن ذا أهمية بالغة لوصول الرسالة، فكل فعل كلامي أو منطوق شفاهيا يستلزم حضور طرفين متحدث ومستمع لتحقيق هدف معين قد يكون سياسيا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو اقتصاديا **(الحواس، 2021، صفحة 355)**

ومما سبق فالمواضيع السياسية التي تتناولها الميديا الجديدة في هذه الدراسة تتوفر بالشكل الشفاهي عبر وسائط الاتصال الحديثة أو بالشكل المكتوب عبر نصوص متاحة على وسائط مختلفة إلكترونية وفي كليهما نجدها تتميز في تركيبها بوجود هذه الوظائف المتعلقة بالرسالة والقائم بالاتصال والمتلقي حتى تؤدي الهدف المرجو منها.

7-1 المواضيع السياسية المرئية والسمعية:

ويكون هذا النمط من المحتويات عبر وسائط اتصالية التي تجمع بن الصورة والصوت والحركة أثناء نقل الرسائل والمعلومات ويهدف إلى تحقيق تأثير سمعي ومرئي يخلف أثرا لدى المتلقي، فهو إذا

أداة قوية ووسيلة للتواصل والتعبير عن الأفكار والمعلومات، ويتطلب انجاز محتوى سمعي بصري تضافر مجموعة من المهارات المختلفة التي تجمع بين كاتبة السيناريو والإنتاج والإخراج، والعديد من المتطلبات والتي يراعي فيها القائم بالاتصال المساحة المتاحة للنشر الإعلامي والتوقيت المناسب لنشر الرسالة ومدة بثها (كنعان، 2014، الصفحات 22-23)

فالمحتوى السياسي المرئي يرتكز ويقوم على أسلوب تسجيل مقاطع الفيديو التي تخدم الموضوع السياسي حتى يتم جذب أكبر عدد من المتابعين لإقناعهم والتأثير في مدركاتهم المعرفية وتزويدهم بالمعلومات والحيثيات اللازمة حول الموضوع المتداول وتقديمه بشكل جمالي يجمع بين الصورة والمعنى والصوت وباستعمال الألوان والإضاءة المناسبة وبثه في الوقت المناسب للحدث أو للموقف.

أما المحتوى السياسي المسموع فهو متعلق بالملفات السياسية الصوتية كالأخبار التي تبث في نشرات الأخبار أو مقاطع البودكاست ويوجه إلى مجموعة من المتلقين بهدف اخبارهم بمعلومات وأفكار تخص موضوع أو شخصية سياسية أو المصلحة العامة للبلاد لتثير اهتمامهم ومن إثارة النقاش والحوار حول تلك المواضيع المتداولة **(عطية، سعيدة، و النوعي، 2021، صفحة 246)**

لقد أتحت الميديا الجديد للمرسل والمتلقي في الآن ذاته فرص عرض المواضيع السياسية بأشكال مختلفة والتفاعل معها بطرق متنوعة حيث تأخذ المواضيع السياسية صيغة فيديو أو نص أو خطاب شفوي عبر الوسائط المتعددة والتي من خلالها يستطيع المرسل والمتلقي تبادل الأدوار والتفاعل بشكل تزامني وفوري أو بشكل غير تزامني وغير فوري وبأساليب مختلفة كالتعليق والإعجاب والمشاركة وإعداد جلسات الحوار والنقاش والتحليل مما يفتح الباب على مصرعيه لأصحاب الاختصاص للخوض في متابعة ودراسة المواضيع السياسية المتداولة عبر الميديا الجديدة والتي تصنع الحدث وتحرك الرأي العام وتخدم المصلحة العامة داخل الوطن وخارجه، وفي الجزائر تعبر المواضيع السياسية المرئية والسمعية والشفهية والمكتوبة عن المواقف والأحداث المتعلقة بالمجتمع اجتماعيا كالدخول الاجتماعي، ومجالات الصحة والسكن، والعدل والمساواة والتربية والتعليم واقتصاديا كأحوال السوق والتبادلات التجارية داخل الوطن وخارجه، وتتبع البورصات العالمية للعملات المتداولة والمعادن النفيسة والاهتمام بالصادرات والواردات والعجز في الميزان التجاري والاهتمام بالمعاشات وكذلك سياسيا كالانتخابات المحلية والبرلمانية والرئاسية ومختلف الأنشطة والأعمال السياسية وغير ذلك من المجالات المختلفة التي تعبر في محتواها وأهميتها وتداولها عن أبعاد ومؤشرات عن مواضيع سياسية تلفت انتباه الباحثين وتدفعهم إلى التفكير والتمحيص والبحث فيها، لمعرفة أحوال الناس في مجتمعاتهم وفي بلدانهم بهدف التعزيز أو التعديل أو

التغيير، وحتى قياس اتجاهات فئة من فئات المجتمع نحوها لاسيما من خلال استخدام تطبيقات الميديا الجديدة وما تتيحه من خصائص أثناء تداول تلك المواضيع السياسية والتفاعل معها بأساليب متنوعة مكنت المستخدم والمتابع من المشاركة في صناعة واتخاذ القرارات التي تهم الشأن العام والمصلحة الوطنية في البلاد بصفة عامة.

8-تصنيفات المواضيع السياسية:

من الصعب جدا تحديد كل المواضيع السياسية وتصنيفها تصنيف موحدا صالحا لكل زمان ومكان، لكن نستطيع أن نصنفها وفق أبرز الأحداث والمواقف والوقائع المتداولة داخل الوطن على المستوى المحلي وخارج الوطن على المستوى الدولي، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على تصنيف المواضيع السياسية وفق معيار التوزيع الجغرافي إلى: مواضيع سياسية محلية وطنية، مواضيع سياسية إقليمية، مواضيع سياسية دولية وسنتناولها كما يلي:

أ- المواضيع السياسية الوطنية المحلية:

تعتبر المواضيع السياسية الوطنية المحلية الجزائرية كل المسائل المتعلقة بثوابت المجتمع الجزائري والتي لها أهمية بالغة في حياة المواطن الجزائري، وترتبط ارتباطا وثيقا بمستقبل الجزائر وتاريخها في مختلف النواحي اجتماعيا وثقافيا، وسياسيا واقتصاديا، ومن أهم تلك المواضيع السياسية نذكر:

- المواضيع المتعلقة بالذاكرة الوطنية الجزائرية والتي لها علاقة بالجهاد والنضال والوقوف ضد المستعمر الفرنسي ونيل الاستقلال الوطني، فكل هذه المواضيع مرتبطة بالشعب الجزائري ووعيه عبر فترات تواجده وامتداده التاريخي.
- كل المواضيع السياسية المتعلقة بالنظام السياسي والتركيبة السياسية للجزائر وأساليب الحكم وتوزيع السلطات بها، مثل طبيعة الحكم السائد في البلاد وتكريس الديمقراطية، والعمل على تجسيد حقوق الانسان وضمان الحريات الجماعية والفردية وتعدد الأديان، والتسامح العرقي والعدل والمساواة.
- المواضيع التي تبعث وتحقق العدالة والتنمية الاجتماعية والحفاظ على الممتلكات العامة للبلاد كتوزيع الثروات وإتاحة فرص العمل في البلاد للجميع دون تمييز والسعي نحو القضاء على ظاهرة البطالة ورفع اقتصاد البلاد وتحسين الدخل الفردي للمواطن الجزائري وتحسين المستوى المعيشي في البلاد وفتح أفق التقدم والتطور والحفاظ على ممتلكات الفرد الجزائري في المجتمع المادية والمعنوية كالسكن والصحة والتعليم **(خليل و كون، 2020، الصفحات 284-285)**

- المواضيع المتعلقة بالثقافة والهوية الوطنية الجزائرية والتنوع العرقي بها كالحفاظ على اللغة العربية والأمازيغية والموروث الثقافي المادي والغير مادي والعادات والتقاليد والمعتقدات والقيم.
- المواضيع المتعلقة بكشف الفساد ومحاربته ومتابعة المتورطون فيه والعمل على بعث اصلاحات تتناسب ومكافحته.
- المواضيع المتعلقة بهجرة الشباب من الجزائر إلى خارجها بطريقة غير شرعية وكذلك مواضيع التكفل باللاجئين وحماية حقوق الانسان بالبلاد.
- المواضيع المتعلقة بالأمن والاستقرار وحماية المواطن والحد من الجرائم ومكافحتها لاسيما منا المتعلقة بالتطرف والعمل الإجرامي داخل البلاد وخارجها
- المواضيع المتعلقة بالاقتصاد الجزائري والعمل على تنويعه للتخلص من تبعية الاعتماد على الثروات الطبيعية كالغاز والبترول، والعمل على تحقيق الاستدامة للأجيال القادمة مع توفير مناصب الشغل للشباب بالبلاد في مختلف القطاعات الفلاحية والصناعية والتجارية والسياحية **(بواب و حنك، 2020، الصفحات 392-396)**
- المواضيع المتعلقة بالانتخابات والمشاركة السياسية في الجزائر لتعيين السلطات الحاكمة في البلاد التنفيذية والتشريعية وتوزيع المسؤوليات والواجبات على كامل التراب الوطني.
- المواضيع المتعلقة بالشغل والحد من البطالة عند الشباب ودعمهم من خلال تشجيع إنشاء المشاريع الاقتصادية في مختلف المجالات ومرافقتهم في تجسيد مختلف المشاريع.
- المواضيع المتعلقة بالإدارة واتخاذ القرارات في مختلف أرجاء البلاد من خلال تفويض الصلاحيات للمجالس المحلية لتمكين المواطن من المشاركة الفعلية في المجتمع.
- المواضيع المتعلقة بالرقابة على الخدمات العامة والبنى التحتية كالاهتمام بتوفير النقل والتعليم والصحة والسكن وتزويد المدن والأرياف بالماء والكهرباء والغاز والسهر على تلبية حاجات المواطن الجزائري **(أبو عمرة و عليوة، 2017، الصفحات 79-83)**

وتعتبر هذه المواضيع السياسية الوطنية والمحلية بالجزائر أمثلة على سبيل الذكر لا الحصر استندنا إليها في هذه الدراسة لاستخراج بعض المؤشرات والأبعاد وإرفاقها بعبارات المقياس المحدد لقياس اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحوها عبر الميديا الجديدة.

ب- المواضيع السياسية الإقليمية:

تعرف المواضيع الإقليمية بأنها تلك المواضيع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي لها تأثيرا مباشرا أو غير مباشر على رقعة جغرافية محددة، كحدود دولة مع الدول المجاوره لها لاسيما منها من تتشارك وتتقاسم معها الحدود، ويرى الباحثون أنه من الصعب جدا حصر وضع مختلف المواضيع السياسية في الإقليم الجغرافي بل تنعكس وتتجلى تلك المواضيع من خلال صيرورة وحركية النظام السياسي القائم، ففي الجزائر تتداخل مجموعة من العوامل والمواقف والأحداث التاريخية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، خاصة منها العوامل المتعلقة بمخلفات الاستعمار وتجليات الثورة المجيدة، وكذلك مجموعة من العوامل متعلقة بنمط الممارسة لدى السلطة الحاكمة والتي ينبغي أن تكون قادرة على مجارات التحديات الاقليمية داخليا وخارجيا لاسيما في ظل التحولات البيئية السريعة التي يشهدها العالم **(الغرام، 2016، صفحة 172)**

وتعلب الجزائر دورا إقليميا سياسي هام على المستوى العربي والإفريقي حيث تهتم بجملة من المواضيع السياسية ونذكر منها:

- مواضيع سياسية متعلقة بالأمن والتعاون الدولي مع دول الجوار لاسيما في الفترة الأخيرة التي تشهد توترات كبيرة على المستوى الأمني في دول الساحل وفي ليبيا والحدود الغربية للبلاد، وهي تحديات كبيرة تواجه الجزائر وتسعى لتعزيز وبعث الأمن والاستقرار في المنطقة.
- مواضيع سياسية متعلقة بمكافحة الإرهاب والتصدي للتطرف للجرائم المختلفة على امتداد الحدود الجزائرية مع الدول المجاورة.
- تحتل الجزائر موقعا جغرافيا هام في شمال إفريقيا ولها إمكانيات ثقافية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية، مورد بشري وقوة عسكرية منحتها مكانة سياسية هامة في المنطقة لاسيما في حل وتسوية النزاعات والخلافات بإقليمها الجواري في الدول المتنازعة.
- مواضيع سياسية تعبر عن العلاقات المتبادلة مع دول الجوار كتونس وليبيا وموريتانيا والدول الأخرى المشتركة حدوديا مع الجزائر، في عدة مجالات لتعزيز التكامل على المستوى الإقليمي لتحسين الوضع المعيشي لدى شعوب المنطقة
- مواضيع سياسية مرتبطة بملفات النزاعات والقضايا السيادية لبعض دول الجوار وتداعياتها الإقليمية كملف دعم الشعب الصحراوي لتقرير مصيره للحصول على استقلاله التام في دولة الصحراء الغربية وانعكاساته على العلاقات الجزائرية المغربية.

- مواضيع سياسية متعلقة بمواقف الجزائر مع الدول العربية والإفريقية المجاورة لها وتعزيز التحالفات والعلاقات معها وفق التطورات الجيوسياسية في المنطقة وفي شمال افريقيا وإفريقيا بصفة عامة **(شاعة، 2018، الصفحات 355-360)**

تمثل المواضيع السياسية الإقليمية الجزائرية أحد أبرز التحديات التي تركز عليها السلطات الجزائرية الحاكمة لبعث الأمن والاستقرار ونشر السلام وحل النزاعات في المنطقة لاسترجاع الدور الذي ينبغي أن تكون عليه الجزائر لاسيما في ظل موقعها الجغرافي الاستراتيجي في القارة الإفريقية ومن خلال مواردها الطبيعية وما تزخر به من مقومات مادية وبشرية، وللإشارة فإن المواضيع السياسية الإقليمية الوطنية السابقة الذكر في هذه الدراسة مواضيع للتوضيح وللاستفادة منها في تحديد عبارات المقياس والارتكاز عليها أثناء عملية تحليل وتفسير النتائج.

ج- المواضيع السياسية الدولية:

تنطوي ضمن مفهوم المواضيع السياسية الدولية القضايا والمشكلات والمواضيع التي لها تأثيرا بالغ الأهمية على نمط العلاقات بين الدول والهيئات الحكومية والمنظمات الدولية، والمواضيع التي تقوم على التعاون وتضافر الجهود والتنسيق من أجل الوصول إلى حلول فعلية مجدية توضح العلاقات القائمة وتبنى على أساسها السياسات الخارجية للدول مهما اختلفت جذورها الداخلية وبغض النظر عن البعد الدولي لتلك السياسات، فإذا كانت السياسة تحاك داخل الدولة فإن العلاقات الدولية تدار خارجها في مكان معلوم، لذلك فالمواضيع السياسية تجمع بين السياسات الداخلية والعلاقات الخارجية و الاهتمامات المتبادلة المبنية على المصلحة العامة للدول **(الجاسور، 2008، صفحة 307)**

وفي الجزائر ورغم التغيرات التي يشهدها النظام العالمي الجديد لا تزال مبادئها الدبلوماسية ثابتة وقائمة على حسن الجوار ودعم قضايا الشعوب المحتلة، وكذلك فك النزاعات وحل الأزمات والحفاظ على السلم والسلام وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول وهي قيم ومبادئ يحتذى بها لدى العديد من الدول لاسيما عند الدول العربية التي ترى في الجزائر قبلة للبحث عن الحلول القائمة على الحوار، وكمثال عن ذلك الأزمة الليبية والتوسط بين دولتي النيجر والتشاد وكذلك السعي إلى بعث السلام في منطقة الساحل وفي البلدان المجاورة لها وحتى في كبرى الدول كالحرب الروسية الأوكرانية، ومساندة القضية الفلسطينية بكل الطرق والسعي لتقرير مصير الشعب الصحراوي، إضافة إلى مساعدة الدول الإفريقية اقتصاديا وكذلك الدول العربية مثل دولة تونس، ليبيا، لبنان، ومصر وفي ظل هذا التحول السياسي والاقتصادي

الدولي لا تزال الجزائر تقود حملات الوساطة داعية للسلام ونصرة الشعوب وبعث الأمن والاستقرار العالمي **(زاوي، 2023، صفحة 02)**

وفي هذه الدراسة تعتبر المواضيع السياسية الدولية الجزائرية مصدرا للمؤشرات المهمة التي من خلالها نستطيع قياس اتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحوها من خلال مختلف تطبيقات الميديا الجديدة، إذ أنه عبرها أضحينا نواكب كل التطورات السياسية العالمية في لحظة وقوعها ومتابعتها وتحليلها بمختلف الطرق والأشكال التي تعرض بها، وعبرها أيضا أصبح المستخدم حلقة أساسية في العملية الاتصالية ككل.

خلاصة الفصل:

قدمنا في هذا الفصل من الدراسة معنى المواضيع السياسية حيث تعرضنا إلى مفهوما بالمعنيين الواسع والضيق وخصائصها ومكوناتها، إذ تعتبر المواضيع السياسية روح السياسة فلا يمكن للسياسة أن تتجسد دون أن تحتوي على مواضيع تعالجها ولا تتجسد المواضيع السياسية خارج نطاق السياسة ووعاؤها، فهذه الأخيرة تهتم بمجالات تختلف عن ما تهتم به العلوم الأخرى، وفي الوقت نفسه تستخدم السياسة نتائج العلوم الأخرى كمعدات تساعد الباحث في مجالها ليحقق أهدافه ، ومن هنا يبرز دورها في الحياة، كما أنه قد وضحنا العلاقة بين السياسة والعلوم الأخرى كعلم الاقتصاد والعلوم الانسانية والاجتماعية وهذا ما يبرز أهمية المواضيع السياسية في المجتمعات، إضافة إلى أهم محتويات المواضيع السياسية كالإخبار والتنشئة السياسية، تشكيل الرأي العام، المشاركة السياسية، التسويق السياسي، التعيئة الجماهيرية السياسية، رفع الوعي السياسي وغير ذلك، إضافة إلى الأشكال والصيغ الإعلامية التي تعبر عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة كالشفهية والمكتوبة والمرئية والسمعية، ثم التصنيفات الأكثر بروزا للمواضيع السياسية كالمواضيع السياسية المحلية والإقليمية والدولية، وتجدر الإشارة إلى أن مؤشرات وأبعاد تصميم عبارات مقياس ليكرت في هذه الدراسة مستمدة من العناصر التي تعرضنا لها في هذا الفصل.

رابعا: الميديا الجديدة

تمهيد:

لقد أظهرت الشبكة العالمية الإنترنت في أواخر القرن العشرون دون غيرها من التكنولوجيا الاتصالية الحديثة للإعلام والاتصال آنذاك تطلعات جديدة لمستخدميها؛ إذ برزت من خلال نمطها الاتصالي وعبر حواملها التقنية مجموعة لا منتهية من الوسائط المتعددة والدعائم المرفقة والتي غيرت مفهوم الاتصال في وقتنا الراهن، وأطلق عليها المفكرون مصطلح الميديا الجديدة ومن خلالها أضحى المستخدم يصل إلى المعلومة المتنوعة في الوقت الذي يناسبه وبأقل جهد وتكلفة، ومن بين أشكالها نذكر المدونات، الشبكات الاجتماعية التواصلية، مجتمعات البودكاست، والخدمات على الخط كالبث الحي عبر الفيديو، وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الفايسبوك واليوتيوب الفايبر والواتساب وغيرهم، وبهذا زاد انتشار المعلومات والأخبار بشكل واسع، وبمحتويات متنوعة غيرت جذريا طبيعة الاتصال لدينا والتعامل معها، وفي هذا الفصل من الدراسة سنتعرض إلى الميديا الجديدة وبيئتها الاتصالية، إضافة إلى أشكالها وكل ما يمد بصلة لها سعيا منا للخوض في معرفة هذا المصطلح ومعرفة أبعاده في المجال الاتصالي.

أولا: توطئة عامة حول الميديا الجديدة New Media

1- البعد المفاهيمي لمصطلح الميديا الجديدة New Media:

أ- قراءة في التسمية والمفهوم:

يعتبر مصطلح الميديا الجديدة New Media من المصطلحات الوافدة إلينا من الدول الغربية؛ إذ لا يزال معناه في اللغة العربية يكتسي غموضا وضبابية سنقف عنده في هذا الجزء من هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة حتى نكشف ذلك الغموض ونزيح تلك الضبابية والخوض في توضيح معنى هذا المصلح حسب ما ورد من أراء في الأدبيات العربية.

فأصحاب الرأي الأول يرون أن السائد والمتداول والمألوف في المخيال العربي هو توظيف مصطلح "الإعلام الجديد" كترجمة لمصطلح الميديا الجديدة New Media ويقابله في اللغة الفرنسية ترجمة Nouveaux Medias، ويتفق الخائضون في البحث عن ترجمة هذا المصطلح في معنى Nouveaux الذي يعني "جديد" وهي ترجمة محايدة تفتقد ثقلها في المخيال الحديث، إذ أن كل جديد يصبح قديما بمجرد بروزه تقنيا، والجدل القائم في هذه الترجمة منحصر حول معنى Media فهو لا يفى بالغرض حين يأخذ معنى "الإعلام" حتى وإن كان معناه يفيد الاخبار والإبلاغ وتداول المعلومات لمعرفة الشيء،

فالأرجح من حيث المعنى لترجمة مصطلح Media هو الوصل والوسط والوساطة أي Milieu وعليه فأن المصطلح مشتق من الأصل Medium وبهذا فالوساطة هي المعنى الأكثر إيفاء لترجمة المصطلح Media وهو الأكثر قوة من حيث المعنى في الدراسات الحديثة **(الحمامي، 2012، الصفحات 13-14)**

أما أصحاب الرأي الثاني يرون أن الترجمة الحرفية لمصطلح الميديا الجديدة New Media هي وسائل الإعلام الجديدة فكلمة Media جمع من الأصل Medium "وسيلة إعلام" فهي بهذه الرؤية تعني "وسائل الإعلام" أما كلمة New تعني "الجديد' **(الدعمي، 2017، صفحة 53)**

كما يذهب أصحاب الرأي الثالث إلى أن أصل مصطلح Media هو Medium ويعني في اللغة العربية بصيغة المفرد "وسيط" وفي صيغة الجمع "وسائط" ، حيث يبررون أن الكلمة اقترنت في النصف الثاني من القرن العشرين مع وسائل الإعلام الجماهيري Mass media أي الوسائل الإعلامية الثقيلة "الأذاعة والتلفزيون والصحافة"، ليتطور المصطلح بعد ذلك مع تكنولوجيات الاتصال الحديثة لاسيما منها تلك القائمة على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها ويأخذ معنى الحامل والمحمول معا في آن واحد؛ بمعنى الوساطة في كلا المرحلتين يجمع بين النشر والبث والتوزيع والمشاركة والتواصل وإنشاء العلاقات بين أطراف العملية الاتصالية، وعليه فمعنى Media مفرد يحيل إلى Communautaire أي الطابع الجماعاتي وإلى طابع الجماهيرية أيضا لتنوع استخدامها لدى الأفراد من ناحية ولتعدد مضمونها الاتصالي عندهم من ناحية ثانية ولمدى التفاعل القائم حول تلك المضامين والمحتويات وبهذا التمايز أصبح المستقبل في العملية الاتصالية مرسلا في الوقت ذاته **(ميغري، 2022، صفحة 615)**

ومن حيث الظهور الفعلي لمصطلح الميديا الجديدة New Media يقف فريقا عند رأيهم حول نسبية تواجده مع ظهور الشبكة العالمية، بينما يرى آخرون أن ظهوره مقترن مع ظهور التلغراف، في حين أنه قد وقف فريقا آخر وسطا بين الرأيين مستندين على رؤية مفادها أن مصطلح الميديا الجديدة New Media لايقترن بالشبكة العالمية فقط بل ظهر نتيجة اندماج وسائط خاصة بتبادل المعلومات والبيانات بين الجماهير من خلال استخدام مختلف الوسائط المتعددة Multimedia **(أمين، 2015، صفحة 24)**

وكقراءة في الآراء الثلاث نرى أن مصطلح الميديا الجديدة New Media من حيث الشكل وطبيعة الاستخدام يرتبط بالتكنولوجيا الاتصالية الحديثة لاسيما منها شبكة الإنترنت ومقوماتها كالتطبيقات الرقمية والأجهزة الالكترونية، ومن حيث البعد التاريخي يحيلنا إلى الفصل بين الوسائط التقليدية والوسائط الجديدة والتغيرات التي عرفها حقل الإعلام والاتصال، ومنه نستطيع القول في هذه الدراسة أنNew Media

حسب ما سبق ذكره أوسع من أن تختزل في تكنولوجيا معينة بل هي ظاهرة ديناميكية لها حركة سريعة لا نكاد ندركها في ظل التطورات الراهنة.

ب-**المفاهيم القريبة من مفهوم الميديا الجديدة New Media**

كثيرا ما نجد مفاهيم قريبة من معنى مصطلح الميديا الجديدة New Media، إذ عالجه الباحثون من زوايا مختلفة من حيث الوظيفة والوسيلة والتفاعل وطبيعة الوسيلة والثقافة وغيرها من المجالات ومن أبرز هذه المفاهيم نذكر:

- الإعلام الجديد: هو حيز عام لا يخضع لعوامل السلطة، يقوم على استخدام تطبيقات الإنترنت يظهر من خلاله فضاء اجتماعي للنقاش والحوار وتقاسم الثقافات بين المجتمعات غير المتقاربة، كما أنه مجال تندمج فيه مكونات العملية الاتصالية وفق عاملي السرعة والزمن، إضافة إلى أنه مجال لإحداث التغيير من خلال مشاركة الاهتمامات، فضلا على أنه فضاء يتيح للمستخدم تسيير مزاجه حسب ما يفضل دون الخضوع لسلطة الوسيلة الإعلامية **(Alsaady, 2019, p. 19)**
- ويعرّف أيضا على أنه مصطلح شائع الاستخدام يضم مختلف تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي مكنت المستخدم من إنتاج وبث ونشر واستهلاك ومشاركة وتبادل البيانات والمعلومات والأخبار التي يريدها بالشكل الذي يرده في الوقت الذي يريده عبر الوسائط المتعددة المثبتة على الأجهزة الالكترونية المرتبطة بالإنترنت أو غير المرتبطة بها، والتفاعل مع غيره أينما كانوا **(رابحي و تارش، 2016، صفحة 09)**
- وتعرفه الباحثة مي العبد الله: بمختلف أشكال الإعلام الرقمي التي تعرض في أنموذجا رقميا يجمع بين الصورة والفيديوهات والأصوات والنصوص، وتعتمد على الحاسوب كوسيلة مركزية في مرحلة إنتاج المحتويات وفي عملية عرضها، ويعتبر التفاعل بين المرسل والمتلقي أهم عنصر في هذا الشكل من الإعلام وأهم سماته **(العبد الله، 2014، صفحة 47)**
- أما الباحث الجزائري دليو فضيل عرفه من خلال وصفه بالمفهوم الذي يجمع بين تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة والكلاسيكية مع الحاسوب والشبكات المتصلة به، وهو مفهوم يقترب من الإعلام الرقمي أو السيبوراني Cyber Media والإعلام الشبكي Online Media **(دليو، 2010، صفحة 35)**
- أما قاموس High-Tech Dictionary فقد عرف الإعلام الجديد على أنه اندماج بين الحاسوب وشبكاته والوسائط المتعددة، أما قاموس Lester فعرفه بمختلف تكنولوجيات الاتصال التي انبثقت من تزاوج بين الحاسوب والوسائل الكلاسيكية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو **(تنيو، 2020، صفحة 90)**

ومما سبق نستطيع القول أن مصطلح الميديا الجديدة New Media مصطلح يضم كل تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي أتاحت إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي يريدها المستخدم بالشكل والوقت الذي يناسبه عبر الأجهزة والوسائط المتعددة المرتبطة وغير المرتبطة بالإنترنت والتفاعل مع غيرهم في كل مكان، ومن وسائله المواقع الالكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، مجتمعات الإنترنت وإعلاناتها، والأقراص المضغوطة، وكل ما يحيله إلى الواقع الافتراضي، إضافة إلى البريد الالكتروني، ودمج البيانات والمعلومات الرقمية مع الهواتف المحمولة والكاميرات، فالميديا الجديدة تشمل كل أشكال التواصل الرقمية التي تتيح عمليات الانتاج والنشر والتوزيع وتبادل ومشاركة المعلومات والأخبار والمعرفة بين المستخدمين بسهولة ومرونة على شبكة الإنترنت **(كنعان، 2014، صفحة 163)**

كما لا تتوقف الميديا الجديدة وظيفيا على ترجمة الإعلام الجديد فقط بل أخذت عدة أسماء أشتقت من أبعادها الوظيفية، تقنياتها، طبيعتها، محتوياتها، جمهورها والقواسم المشتركة بين هذه المؤشرات لاسيما منها عنصر التفاعلية، إذ دمجت الميديا الجديدة بشكل آني أو غير آني بين طرفي العملية الاتصالية من خلال الرسالة لبلوغ الهدف المنشود منها، باستخدام مختلف الأجهزة الرقمية، وقد منحت الميديا الجديدة بسماتها نوعا من العطاء والاستجابة بين رواد شبكة الإنترنت ومختلف النظم الإعلامية التفاعلية، كما قد أطلق عليها من حيث التفاعل الإعلام التفاعلي، ومن حيث الأجهزة المستخدمة الإعلام الإلكتروني والرقمي Digital Media، ومن حيث الجمهور الإعلام المجتمعي، وإعلام النحن، ومن حيث المضمون والمحتوى إعلام المعلومات Info Media، ومن حيث تزامنه مع الشبكة الإعلام الشبكي Online Media، ومن حيث الوسائط المستخدمة إعلام الوسائط السيبيرانية Cyber media وإعلام الوسائط المتعددة والمتشعبة، وعليه فمصطلح الميديا الجديدة يحيلنا حسب أبعاده ومؤشراته إلى عرض متكامل للثقافة وتاريخ المجتمعات والتكنولوجيا ونظريات وسائل الإعلام الجديدة، فهي بهذا ظاهرة من الظواهر هذا العصر تشكل جزءا كبيرا من المشهد الثقافي والاجتماعي والتقني، أو كل من الثقافة التقنية الجديدة لهذا العصر **(Lister [et al], 2009, pp. 19-21)**

وفي هذه الدراسة المعنونة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع الجديدة عبر الميديا الجديدة- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة نقصد بالميديا الجديدة حسب التعريفات السابقة للباحثين أعلاه "كل أشكال شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي وجميع التطبيقات ومختلف التقنيات الالكترونية الحديثة المزودة بالمعالجات فائقة السرعة المحمولة والثابتة، التي تسمح بدمج الصور والأصوات والفيديوهات وكتابة النصوص للحصول على المعلومات السياسية ومن ثم

تخزينها واسترجاعها وإعادة نشرها ومشاركتها وتبادلها مع المستخدمين، المتاحة لدى الأستاذ الجامعي الجزائري والتي تمنحه فرصة التواجد على شبكة الانترنت وإمكانية الوصول إلى المعلومات والمضامين الاعلامية المتعلقة بالمواضيع السياسية ومنها: Blogues، Facebook، YouTube، Instagram، WatsApp، Linkedin، Viber، Tik Tok، Threads، Telegram.

2- مميزات الميديا الجديدة New Media:

للميديا الجديدة مميزات وخصائص جعلتها تنفرد عن باقي وسائل الاتصال الأخرى نذكر منها ما يلي:

- **السرعة The Speed**: أضافت الأجهزة الالكترونية للميديا الجديدة سرعة في تبادل الرسائل والمضامين من مستخدم إلى آخر تعاظمت مع تطور تطبيقات وبرامج شبكة الإنترنت في المجال الاتصالي.
- **التكامل Complementarity**: شكلت شبكة الإنترنت نسق اتصالي موحد يضم مختلف المحتويات والوظائف الاتصالية أتاح للمستخدم الاستفادة منه بشكل متكامل، إضافة إلى أن طبيعة الأجهزة الالكترونية قدمت له فرص التخزين والعرض والاسترجاع بشكل بسيط وسهل وزودته بلوازم خارجية تابعة للاستخدام مثل الأقراص المضغوطة ومعدات الذاكرة الخارجية الأخرى، إضافة إلى البريد الالكتروني ، كلها شكلت منظومة متكاملة لدى مستخدم الميديا الجديدة **(جفات، 2021، الصفحات 1101-1102)**
- **التفاعلية: Interactivty** وهي الاتصال في الاتجاهين بين عناصر العملية الاتصالية " المرسل والمرسل إليه" أو الاتصال في جميع الاتجاهات بين مصادر متعددة ومتلقين كثر أي تبادل الأدوار، إذ تدل التفاعلية على مدى مقدرة الفرد على التعاطي مع المحتويات والمضامين سواء بالتبادل أو النشر أو المشاركة أو إعادة النشر عبر الشبكة **(الرويني، 2018، صفحة 22)**
- **المشاركة أثناء الاستخدام La Participation:** أتاحت الميديا الجديدة من خلال منصاتها وتطبيقاتها للمستخدمين إمكانية التعليق وإبداء الرأي والتعبير على ما يتبادر إلى أذهانهم، وإصدار الأحكام على المحتويات والمضامين، إضافة إلى تداولها وإعادة نشرها ومشاركتها على نطاقات واسعة عبر العالم.
- **الانفتاح Openness:** ساهمت الميديا الجديدة المستخدم على تلقي المحتويات ووجهات نظر المختلفة دون صعوبات أو عوائق أو حواجز وبأقل تصفية وفلترة، وإعادة توظيفها فهي بذلك مثل الكتاب المفتوح على الأخر تستقبل مساهامات وإضافات الجميع .

- **تبادل الحوار والمناقشة Conversation:** تخلصت الميديا الجديدة من عنصر المركزية الكلاسيكية، إذ يبنى الحوار والنقاش من خلالها على المرونة والتبادل بين عناصر العملية الاتصالية وهي من أهم ميزاتها الفارقة لإدارة النقاش بها.
- **تكوين الجماعات Community:** وفرت الميديا الجديدة جماعات تضم أصحاب الاهتمام المشتر يتواصلون فيما بينهم لتبادل الآراء حول المواضيع التي يختارونها للنقاش **(صلاح، 2012، الصفحات 09-10)**
- **قابلية التنوع: Variety** أحد أبرز مميزات الميديا الجديدة فهي تضم محتويات متنوعة قابلة للمعالجة بأساليب متنوعة، حيث يمكن للمستخدم انتاج نماذج متخصصة Customized تلبي حاجاته Individualized تظهر بصمته الشخصية Personalized سواء من خلال Delinking Of Content أي فصل المحتويات أو من خلال Potential Scalability القدرة على التعديل أو التحديث لبلوغ التخصيص والتفاعلية **(Manouvich, 2001, pp. 53-55)**
- **الجماهيرية وتجزئة الاتصال Demassificatin:** أي تفتيت الاتصال والجماهير أن محتويات الميديا الجديدة تصل إلى شخص أو إلى مجموعة من الأشخاص وليس لجماهير ضخمة كما في الوسائل الجماهيرية الثقيلة، أي أنها أتاحت للمستخدم إمكانية السيطرة وضبط الاتصال من منتج المحتوى إلى المتلقي.
- **اللاتزامنية A synchronization:** أي التحكم في وقت ارسال المضامين من طرف المستخدم ولا يشترط تلقي الرسالة وقت واحد معين فكل فرد يستطيع أن يطلع على المحتويات وقت ما أراد.
- **الإنتشار والذيوع: Spread and Distribution** أي تصل الرسالة إلى فئات متنوعة من المستخدمين متخطية حاجز الجغرافيا والمكان.
- **الكونية Globalization:** اذ اكتست بيئة الميديا الجديدة بطابع العالمية "العولمة" في مسارات المعلومات المعقدة عبر العالم ذهابا وإيابا وبسرعة فائقة أثناء الوصول مع الإلمام بكل الأحداث التي تقع في العالم.
- **الاندماج Integration:** حيث تدمج الميديا الجديدة بين الوسائط المتعددة مما يزيد من تنوع مضامينها ومحتوياتها بين الصورة والصوت والفيديو والنص وهذا بدورة يؤثر في المستخدم على مختلف المستويات والمجالات ويدفعه إلى القيام بالتخزين والحفظ والاسترجاع.

- **الحركية وقابلية التحرك Mobility** : من خلال الحجم الصغير لتقنيات الميديا الجديدة واستخدامها في كل مكان حتى أثناء الحركة والتجوال بسهولة ومرونة **(خلفلاوي، 2015، الصفحات 295-298)**
- **التحول في نقل المعلومات من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:** حيث أنه تتم عملية نقل المعلومات في النظام الرقمي على شكل أرقام غير مركبة (0.1) بعيدا عن التشويش وعند وصولها للمتلقي تظهر بشكل محدد، أما النظام التماثلي فينقلها على شكل موجات متتالية معرضة للتشويش.
- **الآنية والفورية والجدة:** من أبرز سمات الميديا الجديدة نقل الأخبار والمحتويات الجديدة في لحظة وقوعها كما هي ومن ثم التعديل في المضمون المتاح حسب الرغبة والهدف.
- **قابلية التوصيل والتحويل:** حيث أن الأجهزة التي تقوم عليها الميديا الجديدة لها مرونة عالية سهولة في التوصيل مع الأجهزة الأخرى رغم تعدد مصادر انتاجها ومن ثم تحويل المضامين والمحتويات والرسائل من جهاز إلى آخر ومن وسيط لآخر.
- **اللاافتراضية:** حيث تتيح الميديا الجديدة للمستخدم خوض تجارب غير واقعية في الفضاءات التفاعلية وتأخذه للإبحار خارج ذاته وتكسبه هوية افتراضية جديدة في بيئة جديدة على الشبكة تختلف عن واقعه الحقيقية **(ربابعة، 2018، الصفحات 2032-2033)**
- **المرونة والشمولية:** الميديا الجديدة تمكن المستخدم من مناقشة المواضيع بشكل مرن وبشمولية نتيجة سهولة الوصول إلى المعلومات **(غلاب، 2019، صفحة 205)**
- **التغيير Variability:** وهي أحد مميزات الميديا الجديدة؛ حيث أن محتوياتها غير ثابتة للأبد، ومتنوعة الإصدارات وهي محتويات غير نهائية ناتجة عن التمثيل الرقمي وضبط وحدات نظام الميديا الجديدة الحلزونية **(الحاج سالم، 2018، صفحة 306)**

3- تصنيفات الميديا الجديدة New Media:

كما سبق وإن أشرنا إلى أن معنى الميديا الجديدة مرتبط بجملة من الأبعاد العملية والوظيفية وبطبيعة التقنية "من التكنولوجيا الجديدة إلى القديمة ومن النظام الرقمي إلى النظام التماثلي"، لهذا فإنه إذا أردنا وضع تصنيفا دقيقا للميديا الجديدة فإننا لا نستطيع نظرا لديناميكية تطورها السريعة؛ فالوسائل التكنولوجية الجديدة تتقادم بمجرد ظهورها والقديمة تأخذ من خصائص التقنيات الجديدة وتتغير وظائفها وتتطور، وفي هذا الصدد حدد الباحثين على غرار حسنين شفيق في كتابه الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية التسريبات، التجسس، الإرهاب الإلكتروني تقسيمات أربعا للميديا الجديدة وهي:

- الميديا الجديدة القائمة على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، سماتها وخصائصها غير مسبوقة، جديدة سريعة النمو والتطور ولها عدد غير محدود من البرامج والتطبيقات.
- الميديا الجديدة القائمة على الأجهزة المحمولة ومنها أجهزة قراءة الصحف والكتب، كذلك هي سريعة النمو والتطور، لاسيما في ظهور التطبيقات الخاصة بالأجهزة المحمولة المتنوعة كتطبيقات الهواتف الذكية واللوحات الرقمية الشخصية.
- الميديا الجديدة القائمة على منصات الوسائل التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة، حيث أضيفت صفات ومميزات وخصائص جديدة لها منه خدمات الاستجابة للطلب والتفاعلية والرقمية وغير ذلك.
- الميديا الجديدة القائمة على منصة الحاسوب وفيها يتم تداول المحتويات الإعلامية عبر شبكة معينة أو من خلال عمليات الحفظ بواسطة لواحق الحاسوب المختلفة كالأسطوانات الضوئية، والأقراص المضغوطة ولوازم حفظ الذاكرة، وتضم كذلك الكتب الإلكترونية والعروض البصرية وألعاب الفيديو وغير ذلك من الخدمات التي يتيحها الحاسوب **(شفيق، 2015، صفحة 35)**

أما الباحثين Diana Owen & Richard Davis في New Media and American Politics فقد ذهبا إلى تحديد ثلاث تصنيفات للميديا الجديدة وهي:

أ- الميديا الجديدة بالتكنولوجيا القديمة:

ويعبر عنها من خلال أشكال المحتويات الإعلامية التي تعرضها الوسائل الإعلامية الجماهيرية مثل: برامج Talk show "الحوارات الحية في الإذاعة، وTelevision news magasine "المجلات الإخبارية" مثل 60 Minutes و Date line وبرامج الأخبار الحية live Shows إضافة إلى البرامج الصباحية والمسائية، حيث سعت مختلف هذه البرامج إلى استخدام أساليب مبتكرة إبداعية جذابة أثناء اختيار موضوعاتها وأثناء تقديمها وعرضها، إضافة إلى اعتماد بعض القنوات أسلوب التغطية الإعلامية المميزة لبعض الأحداث وعرضها بشكل ابداعي ومتابعتها بطرق احترافية ودعمها بالإحصائيات والغرافيك وتوظيف الحاسوب في عملية انتاجها وهذا بدوره يعتبر نقلة نوعية إلى هذه المرحلة الجديدة **(بن عمار و بلوطي، 2021)**

ب-**الميديا الجديدة بالتكنولوجيا الجديدة:**

وتتمثل في في مختلف الأدوات التي نشهدها حاليا القائمة على جهاز الحاسوب والتي تضم شبكة الإنترنت والبريد الالكتروني والمواقع الالكترونية على الشبكة، حيث قدمت هذه الأدوات للمستخدمين فرص لتبادل المعلومات والبيانات بشكل مباشر وسريع، إضافة إلى أن تلك الأدوات ساهمت في دمج

التكنولوجيات الحديثة مع مختلف الوسائل الجماهيرية وتخطت حواجز الزمان وتجاوزت الحدود الجغرافية للبلدان التي لطالما شكلت عائقا اتصاليا بين الأفراد، فالميديا الجديدة بأجهزتها الحديثة أتاحت للمتلقي محتويات اعلامية ينتجها المستخدم يشاركها مع غيره حيث ما وجد وفي كل وقت وبأقل جهد وتكلفة **(راضي و التميمي، 2020، صفحة 79)**

ج- الميديا الجديدة بالتكنولوجيا المختلطة:

وفي هذا النوع من الميديا الجديدة اختفت الفوارق بين الجديد والقديم واصطنعت الحدود بينهما، وبرزت حالة من تبادل المصالح بين الوسائل الإعلامية القديمة والجديدة؛ حيث أصبح الصحفي الذي يعمل في الوسائل الإعلامية الكلاسيكية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة يستعين في أداء مهامه على الوسائل الجديدة كالحاسوب في انتاج المحتويات الإعلامية المتنوعة، أي أصبح يستخدم النوعين معا، كما أن الميديا الجديدة لم تقتصر على تقديم أهميتها للجمهور فقط، بل ساهمت على إضافة تكنولوجيا مزودة بتطبيقات فريدة للمؤسسات الإعلامية، كتزويدها بمواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت تكون متاحة للجميع على مدار 24 ساعة ، مثل ما حدث مع المؤسسات الصحفية الكبرى آنذاك، وكذلك ما حدث في المؤسسات التلفزيونية حيث تبث برامجها على التلفزيون وعلى شبكة الإنترنت في أوقات متزامنة وغير متزامنة **(عيساني، 2013، صفحة 07)**

4- الاتجاهات الأساسية للميديا الجديدة New Media:

إذا ما أردنا فهم الميديا الجديدة لابد أن ننظر إليها من زوايا مختلفة حيث أنها ارتبطت بظهور التكنولوجيات الحديثة لاسيما في مجال الاتصال، وبشبكة الإنترنت والأبحاث المتنوعة في المجال السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي وحتى المجالات التربوية والنفسية، وحتى نتعمق أكثر في فهم مختلف هذه الرؤى سنعرض أبرز الاتجاهات الأساسية للميديا الجديدة وهي:

- **اتجاه Nicholas Negroponte لفهم الميديا الجديدة:**

يرى Nicholas Negroponte أن الوحدات المادية للميديا الجديدة استبدلت بالوحدات الرقمية واستبدلت بها The Bits not Atoms "البيتات بالذرات" كمركبات رئيسة حاملة للمعلومات التي تصلنا في نمط إلكتروني وليس في نمط مادي فيزيائي، ففي الميديا الجديدة تتم عملية توزيع وبث المضامين والمحتويات ومختلف الخدمات وفق الأسلوب الجديد القائمة عليه بدلا من توزيعها بالأسلوب الكلاسيكي المعمول به في وسائل الإعلام الجماهيرية سابقا، ومن حيث قدرتها علىDigital Addressability المخاطبة الرقمية المزدوجة يميزها نموذجا تطوري في عملية نقل البيانات والمعلومات رقميا من حاسوب

رقمي إلى حاسوب آخر في البداية، إلى تطورا جديد خاص بعمليات تشبيك تلك الحواسيب بعدد غير محدود من الأجهزة في أماكن متباعدة عبر شبكة الإنترنت، وقد لبى هذا النقل المتطور للمعلومات حاجات الفرد الواحد من جهة وحاجات مختلف الأفراد من جهة ثانية، أي أن الصيغ الرقمية لأجهزة الميديا الجديدة تحمل قدرة المخاطبة الرقمية المزدوجة التي تلبي رغبات الأفراد واهتماماتهم وهذا ما لم نلمسه في وسائل الإعلام الجماهيرية الكلاسيكية، كما أن الميديا الجديدة خرجت من قيد السلطات الحاكمة كقادة الرأي في المجتمعات، شيوخ القبائل، رجال الدين والكنيسة، ورجال الدولة، لتصبح متاحة للناس جميعا وهذه أبرز مميزات الميديا الجديدة، وننوه إلى أن هذا التطور لم يأتي دفعة واحدة إنما تحقق منذ عصر مطبعة يوهان غوتنبيرغ واختراع التيليغراف، واتضحت ملامحه مع ظهور شبكة الإنترنت التي أفرزت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس **(صادق، 2008، الصفحات 35-36)**

- **اتجاه Vin Crosbie " النموذج الاتصالي الجديد لفهم الميديا الجديدة":**

يتقاسم Vin Crosbie مع Nicholas Negroponte أفكاره ويتفق معه حولها، ويرى أنه توجد مقارنة ثلاثية مترابطة ومتتالية بين محتويات وسائل الإعلام الكلاسيكية والميديا الجديدة تعقد من خلال النماذج الاتصالية منذ ظهور الاتصال الشخصي البعيد عن التقنية بحالته الأولى المتمثلة في نموذج الاتصال الشخصي والذي يكون فيه كل فرد من طرفي عملية الاتصال له القدرة على السيطرة والتحكم تساوي سيطرة وتحكم الطرف الآخر أثناء الاتصال لتحقيق مصالح وحاجات الطرفين وكذلك الأضرار بينهما بشكل متساوي، أي الاتصال One - To - One من نقطة إلى نقطة، أما النموذج الثاني فهو الاتصال الجمعي ويكون من نقطة إلى جماعة مثل رجل الدين والمستمعون إلية في المسجد ويطلق عليه One To Many Medium من مميزاته تحكم صاحب الرسالة في محتواها كي تصل نفسها إلى المتلقين أي أنه لايمكن تفصيل المحتوى لتحقيق رغبة كل فرد كما لا يستطيع المتلقي التحكم في الرسالة التي تصله، إضافة إلى أن كروسبي وضع نموذجا ثالثا للميديا الجديدة يتميز بوصول المحتوى الواحد لعدد غير محدود من المتلقين وكل متلقي له القدرة على السيطرة والتحكم في المحتويات التي تصله ويساهم في تبادله مع غيره، كما أن الميديا الجديدة تستطيع أن تؤدي كل الوظائف التي تؤديها الوسائل في الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري **(راضي و التميمي، 2020، الصفحات 82-83)**

- **اتجاه Manovich Lev لفهم الميديا الجديدة:**

كما سبق وإن أشرنا سابقا إلى رؤية Manovich Lev للميديا الجديدة التي تقول أن معالمها الحقيقية ظهرت بعد تطور وازدهار الحاسوب في بداية القرن الماضي حيث بواسطته تخطى الانسان

الاستخدام الكلاسيكي في تقديم البيانات والمعلومات واستغل المنتجون ذلك في تطوير المادة الإعلامية عبر كل مراحلها؛ عرضا وانتاجا وتوزيعا وتبادلا وكذلك في التخزين والاسترجاع، وقسم Manovich Lev مبادئ الميديا الجديدة إلى: Numerical Representation وهي عملية التمثيل العددي ومنها الطبيعة الرقمية لأجهزة الميديا الجديدة ثم Modularity وتعني حالة الانتقال أو التحول وفيها تنتقل المحتويات وتحافظ على سماتها ويتبين ذلك من الخصائص التقنية الرئيسة للميديا الجديدة، وكذلك Automation وهي عملية التشغيل الآلي أو الأتمتة فالمحتوى الإعلامي يخضع للمعالجة بالحاسوب ليحدث علية Variability أي يصبح قابلا للتغيير والتنوع وصولا إلى Cultural Transcoding وهي عملية الترميز الثقافي والتي تعبر عن التأثير الثقافي حسب Manovich Lev عند استخدام الحاسوب في معالجة المحتويات الإعلامية، و وحسب هذا الاتجاه فإن الميديا الجديدة تستمد من هذه المبادئ خصائصها وسماتها كالتفاعلية والتنوع وتفتيت الاتصال والمحتوى وتنفرد بمميزاتها المذكورة سالفا عن الوسائل الإعلامية الثقيلة (**Manouvich**, 2001, pp. 26-48)

- **اتجاه Diana Owen & Richard Davis لفهم الميديا الجديدة:**

يرى صاحبا هذا الاتجاه أن التمازج والانصهار والترابط بين الميديا الجديدة ووسائل الاتصال الجماهيرية دفعهما إلى العمل على إزالة ومحو الحدود الفاصلة بينها من خلال تحديد تصنيف مميز للميديا الجديدة في ثلاثة فئات هي: الميديا الجديدة القائمة على تكنولوجيا قديمة، الميديا الجديدة القائمة عللى تكنولوجيا جديدة، والميديا الجديدة القائمة على تكنولوجيا مختلطة، وقد سبق وإن فصلنا في شرح هذه التصنيفات في هذا الجزء من الدراسة بشكل موسع **(عيساني، 2013، صفحة 06)**

- **اتجاه John Pavlik لفهم الميديا الجديدة:**

يرى صاحب هذا الاتجاه أن الميديا الجديدة تتغير بسرعة مع تطور التكنولوجيا لاسيما منها تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أحدثت تغييرا موازيا في أساليب الاتصال بين الأفراد وتغييرا على الحياة اليومية التي يعيشونها وعلى العلاقات التي تنشأ بينهم والمنافع التي تطرأ عليها ماديا ومعنويا، ومقارنة مع حركية التطور التكنولوجي في السابق والحاضر يرى John Pavlik أن السنوات التي قضتها طابعة غوتينبيرغ حتى دخولها الوليات المتحدة سنة 1963 تتعدى 200 سنة، بينما العصر الحالي شهد ظهور تكنولوجيات عديدة لكل منها أثر بالغ الأهمية في حياة البشرية لاسيما في محال الاتصال، ويرى أيضا أن وضع خطة محكمة توضح الوظائف الأساسية للميديا الجديدة تضم العمليات التالية:

- النسق الإنتاجي Production: ويضم مختلف تكنولوجيات الإنتاج في مجال الميديا الجديدة ومعالجة محتوياتها كالحواسيب ومعدات التصوير الإلكتروني وإكسسوارات الحاسوب كالماسحات والطابعات وغيرهما، فهمي تقدم للمنتج حلول إضافية سريعة حين يشرع في إنتاج محتوياته ومضامينه، كما يحذر John Pavlik من مخاطر هذه التكنولوجيا الانتاجية التي بالكاد تأخذ مكان الانسان في العمل
- نظام التوزيع Distribution: وتمثلها التكنولوجيا المرتبطة بعمليات العرض والتقديم والحركة وتضم البث الهوائي، تكنولوجيا الاتصالات الرقمية، أسلاك الربط والاتصال، الاتصال عبر الأقمار الصناعية أثناء البث، والاتصالات اللاسلكية ، ولكل منها محاسن ومساوئ في هذا المجال.
- نظام العرض والتقديم Display: وتضم الأجهزة التكنولوجية المستخدمة في عرض البيانات والمعلومات والمحتويات والمضامين للمتلقي كشاشات العرض المسطحة والأجهزة الرقمية الشخصية وشاشات الهواتف وكلها تكنولوجيا ساهمت في عرض محتويات الميديا الجديدة للمتلقي ولها محاسن ومساوئ مثل أنها تعرض المستخدم للإدمان الالكتروني والأمراض الجسدية كضعف البصر والقلق والتوتر.
- نظام التخزين Storage: ويضم مختلف تكنولوجيات التخزين والذاكرة كالأقراص المضغوطة والقرص الصلب وغيرها من تكنولوجيا تخزين المعلومات والبيانات الملحقة بالحواسيب والأجهزة الذكية وهي بدورها توفر خدمات إضافية كخدمة الفيديو تحت الطلب وتكوين الأرشيف والمكتبات الرقمية وغير ذلك من الخدمات الممكنة في هذا المجال **(هواري، 2015، صفحة 223)**
- **اتجاه Bolter & Grusin لفهم الميديا الجديدة:**

ذهبا الباحثان إلى فكرة التجديد الكامل Refashioning من خلال تكنولوجيات الميديا الجديدة، وأطلقا عليه وصف الإصلاح Remediation أو المعالجة وحسبهما هي نظرية في طور التنشئة لفهم أجهزة الميديا الجديدة، حيث أن فكرة الإصلاح تعبر عن المنطق الأساسي الذي تتجدد عبره تكنولوجيات الميديا الجديدة ووسائل الاتصال الجماهيرية السابقة، والميديا الجديدة حسبها تتميز بالآنية والتشعبية، أما المعالجة قد وضعها الباحثان في سياق تاريخي مرتبط بتطور كل الأجهزة الإعلامية كل على إنفراد، وإصلاح نفسها لصالحها فالسينما استفادت من رسومات الحاسوب المتحركة والعكس صحيح، والإنترنت أسست نموذجها وفق خبرات تلفزيونية من ناحية التعامل مع المشاهدين، والتلفزيون بدوره عاد ليستفيد من خبرات الإنترنت **(صادق، 2008، الصفحات 45-46)**

- **اتجاه Fidler لفهم الميديا الجديدة:**

أسس Fidler رؤيته النظرية لفهم الميديا الجديدة على نموذج انتشار المبتكرات لصاحبه Everett Rogers وأفكار Paul Saffo التي تقول أن المبتكرات الحديثة تتطلب 30 سنة حتى تبلغ درجة التأثير على ثقافة المجتمعات والأفراد، حيث يؤكد Fidler أنه يحدث تغيرا جذريا كلي على الوسائل الاتصالية الراهنة، نتيجة التفاعلات المركبة والمعقدة لحاجات الأفراد السياسية والاجتماعية والثقافية والمستحدثات التقنية وفق ثلاثة مراحل في تطور الاتصال الإنساني وهي مرحلة اللغة الشفهية المنطوقة، مرحلة اللغة المكتوبة، ومرحلة اللغة الرقمية.

أما عربيا فقد وضع سعود صالح رؤية لفهم الميديا الجديدة أسسها على عقد مقارنة بين الميديا الجديدة والإعلام الكلاسيكي وذلك من خلال مدى التفاعلية والتغيير في أنماط سلوك الأفراد وكذلك الاندماج الحاصل بين وسائل الإعلام الكلاسيكية ووسائل الميديا الجديدة وصولا إلى الحرية في الإعلام والتعامل مع المحتويات في النمطين موضوع المقارنة **(راضي و التميمي، 2020، الصفحات 86-87)**

5- تكنولوجيا الميديا الجديدة New Media:

تكملة لما تم عرضه في هذا الجزء من الدراسة، ولو أنه من الصعب جدا علينا أن نحدد تكنولوجيا الميديا الجديدة بدقة منذ ظهور هذا المصطلح؛ بحكم أن كل وسيلة جديدة في عصرها تتقادم بمجرد ظهورها لتظهر وسيلة جديدة بمواصفات جديدة وبخصائص إضافية وإصدارات حديثة، وهكذا تتوالى سلسلة ظهور التكنولوجيا بهذه الوتيرة منذ ظهور طابعة غوتنبيرغ سنة 1436 إلى يومنا هذا، ورغم ذلك لتبيان ملامح تكنولوجيا الميديا الجديدة سنقدم بعضا منها على الأقل بداية من فترة ظهور المنصات والأشكال التكنولوجية الجديدة التي لها تأثيرا بالغا في صيرورة حقل الإعلام اليوم كالوسائل السمعية والمرئية والمكتوبة كالإذاعة والتلفزيون والسينما والصحافة وإصدارات النشر المختلفة في الفترة الممتدة من تسعينات القرن الماضي والألفية الراهنة ولاسيما منها المتعلقة بظهور شبكة الإنترنت ومتطلباتها التقنية كالحواسيب الالكترونية وتكنولوجيات الاتصال السلكية واللاسلكية والتي قدمت شكلا إعلاميا جديدا بعيدا عن النموذج الإذاعي أو نموذج الإعلام الجماهيري **(هارتلي، بيرجوس، و برينز، 2018، صفحة 22)**

أ- **شبكة الإنترنت:** يرى مؤسسها تيم بيرنيرز في ورقة بحثية منشورة سنة 1993 أن تحديد تعريفا دقيقا للإنترنت يعتبر عملية تشبه عملية تحديد الفارق بين الدماغ والعقل، فالإنترنت تحتوي على أسلاك وحواسيب، واستعراض الشبكة ذاتها نجد به معلومات كثيرة ومتنوعة، فالإنترنت شبكة حواسيب عالمية تربط عدد كبيرا من الأجهزة الحاسوبية في العالم ولها عدة تسميات منها شبكة المعلومات العالمية International Net Work والشبكة العنكبوتية والشبكة الدولية والطريق الإلكتروني السريع

للمعلومات، إذ تحتوي على شبكات صغيرة تتيح للأفراد المتصلين بها فرصة الإبحار في رحابها دون قيد وبلا حدود عبر كامل أرجاء العالم عن طريق كل المعدات الاتصالية المعروفة ومن عناصرها مستخدمي الشبكة ومجموعة الخدمات التي تقدمها الشبكة والتقنيات المستخدمة في الشبكة(الحواسيب والبرامج المتطلبة للارتباط بالشبكة مثل محركات البحث وبرامج الوسائط المتعددة **(جابر، 2015، الصفحات 351-355)**

ب-**جهاز الحاسوب:**

هو جهاز إلكتروني وظيفته استقبال البيانات والقيام بمعالجتها ومن ثم تخزينها وإخراجها في شكل نتائج للمستخدم، يتكون من Hard Ware وهي المكونات المادية الملموسة كصندوق وحدة النظام وما تحتويه ومكونات تتصل بالمنافذ الخارجية وهي أجهزة ظرفية، وتنقسم المكونات المادية إلى وحدات الإدخال مثل لوحة المفاتيح، الفأرة، الماسح الضوئي، مكبر الصوت، القلم الضوئي، كاميرات الويب، الكاميرا الرقمية، البطاقة المغناطيسية، ووحدات الإخراج وهي وحدة العرض المرئي، الشاشة المسطحة، الطابعة، عارض البيانات، السماعات، إضافة إلى وحدة المعالجة المركزية، ووحدات الذاكرة والتخزين، والجزء الثاني من مكونات الحاسوب هي Soft Ware وفيها البرامج التطبيقية ولغات البرمجة وأنظمة التشغيل وقد عرف الحاسوب تطورات منذ ظهور فكرة Charles Babbage التي أطلق عليها الآلة التحليلية سمة 1837 إلى يومنا الحالي وعرف عدة أجيال خلال هذه الفترة منذ ظهوره **(بحاث، 2016، الصفحات 08-14)**

ومن أجياله إضافة إلى الحواسيب المحمولة نجد الهواتف الذكية حيث تعرف بأنها عبارة عن أجهزة صغير الحجم متصلة بشبكة للاتصالات اللاسلكية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصوص والصور عن بعد بسرعة نظرا لخصوصية مكوناتها وطبيعتها الالكترونية واستقلاليتها الوظيفية فالهاتف يوصف أيضا بالنقال، الخلوي، المحمول، الموبايل، الجوال والموبايل **(أبو النور، 2022، صفحة 799)**

ت-تكنولوجيا الاتصالات الحديثة:

لها عدة تعريفات منها كل الأدوات والأجهزة والوسائل التي تساعد على انتاج وتوزيع وتخزين واستقبال وعرض البيانات والمعلومات واسترجاعها، كما أنها عملية اكتساب ومعالجة وتخزين ونشر وبث المعلومات الرقمية والنصية والصوتية واللاسلكية عبر مجموعة من الأجهزة الالكترونية وأجهزة الاتصالات السلكية والحواسيب حيث تضمن جملة من النشاطات الكلاسيكية كالطباعة والبحث والكتابة والنشر ومحتويات الإذاعة والتلفزيون والصحافة، ونشاطات حديثة مثل الاتصالات الهاتفية والتلفزيونية والحواسيب وعمليات التخزين والاسترجاع وهي متعددة الأقسام عبر مراحل تاريخ ظهورها ومنها الوسائل الاتصالية

الكلاسيكية، والحواسيب بكل أنواعها ومعدات الربط والاتصال السلكية واللاسلكية والتطبيقات الحديثة والبرماجيات التي المرتبطة بشبكة الإنترنت ومختلف متطلباتها، فتكنولوجيا الميديا الجديدة لا تترتبط بفترة زمنية محددة بل هي نتاج اندماج مجموعة من التكنولوجيات بعضها مع بعض في سياقات محددة **(محمود، 2006، صفحة 16)**

وكحوصلة لتكنولوجيا الميديا الجديدة التي نعيشها اليوم نستطيع القول أنها تعبر عن التحولات الرابعة بعد ظهور الطابعة البخارية سنة 1833 وظهور الراديو 1920 والتلفاز سمة 1939 ومع التغيرات التي عرفها النصف الثاني من القرن الماضي وبداية القرن الحالي تكاد يختفي ما ظهر سابقا، ومن أبرز مظاهر الميديا الجديدة هو الاندماج بين ظاهرة انفجار المعلومات وثورة الاتصال الخامسة (الاعتماد على الأقمار الصناعية في نقل البيانات والمعلومات بكل أنواعها) وتوظيف الكومبيوتر لجمع ذاكرة البشرية وتخزي واسترجاع المعلومات في أجزاء من الثانية، وعليه فتكنولوجيا الميديا الجديدة منحصرة في تكنولوجيا الكومبيوتر والاتصال الكابلي والأقمار الصناعية وتكنولوجيا الألياف البصرية والميكروويف وتكنولوجيا الاتصالات الرقمية والالكترونية **(شيحاني، 2010، الصفحات 448-449)**

وقد غيرت تكنولوجيا الميديا الجديدة بهذا الاندماج أنماط سلوك الفرد على مختلف الأصعدة اجتماعيا وثقافيا وسياسيا واقتصاديا، وأتاحت له القراءة المتخصصة وإيصال الرسائل الإعلامية دون قيود ولا عائق حدود جغرافية ولا هيمنة كما في الوسائل الإعلامية الكلاسيكية: إذاعة، تلفزيون وصحافة، كما عززت الحرية الإعلامية من خلال الشبكة، ومنحت الاختيارات للكل سواء في التلقي أو الإرسال أو المشاركة والتبادل والتفاعل بأقل جهد ووقت وتكلفة **(علاوة، 2017، الصفحات 165-166)**

6- دواعي ظهور الميديا الجديدة New Media:

من بين العوامل التي أدت إلى ظهور الميديا الجديدة العوامل التقنية، السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية ونوضحها في الآتي:

- **العامل التقني:**

ويتمثل هذا العامل في تطور تكنولوجيا الحواسيب من تجهيزات وبرمجيات وتقنيات الاتصالات خاصة منها تكنولوجيات الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الألياف الضوئية فقد اندمجت كل هذه التكنولوجيات لتشكل طفرة اتصالية تجسدت في شبكة الإنترنت، وقد ضمت هذه الأخير مختلف الوسائط الاتصالية بكل أنماطها مرئية ومسموعة ومكتوبة وشخصية وجماهيرية، وقد أثر هذا التقدم والتطور التكنولوجي على جميع الميادين خاصة منها الاتصالية والإعلامية بكل مكوناتها سينما وصحافة وإذاعة وتلفزيون، كما

غيرت هذه التكنولوجيات الاتصالية طبيعة العلاقة بين مصدر الرسالة ومتلقيها وتبادلا الأدوار في صورة تعكس مدى التغير الحاصل على العملية الاتصالية بكل عناصرها حيث اختصرت المسافات وألغيت الحدود الجغرافية وانزاح عامل الوقت وقلة التكلفة والجهد وانمحت الحدود بين الواقع والافتراضي وبين الحاضر والغائب، وبهذه السمات والخصائص والتطورات تبلورت الميديا الجديدة وزادت أهميتها في الحياة البشرية **(الزلب، 2023)**

- **العامل الاقتصادي:**

ويتجلى هذا العامل في اصطباغ الاقتصاد بصبغة واحدة أي عولمة الاقتصاد، وما تستلزم حركية السلع حول العالم من سرعة في تنقلها ومضاعفة رؤوس الأموال والاستثمارات وهذا بدوره يتطلب سرعة في حركية تدفق المعلومات بحكم أن هذه الأخيرة أضحت تشكل سلعة اقتصادية باهظة الثمن وليست كما كانت في السابق لا تعبر إلا على قاسما مشتركا يصف ويعزز مختلف الأنشطة الاقتصادية، وبتعاظم دور المعلومات أضحى من يملكها هو الأقوى، لذلك فإن عولمة الإعلام والاتصال بمثابة القوة الاقتصادية القادرة على عولمة السوق العالمية والفيصل أثناء المنافسة والمحرك الرئيس لتوزيع السلع والخدمات سواء كانت اقتصادية أو ثقافية أو اجتماعية وبتوسع انتشار شبكة الإنترنت عظمت مهمة الميديا الجديدة في المجال الاقتصادي وعولمة السوق العالمية بكل مكوناتها من خلال الاستثمار في المعلومات وتوظيفها بالشكل المناسب والوقت المحدد.

- **العامل السياسي:**

نظرا لتعاظم دور الميديا الجديدة في الحياة اليومية عملت القوى السياسية والأنظمة والسلطات الحاكمة على توظيفها بشكل واسع في مختلف الاستحقاقات السياسية بل وإشراكها في المشهد السياسي الخاص والعام لبسط السيطرة وتسيير المصالح والمحافظة على أمن واستقرار البلدان لاسيما في ظل المتغيرات والصراعات الراهنة وفي ظل إتاحة الميديا الجديدة في أيدى الشعوب والخشية من توظيفها ضد الحكومات السياسية القائمة وخير الأمثلة على هذه القوة حركات وثورات الربيع العربي الذي اجتاح معظم الدول العربية انطلاقا من سنة 2011 في تونس ومصر وليبيا وغيرهم من البلدان آنذاك **(بن عبو، 2020، صفحة 33)**

- **العامل الثقافي والاجتماعي:**

عملت الميديا الجديدة على تقارب الثقافات والعادات والتقاليد والانشغال بقضايا الشعوب والأمم وتداولها ونقلها عبر العالم لاسيما في ظل الاستخدام الواسع لها كمصدر للمعلومات والأخبار المحلية

والإقليمية والوطنية، فقد أضافت الميديا الجديدة بمختلف أدواتها وأشكالها كالمواقع الاخبارية الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات والبرامج المحملة على الأجهزة الذكية والمحمولة حركية وسرعة للوصول إلى المعلومة بصورة سهلة وبسيطة وغير معقدة وعززت جسور الود والتواصل بين المستخدمين في كامل أنحاء العالم وجعلت العالم كتابا مفتوحا ينهل ويكتشف ويتعرف من خلاله الأفراد على الثقافة والعادات والتقاليد، ولهذا يعتبر العامل الثقافي والاجتماعي أحد أبرز العوامل التي أدت إلى ظهور الميديا الجديدة لاسيما في ظل التحرر من عقدة وهيمنة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وإضفاء نوعا من التفاعل والمشاركة بين طرفي العملية الاتصالية "المرسل والمتلقي" ومشاركة هذا الأخير في صناعة المحتويات والمضامين وتبادلها على نطاقات واسعة **(البياتي، 2014، صفحة 318)**

7- أبرز وسائل وأدوات الميديا الجديدة New Media:

نتج عن عملية اندماج تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل الهواتف الذكية والحواسيب والوسائط المتعددة ومختلف الأجهزة الرقمية والتفاعلية والشبكة العالمية الإنترنت طريقة اتصالية اجتمعت تحت مسمى الميديا الجديدة؛ إذ استفادت هذه الأخيرة من الأنظمة القديمة والحديثة الرقمية للنشر والبث والتوزيع بكل أنماطها ثابتة ومتحركة متصلة بشبكة الإنترنت أو منفصلة عنها في شكل برامج وتطبيقات لتتولد عنها مجموعة من الوسائل والأشكال والأدوات أقل ما نقول عنها أنها تمثل الوجه الراهن للميديا الجديدة والتي سنذكرها في هذا الجزء من هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة ومنها: الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي كالمدونات والمنتديات، مجتمعات المحتوى، الويكي والبودكاست ومختلف الوسائل الإعلامية الإلكترونية ، وسنتطرق إلى شرح أبرز هذه الأدوات والأشكال في العناصر اللاحقة من هذه الدراسة.

وقد ساهمت هذه الأدوات والأشكال والوسائل في تغيير نمط الاتصال بين الأفراد وأضفت نوعا من السرعة والتفاعلية على المنظومة الاتصالية وجعلت من المتلقي مشاركا في صناعة الرسالة يتبادلها مع المرسل بكل حرية ودون حواجز أو معيقات وصعوبات، لكن في الوقت ذاته واجهت هذه الأشكال من الميديا الجديدة جملة من العراقيل التي لطالما اعترضت نموها وتطورها كالوقوع في صعوبة التمويل وغياب عمليات التخطيط لمحتوياتها ومضامينها، فضلا على قلة الخبرة والمهارة وعدم التخصص أثناء استخدامها، وخضوعها للمنافسة القوية مع مختلف الوسائل الإعلامية الكلاسيكية، علاوة على اتساع الهوة بين الدول لاسيما من حيث نوع التكنولوجيات التي تستخدمها وتفاوت تدفق الإنترنت بها، إضافة إلى أن

بعض خصائصها وسماتها أصبحت عاملا لفشلها ولإثارة ونشر المعلومات المغلوطة كالسرعة في البث والنشر مما نجم عنه تلوثا معلوماتي كبير من الصعب تحري دقة وصحة المعلومة فيه، كما لا يفوتنا أن نلفت الانتباه إلى أنه بالكاد تنعدم القوانين الضابطة للميديا الجديدة خاصة من ناحية الخضوع للرقابة وصعوبة الموثوقية والتحقق من المعلومات الزائفة وانتشار الاشاعات والدعايات وانتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية للأفراد، وكذلك العراقيل الصحية كمواجهة أعراض الإدمان الالكتروني والأمراض النفسية كالتوتر والخوف والقلق والحروب النفسية، كما أن الانتشار الواسع للميديا الجديدة في بعض المؤسسات عرض منتسبيها إلى شبح البطالة والشح في فرص العمل **(الشمايلية، اللحام، و كافي، 2015، صفحة 32)**

ثانيا: النسق التقني المكون للميديا الجديدة New Media

1-الإنترنت Internet:

1-1 تعريف الإنترنت Internet :

غدت شبكة الإنترنت وسيلة واسعة الانتشار اجتاحت العالم بسرعة فائقة لما لها من خصائص متنوعة حدت من التراتبية الاتصالية، وهي بالمعنى الواسع ميديا ذات حامل تقني للتواصل متعددة الوسائط، حيث تجمع بين النص والصورة والصوت **(ميغري، 2022، الصفحات 534-535)**

وقد وصفت الانترنت بالوسيلة الإعلامية السادسة عن طريقها يستطيع المستخدم الإطلاع على محتوى صحيفة أو يستمع لمحتوى صوتي أو يشاهد محتوى مرئي، فهي بذلك شبكة تربط مجموعة من الأجهزة المعلوماتية كالحواسيب عبر الكابل أو خطوط الهاتفية أو الأقمار الصناعية أو الألياف البصرية الضوئية، كما أن كلمة انترنت لا تعني كما يعتقد البعض International net work والتي يقصد بها الشبكة العالمية بل هي كلمة تعبر عن تشابك وترابط الشبكات ومعناها باللاتينية International Net Work ، وقد ظهرت في سنة 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية تحسبا لاندلاع حرب نووية مع الاتحاد السوفيتي حينها، وكان هدفها إقامة نظام اتصالي قوي غير قابل للتلف إذا ما تعرض للكوارث الطبيعية أو للهجمات النووية، ومن هذه الرؤية انطلقت عملية البحث في مراكز جامعية عن النظام الشبكي الحركي الذي تجزأ فيه المعلومات والإشارات الرقمية إلى أجزاء تنتقل بكل حرية واستقلالية وبسهولة عبر قنوات متنوعة وتجتمع في نهاية المطاف عند أحد الحواسيب المستهدفة رغم طول المسافة التي قطعتها أو الطريق التي سلكتها **(الهاشمي، 2012، الصفحات 245-246)**

وعليه فالانترنت هي: شبكة شبكات الحواسيب الكونية والتي تنقل حزمات البيانات Packet switching بترتيب ونظام دقيق، وتوظف بروتوكول الانترنت وتضم وظيفيا عدد لا متناهي من الشبكات الصغيرة المحلية التي ترفع وتنقل المعلومات المتنوعة بمختلف أشكالها **(صادق، 2008، صفحة 60)**

فهي إذا شبكة عالمية من شبكات الكومبيوتر المختلفة المرتبطة مع بعضها، وقد سميت في البداية الشبكة المتداخلة وبعدها سميت إنترنت **(الساري، 2015، صفحة 268)**

وعربيا يرى منذر صالح جاسم الزبيدي أنها شبكة تحتوي على الملاين من أجهزة الكومبيوتر المتصل بعضها مع بعض في مختلف الدول حيث توظف تلك الأجهزة الحاسوبية بروتوكولات الانتقال والتحكم وبروتوكول انترنت Tsp/ip لحماية الاتصال الشبكي، وتعتبر هذه الشبكة مزودا كبيرا للمعلومات ولها وظائف متعددة ويطلق عليها أم الشبكات **(الزبيدي، 2013، صفحة 83)**

وعليه نستطيع القول أن الإنترنت شبكة عالمية دولية للمعلومات تتشكل من مجموعة كبيرة من الأجهزة الحاسوبية المرتبطة والتي تتجاوز مختلف الصعاب الجغرافية، حيث توفر للمستخدمين متطلباتهم المعلوماتية المرجوة منها وذلك عن طريق البحث فيها والوصول السريع إلى ما تحتويه معتمدة في ذلك على توحيد البروتوكولات للجميع.

2-1 الإنترنت تأصيل المفهوم والتسمية:

إن المعنى الأكثر شيوعا لكلمة Internet يدل على اختصار جملة International Net Work والتي تدل على شبكة المعلومات العالمية، وهناك من يعتبرها اختصارا لجملة Intercoonected Network أي الشبكة المتواصلة أو المترابطة، لكن الباحثون يرجحون المعنى الأكثر قبولا والذي يرى أن كلمة Internet مكونة من شقين هما: Inter أي بين وما بين و شق Net والذي يحيلنا إلى معنى شبكة، وهو وصفا يعبر عن دلالة جوهر شبكة الإنترنت والتي تفيد وتعني شبكة الشبكات أو شبكة ما بين الشبكات أو الشبكة البينية وهي تقوم على نظاما موحدا منسقا يربط بين عدد كبير من الشبكات المستقلة ذات البينية فيما بعضها والتي يتخلل بينها شبكات تتوسط بعضها البعض على مدى ترابطها عبر العالم **(وسام و التميمي، 2017، صفحة 165)**

كما أنه يوجد جدل كبير ورؤى مختلفة حول معنى تسمية الإنترنت فالجهات المتحكمة والمسيطرة في الشبكة تكتبها بالحروف الكبيرة Internet وهي دلالة تعبيرية استهلاكية ومن أصحاب هذه الرؤية نجد إتحاد شبكة الواب internet Society، جمعية الإنترنت و مجموعة كبيرة من الوسائل الإعلامية مثل Associated Press و The New York Times الأمريكيتين، وفي المقابل هناك من يكتبون

internet بالحروف الصغيرة الاستهلاكية كالمؤسسات العالمية الإعلامية مثل مجلة Financial Times البريطانية و The Economist بلندن، ومن الجانب التاريخي فكلمة Internet وinternet بالحروف الكبيرة والصغيرة تحيلنا إلى دلالات متنوعة ومختلفة فالكلمة بالحرف الصغير تعبر عن internet work و internet working ومعناه التشبيك، أما Internet بالحرف الكبير تحيلنا إلى World Wide Network وهي الشبكة العالمية وبهذا الشرح فإن كلمة Internet تعتبر جزءا من أجزاء internet بالضرورة والعكس غير صحيح **(صادق، 2008، صفحة 59)**

أما "علي محمد شمو" ذهب إلى دولية شبكة الإنترنت بحكم انتشارها الواسع حول العالم، لكنها لم تكن دولية عندما أطلق عليها اسم Internet كانت شبكة محلية في الولايات المتحدة الأمريكية تابعة لوزارة الدفاع نشاطها في البنتاجون وبعض الدوائر التي يسمح لها بالولوج إلى الشبكة وذلك في نهاية ستينيات القرن الماضي، وأضاف علي محمد شمو أن شبكة الإنترنت قد تكون Area Network محلية أو قد تكون Wide Area Network قومية وقد تكون في وزارة أو في هيئة أو جامعة Internet Work وفي الحقيقة لا تعتبر محلية الشبكة أو قوميتها أو سواء كانت إقليمية أو دولية مقياسا ضروريا لتصنيف الشبكة بل يكفي أن تتوفر الشبكة على حواسيب مرتبطة ببعضها البعض تحتوي على بروتوكلات النقل والتخاطب وبالتالي يمكننا أن نطلق عليها Internet **(رمضان، 2011- 2012، صفحة 38)**

1-3 نبذة تاريخية عن الإنترنت:

ترجع الأفكار الأولى لظهور شبكة الإنترنت إلى Vonnevar Bash "فانيفاربوش" عندما طرح فكرة جهاز سماه "ميميكس ماشين" مهمتها تنظيم وترتيب المعارف الإنسانية وتوصيلها مع بعض وتمكين مستخدميها من استعادة مجموعة المعلومات والبيانات منها إلكترونيا وذلك سنة 1945، بعدها عملت المؤسسة المتخصصة في مجال الاتصالات AT&T على تطوير جهاز الترانزيستور سنة 1948 وأصبح من بين أهم التكنولوجيات التي تقوم عليها الإنترنت، وانفجرت على إثره وتطويره الثورة الرقمية وتكنولوجيات الضغط الرقمي، وبالتحديد في سنة 1962 عرض Ted Nelson فكرة النصوص الفائقة واستطاع من خلالها المستخدمون تبادل ونقل المعلومات والربط بين مختلف الرسائل، لتظهر بعدها سنة 1969 الشبكة الإلكترونية Arponet حيث ربطت بين عدد كبير من الحواسيب وسمحت بتبادل المعلومات بينها، وكانت تنتمي إداريا إلى وكالة المشاريع البحثية المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع بالولايات المتحدة الأمريكية وتمت أول عملية اتصال مباشرة يوم 25 أكتوبر 1969 وبهذا أصبحت فكرة الربط الشبكي بين الحواسيب منفذة فعليا وتأسست Arponet وهي أول شبكة تربط مجموعة كبيرة من الحواسيب

البرامج ووصل عدد مواقعها إلى 23 سنة 1971 وضمت عدد لا متناهي من المؤسسات والجامعات ذات العلاقة بوزارة الدفاع الأمريكية **(الساري، 2015، الصفحات 368-369)**

إن سبب نشوء شبكة الإنترنت هو الحروب الباردة بين بين الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية والتنافس حول بسط النفوذ والهيمنة على مختلف أرجاء العالم، وكان Sputnik القمر الاصطناعي السوفياتي بمثابة الإشارة القوية التي أرعبت الولايات المتحدة الأمريكية الأمر الذي دفعها إلى إنشاء ARPA "Advanced Research Projects Agency" في وزارة الدفاع العكسري الأمريكية 1958 بهدف تطوير البحث ودعمه لضمان البقاء في المنافسة والتغلب على الاتحاد السوفياتي وإنشاء شبكة اتصالات قوية استراتيجية خاصة بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم تغير ARPA إلى DARPA "Defense Advancced Research Projects Agen" وجهز بها قسم لمعالجة المعلومات التكنولوجية توج الولايات المتحدة الأمريكية بإنشاء شبكة إشارات قوية، ثم طورت أفكار "بارن باول" الخاصة بحزم بيانات أسلحة الجو الأمريكي من طرف باحثين على رأسهم "لورانس روبرتس" كمقابلا لأسلوب الدوائر، وبعدها قام "ديفيس دونلد واتس" في مؤسسة "Middlesex المهتمة بنقل الحزمات في بداياتها سنة 1968 ومنها ظهرت Arponet وشبكات معلوماتية تجارية في الثمانينات وشبكات الواجهات الغرافيكية كشبكة أمريكا أون لاين سنة 1985 وغيرهم **(صادق، 2008، صفحة 61)**

ومن أهم المحطات التاريخية لظهور الإنترنت سنة 1970 تطوير برنامج UNIX من طرف كينيث تومبسون ودنيس ريتش، وفي سنة 1971 اخترع البريد الإلكتروني E-mail وازدادت عمليات تبادل الرسائل النصية والصورية من خلال شبكة الإنترنت، بعدها بدأت عمليات الربط الشبكي الدولي سنة 1973 وكانت بين شركة رويال ريدر بدولة النرويج و بين المؤسسة الجامعية بلندن والقضاء بالمحكمة المتحدة، بعدها ظهرت فكرة الإنترنت سنة 1973 وكانت محددة في ربط الشبكات المحلية ببعضها، وإتاحة بوابات عليها لربط كبرى الشبكات، وفي سنة 1974 تمكن الباحثون من ابتكار برنامج السيطرة في النقل T.C.P الخاص بتحويل المعلومات على الشبكة، وفي سنة 1974 أيضا انفتحت الشبكة على بعض المؤسسات الغير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية، كما بدأت عملية الانتشار الواسع للبريد الالكتروني وتضاعف عدد الشبكات المرتبطة بأربانت سنة 1977، بعد ذلك ظهرت شبكة Usenet الخاصة بإقحام مجموعات الحوار والأخبار سنة 1979 مع بروز المواقع التفاعلية المختلفة وتشكل عدد كبير من قواعد البيانات والمعلومات، وتعتبر سنة 1981 سنة انشاء الشبكة التعاونية Bitnet مناصفة بين جامعة "سيتي" و جامعة "يال" وهي متخصصة في الخدمات البريدية الالكترونية وتحويل الملفات،

وانتقلت الفكرة لأوروبا سنة 1983 برعاية الينكس وربطت المراكز البحثية والجامعات مثل المملكة المتحدة والسويد والدنمكارك وهولندا **(الساري، 2015، الصفحات 279-280)**

وقد انتقلت عملية تسير شبكة Arponet إلى مؤسسة NSF للعلوم المحلية الأمريكية، ومنها ارتفعت أعداد مراكز المعلومات المتصلة بها إلى أكثر من 2000 مركز ثم إزدادت إلى أكثر من 55000 ، بعدها تم الوصل بين كمبيوسيرف والشبكة لتتشكل الشبكة التجارية المرتبطة بالأنترنت وضمت ألاف الحواسيب سنة 1989، وفي سنة 1990 فصلت Arponet عن الخدمة وحلت محلها Nsfnet على الإنترنت، وبرزت خدمة Wais النسخة الأولية من خدمة غوفرGopher سنة 1991 وبعدها خدمة البحث من خلال WWW لتليها سنة 1994 خدمة تبادل الصور عالية الجودة وتبادل الأصوات عبر قنوات اتصالية فائقة السرعة، وقد اتيحت شبكة الإنترنت للمستخدمين بشكل واسع سنة 1994 وارتفع عدد المراكز البحثية المتصلة بها إلى أكثر من ثلاث مليون مركز بحثي، كما قد أتيحت شبكة الإنترنت في الدول العربية سنة 1995 بالنمط التجاري **(الشمايلية، اللحام، و كافي، 2015، الصفحات 43-44)**

وكملخص لما سبق عرضه حول تطور الإنترنت بداية من شبكة Arponet لتنقسم إلى قسمين أولهما خاص بالمجال العسكري وأطلق عليه Militray Net Work Millet، أما القسم هو Arphvet وخصص للمؤسسات الجامعية والمراكز البحثية وتطور هذا القسم من الشبكة بفضل مؤسسة NSF الوطنية الأمريكية وأصبحت سنة 1986 Nsfnet ثم أطلقت سنة 1995 شبكة الإنترنت وسمح لشركات خاصة الارتباط بشبكة الإنترنت، وبفضل النصوص النصية المتشعبة في صفحات اللإنترنت باتت عملية استخدام الشبكة سهل وازدادت ديمقراطيتها ومن خلال النظام التطبيقي الذي جاء بهTim Berners Lee " تيم بارنرز لي" ال Word Wide Web أي الشبكة العنكبوتية WWW ، وقد عملت مؤسسة آبل سنة 1987 على استخدام النصوص المتشعبة من خلال برنامج Hypercard ومن ثم طور CERN المركز الأوروبي للبحوث النووية سنة 1989 ومنها ظهر أو موقع للويب سنة 1991 وأصبح التجوال عبر شبكة الإنترنت سهل وأصبحت عملية نقل وتحويل المحتويات عملية مرنة وأضحت الإنترنت وسيلة هامة للاتصال في عصرنا الحالي ولا تكاد أي مؤسسة أن تقوم بوظائفها بمنآى عنها، فالشبكة العالمية الإنترنت كما وصفها الباحثون حررت الفرد من قيود المكان ووسعت دائرة ومجال وجوده وأضحى وكأنه موجود في مختلف الأماكن في وقت واحد يتصل مع غيره ويتفاعل بطريقة مستمرة تلبي حاجاته المتنوعة والمتباينة ومناقشتها معهم بالحوار والنقاش حب كل موضوع ويكفي فقط أن يكون الفرد هنا مرتبط بالشبكة العالمية الإنترنت **(الهاشمي، 2012، صفحة 246)**

1-4 مستلزمات الاتصال بشبكة الإنترنت:

تقوم شبكة الإنترنت على استخدام " نظام تراسل الإنترنت" وهو نسق نظامي موحد للتخاطب مع الحواسيب على اختلاف أنماط تشغيلها ويعني باللغة الأجنبية " Transmission Control Protocol Internet Protocol /" واختصاره TCP/IP والمرتبط تاريخيا بسنة ظهوره سنة 1965 وحتى يرتبط المستخدم بشبكة الإنترنت لابد أم تتوفر لديه مجموعة من المستلزمات التي تتصل ببعضها بعضا لتشكل جزءا من الشبكة للوصول إلى البيانات والمعلومات بدون فاقد جهد كبير وتتمثل تلك المستلزمات في:

- **المستخدمون:** إذ يعتبرون حلقة وصل بين الأجهزة الحاسوبية يطلقون الأوامر ويشغلون محركات البحث حسب اهتماماتهم وتوجهاتهم وحسب بياناتهم الشخصية المتباينة.
- **المستلزمات التقنية:** وتتمثل في مختلف الحواسيب الالكترونية المزودة ببرامج وتطبيقات متخصصة معدات الربط والتوصيل (سلكيا أو لاسلكيا) كالأسلاك والخطوط الهاتفية والألياف البصرية والمحولات " Modems" وهذا يربطنا ب: Informative Highways وهي الشبكات الناقلة للمعلومات والبيانات الفائقة السرعة **(شكري، 1996، صفحة 14)**

وكان سابقا المستخدم ينخرط في خدمة Provider "موفر الخدمة" حتى يستطيع أن يتصل بمزود الإنترنت وذلك من خلال المساهمة بتسعيرة وطنية مقابل هذه الخدمة **(الهاشمي، 2012، صفحة 247)**

1-5 الخدمات التي تقدمها الإنترنت:

تقدم الإنترنت للمستخدم مجموعة كبيرة من الخدمات التي لم تسبق أن قدمتها وسيلة اتصالية قبلها ومن بين هذه الخدمات نذكر:

- **خدمة البحث:** تقدم شبكة الإنترنت خدمة البحث للعثور عن الصفحات وعناوين المواقع التي يريدها المستخدم، وترتكز هذه الخدمة على محركات البحث المختلفة التي يبحث فيها بالكلمات المفتاحية وتعرض نتائج البحث في شكل قوائم تعمل عناوين تتناسب وطلبات المستخدم حسب حملة من المعايير الخاصة وقد تتباين تلك المعايير من محرك بحث إلى أخر ويعتبر Google أبرز محركات البحث في عصرنا الراهن وأبسطها إذ أنه عن طريق الأيقونة search داخل متصفح الإنترنت browser ينتقل المستخدم إلى الصفحة البحثية التي يرغبها، ولا يتطلب ذلك سوى امتلاك المفاتيح البحثية الخاصة بالمعلومات أو موضوعات أو البيانات التي يحتاجها حتى يتحل على نتائج بحثية مفيدة وجيدة **(ريان، 2001، صفحة 138)**

- **خدمة نقل وتراسل الملفات:** وتعتبر من الخدمات المهمة التي توفرها شبكة الإنترنت للمستخدمين، فقد أتاحت شبكة الإنترنت تبادل ونقل وتراسل مختلف الملفات بين الأفراد أو المؤسسات الذين يتصلون بالشبكة سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة أو مزيجا بين ذلك، إضافة إلى حفظها واسترجاعها وحتى التعديل أو التغيير في محتواها في كل مكان وزمان.
- **خدمة البريد الإلكتروني E-mail :** وقد اختصرت هذه الخدمة تعب وعناء إرسال الرسائل السابق الذي يستغرق زمنا ويتطلب تكاليف ويتحمل التعرض للمخاطر كالفقدان والتلف، وبفضل الإنترنت أصبح الفرد بإمكانه عبر استخدام البريد الإلكتروني إرسال الرسائل إلى أي مكان عبر العالم واستقبال المعلومات من أي مكان وذلك في بضع ثوان فقط، كما يعتبر البريد الإلكتروني من الابتكارات الحديثة في مجال تكنولوجيات الاتصال، ويعمل تماما مثل المكالمة الهاتفية لكن بتغيير الهواتف إلى حواسيب الكترونية، وهو من أكثر الخدمات المفعلة على شبكة الإنترنت **(عطية، 2008، الصفحات 287-288)**
- **خدمة المشاركة في مجموعات النقاس:** News Groups وهي بمثابة المنبر المفتوح كل الوقت يتيح فرصة الحوار والنقاش للمتحاورين بخصوص موضوع معين يهم الأطراف المتناقشة حوله والذين ينتمون إلى مجموعة أو يستخدمون تطبيقات تساعدهم على قراءة الأخبار للمشاركة في الحوار، ويتحكم في مجموعات النقاش على شبكة الإنترنت المجال الجغرافي والاهتمام بالموضوعات وتتم عملية المشاركة في الحوار من خلال توزيع رسالة من طرف رئيس الشبكة أو عبر مركز فرعي على الإنترنت من خلال نقاط ربط المستخدمين، وقد يمكن التحاور الفوري Intenet Ready Chat من خلال الاتصال والتخاطب المباشر الحي عبر وسيط كاستخدام تطبيق السكايب Skype **(محمود، 2006، صفحة 51)**
- **خدمة شبكة الويب العالمية WWW:** بعدما ابتكر البريطاني Tim Berners Lee النص المهيبر أو النص المتشعب في مؤسسة الجزيئات الفيزيائية بجنيف، وفي المقابل كانت خدمات الويب منحصرة في المؤسسة العسكرية للولايات الأمريكية وعند المطورين للشبكة والحواسيب فقط في إطار تبادل الأفكار والمعلومات من خلالها للنهوض ببحوثهم والتي يقدمونها لطلابهم أثناء المحاضرات بالجامعات والمراكز البحثية، وبظهور الويب أصبحت الإنترنت متاحة للجميع دون استثناء، فقط يكفي أن يتصلون بالشبكة ويستخدمونها بسهولة كبيرة وبحرية واسعة الانتشار **(صادق، 2003، صفحة 13)**
- **خدمة Fil transfer Protocol FTP "بروتوكول نقل الملفات":** وهي من الخدمات الأساسية لشبكة الإنترنت، ففي العالم يوجد عدد كبيرا من أجهزة الكومبيوتر اتاحت للمستخدم ملفات ضخمة من

الكتب والأصوات والصور ومكنته من نقلها باستخدام FTP عبر الشبكة من خلال صيغة Xmodem أو Zmodem ويستحب الاستعانة بالإكس مودم لأنه سهل وبسيط وفائق السرعة، ويمكن للمؤسسات استعمال ال FTP في مختلف المجالات.

- **خدمة Telnet "تيلنت"**: وهي خدمة الربط والتوصيل عن بعد Romote login إذ تتكون من مجموعة من البرامج الخاصة تسمح للمستخدم بالوصول إلى جميع الحواسيب عبر العالم والارتباط بها، حيث يصبح كومبيوتر المستخدم زبونا لدى " التيلنت" حتى يتمكن من الاستفادة من المعلومات والبيانات والتطبيقات الموجودة بخدماتها سواء بالوصول الخاص أو الوصول العام **(عيساني، 2007، صفحة 176)**
- **خدمة غوفرGopher:** " شبكة الاستعلامات الشاملة " ابتكر الباحثين ماكنيل و ليندر سنة 1991 Gopher بهدف الحصول على المعلومات والبيانات من الإنترنت Local Server، وتتكون هذه الخدمة من عدد كبير من الملقمات المرتبطة في أماكن مختلفة من العالم ويكون البحث في قوائم Gopher عبر محرك Jughead أوVeronica ويمسح الصور والملفات والعناوين ولا يدعم ميزة البحث ضمن النصوص إلا من خلال خدمة Waus خدمة الاستعلامات واسعة النطاق"، ويمكننا حاليا الولوج إلى هذه الخدمة بكتابة عبارة gopher:// على عارضات الويب وإرفاقها بعنوان الموقع مكان http:// **(الهاشمي، 2012، الصفحات 251-252)**
- **خدمة التلقيم والأنظمة التعاونية:** اتاحت الإنترنت للمستخدمين تطوير العمل التعاوني للمجموعات ذات الاهتمام المشترك وعلى أوسع النطاقات، أما التلقيم يكمن في متابعة ما تعرضه المواقع دون الحاجة إلى زيارتها، بل يكون من طرف تثبيت برامج قراء التلقيمات على الكومبيوتر ومنها تعرض ملخصات وعناوين وروابط للمحتوى ومنها: Atom,Rss,Rdf **(عمار، 2016-2017، صفحة 84)**

إن هذه الخدمات سالفة الذكر التي تقدمها الإنترنت تعتبر أبرز الخدامات الأساسية منذ ظهورها، وننوه أنه يوجد هنالك العديد من الخدمات الأخرى التي تضطلع بها هذه الشبكة في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية مثل تقديم خدمات الأرشيف الالكتروني، الاستعلام والإحاطة الشخصية، خدمة دخول المستخدم من كومبيوتر إلى أخر عن بعد، إضافة إلى تقديم خدمات القوائم البريدية للأفراد من خلال الشبكة، تقديم برامج التعليم و وغير ذلك من الخدمات الممكنة التي تقدمها الشبكة العالمية الإنترنت.

1-6 خصائص شبكة الإنترنت:

تتمتع شبكة الإنترنت بمجموعة هائلة من المزايا والسمات والخصائص أتاحت لها الانتشار بشكل كبير، وقل ما نصادف وسيلة اتصالية تجمع بين الصوت والصورة والكتابة أو بين الاتصال الشخصي والجمعي في أماكن متباعدة وفي آن واحد، وفي هذا الصدد يحيل "ثومبسون" مزايا الإنترنت إلى طبيعتها المنفتحة على المرسل والمتلقي والتي لا تشبه مؤسسات الاتصال الجماهيرية لاسيما من حيث التفاعل ودور التغذية العكسية في خلق التوازن بين طرفي العملية الاتصالية، فلا سلطة للمرسل على المستقبل ولا على المستقبل على المرسل، وقد ضبط ثومبسون أنواع هذا التفاعل في Face-To-Face Communication أي اتصال مباشر وجاهي، و Mediated Communication وهو التفاعل الوسيطي بين مجموعة من المتحدثين كعقد المؤتمرات والندوات، إضافة إلى Mediated quasi Interaction ويقصد به شبه التفاعل الوسيطي وفيه يوجه التفاعل من المصدر إلى عدد لا متناهي من المتلقين للاستفادة من محتوى الرسالة دون معرفة متعمقة لمرسلها، إضافة إلى اتاحة فرصة للمتلقي للعودة إلى الرسالة وقت ما شاء وأراد **(ساري، 2005، الصفحات 24-27)**

- تتصف شبكة الإنترنت بالمرونة العالية في الأداء سواء كان ذلك بإضافة شبكات جديدة أو من خلال حذفها، فهي بذلك قاعدة هامة للاتصالات تلبي حاجات الزبائن وتجعل منهم شركاء فاعلين عبر كل مراحل العملية الاتصالية **(رقيق و علي، 2016، صفحة 249)**
- توفر شبكة الإنترنت للباحث المعلومات الحديثة والمتجددة والمتنوعة، إذ تعتبر بالنسبة إليه بيئة اتصالية تعليمية بامتياز تساعده على عقد الملتقيات والمؤتمرات والمشاركة عن بعد في أماكن مختلفة تكسبه المهارة في التفكير والقدرة على تخطي الصعاب **(مهدي، 2011، صفحة 122)**
- تعتبر الإنترنت نسق قابل للنفاذ لها بروتوكول موحد وبنية تحتية ساعدتها على النمو لاسيما من خلال ارتفاع عدد مستخدميها، ولها تصميم منفتح يتكون من وحدات بنائية تشغيلية بيئية تقبل الاستخدام مرات متتالية ومتعددة، نظرا لعدم مركزية ادارتها ولتوحيد تسيير موزعاتها، وهذا زاد انتشارها بسرعة وبمعرفات "أسماء تعريفية" عالمية موحدة مثل أسماء النطاقات والعناوين، فالإنترنت شبكة تتصف بالحياد التقني أهدافها عمومية ومتنوعة**(intermetsociety.org, 2020, pp. 03-09)**
- إن استمرارية الإنترنت جعلت منها وسيلة منفردة حيث أصبح المستخدم مرتبطا بالشبكة ليلا نهار وأصبح بإمكانه استرجاع المحتويات المتنوعة في كل الأوقات والأزمنة.

- تمتاز شبكة الإنترنت بضخامة عدد جمهورها ونموه بسرعة اذ أن سهولة وبساطة استخدامها وحجم المعلومات الكبير ونوعيتها جذبت أعداد كبيرة من الجماهير الباحثة عن اشباع حاجاتها **(خضر، 2015، الصفحات 137-138)**
- تمتاز شبكة الإنترنت بسهولة الاستخدام وكثرة اقبال الجمهور عليها حيث وفرت الإنترنت للمستخدم المعلومات وسرعة الحصول عليها، وفعلت الاتصالات الشخصية بين المستخدمين وأتاحت للمستخدمين نظم وبرامج اتصالية تلبي حاجاتهم مثل الحزمات الفائقة السرعة لتزيد من انتقائية تلك المعلومات حسب متطلباتهم الشخصية Presentation Selective Self **(وسام و التميمي، 2017، صفحة 138)**
- النصية الفائقة وفيها يكون تدفق المعلومات والبيانات فائقا ومواكبا للحدث ولم يعد الأمر يتطلب سوى القليل من الوقت وهذا بدوره يتيح للمستخدم امكانية التفضيل والتكييف بغض النظر عن حجم تلك المعلومات وحيزها الجغرافي للاستفادة منها وبالتالي اتاحة الفرصة للمختصين للتواصل وفق ترتيب يتيح البيانات والمعلومات المتصلة في أروقة لا خطية Nonlinear وتلتقي في حقل دلالي محدد، يعطي للمستقبل فرصة التجوال بين تلك البيانات والمعلومات ومنها يختار الرواق الذي يناسبه ويحقق رغباته الشخصية والمعرفية والعلمية **(عبد الحميد، 2007، صفحة 113)**
- تنوع الأوعية المعلوماتية والمعرفية وهو ما يشجع عن البحث الجدي والفعلي السريع في مضمون الشبكة من خلال استخدام المحركات الخاصة والعامة المختلفة.
- تتميز شبكة الإنترنت بخاصية الربط والتشبيك Interconnectedness & Networking بين الصفحات والمواقع وهذا بدوره سهل وسرع عملية تصفح المحتويات **(الغمري، 2014، الصفحات 54-57)**

إضافة إلى هذه الخصائص هناك مجموعة من الخصائص التي تميز الإنترنت عن غيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى وهي:

- التفاعلية Interactivity: أتاحت الإنترنت الاتصال عبر مستويات مختلفة من الفرد لمجموعة من الأفراد One To Many ومن فرد لفرد آخر One To One وحتى من جماعة لآخرى Many To Many وأتاحت فورية الاتصال والاستقبال Immediacy والربط المستمر Linkage وتحقيق ديمقراطية الاتصال بطريقة تبادلية Reciprocal متكافئة في اتجاهين
- الاتاحة Accessibility: اتاحت الإنترنت للمستخدم الأخبار والمعلومات بسهولة وبأقل جهد، بل وأصبحوا مشاركين في صياغة الرسائل وإرسالها وحتى تعديلها.

- توفير المساحة والسرعة Space&Speed: من خلال التخزين الهائل للمعلومات الضخمة وانتشارها الواسع بين الأفراد وتخطي حاجز المسافة والزمان والمكان **(عبده، 2016، الصفحات 47-48)**

1-7 محاسن ومساوئ استخدام شبكة الإنترنت:

أ- محاسن ومنافع شبكة الإنترنت:

لشبكة الإنترنت مجموعة كبيرة من المنافع والمحاسن حيث أدى ظهورها إلى فك العزلة الاجتماعية في مختلف بلدان العالم لاسيما في مجال الوصول إلى المعلومات والأخبار المتنوعة وهذا بدوره أتاح إمكانيات هائلة للتملص من التحكم والسيطرة على التدفق ووضع المحتويات على مواقع متعددة في حالة ما إذا واجهت تلك المحتويات مشكلات تقنية كالحجب أو الإعاقة في النشر، إضافة إلى أن الإنترنت منحت للمستخدم فرصة الوصول إلى الآخرين عن طريق البريد الإلكتروني وتبادل الرسائل بكل آمان وحرية بشكل أكثر من أي وقت مضى وتكريس حرية التعبير بشكل كبير **(اللبان، 2008، الصفحات 163-164)**

- إضافة إلى أن شبكة الإنترنت أتاحت مظاهر جديدة في التسيير الحكومي والدولي وربط القوى البعيدة بالمركز في شكل منظومة من المهام وأعمال تضم كل العمليات على الأداء الإلكتروني من جانب والرؤى الحكومية من جهة أخرى وهو ما تحلى في وقتنا الراهن بالحكومة الإلكترونية أو الإدارة الإلكترونية **(ضيف و بن موسى، 2013، الصفحات 141-148)**
- أتاحت شبكة الإنترنت خدمات التجارة الإلكترونية في مختلف البلدان في شكل متكامل من حيث توفير المنتج وتوزيعه وتسويقه، من خلال الترويج له من خلال الشبكة من خلال أنشطة متناسقة من حيث الوصف والعرض والاتصال، وهذا بدوره يوفر للمستخدم الوقت والجهد والتكلفة والتواجد عبر 24 ساعة خلال السنة وبالتالى توفير الراحة والقبول لدى المستخدم **(هند، 2021، الصفحات 172-174)**
- إضافة إلى خدمات البحث وتوفير المعلومات أتاحت شبكة الإنترنت للمستخدم نظام النشر الإلكتروني وبفضل هذا النظام استطاع الباحثون والكتاب تسجيل مقالاتهم ومنتجاتهم الفكرية في منصات رقمية تجيز الكلمات word- Processing ووضعها في شكل الكتروني متاحة للمستخدم على الشبكة العالمية، أي نشر تلك المعلومات والأفكار في شكل إلكتروني باستخدام الحواسيب والبرامج المتخصصة **(بن نافلة، 2019، صفحة 63)**
- إن انتشار شبكة الإنترنت أدى إلى انتشار التعليم عن بعد عبر الشبكة لاسيما في ظل التحديات العالمية الراهنة كتفشي الأوبئة والأمراض المعدية كفيروس كرونا؛ حيث أن أساس هذا النوع من

التعليم هي توفر بيئة رقمية متكاملة ومتناسقة تجمع بين الحواسيب والمستخدمين على الشبكة من مختلف الأماكن والأزمنة في العالم لتبدل واستقبال المعلومات وتعزيز التفاعل بين المعلم والمتعلم عبر الوسائط المتعددة **(أمعوش و مقدم، 2022، صفحة 97)**

- هذا ولا تقتصر شبكة الإنترنت على المنافع السالفة الذكر بل تقدم خدمات ومنافع كثير للبشرية كتقديم خدمات البريد الالكتروني، والتراسل الفوري، الأنظمة التعاونية، خدمات غوفر، نقل الملفات، والبحث وتقديم المعلومات والأخبار وفتح مجموعات النقاش والحوار وتقديم النصوص الفائقة وغير ذلك من الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت.

ب- مساوئ ومخاطر استخدام شبكة الإنترنت:

رغم المنافع والمحاسن التي تقدمها شبكة الإنترنت للمستخدم إلا أنها تبقى بيئة اتصالية خطرة تعرض مستخدميها بكل مستوياتهم إلى جملة كبيرة من المخاطر والتي نذكر منها:

- يؤدي استخدام الإنترنت بشكل مفرط إلى العزلة الاجتماعية للفرد وابتعاده عن مجتمعه وأسرته وهذا يؤدي إلى المساس بوحدة المجتمع وبناءه، وكذلك الاحساس بالقلق والتوتر والخوف عند عدم استخدامها ولو لوقت وجيز وهي مؤشرات عن الإدمان الإلكتروني **(زواري، 2017، صفحة 528)**
- يؤدي استخدام الإنترنت لمدة طويلة من الوقت الى اختلال واضطراب السيطرة والتحكم في الدوافع وهو ما يعرف بالإدمان الإلكتروني للإنترنت ويكون ذلك بالافراط في الدردشة واللعب بالألعاب الالكترونية بكثرة وألعاب الفيديو وإدمان المواقع الغير مرغوب فيها، وإدمان التصفح والتواجد المستمر على الشبكة ولا يتوقف ذلك على فئة عمرية دون أخرى بل يتعلق الأمر بالاستخدام الخاطئ للشبكة في فترات زمنية طويلة **(الراشد، 2014، الصفحات 03-05)**
- التعرض للجرائم الإلكترونية المستحدثة التي ترتكب بشكل غير مشروع واحتيالي عبر شبكة الإنترنت حيث يمس الأنظمة المعلوماتية وتتلفها وتظهر في شكل رسائل غير مرغوب بها Spam أو التعدي على الحياة الشخصية للمستخدمين، التحايل ببطاقات الائتمان ونشر العنصرية والتنمر والسرقة والاختراق والقرصنة وعمالة الاطفال ومواقع الاعتداءات والتعدي على حقوق الملكية الفكرية واستعمال الاسماء والحسابات الخاطئة في شكل ذباب الكتروني موجه وغير ذلك من الجرائم الالكترونية الممكنة عبر شبكة الإنترنت **(العزام، 2009، الصفحات 24-25)**
- الاقتحام والاختراق الالكتروني ويعتبر من أخطر مخاطر الإنترنت وتنشأ هذه الجريمة الالكترونية من خلال التطفل على شبكة معلومات هامة للأفراد أو المجموعات أو المؤسسات بهدف اتلافها أو

تحريفها أو احداث تغيير عليها من أسباب الاختراق الالكتروني نذكر التجسس في مختلف المجالات، الأخطاء البشرية كمنح كلمات السر للغير واستعما حاسوب الغير وعدم تغيير كلمات المرور باستمرار، والتصنت والمتابعة الالكترونية **(الرباعية، 2008، الصفحات 19-21)**

- من بين أسوء مخاطر شبكة الإنترنت تلك التي يتعرض لها الأطفال الصغار حيث تشغلهم الشبكة ومحتوياتها كمضامين مواقع التواصل الاجتماعي عن واجباتهم المدرسية وإضعاف تحصيلهم الدراسي وبالتالي انخفاض مستوياتهم وينشغلون بالتسلية والتعارف وتبادل الصور، كما أنهم عرضة للأشخاص غير معروفين وإقامة علاقات معهم تجرهم إلى التهديد والابتزاز ومختلف الجرائم الغير أخلاقية، إضافة إلى مصادفتهم بقصد أو دون قصد بعض المحتويات الغير مرغوب فيها، هذا فضلا على التعرض إلى المخاطر الصحية كضعف البصر والقلق والصداع وآلام العظام والتحدب والانحناء جراء الجلوس لساعات طويلة أمام الحواسيب، وكذلك تعرضهم للأمراض النفسية كالانطواء والنرجسية والعزلة وعدم تقبل الآخر في المجتمع **(قريبيز و حبيرش، 2020، صفحة 220)**
- كما أن لاستخدام شبكة الإنترنت أضرار على المراهقين حسب الموقع الالكتروني http:// www.rjeem.com ومنها إرتفاع السلوكيات المنحرفة الناجمة عن التعرض للمواقع الغير أخلاقية، التعرض للنصب والاحتيال والإدمان والمرض والتعب الجسدي والخمول والتشتت الأسري والتعرف على المجموعات المخربة وأصدقاء السوء **(خالد و أبو سالم، 2018، صفحة 525)**
- تعتبر شبكة الإنترنت بيئة مناسبة للحروب النفسية وتعتبر هذه الأخيرة من أخطر أنواع الحروب إذ تستهدف السلوك، وميدانها الرئيسي الشخصية، وتعتمد على توظيف حيثيات علم النفس حتى تحطم معنويات العدو ومن بين الأساليب المتبعة في الحرب النفسية نشر الاشاعات والأخبار الزائفة والتهويل والترهيب والتخويف حتى يتحقق الهدف **(النجار، 2005، الصفحات 66-68)**
- إضافة لكل ما سبق ذكره من مخاطر استخدام شبكة الإنترنت تبقى هناك أضرار مختلفة منها الصحية الجسدية كاضطراب النوم والسمنة وترهل الجسم وأمراض القلب والدماغ والأمراض النفسية كالاكتئاب الشديد، الأضرار الأسرية والاجتماعية كالوحدة وضعف العلاقات الأسرية، الأضرار الأخلاقية والمهنية والأكاديمية والتربوية والمادية **(السيد، 2009، الصفحات 182-183)**

2- الويب Web 2.0 :

عندما نتطرق إلى موضوع الميديا الجديدة لا يمكن إلا أن نعرج ونتعرض إلى بيئتها الاتصالية المتمثلة في شبكة الإنترنت والذي بدورها تحيلنا إلى الويب 2.0 الذي يعمل بمثابة المحرك الفعلي للشبكة

ولتطور تطبيقاتها وأجيالها؛ إذ يشير هذا الأخير إلى جملة التطبيقلت والتقنيات التي أثرت على حيثيات شبكة الإنترنت لاسيما من حيث الأداء، ويرجع الفضل في ابتكار شبكة الويب إلى أفكار الباحث Vannevar Bush حين قدم للعالم نظام الفيلم المصغر Micro filme والذي أطلق عليه اسم "ميميكس" حيث يمكن هذا النظام أهل الاختصاص من تخزين مستنداتهم العلمية وجهات اتصالاتهم، ليقوم بناءً على أفكاره Engelbart Douglas و Nelson Ted بابتكار النص المهيبر" القاطر" أو النص المتشعب، ليعرض حينها سنة Nelson 1960 مشروع Xanadu مرتكزا فيه على النص القاطر المتشعب وعلى فكرة المستندات المرتبطة حركيا، وهي أولى خطوات استخدام لفظ Hayber Texte ، وعلى التوازي كان Engelbart وفريقه يطورون مشروع استخدام Graphical user interface Gui بالفأرة، وبالتطور السريع للنصوص المتشعبة الفائقة ظهرت إلى الوجود فكرة الWeb سنة 1991 مزامنة لأولى لغات ترميز النص الفائق المتشعب HTML ومقدم شبكة الاستعلامات الشاملة "Gopher" وبهذا أصبح من الممكن تصفح مواقع الواب وصفحاته بمختلف مضامينها وعبر وسائط متعددة وصار بمقدرة المؤسسات والأفراد التموقع على الشبكة العالمية وإنشاء مواقع خاصة بهم عبر تلك الصفحات **(صادق، 2008، الصفحات 87-91)**

2-1 تعريف الويب 2.0 "Web 0.2 ":

في عام 2004 انتشرت فكرة Web 0.2 في الملتقى الأول Web 0.2 المنظم من طرف شركتي Media Live & O'Reilly Media بهدف التعرف على مدى تطور مصطلح Web 0.2، ويعتبر Tim O'Reilly أحد مؤسسي شركة O'Reilly Media المدعو Dale Dougherty ومن المفارقات أن Tim O'Reilly عرض تعريفين غير متشابهين لل2.0 Web في سنتي 2005 و2006، وقد استعمل مصطلح Web 0.2 لتوصيف الميول النفسي الحديث حينها، ومن خصائصه حسب Tim O'Reilly المشاركة، والتعاون والتفاعلية، وقدمه على أنه طريقة أو أسلوب فلسفي حديث يتيح خدمات متعلقة بالجيل الثاني للإنترنت ومن مقوماته تشجيع الاتصالات بن مستخدمي الشبكة العالمية ويعظم ويعزز مكانة المستخدمين في إنشاء وإثراء الرسائل والمحتويات والمضامين الرقمية والدفع نحو إقامة مجتمعات إلكترونية من خلال المشاركة والتعاون وتبادل البيانات والمعلومات بين مستخدمي شبكة الإنترنت، وتظهر تلك الفلسفة في مجموعة البرامج والتطبيقات التي تعبر عن خصائص الويب 0.2 ومنها تطبيقات التأليف الحر Wiki وBlogs المدونات ومجتمعات وصف المحتوى Content

Tagging و Rss الملخصات الوافية للمواقع إضافة إلى Online Social Networks الشبكات الاجتماعية **(البياتي، 2014، الصفحات 329- 330)**

يرى Tim O'reilly أن معنى مصطلح Web 0.2 يحيل إلى ثورة اقتصادية في مجال المعلوماتية وصناعاتها نشأت عن التحول الذي طرأ على شبكة الإنترنت لتصبح بمثابة المنصة الالكترونية، وفهم طبيعة عمل الويب بالضرورة يحيلنا أيضا إلى إدراك مرتكزات نجاح تلك المنصة الالكترونية الجديدة، في حين أن رئيس مجلس تسيير Google السيد Eric Schmidt عبر عن ال0.2 Web بمقولته الشهيرة " لا تقف في وجه الإنترنت" موضحا قوتها ومختصرا معنى المصطلح بإيجاز **(عمار، 2016-2017، الصفحات 76-77)**

ويتكون ال0.2 Web من مجموعة من الصفحات المحررة بلغة HTML "النص الفائق" والتي تخضع للتحديثات اليدوية من طرف القائمين عن المواقع الالكترونية باعتبارهم وسطاء لبث ونشر المعلومات والبيانات، وفي سنة 2005 شاعت اصدارات الويب 0.2 الجيديدة والتي يعتبر فيها المستخدم ركيزة أساسية فعالة له دورا هاما في انتاج مضامين ومحتويات المواقع وبثها أو نشرها وتبادلها في مجموعات خاصة بالمستخدمين حسب اهتماماتهم، ومما سبق فالويب 0.2 عبارة عن مساحة تقدم لمستخدم الإنترنت المشاركة في إعداد المعلومات وتبادلها، وتمكنه أيضا من التعاون والنقاش والدردشة أو المحادثة بأسلوب تفاعلي، كما يشير مصطلح Web 0.2 إلى الجيل الثاني من الويب؛ فقد تغير هذا الأخير من تقنية لنشر البيانات والمعلومات إلى منصة تعاونية تقدم المعلومات للمستخدم من عبر معدات خاصة كالشبكات الاجتماعية والويكي لتتم عملية مشاركة وتبادل تلك المحتويات والتفاعل معها من خلال استخدام الشبكة بطريقة سهلة **(الصاوي، 2012، صفحة 2018)**

وتتداخل في Web 0.2 جملة من العناصر الاجتماعية والتقنية والفلسفية والتسويقية؛ فهو بذلك ظاهرة مركبة وهجينة الأبعاد صعبة التحديد حيث أكد المدون Francis Pisani المدون المتخصص في التكنولوجيا الحديثة أن صاحب هذا المصطلح Tim O'reilly أقر بضبابية المفهوم وتباينت حوله الآراء ووجهات النظر في نقاط كثيرة، وقال أن نقطة التحول Tipping Poit ويلمح إلى نهاية مرحلة WEB 0.1 وبداية مرحلة جديدة لها سمات وخصائص جديدة تقوم على ابداع مستخدمي شبكة الإنترنت والاقتصاد الرقمي وتطور التقنيات التكنولوجية الالكترونية والرقمية **(عمار، 2016-2017، صفحة 77)**

والسائد والمتعارف عليه في مفهوم Web 0.2 أنه مصطلح تستخدم فيه تطبيقات وبرامج مثل المدونات ومواقع تبادل الصور والويكي والفيديو، وكلها تطبيقات تهدف إلى الرقي والنهوض بالعمل

الجماعي والتعاون ومشاركة وتبادل المعلومات والبيانات بين مستخدمي شبكة الإنترنت من خلال إنشاء صفحات ومجتمعات للنقاش والحوار وتبادل المحتويات متخطين بذلك عوائق المكان والجغرافيا وبأقل تكلفة ودون فاقد جهد كان وبسهولة وفي وقت وجيز **(Chew, 2008, pp. 01-02)**

وبما أن الويب 0.2 يمثل مجموعة من التطبيقات والبرامج والبروتوكولات الموضوعة على أجهزة الكومبيوتر الخاصة بشبكة الإنترنت والتي تتيح للمستخدمين من كل مكان البحث والتجوال والوصول إلى محتويات أجهزة الخادمات الأخرى في كل أرجاء العالم مستفيدا من ما توفره النصوص الفائقة التي تنقله من نص لآخر بمضامين متنوعة كالنصوص والصور والأصوات Hypermedia يتضح من خلالها ضخامة المحتويات المتصلة مع بعضها من خلال الويب، كما أنه لابد أن ننوه أن الإنترنت تختلف عن الويب؛ فهذا الأخير يمثل مجموعة من التطبيقات والبرامج والبروتوكلات المتواجدة في أجهزة الكومبيوتر الخاصة بالشبكة، أما الإنترنت فهي مجموعة من أجهزة الكومبيوتر والمعدات المترابطة والمتصلة مع بعضها بهدف مخاطبة بعضها البعض، ومنذ البداية فالإنترنت مهمة قبل بروز الويب ويستخدمونها اليوم من خلال الويب **(Khateeb, 2018, pp. 05-06)**

2-2 خصائص ال Web 0.2 :

للويب 0.2 مجموعة متنوعة من الخصائص تميزه في مختلف المجالات نذكر منها:

- له بنية تقنية منفردة وبيئة اتصالية تتيح لمستخدمي الإنترنت القدرة على التفاعل والمشاركة بطريقة مرنة وسلسة ويمكنهم من إنشاء جماعات ومجتمعات الكترونية واسعة الانتشار في العالم.
- هو وسط يقدم للمستخدمين فرصة بث ونشر ملفاتهم ومحتوياتهم وأفكارهم على المواقع والصفحات من خلال توظيف تجهيزات ومعدات تقنية جديدة وحديثة سهلة الاستخدام.
- يقوم الويب 0.2 على نظام ونسق اتصالي فعال يوفر للمستخدمين سياقا متكاملا للعمل يعزز ثقتهم أثناء رفعهم أو إدراجهم للمضامين التي يفضلون نشرها وبثها ومشاركتها أو تطويرها وتعديلها مع غيرهم من المستخدمين، فهو بذلك بيئة تطويرية متكاملة تهتم بالبيانات والمعلومات والمحتويات وبها تنتشر الأفكار والخدمات على نطاقات ومجالات واسعة لاسيما من خلال التقنيات الحديثة والمتجددة مثل: تقنية RSS وAjax عالية الحركية **(الغنيم، 2018، الصفحات 85-86)**
- لديه خصائص متعلقة بالنص تظهر من خلال المحررات التشاركية للويب ومن خلال المدونات، ولديه أيضا سمات شفوية كالتي تعرضها الملتقيات والمؤتمرات المرئية، وخصائص سمعية وبصرية تعرض في مستندات الوسائط المتعددة عبر الشبكة.

- للويب 0.2 فائدة تتعلق بنوعية المعلومات والبيانات وأساليب نشرها وبالحس الابداعي والذكاء وبالمعايير النموذجية في البناء والتصميم تتيح للمستخدم فرصة التعبير عن اهتماماته وتوقعاته الشخصية **(حمزة، 2017، الصفحات 137-138)**

2-3 أبرز تطبيقات Web 0.2:

للويب 0.2 مجموعة متنوعة من التطبيقات سايرت تطوره منذ ظهور شبكة الإنترنت ومن أبرزها:

- **المصادر المنفتحة لصناعة المحتويات:** ومن أهمها "الويكي" إذ يعتبر موقعا مدرجا على شبكة الإنترنت ومصدرا من المصادر التي تتيح للمستخدمين المشاركة في كتابة وتغيير أو تعديل مضامين النصوص، فطريقة إنشاء المضامين والمحتويات فيه تكون جماعية، ويتكون موقع الويكي من صفحات ذات روابط نصية متشعبة باستطاعة المستخدمين تغيير وتعديل مضامينها النصية ويتم إثراءها باستمرار، وعليه فمواقع الويكي مواقع إلكترونية محتواها غير ثابت قابل للتعديل والإثراء بشكل جماعي تشاركي بأقل جهد ووقت ممكن **(حداد و عبد الهادي، 2021، صفحة 699)**
- **المدونات:** وهي من أوائل تطبيقات الويب 0.2 منذ ظهور شبكة الإنترنت حيث يطلق عليها باللغة الفرنسية Camet Web وتعني مفكرة الويب أو صحيفة الويب، وفي اللغة الإنجليزية ترجع الكلمة إلى تركيب لاختصار كلمة Biography والتي تعني " السيرة" ويرمز لها ب B مع كلمة Log وتعني مفكرة أو سجلا أو جدولا تكتب فيه بطريقة منتظمة المعلومات،¨. وجمعها Bloggers، كما تعني كلمة Weblog سجل الشبكة أو مفكرة الشبكة ويطلق عليها Blog واشتق منها Blogging وتفيد مصدر التدوين أي بناء المدونة والقيام بعملية التحرير والنشر بها، وقد عرفت المدونة الالكترونية بأنها أحد تطبيقات شبكة الإنترنت معدة للتدوين بأسلوب مرتب ومتسلسل يوضح ملاحظات مسجلة بالتاريخ ومرتبة بشكل كرونولوجي يستخدمها مجموعة معينة لنشر مواضيع معينة لها مسير ومسؤول عن النشر، وتخضع لنظام آليا يسجل محتوياتها في أرشيف إلكتروني في شكل طريق مستمر لا يتغير منذ بداية عملية النشر بها، وحين لا تظهر في الصفحة الأمامية للمدونة يستطيع المتتبع أو القارئ العودة إلى ما كتب في المدونة في الوقت الذي يريده **(بضياف، 2009 - 2010، صفحة 15)**
- **التدوين المصغرMicroblogging** : ويتيح هذا الموقع للمستخدمين نشر أراءهم وتعليقاتهم عن ما يلفت انتباههم من مواضيع في حدود 140 حرف للرسالة الواحدة عبر تطبيقات المحادثات الفورية، إضافة إلى مواقع مشاركة الفيديوهات كموقع اليوتيوب، ومواقع مشاركة العروض التقديمية والمؤتمرات

المرئية وبرامج البث المباشر، والمفضلات الاجتماعية Social Bookmarking وغيرها من الأدوات والتطبيقات **(الغنيم، 2018، الصفحات 87-88)**

- **الشبكات الاجتماعية:** إذ تعتبر هده الشبكات من بين أهم تطبيقات الويب 0.2 (تضم عدد كبيرا من المواقع الالكترونية) التي تقدم خدمة التواصل بين المستخدمين ذوي الاهتمامات الواحدة في البيئة الافتراضية ومن خلالها يثار النقاش ويدار الحوار بينهم، فهي بذلك خدمة من الخدمات الالكترونية تمنح للمستخدم بتكوين وتنظيم مستندات وملفات شخصية وتتيح له فرصة التواصل مع الآخرين وتهدف إلى توفير بيئة اتصالية مريحة لمجموعات من الأفراد من مختلف الأماكن لهم أهداف معينة من خلال الشبكة بشكل تفاعلي نشط، وللشبكات الاجتماعية أنواع مختلفة منها الشبكات الشخصية مثل منصة Facebook، الثقافية مثل Libarary thing والشبكات المهنية مثل Linkedin ، ومن حيث أسلوب التواصل والخدمات التي تقدمها تقسم إلى شبكات مرئية وصوتية وكتابية، ومن حيث طبعة الشبكة نجد Internal Social Networking أي الشبكات الداخلية الخاصة في مجتمع مغلق مثل مؤسسة معينة تضم أفراد معروفين بذواتهم وصفاتهم، و External Social Networking وهي الشبكات الخارجية العامة المتاحة للجميع والتي تتطلب فقط الولوج إلى الموقع كشبكات التواصل الاجتماعي **(الصاعدي، 2010، الصفحات 09-10)**

وقد حدد Mcdermoot الفئات السبع لتطبيقات Web 0.2 كما يلي:

- ✓ منصات للنشر والبث متاحة للمستخدم ومنها المدونات بكل أنواعها ومواقع التسجيل الكلامي والصوتي.
- ✓ تطبيقات خدمات توزيع المحتويات والمضامين والتي تمنح للمستخدم فرصة صناعة المحتوى وتبادله مع الغير والرجوع إليه إن أراد باللبحث ومنها Scrapblog.
- ✓ تطبيقات مجمعات البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع محدد ومن مصادر متنوعة ومنها Teh Memorandum.
- ✓ تطبيقات خاصة بخدمات شبكات التواصل الاجتماعية كمنصة My Space وFacebook.
- ✓ تطبيقات منصات الأخبار الاجتماعية المكتوبة مثل Spin Thicket التي تمنح للمستخدم فرص الاطلاع عليها وعرضها والتفاعل معها بالتعليق وبأساليب أخرى.
- ✓ تطبيقات منصات الشبكات الاجتماعية الافتراضية ومنها منصة الحياة الثانية Second Life توفر بيئة مناسبة للمستخدمين للعيش والتفاعل.

- ✓ تطبيقات المحتويات الحرة والتي تقدم للمستخدم خدمة كتابة أو تعديل أو إضافة محتوى جديد بحرية وسهولة مثل مجتمعات الويكي "الويكيبيديا" **(الصاوي، 2012، الصفحات 218-219)**

2-4 التطورات التي مر بها Web 0.2:

قد ورد في كتاب الكون الرقمي " الثورة العالمية في الاتصالات" لمؤلفه Peter B.Seel أن بدايات إصدار ال Web 0.1 بادرت بها شركات الوليات المتحدة الأمريكية، وفي المقابل ساعدت الخدمات الكبيرة الضخمة المقدمة على توضيح شكل الويب في العصر الراهن، فالتحول الذي طرأ على الويب وانتقل به من حالة البيئة الاتصالية الثابتة إلى التي أساسها إقامة علاقة بين طرف واحد مع أطراف متعددة، إلى البيئة الاتصالية تشاركية أساسها التفاعل بين مجموعة من الأطرف مع مجموعة أخرى، وقد فصل Tim O'reilly في هذه الفكرة في مقال منشور سنة 2004 بعنوان "معمارية المشاركة" وضح فيه بساطة تشفير لغة HTML أردت ال Web مجتمعا مصدره مفتوحا مطلقا، متاحا لكل مستخدم يجيد لغة إدراج مضمون أو محتوى، فعملية القولبة والنمذجة وأيقونات رفع المستندات جعلت المستخدم لا يحتاج التشفير، وتعود على استخدامها ببساطة، وبمقدرته بكبسة واحدة الحصول من خلال محرك البحث الوصول إلى التشفير إن وجد دون الحاجة إلى إدراك لغة تشفير معينة لإضافة مضمون أو محتوى على الإنترنت أو حتى إنشاء موقع إلكتروني للويب عليها **(بيتر بي، 2017، صفحة 133)**

كما أنه قد كان سابقا نشر مضمون أو محتوى في عصر الويب 0.1 يحتاج إنشاء موقع متخصص مرفقا بتشفير محدد، أما في عصر الويب 0.2 أصبح نشر المحتوى أو المضمون سهلا ولا يتطلب وقتا كبير وبه استطاع المستخدم مسايرة الأحداث في العالم واستطاع التفاعل معها بطرق مختلفة بل وأصبح ناشرا لها في أشكال متنوعة سواء كانت محتويات مؤسساتية أو محتويات شخصية أو محتويات إعلامية، فالويب 0.2 وفر للمستخدمين المناخ والبيئة المناسبة للمعرفة وتطوير المهارات والوصول إلى المحتويات بطرق سهلة وبسيطة سواء كانت محتويات نصية أو صورية أو صوتية أو تعبيرية **(مبارك، 2020، الصفحات 80-81)**

وقد غيرت تطبيقات الويب 0.2 عبر الوسائط المتعددة أساليب تقديم المحتويات المتنوعة من الطرق التقليدية داخل استديوهات التسجيل والإنتاج إلى الطرق الحديثة خارجها وبمعدات بسيطة كالهواتف المزودة بالكاميرات وفي وقت وجيز وبثها عبر الويب بكبسة زر، وفي جوهر هذا التغيرات من اصدارات الويب بداية من الويب 0.1 إلى الويب 0.2 وصولا إلى الويب 0.3 عرف الحقل الاتصالي نموا كبيرا خاصة في استخدام منصات التواصل الاجتماعية التي جذبت أعداد كبيرة من المستخدمين لمشاركة

البيانات والمعلومات والمفضلات الشخصية كالفيديوهات والصور والأصوات، وهنا نستطيع القول أن ما قد تنبأ به Tid Nilsson أصبح حقيقة وأضحت شبكة الإنترنت بيئة للوسائط المتعددة الفائقة على جميع الأصعدة ولدى مختلف الفئات العمرية **(بيتر بي، 2017، الصفحات 133-134)**

2-5 الويب Web 0.3 :

ويطلق عليه الجيل الثالث للويب أو الويب الدلالي Symantec Web إذ يرتكز بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي في نمط اشتغاله، وهناك من يصفه ب Intelligent Web وكذلك Web Of Data لاستناده على تحويل المعطيات إلى لغة تتقبلها الآلة، ويهدف الويب 0.3 إلى مساعدة الإنسان في تقليل الأعمال واتخاذ القرارات وتكفل الآلة بها فطبيعة تكويناته الرئيسية المتمثلة في التكنولوجيا الدلالية ومكانة الحاسوب الاجتماعية أتاحتا للمستخدم التعامل مع الآلة ببساطة وبأساليب واضحة أي أن الويب 0.3 جعل الويب مقروء من طرف الانسان والآلة معا، إذ يعتبر منهجية تحاكي البيانات والمعلومات بداية من الجمع والتصنيف والفهرسة والمعالجة والتخزين والاسترجاع ثم العرض، وفق دلالات تلك البيانات والمعلومات للقيام بالتنسيق المتبادل حول تلك البيانات والمعلومات، ليجعل مختلف أنواع التطبيقات كالمتصفحات والبرمجيات ومختلف قواعد البيانات سهلة الوصول في شكل كتلة واحدة تتيح للمستخدم البداية من قاعدة بيانات والانتقال عبر عدد كبير من البيانات المتماسكة والمترابطة بموضوع معين، ويتكون الويب 0.3 من رواط المصادر والتشفير الموحد، لغة لتمييز الممتد، حقل وصف المصدر، مخططات حقل وصف المرجع ، لغة مراجع وصف الويب، البرهان والمنطق، بروتوكولات سباركل، لغة استعلام حقل وصف المصدر، الثقة **(النجار، 2013، الصفحات 01-05)**

ومن مميزاته التعامل المنطقي مع المعلومات ومحاكاة العقل البشري وتطوير بالكلمات ودلالاتها وتوظيف الذكاء الاصطناعي في الأعمال، ترتيب البيانات وتصنيفها بشكل جيد وبطريقة سهلة وفق مفرداتها والعمل على نشرها دون شوائب ومزجها بما يناسبها وحتى تجسيدها وتوليفها آليا للويب بطريقة آلية توفر الدعم للمستخدمين ويشكل قاعدة بيانات في مختلف المجالات **(صباح، 2017، صفحة 05)**

إضافة إلى أنه يتميز بالمنطقية في التعاطي مع البيانات ومحاكاة العقل وفقها، ويعمل على تطوير البحث وفق دلالات الكلمات ومعانيها مستفيدا من ما يتيحه الويب 0.1 والويب 0.2 وما تتيحه تطبيقات الذكاء الاصطناعي لأداء الويب 0.3 خاصة في تحسين عملية البحث وتصنيف المعلومات والنهوض بالمفردات والنشر الدقيق للبيانات والمعلومات وآلية الوصول إليها والإجابة عنها بسرعة وببساطة وبدقة متناهية في جميع الأوقات **(غرابي، 2021-2022، صفحة 108)**

ومن خلال ما تم عرضه حول تطور الويب نرى أن الويب 0.1 خاص بالقراءة يعتمد على مشاركة البيانات والمعلومات ويستخدمه الملايين حول العالم وهو يهدف إلى التعامل مع السياق البيئي متصلا مع المعلومات ويحاكي العين والعقل، ويقوم على الوسائط والنصوص الفائقة وله مؤسسات خاصة لنشر المحتويات والتي في العادة تكون ثابتة ولها طريقة خاصة لنشرها دون التفاعل مع قراءته أو نشره والذي يكون في شكل موقع شخصي، أما الويب 0.2 فهو للقراءة والكتابة يستخدمه البلايين ويقوم على التفاعل والمشاركة والاتصال بين مستخدميه ويحاكي الحواس والعقل، وله مجموعة من التطبيقات والمواقع التي تربط الأفراد مع بعضهم كصفحات الويب والويكي والبوابات الثنائية الأبعاد، وفيه يكون المستخدم قادرا على النشر واستهلاك المحتويات عبر محركات خاصة بالتبادل والاسترجاع والتخزين والتعديل ومن منصاته شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات، أما الويب الدلالي الويب 0.3 فهو للقراءة والتنفيذ يعتمد على الغمر والانغماس يستخدمه المليارات من اللناس يحاكي الجسم كله يقوم على الدلالات والآلة وتمثيل الأفكار والبوبات ثلاثية الابعاد وفيه يقوم الأفراد ببناء تطبيقات وبرامج تتفاعل مع المستخدمين ومعلوماته دقيقة، كما يعتمد الويب 0.3 على التفاعل مع الذكاء الاصطناعي ويكون في شكل ويكي دلالي ومدونات دلالية ووسائط متعددة دلالية، وعليه فالويب 0.3 أوسع وأشمل وأدق أسهل استخداما من الويب 0.2 الذي بدوره أوسع وأشمل وأسهل استخداما من الويب 0.1 **(النجار، 2013، صفحة 08)**

3- شبكات التواصل الاجتماعية:

أفرزت شبكة الإنترنت مؤخرا شبكات اجتماعية للتواصل أدى انتشارها إلى إقامة علاقات انسانية بين المستخدمين تسد رغباتهم التواصلية من خلال اقامة النقاشات والحوارات ورفع التفاعل بينهم ومتنت علاقتهم مع الحواسيب الالكترونية، وقد تعدت استخداماتها إلى استغلالها في مجالات مختلفة كالاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية.

3-1 مفهوم الشبكات الاجتماعية:

عرفت الشبكات الاجتماعية تعريفات متنوعة ومختلفة إذ تعتبر حسب Boyd & Elsson مواقع تقدم خدمات على شبكة الإنترنت تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات خاصة وعامة في إطار نظام معين يحدد قائمة ملفات الأفراد المشاركين في عملية الاتصال مع اتاحة فرصة التنقل بينها وعرضها، ومن أكثرها استخداما وانتشار منصة Facebook ومنها: Linkedin، Netlog، Hi5، ومنصة x حاليا.

ومن حيث التركيب تتألف الشبكات الاجتماعية من شقين أولهما اجتماعي والثاني تقني؛ حيث يرى كل من Faust & Wasserman في كتاب "منهجية تطبيق وتحليل الشبكات الاجتماعية" أن

مصطلح Social Network يعبر عن علاقات قائمة بين كيانات اجتماعية محورها الأفراد يعبر عنها في صيغة صداقة في إطار رسمي أو غير رسمي وبشكل مادي أو غير مادي، ومن مقوماتها الأفراد الفاعلين في جماعاتهم في بيئتهم مع تأثيرات الهيكل الاجتماعي أو السياسي والاقتصادي على نوع تلك العلاقات القائمة بين المستخدمين، أما الرؤية التقنية فهي تضم كل الأجهزة واللوازم المترابطة بعضها مع بعض والتي تنتقل من خلالها المعلومات والبيانات على شبكة الإنترنت **(مهدي، 2016، الصفحات 164-165)**

وهناك من يقرن تعريفها بمواقع الجيل الثاني للويب ويطلق عليها صفة الاجتماعية لكونها تبني تجمعات متنوعة تمكن المستخدم من التعرف على أناس آخرون يقاسمهم نفس الاهتمام على شبكة الإنترنت، كما تمكنه أيضا من النفاذ إلى مختلف المواقع التي يرغبها وتتيح له فرصة مشاركتها مع غيره من الأصدقاء من خلال انشاء حساب خاص به وتواصله عبر نسق الكتروني مع مستخدمين آخرين لهم نفس الأهداف سواء تواصلية أو معرفية يدار حولها الحوار واللقاء عبر شبكة الإنترنت مكونة Virtual Communities " الجماعات الافتراضية" **(العريشي و الدوسري، 2015، الصفحات 21-22)**

ووفق ما عرض نستطيع القول أن الشبكات الاجتماعية مجموعة من البرامج والتطبيقات المنبثقة من ال Web0.2 وتشمل منصات لمشاركة الفيديوهات ومنها Dailymotion و Youtube، وأخرى لتقاسم الصور مثل Flickr وروابط نصية فائقة للعناوين ومنها Diigo و Delicious، إضافة إلى منصات عرض الشرائح مثل Slideo و SlideShare وكذلك معدات النشر كالويكي والمدونات، وتقدم كل هذه البرامج والتطبيقات للمستخدم خدمة إنشاء ملف خاص به يمكنه من مشاركة وتبادل المعلومات والبيانات والتفاعل معها بشكل بسيط **(قوالي، 2018، صفحة 92)**

2-3 مميزات الشبكات الاجتماعية:

للشبكات الاجتماعية مجموعة كبيرة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الوسائل الاتصالية المتاحة ومنها:

- **التفاعلية:** قد ألغت الشبكات الاجتماعية ودحضت السلبية في العملية الاتصالية وأنهت هيمنة القائم بالاتصال ومنحت للمستخدم حيزا كبيرا للمشاركة والتفاعل حول مثيرات الاهتمام من المواضيع المتداولة بينه وبين المستخدمين الآخرون من مختلف الأماكن وفي كل الأزمنة وبتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية.

- **التشارك والمشاركة:** زادت الشبكات الاجتماعية من تبادل اهتمامات الأفراد حول المواضيع المختلفة والتعبير عنها في شكل تغذية راجعة فورية وآنية في الاتصال والتواصل.
- **التجميع:** أتاحت الشبكات الاجتماعية للأفراد إمكانية التواجد في مجتمعات الإلكترونية مع مقدرتهم على إنشاء مجموعات بمسميات مختلفة يتواصلون بها ويحققون أهدافهم منها حسب رغباتهم.
- **الاتاحة والانفتاح:** تقدم الشبكات الاجتماعية خدمات منفتحة على الغير حيث يكون رجع الصدى والمشاركة والتفاعل بها بدرجات عالية وهو الأمر الذي يدفع المستخدم إلى تقاسم البيانات والمعلومات مع غيره من ذوي الاهتمام والتفضيل **(بوعمر، جابر، و العادل، 2021، صفحة 184)**
- **الشمولية:** ألغى ظهور الشبكات الاجتماعية الحدود الجغرافية والحواجز المكانية وأصبح المستخدم يتواجد على الشبكة في أماكن متعددة شرقا وغربا وشمالا وجنوبا في الوقت نفسه وببساطة وسهولة.
- **توفر الوقت والجهد والتكلفة:** منحت مجانية التسجيل والاشتراك للأفراد استخدام الشبكات الاجتماعية دون تفرقة أو دون تمييز بين جماعة وأخرى، فقط يكفي أن لديهم رمزية التواجد على الشبكة وفتح حسابات في مختلف أشكال الشبكات الاجتماعية.
- **الاستعمال المتعدد:** بها مرونة بإمكان الجميع استخدامها فالطالب يتعلم منها والباحث يلقي من خلالها بحثه والمحرر يعرض كتاباته بها ومن خلالها يتواصل الجميع.
- **الاستخدام السهل:** للشبكات الاجتماعية خاصية تعدد اللغات وبساطتها سواء كانت حرفية أو صورية أو رمزية وهذا بدوره يقدم للمستخدم السهولة في تبادل أفكاره مع الآخرين **(الشاعر، 2015، صفحة 67)**
- **التحكم في المحتويات المعروضة:** قدمت شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم آليات التحكم في المضامين من حيث العرض وطرقة الصناعة ومن حيث التلقي وكيفية تناوله.
- **إقامة النقاش والحوار:** تعبر الشبكات الاجتماعية عن نمط اتصالي ثنائي الاتجاه تنتقل فيها الأفكار بمرونة تامة ويتعاطى معها المستخدم في الجماعة حتى يبلغ الحقيقة الممكنة.
- **الترابط:** من سمات الشبكات الاجتماعية الترابط مع بعضها البعض من خلال وصلات خاصة توفرها الصفحات الفائقة التشعب والمواقع مع مواقع اتصالية اخرى حتى تنتقل البيانات والمعلومات بسرعة وبسهولة، إضافة إلى أن الشبكات الاجتماعية تهدف دوما إلى تحقيق التواصل الاجتماعي بالروابط أو المواقع أو المصادر والمنصات الشخصية.
- **الاهتمام:** تقوم الشبكات الاجتماعية على المصالح المشتركة كالدردشة والألعاب والموسيقى والتوافق في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والشؤون الداخلية والخارجية وما

تعلق بالصحة وبانشغالات المستخدمين واهتماماتهم وميولاتهم الشخصية وتفضيلاتهم الفردية التي تتوافق مع الجماعة **(بوعمر، جابر، و العادل، 2021، صفحة 184)**

- **اللاتزامنية في التفاعل والانتشار السريع:** اتاحت الشبكات الاجتماعية للمستخدمين حول العالم تحويل البيانات والمعلومات وإضفاء صبغة العالمية عليها والوصول إليها من مختلف الأماكن وفي كل الأوقات **(ابراهيم، 2014، صفحة 429)**
- **تقدم الشبكات الاجتماعية للمستخدمين إمكانية إنشاء حسابات شخصية: User Profil** وفيه جملة من الخصائص التي تصف الفرد في الفضاء الالكتروني ويتكون الملف الشخصي أولا من البيانات الحركية Dynamic Data ويتحكم فيها موقع الشبكة ويبديها للمستخدم ومنها الأداء التفاعلي والعلاقات والبحث وتتمثل في طلبات الصداقة واحصاءيات الاستخدام اليومية على الشبكة ، وثانيا من البيانات القارة والثابتة Static Data وهي التي يدرجها المستخدم أثناء التسجيل في موقع الشبكة مثل النوع، والعمر ، ولا يمكن للموقع تغييرها.
- التراسل المتبادل وتكوين ملفات الفيديوهات ومستودعات الصور اختيار الأصدقاء ونوع العلاقات معهم وتشجيع العمل الجماعي لدى المستخدمين من خلال انشاء صفحات تجمعهم في مختلف الفعاليات والأحداث الهامة Events إضافة إلى تقديم خدمات الاعلانات والتدوين وخدمات التزكية والارشاد السريع لاقتناء المنتجات Recommendation System والدفع نحو استخدام الألعاب الجماعية Multi Users Dungeons وإلى خلق غرف الدردشة والشات ودعمها للأداء على مختلف الأجهزة الالكترونية كالهواتف الذكية **(هارون، 2017، الصفحات 98-102)**

3-3 نشأة وبروز الشبكات الاجتماعية:

برزت في أواخر القرن العشرين الشبكات الاجتماعية التواصلية وأصبحت الآن حقل خصب يستقطب الجميع سواء مستخدمين أو باحثين أو إعلاميين وأصبحت بيئة موائمة للإدارة والتجارة والتسويق ولمختلف المجالات، ويعود الفضل في كل هذا إلى الدور الذي لعبه الويب 0.2 في تطور شبكة الإنترنت والتي بدورها لعبت دورا هاما في الاتصال والتأثير على سلوك الأفراد في الحياة، ففي سنة 1994 أنشأت أول المدونات ثم دشن موقع Classmates.com وهو موقع يجمع الزملاء الذين تفرقوا بعد الدراسة حسب ظروفهم الحياتية، وفي سنة 1997 أطلق موقع Sixdegrees.com كأول شبكة تواصل اجتماعية بالنظرة الحديثة، وقد أتاح للمستخدم فرصة إنشاء ملفات تعريفية وإقامة صداقات مع غيرهم، ليتم سنة 1999 إطلاق منصات خاصة بالمدونات سهلت للمستخدمين نشر محتوياتهم القصيرة عبرها، وفي سنة

2001 ظهر الجيل الثاني من الشبكات الاجتماعية وكان موقع Ryze.com لرفع الكفاءة العمالية الاقتصادية، وبحلول 2003 نمت الشبكات الاجتماعية وأطلقت عدة مواقع منها: Flickr الخاص بالصور وYoutube الخاص بمقاطع الفديوهات، و MySpace وأطلقت في سنة 2004 منصة Facebook والتي كانت في البداية منجزة لتواصل الطلبة بجامعة هافارد، وفي سنة 2006 انتشر وعمم للجميع ، ليطلق بعده موقع Twitter وSlideshare ، وبحلول 2011 أصبحت الشبكات الاجتماعية التواصلية بكل أشكالها من الأدوات المهمة على شبكة الإنترنت وشاع استخدامها في مختلف المجالات العلمية والبحثية والإعلامية والتجارية وغيرها **(ثابت و شاكر، 2019، الصفحات 04-05)**

3-4 ظهور الشبكات الاجتماعية:

مرت الشبكات الاجتماعية التواصلية بمراحل عديدة منذ ظهورها قسمها الباحثون تقنيا وزمنيا إلى أربعة مراحل رئيسة وهي:

أ- **مرحلة النشأة:** وهي المرحلة الأولى لبداية تأسيس انطلاق الشبكات الاجتماعية وكان بروزها مع ظهور صفحات الويب في تسعينات القرن الماضي؛ حيث كانت سنة 1995 سنة الظهور الفعلي للشبكات الاجتماعية ويعتبر موقع Class Mates Com المعد للربط بين زملاء الدراسة الذين فرقتهم الحياة والظروف أو أشكالها، ويليه ظهور موقع Six Degress Com الخاص بتبادل الرسائل بين الأصدقاء في محموعات محددة، إضافة لموقع Ryze الخاص بالتعاملات التجارية بين رجال الأعمال، وتعتبر سنة 2003 سنة لظهور MySpace الموقع الأمريكي أكبر الشبكات الاجتماعية في العالم في ذلك الوقت، وقد اتسمت هذه المرحلة بتقديم خدمات ضعيفة ومحدودة وصعبة نوعا ما اتصاليا وفي نطاقات جغرافية محدودة **(العدوان، 2022، صفحة 32)**

ب-**مرحلة التوسع والانتشار والذيوع:** وهي المرحلة الثانية من مراحل تطور الشبكات الاجتماعية وفيها ازدهرت أدوات ومعدات الاتصال الرقمي من خلال ظهور المحادثات وانتشار الفيديوهات والصور ورواج برامج جديدة مثل "Yahoo Messenger" و بريد Hotmail وظهرت مواقع للتواصل الاجتماعي رائدة منها Youtube وTwitter وFacebook وهي قائمة على خصائص Web 0.2 كالمحادثات الفورية والفيديوهات ومجمعات الصور وتقاسم الأفكار ومشاركتها في ذات الوقت مع الآخرين، كما عرفت هذه المرحلة ريادة مجموعة من التطبيقات على شبكة الإنترنت كالوسائط المتعددة ومواقع المشاركة والمدونات، كما تطورت بها المجتمعات الافتراضية وزاد فيها التعاون والاندماج والتفاعل توازيا مع تعاظم خدمات شبكة الإنترنت، كما تعتبر هذه المرحلة مرحلة نجاح

لاسيما على مستوى التعارف والتواصل الاجتماعي بين المستخدمين وكذلك لتجميع المعلومات والبيانات في مختلف المجالات، إضافة إلى أنها تعتبر مرحلة تبلور واكتمال الشبكات الاجتماعية التواصلية **(العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 25)**

ت-**مرحلة تعاظم التواصل الاجتماعي:** وهي مرحلة قائمة على انتشار التطبيقات على غرار صفحات الويب، ومن خلال تلك التطبيقات ينفذ المستخدم للموقع الذي يختاره بطريقة غير معقدة سريعة وبهذا اتسع انتشار الشبكات الاجتماعية وارتفع عدد مستخدميها منذ سنة 2011 إلى أكثر من مليار مشترك، ومن المواقع البارزة في هذه الفترة موقع Friendester و منصة Skyrok وصولا إلى Instagram و +Google، وبتطور وتنوع الشبكات الاجتماعية ازدادت اهميتها في حياة الأفراد **(المطيري، 2015، صفحة 49)**

ث-**مرحلة الارتباط بتطبيقات الأجهزة المحمولة:** وهي المرحلة الراهنة التي تحررت فيها الشبكات الاجتماعية من نظام الويب وتحولت وجهتها إلى الأجهزة الحديثة المحمولة وأضحى بإمكان المستخدم الولوج إلى شبكة الإنترنت عبر الموبايلات والأجهزة الذكية والحواسيب اللوحية بسهولة وببساطة من أي مكان في العالم وفي كل وقت ودون عناء أو جهد مبذول **(العدوان، 2022، صفحة 35)**

3-5 تقسيمات الشبكات الاجتماعية:

عرفت الشبكات الاجتماعية عدة تصنيفات وتقسيمات منذ ظهورها إلى يومنا الحالي ولعل أهمها تفيئة كل من Kazienko & Musial التي ترتكز على العلاقات القائمة على البناء الشبكي للكيانات المتجمعة وتكنولوجيا التواصل الحديثة ومنها: الشبكات غير المباشرة كخدمات البريد الالكتروني والشبكات المنجزة لتحقيق أهداف معينة كشبكات الزواج و التعارف، شبكات الأداء المتقاسم كشبكات ترتيب الندوات والمؤتمرات، الشبكات الحلية ذات النطاق الجغرافي المحدد، الشبكات المتشعبة والمترابطة بين المستخدم وصفحات الويب الأخرى.

إضافة إلى تقسيم المؤسسات الخدماتية لتكنولوجيات المعلومات الذي وضعته شركتي Clicks & Links في تقرير لهما حول مواقع الشبكات الاجتماعية؛ حيث حددت أساليب متنوعة في التقسيم سواء على الشكل الملموس المادي أو على أساس الفئات التي تخدمها أو الخدمات المقدمة لهم ومن بين هذه التقسيمات نذكر: الشبكات الاجتماعية ذات المحتوى (فيديوهات، صور، دعائم معلومات)، والشبكات الاجتماعية الخاصة كالفايسبوك، وشبكات التفاعل الاجتماعي عبر التطبيقات الحرة على الانترنت (شبكات المسميات البيضاء) والتي يستطيع من خلالها الفرد انشاء عالمه الافتراضي ويتحكم في إعداداته

ويختار ما يناسبه وفق سياق معين، كذلك شبكات البيانات التخيلية متعددة المستخدمين مثل Second Life العالم التخيلي ثلاثي الابعاد المتاح على الخط عبر شبكة الإنترنت، الشبكات الاجتماعية المحمولة، وشبكات مواقع البث الاجتماعي مثل www.wink.vom و موقع سبوكيو، الشبكات الاجتماعية الفئوية والمنتديات المحلية والمدونات، كما أنه قد وضع فيكي بروك تقسم شبكات المواقع المهنية المتسابكة والمواقع المودعة للترفيه ومشاركة الوسائط المتعددة والتجمعات الافتراضية وحشد الالعاب عبر الخط، بينما ذهب George Pallis إلى التقسيم الموضوعي (شبكات ترفيهية وشبكات التوظيف) وشبكات حفظ البيانات (مركزية ولا مركزية) وحسب أنظمة التشغيل (الشبكات القائمة على الويب، والقائمة على البيئة السحابية) وحسب الشكل الشبكي (شبكات خاصة موجهة الأفراد، وأخرى ذات المحتوى الموجه) ورغم كل هذه الاجتهادات تبقى معايير تقسيم الشبكات الاجتماعية متعددة **(هارون، 2017، الصفحات 88-97)**

3-6 أهمية الشبكات الاجتماعية:

عرفت الشبكات الاجتماعية توسعا وشيوعا في عصرنا الراهن والتفّ حولها ملايين المستخدمين، ومن خلال تركيزها عل العلاقات القائمة بين المستخدمين من التعارف إلى العلاقات المتينة والوثيقة، ولاسيما في ظل ما توفره أدواتها المتنوعة من خدمات ومن أهميتها نذكر:

- تتيح الشبكات الاجتماعية للمستخدم التحدث مع عدد كبير من المستخدمين في نفس الوقت.
- تقدم الشبكات الاجتماعية للمستخدم التعرف والحديث مع مستخدمين يقاسمونه نفس المصالح والاهتمام، من مختلف أرجاء العالم.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية فضاء رحب لممارسة الحرية والتعبير عن الآراء والتوجهات بكل ديمقراطية حسب أنماط الأنظمة السياسية القائمة في مختلف أنحاء العالم.
- تمتلك الشبكات الاجتماعية طابعا يساعد الأفراد على تكوين مجموعات مختلفة الاهتمامات للصداقة والتضامن وبمختلف اللغات تمنح لهم بالشعور بالانتماء والقبول والرضاء.
- تؤثر الشبكات الاجتماعية على دورة حياة المجتمعات لاقتحامها مختلف مجالات الحياة ثقافيا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية أدوات لتوجيه الرأي العام وإحداث التغيير في الدول الحديثة وبالتالي هي وسيلة في يد الشعوب تهدد أمن واستقرار الأمم.

- من الناحية الإعلامية غيرت الشبكات الاجتماعية المشهد الإعلامي وأضفت عليه السرعة والتفاعل وحررته من مقص الرقيب المهيمن في الوسائل الجماهرية الثقيلة؛ فقد أصبح نقل الخبر والمعلومات بالصورة المباشرة بسرعة من مكان وقوعه محققة في ذلك السبق في نقل الأحداث والتفوق على الوسائل الإعلامية الأخرى.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية فضاء للقراءة والثقافة والتعلم منفتحا على العالم متاحا في كل الأوقات.
- من الناحية الاقتصادية أصبحت الشبكات الاجتماعية مساحة للتبادلات التجارية والإعلانات والإشهار وترويج السلع والمنتجات **(أبو سويلم، 2015، الصفحات 30-32)**
- ومن الجانب السياسي ساهمت الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي والمشاركة السياسية لدى الأفراد في المجتمعات وساهمت في نقلهم من الاهتمام إلى المعرفة السياسية ومن التصويت إلى المطالبة السياسية، كما أن رفع الوعي السياسي يخدم السياسيات الفاعلة في البلدان، وعليه فان الشبكات الاجتماعية تعتبر بمثابة عامل تهيئة خاص بمتطلبات التغيير والبحث عن الحقيقة حتى وان كانت تعج بالمعلومات والأخبار المغرضة **(بن دعاس و قرناني، 2020، صفحة 202)**

3-7 أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

خدمات الشبكات الاجتماعية متعددة نذكر منها مايلي:

- **خدمة الملفات الشخصية Profile Page** : وفيها يظهر للمستخدم اسمه ومعلوماته المدرجة كبياناته الشخصية وصورته، وتعتبر الواجهة الأمامية للوصول إلى المستخدم وطريقا لتتبع نشاطه ومعرفة أصدقائه عبر الشبكة ومختلف إعداداته في الحساب.
- **الجدارية Wall:** وهي المساحة التي يظهر عليها معلومات الحساب والإشعارات التي تصله كطلبات الصداقة.
- التواصل مع الأصدقاء وإقامة علاقات معهم عبر الشبكة (Amis)
- **خدمة النقر Pokes:** ومنها يلفت المستخدم الأصدقاء الذين يتواصلون معه بإرسال ملصقات ذات معاني رمزية في شكل مثل ملصقات الترحيب والمزاج.
- **مجمعات الصور:** Albums Photos: يستطيع المشترك في الشبكات الاجتماعية إنشاء ملفات لتجميع الصور يحملها أو يدرجها بنفسه على حسابه.

- **خدمة عرض الصفحات:** لاسيما من خلال شبكة فيسبوك للاستفادة منها تجاريا من خلال تفعيل الاعلانات والحملات الاعلانية الخاصة بأصحاب المنتجات والسلع وعرضها على المستخدمين وإظهارها لهم، وفي المقابل يتلقى موقع الشبكة مبلغا عن عدد النقرات والإعجاب والمشاهدة.
- **إنشاء المجموعات: Les Groups:** يقوم المشترك بالانضمام إلى مجموعات يختارها أو يضاف إليها من قبل صديق أو يقوم بإنشائها ودعوة الأصدقاء للانضمام إليها حسب الهدف منها، وتكون هذه المجموعات فضاء للنقاش والحوار والتعارف والتقارب لاسيما مع احتوائها على خاصية الأحداث Events ومنها يظهر عدد المنخرطين ومختلف المعلومات التي يمكن أن تعرض على جدارية صفحة المجموعة بالإشعارات والإحصاءات **(جرار، 2012، الصفحات 41-42)**

ثالثا: أبرز أشكال الشبكات الاجتماعية:

1- المدونات الإلكترونية:

1-1 تعريفها:

تجاوزت المدونات الإلكترونية منذ ظهورها حدود الوسيط الإعلامي الذي يقدم البيانات والمعلومات والأخبار وقراءتها إلى وسيطا إلكتروني يحمل من الدلالات والمؤشرات والأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية والسياسية، وهذا ما يعكس مدى أهميتها في المجال الإعلامي رغم تعاظم دور الشبكات التواصلية الاجتماعية، ويعكس أيضا مدى تعقيد وعمق ظاهرة التدوين الإلكتروني ومدى اتساع مساحات التعبير عن الرأي وتقديم الذات دون التعرض لصعوبات وقيود دون الخروج عن الإطار القانوني لسيادة كل بلد.

وتعرف المدونات الإلكترونية في اللغة العربية بالتعريب الأكثر شيوعا لمفردة Blog والذي يعني "مدونة" أي دفتر الشبكة، وهي تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت تقدم للمستخدم صورة مصغرة عن صفحات الويب بها معلومات وبيانات مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا وفق السياق العام لأنظمة تسير المحتويات، يديرها ناشرا يملكها، تشكل محتوياتها أرشيفا لمدخلاتها عبر مدار نشرها يمكن القارئ من الرجوع إليه في كل وقت، وعليه فالمدونة يحررها مدون واحد ويزورها عشرات المتصفحين ويتفاعلون مع محتوياتها، وتتميز المدونة برابط يميزها عن المذكرات اليومية المتاحة على الشبكة، تخضع المدونة للتحديث المستمر والتقديم بالعرض الترتيبي العكسي وفي الغالب تكون مجانية الاستخدام، كما تندرج ضمن صفحات Web 0.2 الخاضعة للتغيير الدائم تسجل مضامينها في قوائم عكسية هدفها التواصل عبر الشبكة، ومن أبرز سمات المدونات الاستدعاء والطلب العكسي لمحتوياتها وتزامنية التغذية العكسية

بها، وعدم خضوعها للضوابط المثبطة مع قابلية البحث في الأرشيف، كما أنها غير رسمية وذات طابع شخصي **(مسعود، 2017، الصفحات 182-184)**

وفي اللغة اللاتينية اشتقت مفردة Blog من Blogger "المدون" و Blogging "التدوين" وفعلها Blog أي يدون ووردت الكلمة بمعنى التسجيل الشخصي للآراء والنشاطات على حساب المستخدم عبر أي موقع في شبكة الإنترنت حسب قاموس Oxford، وبطهور كلمة Blog زادت إضاءتها في المعاجم والقواميس وظهرت مصطلحات جديدة مثل Blogspher ويعني الفضاء التدويني والذي يمكن من خلاله في المدونات إضافة وإدراج فيديوهات وصور ونصوص وروابط تشعبية لمواقع إلكترونية أخرى **(مراد، 2015، صفحة 128)**

ومن خلال ما تم عرضه نستطيع القول أن المدونة الإلكترونية من الأدوات الاتصالية المتاحة عبر شبكة الإنترنت يستخدمها المدون للتعبير عن ذاته وأفكاره وآرائه في مختلف المجالات بحرية، وقد تكون المدونات متخصصة في مجال محدد، كما تعتبر المدونات من آليات النشر الإلكتروني، كونها من الخدمات التي يقدمها Web 0.2 تتسم بالبساطة والسهولة في التسيير والتحديث، وبهذا فهي مصدر من مصادر المعلومات والبيانات الهامة يعتمد على استمرارية النشر عبرها بالترتيب الزمني العكسي يشكل أرشيفا متاحا لإثراء رصيد الطلبة والباحثين ومختلف الفئات العمرية.

1-2 السياق التاريخي لظهور المدونات:

في البداية ظهرت المدونات الإلكترونية سنة 1996 على شكل يوميات يعبر فيها المستخدمين عن حياتهم اليومية ومفضلاتهم الشخصية، ومع انتشار المدونات وذيوعها في الوسط الإعلامي بشكل ملفت للنظر لاسيما مع حلول سنة 1999 حين عرف التدوين تطورا كبيرا من حيث الأساليب والآليات، والخدمات التي تقدمها مثل Dreamhost ومن حيث برمجيات إعدادها live Journal, Word Press وبهذا استطاع المدونون توظيف هذه التطورات في البحث عن من يقاسمهم نفس الاهتمامات والترابط معهم، وتعاظم انتشار المدونات بشكل كبير وسريع، فعلى سبيل المثال وصل عدد التدوينات في موقع Xanga سنة 1997 أكثر من 100 تدوينة، لتصل إلى 20 مليون تدوينة سنة 2005، ومع حلول 2001 زادت أهمية المدونات في المجتمع، وزاد اهتمام مدارس الصحافة ومراكز البحث والتكوين في الولايات المتحدة الأمريكية بالبحث في ظاهرة التدوين وإجراء الدراسات حولها ومقارنتها مع الصحافة آنذاك، وبحلول 2002 باتت المدونات الإلكترونية بيئة للنشر المعلومات والأخبار يلجأ إليها الباحث والطالب والسياسي ومختلف فئات المجتمع للتعبير عن اهتماماتهم المتنوعة، كما ننوه أنه في هذه الفترة

استخدمت المدونات الإلكترونية كذلك في مجال الدعاية التجارية وحتى الاقتصادية والسياسية، **(الوردي، 2007، صفحة 12)**

وتعتبر سنة 2001 البداية الحقيقية لبروز المدونات لاسيما بعد أحداث الحادي عشر من شهر سبتمبر حين لجأ الصحفيون إلى استخدام المدونات لتبادل الآراء والأفكار والدفاع عنها وبهذا سطع نجم المدونات وتعاظم دورها في التأثير بشكل ملفت للانتباه، ومن الأحداث البارزة عالميا في سنة 2002 استقالة السيناتور Trent Lott لما تعرض لحملة انتقادات كبيرة ضده قام بها المدونون جراء تصريحاته العنصرية، وبعدها توالى ظهور المدونات خاصة مع الغزو الأمريكي على العراق سنة 2003 "المدونات الحربية" لتبلغ المدونات بذلك مرحلة النضج والكمال سنة 2004 وتحول التدوين إلى ظاهرة عالمية اتسعت على نطاق واسع في مختلف المجالات وبلغت ذروتها في سنة 2005، وهكذا عرفت شبكة الإنترنت ميلاد وسيطا جديدا مختلف على باقي المواقع الكلاسيكية المألوفة حينها ومختلف مواقع الدردشة والمواقع الشخصية والبوابات، وتتميز المدونات بروابط مشتركة ساعدتها على الانتشار السريع والملفت للنظر حيث وصل عددها حسب موقع Technorati الخاص بإحصائيات المدونات سنة 2000 إلى مليون ومائتان مدونة لتبلغ سنة 2006 أكثر من خمسون مليون مدونة عبر العالم، وحسب الباحثون هناك مجموعة من العوامل التي ساعدت على ظهور المدونات منها: مرونة التقنية، وعولمة المجال الإعلامي، وعدم الرضاء على مخرجات الصحافة والتقليدية وانفتاح المستخدم على العالم وتعاظم خدمات الإنترنت المتاحة واتساع دائرة الحرية والتعبير عن الرأي والذات ونشر الأفكار الجديدة والمتجددة بين الأمم والشعوب وغير ذلك من العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي واكبت التطورات التكنولوجية الحديثة في العالم **(الزرن، 2007، الصفحات 164-165)**

1-3 أنواع المدونات الإلكترونية:

وضع الباحثون في علوم الإعلام والاتصال معايير كثيرة لتصنيف المدونات الإلكترونية نذكر منها ما يلي:

أ- حسب المضمون:

وتنقسم إلى المدونات النصية (منشوراتها نصية معززة بمقاطع الفيديوهات والصور)، مدونات المحتويات الصوتية (فيها قناة لكل مدونة مترابطة مع غيرها)، مدونات الفيديو (أساسها الفيديوهات)، مدونات الروابط (لها روابط مع صفحات ومواقع تناسب محتواها)، مدونات الصور (تقوم على مشاركة

الصور وفي النادر ما يسمح للتعليق عنها) والمدونات السريعة ومتعددة الوسائط (تتيح للمستخدم نشر وسائط متعددة كالفيديوهات والأصوات والنصوص والصور).

ب- حسب الغرض:

ومنها المدونات الشخصية (خاصة بأصحابها وتتيح للقراء فرصة مشاركتها)، المدونات الموضوعية (خاص بموضوع معين)، المدونات الفكرية (بها أفكار محددة)، مدونات مقالية إخبارية (بها ملخصات الأخبار والمقالات)، المدونات الجماعية والتعاونية، المدونات السياسية، المدونات العلمية، والمدونات الأدبية والتعليمية.

ج- المدونات حسب الوسائط المتعددة:

خاصة بالصور والفيديوهات والروابط المتشعبة والبث الإذاعي وقد تكون محتوياتها متنوعة بتنوع الوسائط واستخداماتها على الإنترنت **(شركة خبراء التسويق، 2024)**

وهناك أنواع أخرى للمدونات منها:

- مدونات الصور Photo Blogs ومدونات مقاطع البث الإذاعي Podcast Blogs ومدونات Videos Blogs (بها الصور والفيديوهات والبث الإذاعي).
- المدونات الإلكترونية ذات الروابط المتشعبة Link Blogs وهي من أوائل المدونات على شبكة الإنترنت Weblog وبها روابط متعددة تحمل وصفا قصيرا، يراها صاحب المدونة أنها جديرة بالزيارة.
- المدونات الإلكترونية ذات المذكرات اليومية Online : Diary Blogs بها حياة ويوميات أصحابها.
- المدونات الإلكترونية ذات المقالات Article Blogs بها تقديم وتعليقات وتفاعلات حول موضوع معين كالأخبار والتقارير والأحداث.
- المدونات الإلكترونية الجماعية والخاصة بمجموعة من المدونين حول موضوعات متنوعة.
- المدونات الإلكترونية المنوعة وبها مجموعة كبيرة من الأنواع السابقة الذكر من المنوعات مثل المدونات الشخصية والجماعية والتعليمية والعلمية والمدونات النصية والصوتية والتي بها فيديوهات وغيرها من أنواع المدونات **(الزلب، 2023، الصفحات 94-95)**
- المدونات الجزئية: وفيها البث السريع للمعلومات وفيها تحدد الجغرافيا ومواقعها، كموقع الترابط الشبكاتي المجتمعي.

- مدونات مواقع الويكي: يشترك فيها عدد كبير من المستخدمين الذين يساهمون في تجميع معلومات وبيانات متواصلة ومترابطة منطقيا إلكترونيا مثل موسوعة ويكيبيديا العلمية، مواقع الأخبار، والملاحة الاجتماعية وتحرير النصوص وتسيير الملفات وغير ذلك **(العلي، 2015، الصفحات 130-132)**

4-1 الأجزاء الأساسية المكونة للمدونات الإلكترونية:

من أبرز الأجزاء المكونة للمدونات الإلكترونية ما يلي: المدون، الخادم الذي يوفر خدمة الإنترنت، محرر المدونة، تقديم المضامين بشكل ميقاتي، أرشيف المحتويات، مكان إضافة التعليقات والتفاعلات، إضافة إلى داعمي خدمات إعداد المدونات والتي تقدم نماذج مدونات مخصصة جاهزة متاحة للاختيار مع إمكانية تعديلها بعد الاختيار، مع كتابة اسم النطاق الفرعي للمدونة وتوفير لوحة مفاتيح بلغات مختلفة ومنها اللغة العربية مع نظام تسجيل بمختلف اللغات **(البياتي، 2014، الصفحات 344-345)**

إضافة إلى الأجزاء السابقة نجد عناصر ثابتة في المدونات وهي: النموذج، الرابط، التقويم الشهري، الإضافات، التصنيفات، الأرشيف، معلومات المحرر، أيقونة البحث، لائحة الزوار القدماء والحاليين، حالة الطقس، وكل هذه السمات والعناصر سمحت للمدون أن يحرر ويعدل وينشر المحتويات بسهولة تامة ومرونة عالية، كما أنه يوجد صنفين كبيرين من المدونات هما المدونات النصية والمدونات الصوتية وتندرج ضمنها أنواع عديدة من المدونات **(مراد، 2015، الصفحات 136-139)**

2-موقع الفيسبوك Facebook:

2-1 تعريفه:

ورد في مجلة النجاح مقال للباحثة Sally Deenan في شهر أفريل 2011 وهي أستاذة بجامعة Fordham مقولة " لو كان الفيسبوك أمة لكان ثالث أكبر موقع في العالم بعد الصين والهند؛ مئات الأفراد ينضمون إليه في كل ساعة" فهذا نجاح بالفعل، ففي نفس السنة بلغ عدد مستخدميه أكثر من 800 مليون وهو ما يمنحه المرتبة الثالثة من حيث عدد الأفراد بعد كل من الصين والهند ولكن في غضون ثمانية سنوات وليس مئات السنوات مثلهما، فميزة النداء الذي لا يقاوم " الأصدقاء" زادت من المنضمين إليه، رغم أن العالم عرف مجموعة من الشبكات الاجتماعية قبل ظهور الفيسبوك؛ حيث يعتبر موقع Friendster سنة 2002 أقدم شبكات التواصل الاجتماعي والمتكون كلمة " Friend" و "Napster" الموقع الخاص بمشاركة ملفات الموسيقىMP3 غير المدفوع وذو الشعبية الكبيرة حينها، ويليه في عام 2003 ظهر موقع "Myspace" وكان شعاره "a Place For Friend " مكانا للأصدقاء مجانا، وفي عام 2004 أطلق "Mark Zuckerberg" موقع الفيسبوك وكان موجه لطلبة جامعة هارفارد

الأمريكية والجامعات الأخرى ومرتبط بالبريد الإلكتروني التعليمي في إنشاء الحساب، لذلك تمكن بعض الأساتذة من الانضمام إليه مبكرا، وقد وصلت سعة استيعابه للأصدقاء 5000 صديق كحد أقصى يسمح به موقع الفيسبوك **(Levinson, 2013, pp. 13-14)**

ويشير كثيرا من الباحثين أن موقع الفيسبوك نوع من Hot Or Not ظهر كنتيجة غير متوقعة من موقع Face Match الذي ظهر في 28 أكتوبر 2003 في جامعة هارفارد والذي يهتم باختيار صور الأشخاص الأكثر جاذبية ولفتا للانتباه بعد عرضها على مجموعة من الأفراد **(شمس الدين، 2013، صفحة 73)**

ويعتبر موقع الفيسبوك من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي استقطابا للمشتركين من مختلف الفئات العمرية لاسيما في ظل التطور الذي عرفه في السنوات الأخيرة التي أضفت عليه طابعا خاص للتفاعل والحركية من خلال توظيف ملصقات الرموز والمعاني من صور وفيديوهات ونصوص في الدردشة، ومن خلال التواصل الفردي أو الجماعي، وقد أطلقه مارك زوكينبرغ يوم 04 فيفري 2004 في البداية بغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد **(ساحي و كزيز، 2017، صفحة 120)**

وقد عرف الفيسبوك تعريفات كثيرة من حيث الوظائف التي يقدمها ومن حيث الوصف وسهولة الاستخدام ومن حيث عناصره ومكوناته ومن بينها نذكر:

ويعرفه مؤسسه Mark Zuckerberg بموقع من مواقع الويب غير مدفوع الأجر خاص في الاستخدام، مسئوليته محدودة، تملكه شركة Facebook، يجذب المشتركين فيه ويمنحهم امكانية التواجد ضمن مختلف الشبكات بالإقليم أو المدرسة أو المدن أو أبحاث العمل للتواصل والتفاعل معهم حول المواضيع التي يهتمون بها، كما يقدم لهم خدمات عديدة منها طلب الصداقات وتحديث ملفات الحسابات الشخصية وتزويده بقوائم الأصدقاء الذين يقاسمونهم تبادل الرسائل والمعلومات ويتعرفون من خلاله على بعضهم البعض.

كما يعرفه حسنين شفيق بموقع لشبكة اجتماعية عبر الإنترنت يعطي للمستخدمين إمكانية إنشاء قاعدة لحساباتهم الشخصية وإقامة علاقات صداقة مع مختلف المستخدمين والانتساب لشبكات تواصلية ومجموعات متباينة ومتنوعة، مع إمكانية الكتابة على حائطهم ونشر المعلومات والبيانات والإعجاب بها ومشاركتها مع الآخرين، في حين ذهب مبارك خضر فضل الله إلى أنه مصطلح يشير إلى سجل ورقي يحمل معلومات وصور للأفراد في مجموعة أو في جامعة معينة ويقدم خدمات كالتعارف والتواصل والدردشة والأبحاث والتفاعل وخدمات أخرى **(نبيح، 2019، صفحة 119)**

وجاءت فكرة الفيسبوك من فكرة "كتاب الوجوه" الذي يساعد الطلاب في التعرف على بعضهم البعض بالاسم والصورة، وفي البداية أسس مارك زوكنبرغ الموقع لطلبة هارفارد الأمريكية للتواصل والتفاعل فيما بينهم أثناء الدراسة فقط، وبعدها اتسع انتشاره وأصبح متاح في الجامعات والمؤسسات التعليمية ولعامة الناس في 2006 وبات في استطاعة كل مواطن التسجيل والاشتراك في موقع فيسبوك دون امتلاكه لبريد الكتروني تعليمي كما كان يشترط في البدايات الأولى لظهور الفيسبوك في جامعة هارفارد **(الدعمي، 2017، صفحة 81)**

وعليه ووفقا لما تم عرضه من مفاهيم حول موقع الفيسبوك نستطيع القول أنه أسس من أجل تقديم خدمات مجانية متاحة على الشبكة العالمية كالتعارف والتواصل والدردشة والنقاش والحوار والبحث عن قدامى الأصدقاء وأصحاب الاهتمامات المشتركة ونشر الفيديوهات والصور والمعلومات والأخبار والأحداث إضافة إلى الإعلان والترويج والتسويق والترفيه والتسلية.

2-2 التتبع التاريخي لظهور موقع الفيسبوك Facebook :

يعتبر الطالب Mark Zuckerberg من مواليد 14 ماي 1984 بوايت بلينس بنيويورك الأمريكية المهتم ببرمجيات الحواسيب صاحب ومؤسس موقع الفيسبوك بجامعة harvard؛ حيث لم يكن الموقع في بدايته سنة 2003 سوى مدونة تربط الزملاء والأصدقاء (زملاء مارك وأصدقائه) في الجامعة للتعارف والتواصل، وبمساعد كل من Chris Hughes & Dastin Moskovitz & Eduardo Saverin المهتمين بدراسة علوم الكومبيوتر، وقد انطلق الموقع من فكرة إنشاء موقع تفاعلي الكتروني لجمع الأصدقاء من الطلبة أثناء الدراسة والمحافظة على علاقاتهم بعد التخرج من الجامعة، وبرفض إدارة الجامعة آنذاك إعطاء Mark Zuckerberg بيانات ومعلومات الطلبة، لجأ هذا الأخير إلى إختراق نظام معلومات الجامعة وقرصنته وحصل بذلك على نسخة من ملف الطلبة المسجلين يضم أسماؤهم وصورهم وأنشأ موقع Face Match يوم 28 اكتوبر 2003 للمقارنة بين صور الطلبة وزواره واختيار الأوسم والأكثر جاذبية منهم، وفي غضون أربع ساعات شوهدت على الموقع 22000 صورة من طرف 450 زائر، لتتفطن إدارة الجامعة باختراق نظامها وفصلت مزود الإنترنت بها، ليبادر Mark Zuckerberg بإعداد نموذج يتيح للأفراد كتابة معلوماتهم وبياناتهم وإضافة صورهم بأنفسهم وأطلق عليه كتاب الوجوه "Bookface" ودعى الطلبة لإدراج بياناتهم بأنفسهم، وأرسل عبر البريد الالكتروني رسالة يدعوهم فيها للولوج إلى الموقع لإبداء آرائهم وملاحظاتهم **(بوقلوف، 2017-2018، صفحة 189)**

وقد أطلق الموقع في البداية بتاريخ 04 فيفري 2004 بمسمى The Facebook.com ليحقق نجاحا باهرا في التعارف والتواصل بجامعة هارفارد ليطالب بعدها بتاريخ 19 فيفري 2004 طلبة الجامعات الأخرى بالانضمام إليه، وقد أصغى مارك لهم وأتاح لهم استخدامه، ليتم بعد ذلك بعامين سنة 2006 فتح أبوابه للعامة ليرتفع عدد المشتركين به في ديسمبر 2006 من 12 مليون ليصل عدد مستخدميه أكثر من 60 مليون مع نهاية سنة 2007 **(توفيق، 2018، صفحة 215)**

وقد لفت النجاح الذي حققه موقع الفيسبوك أنظار صانعي المعلومات من ناحية نمو الشبكات الاجتماعية بشكل سريع يلبي حاجات المستخدمين ومن ناحية النجاح الباهر الذي حققه الفيسبوك، وقد نتج عن ذلك عروض مغرية لشراء موقع فيسبوك خاصة بعد سنة من تأسيس شركة "News Corporation" لصاحبها الأسترالي روبرت ميردوخ التي اشترت موقع Myspace ب 580 مليون دولار، لكن زوكونبرغ رفض العروض وتمسك بشبكته وصرح لوسائل إعلام بريطانية أن الجميع لم يقدروا قيمة الشبكة لاسيما من الناحية الاتصالية التي ستعود عليه بأرباح كبيرة وعلى الاقتصاد العالمي إذا عمل على تطويرها، وبالتالي تتم عملية تمويل الموقع من خلال عائدات الإعلانات ومن ثم سيلاحظون ارتفاع قيمته السوقية، التي وصلت حينها إلى 100 مليار دولار وبلغ عدد مستخدميه 800 مليون مستخدم بحلول نهاية سنة 2011 الذين كان عددهم سنة 2010 حوالي 400 مليون مشترك، فهذه زيادة كبيرة جدا والمتوقع أن تتعدى المليار مستخدم في سنة 2012، وطبعا يعود ذلك إلى عمل إدارة موقع الفيسبوك على تطوير ميزاته وخصائصه، خاصة مع ظهور google place الذي استقطب في غضون أسابيع الملايين من المستخدمين، وأصبحت إمكانية المشاركة في الموقع بديلا لطلب الصداقة، إضافة القصص الحديثة والهامة، إمكانية ضبط قوائم الأصدقاء بسهولة، إضافة أيقونة التنبيهات السريعة، طلب الإذن عند الإشارة على الصور، استقبال رسائل لا متناهية لصندوق الوارد دون أن يمتلئ، تحسين نظام الرسائل بالموقع وتخصيص مساحة عرض الصور ب960 بكسل بدلا من 720 ، إضافة إلى كتابة المنشورات وتحديد أمكان تواجد المستخدمين **(الشمايلية، اللحام، و كافي، 2015، الصفحات 205-211)**

وقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى من حيث عدد مستخدمي موقع الفيسبوك أشهر المواقع العالمية للعلاقات الاجتماعية ومد جسور الصداقة والتعارف للجميع، وبالتالي توظيفه في مختلف المجالات لاسيما السياسية منها عبر كل أنحاء العالم **(المطيري، 2015، صفحة 53)**

حيث في سنة 2013 تجاوز عدد المشتركين في موقع الفيسبوك المليار بقليل ليصل في سنة 2014 إلى مليار و125 مليون ثم مليار و500 مليون سنة 2015، ليرتفع ويصل في سنة 2016 مليار

و712 مليون، واستمر في الارتفاع ليصل المليار و800 مليون في سنة 2017، وتخطى المليارين و 19 مليون في سنة 2018، ثم مليارين و400 مليون سنة 2019 ومليارين و500 مليون مشترك سنة 2020 **(العيساوي، 2021، صفحة 13)**

وقد عرف موقع الفيسبوك انخفاضا في عدد المستخدمين نتيجة الانتقادات التي عرفها سنة 2021 ليصل إلى مليار و920 مشترك وهذا ما دفع الشركة إلى تغيير اسمها إلى Meta، لتصرح الشركة في 2023 عن تجاوز عدد المستخدمين المليارين مجدد لتعدى سنة 2024 ثلاثة مليار مستخدم نشط وهذا يدل على مدى أهمية شبكة فيسبوك في حياة المجتمعات عبر العالم **(ايمان، 2024)**

ومع مرور السنوات عرف موقع الفيسبوك تطورات رهيبة من حيث الشكل ومن حيث الخدمات التي يقدمها وصولا إلى تجسيدا متطلبات الأجهزة المحمولة ومختلف التطبيقات المرتبطة بها، كما قد عرف الموقع انتقادات لاذعة في السنوات الأخيرة على إثرها أعلن مارك زوكنبرغ في يوم 28 أكتوبر 2021 من مؤتمر "كونيكت" السنوي أن شركة Facebook ستغير اسمها إلى Meta "ميتا" سعيا منها لجمع تطبيقاتها ومختلف تكنولوجياتها تحت علامة تجارية واحدة جديدة، وتعني "ميتا" ما وراء أو ما بعد ويقصد بها الإشارة إلى مستقبل الموقع وخدماته المقدمة كالبريد الوارد على الفيسبوك، معرفة من يتطفل على الحساب، إمكانية نقل الملفات، إنشاء منشورات كبيرة الحجم قابلة للتخصيص، حفظ المشاركات في وقت لاحق، تحميل نسخة من ملف حسابك على الفيسبوك، توفير الأمان العالي، كتم تنبيهات المباشر، عدم ترك فيسبوك يتتبع ما تتصفحه على جهازك، إضافة إلى أنشاء قوائم الاهتمامات الخاصة بالمستخدمين **(زكريا، 2021)**

وبهذا التغيير لمح مارك زوكنبرغ إلى الطفرة النوعية في حياة البشرية بالارتقاء الخيالي في خدمة الفيسبوك لاسيما مع انتشار الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات والتي زادت من بصرية وحركية الإنترنت وتعاظمت سرعتها، أصبح الفيديوهات أداة للثراء في مشاركة التجارب والخبرات، أي من النص إلى الصورة إلى الفديو، وأكد مارك أن منصته الحالية تجعل الإنترنت مجسدا وتمكن المستخدم من التواجد في قلب التجربة وليس مشاهدا فقط، وأطلق عليه METAVERES وتعني ما وراء الكون، وقد وردت منذ حوالي 30 سنة في رواية أديب أمريكي، وأفاد مارك زوكنبرغ أن المستخدم سيحس وكأنه شخص آخر في مكان آخر وهذا تحقيق لحلم التواجد مع الآخر على الإنترنت وهي نقلة نوعية في التكنولوجيا الاتصالية الاجتماعية وأعد من أجلها أصحاب شركة ميتا فريق تكوين مختص يعمل على تطوير المنصة وتقديم خدمات عالية الجودة **(علي، 2021، الصفحات 02-06)**

2-3 العناصر المكونة لموقع الفيسبوك Facebook:

يتكون الفيسبوك من عناصر أساسية تعبر عن الخدمات والوظائف التي يقدمها للمستخدم وتتمثل هذه العناصر في :

- **الصفحة الرئيسية: Home** وتمثل الواجهة الأمامية للفيسبوك وتظهر للمستخدم مباشرة بعد عملية التسجيل والدخول وتتضمن الصفحة الرئيسية العناصر التالية:
- **الصفحة الشخصية Profile:** وتحتوي على معلومات وبيانات المستخدم وما يتم إضافته لها من تدوينات وفديوهات وصور وتعرض بشكل منسق ومبوب على الحائط على الفيسبوك ويظهر عليها الشريط الأزرق الذي يعطي للمستخدم حرية التجول عبر الموقع.
- **خانة البحث عن الأصدقاء Find Friendd:** ومن خلالها يستطيع المستخدم العثور على الأصدقاء وإضافتهم لقائمة أصدقائه.
- **الحساب Accont** : خاصة بتسجيل الخروج والتحكم في إعدادات الحساب والخصوصية علي جميع المستويات.
- **الأحداث Events:** وفيها تظهر مختلف الأحداث والمناسبات التي تم دعوة المستخدم إليها من الصفحات والمجموعات، إضافة إلى ظهور مناسبا الأصدقاء كعيد الميلاد.
- **تنبيهات وتوصيات الفيسبوك:** سواء من صفحات الأعمال الكبرى من الأصدقاء المحتمل أن يعرفهم المستخدم.
- **أيقونة طلبات الصداقة Friend Requests:** وتظهر عليها طلبات الصداقة الجديدة من خلال الإشعار بعددها باللون الأحمر.
- **أيقونة الرسائل الجديدة Message:** وتظهر عليها اشعارات الرسائل الجديدة في علبة الرسائل الواردة والاشعار بعددها وتحديد الخمس الأخيرة منها.
- **خانة البحث Search:** وتظهر على الشريط وتساعد المستخدم على الوصول للأصدقاء والمجموعات والصفحات المنتمي إليها أو الجديدة التي يرغب في الانضمام إليها.
- **الصورة الشخصية واسم المستخدم ورابط تعديل الحساب الشخصي.**
- **القائمة الجانبية:** وبها مرحبا بك، أخر أخبار الأصدقاء، وتعليقاتهم والصفحات المعجبين بها، مختلف الرسائل الجديدة والواردة وتحديثات الصفحات والأحداث.

- **شريط ماذا يتبادر إلى ذهنك:** what's on your mind وفيه حرر المستخدم حالته ويعرضها على حائط حسابه ويمكنه من تحميل أو إضافة فيديوهات وصور وروابط بمرونة وببساطة وبسرعة كبيرة.
- **وسط الصفحة الرئيسية:** ويظهر عليها آخر لأخبار الأصدقاء وحالاتهم وتعليقاتهم والصفحات الجديدة والفيديوهات والصور المشار إليها والمعجبين بها **(Site Helpernt، 2016)**
- **الإعدادات:** وفيها أدوات تمكن المستخدم من ترتيب وتنظيم حسابه كما يفضل ذلك.
- **التذييل Footer:** ويكون أسفل الصفحة به قائمة الارتباطات لتقديم البيانات والمعلومات المفيدة مثل المطورون واللغة والتعليمات وتقديم المساعدات.
- **شريط التطبيقات:** وتحتوي على التطبيقات العامة التي يستطيع المستخدم الاستفادة منها بمرئية دائمة، ويعطيه سرعة الوصول لتطبيقات الفيسبوك والمساحة لإعداد أزرار ارتباط للمفضلة كالدردشة.
- **صفحة النبذة:** وتحتوي على تحديث حالة المستخدم وعلامات التبويب وحائط المعلومات والصور إشارة العمودين الأيمن والأيسر، والمناسبات العامة والدعوات الخاصة والنقرة الترحيبية وغير ذلك من الأيقونات التي تقدم خدمات عالية الجودة للمستخدم **(السعدي، 2016، الصفحات 176-180)**
- **تسيير تفضيلات الإعلانات:** عند استخدام الفيسبوك يصادف المستخدم العديد من الإعلانات الخاصة بالمنتجات وبصفحات معينة تستهدفه، وتسمح هذه الخاصية له بتحديد ما يهمه واستقبال الإعلانات التي تهمه وحذف ما لا يهمه.
- **البحث داخل المحادثات:** تمكن المستخدم في حالات الرجوع إلى محتويات الرسائل وتذكر ما يبحث عنه في المحادثات السابقة.
- **إشعارات المنشورات:** إذ تظهر للمستخدم لتنبهه وتخبره بكل شي كوصول طلبات الصداقة والرسائل الواردة لصندوق الاستقبال وغير ذلك من الاشعارات **(حسين عبد، 2022، صفحة 377)**

كل هذه العناصر بمثابة خصائص وسمات تميز موقع الفيسبوك عن الشبكات الاجتماعية الأخرى وتجعله موقعا مفضلا يرتاده المستخدمين ويستفيدون منه في مختلف المجالات ثقافيا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا.

2-4 الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك Facebook:

منحت القيمة التواصلية والاجتماعية والثقافية للفيسبوك قيمة معتبرة في حياة البشرية إذ أصبح من الصعب التخلي عن استخدامه عند البعض لاسيما في ظل التسهيلات والخدمات التي يقدمها لهم أثناء القيام بوظائفهم المختلفة، ورغم الخدمات الأساسية التي يقدمها الفيسبوك والمتمثلة في الاتصال والتعارف

ومد جسور الصداقة بين المستخدمين والتعبير عن الرأي والذات والترفيه والتسلية والدردشة أثناء المحادثات، إلا أن الفيسبوك يقدم خدمات في مختلف المجالات ومنها:

أ- **في المجال الثقافي والاجتماعي:** مكن الفيسبوك المستخدم من الاستفادة من مختلف الأنشطة والبرامج الثقافية والاجتماعية المتاحة عبره، حيث بات يكتسب الخبرات الايجابية التي تنمي له روح الإحساس بالمسؤولية وتنمية الذات وتشجيع العمل الجماعي كالدعوة للعمل الخيري عبر الفيسبوك من خلال الانضمام إلى المجموعات الخيرية الناشطة، والدعوة إلى الخير والتسامح والتعاون ومد يد المساعدة للغير والتعرف على الأصدقاء من مختلف أرجاء العالم وإثارة النقاش والحوار الفعال الذي يخدم الفرد والمجتمع، أما من الناحية الثقافية أصبح الفيسبوك بمثابة مكتبة عالمية أبوابها مفتوحة للجميع بها مستندات وملفات وأشرطة وصور وفيديوهات تعج بالمعلومات والبيانات والأخبار، فالفيسبوك موقع فعال لتقصي الأخبار ونشر الأفكار المبتكرة العلمية والثقافية والتنموية وللعادات والقيم، وكل هذه المعطيات جعلت المستخدم يستفاد من الخدمات التي يقدمها في مختلف المجالات: كالصحة والتعليم والرياضة والموسيقى والعمل على تنمية قدراته العقلية والنفسية والسلوكية والوجدانية في أوقات فراغه والاستفادة من وقته في تنمية مهاراته واكتساب الخبرات المختلفة **(الكيلاني، 2019، الصفحات 17-19)**

ب-**في المجال الاقتصادي:** يقدم الفيسبوك خدمات التسويق بطرق مبتكرة؛ إذ يعتبر وسيلة تجذب المشتري وتقحمه في عملية البيع والشراء، فخاصية توفير المعلومات والبيانات عن السلع والمنتجات ومزاياها وتقديمها بصورة جيدة للجمهور المستهدف وبطرق مختلفة وعبر أجهزة النشر المتنوعة، وتعتبر الإعلانات غير مكلفة عبر الفيسبوك وهو ما يرفع من القيمة التسويقية للمنتجات عبره ولفت انتباه العلامات التجارية والمستثمرين ورجال الأعمال نحوه، كما ميزة الاستهداف المباشر للشرائح والمتعاملين بسرعة وتبليغ الرسائل بمصداقية يبني ويحسن الصورة الذهنية عن الاسم التجاري للمنج أو للمنظمة لدى العملاء ويرفع عدد المبيعات ويستقطب الكفاءات والمهارات ويتيح لهم فرص العمل عن بعد، فقد أصبح الفيسبوك وسيلة فعالة في المجال الاقتصادي تفوق فعالية مكاتب العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية لما يقدمه للمستخدم من مرونة وتوفير الوقت والجهد والتكلفة من كل مكان وفي كل زمان **(صديقي و نهار، 2017، الصفحات 260-261)**

ت-**في المجال السياسي:** قدم الفيسبوك خدمات عملاقة في المجال السياسي للحاكم والمحكوم معا؛ إذ أنه يعتبر بيئة افتراضية مناسبة للخطاب السياسي لاسيما في ظل الالتزام الاجتماعي للمستخدمين والتفاعل معه بالمشاركة والتعليقات والانتقال منه إلى المشاركة السياسية الفعلية الرامية إلى التغيير،

كما أن الفيسبوك مؤخرا أصبح مساحة تدار فيها التجارب السياسية للدول اتاحت الفرصة للأحزاب السياسية لاستغلالها في نشر أفكارها وجذب مؤيديها وإقناعهم وتكوين قاعدة شعبية لها، كما قد أصبح الفيسبوك وسيلة لرفع الوعي السياسي والمشاركة السياسية غير مسبوقة وصناعة الرأي العام والتغيير وللتعبئة الجماهيرية أثناء إدارة الحملات الانتخابية وتشجيع الديمقراطية التشاركية عالية التفاعل، ورفع الاحتكاك بين السياسيون والمجتمع دون وساطة وكونت قواعد جماهيرية واسعة الانتشار تعدت حدود المجتمع المحلي **(مشري، 2022، صفحة 253)**

وما الخدمات السالفة الذكر سوى عينة صغيرة من الخدمات التي يوفرها موقع الفيسبوك للمستخدم، وفي هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة سنتناول بعض المواضيع السياسية التي بقدمها الفيسبوك أحد أشكال الميديا الجديدة كالمشاركة السياسية والمواضيع السياسية الإقليمية والمحلية والدولية وغير ذلك من المواضيع السياسية التي تعبر عن الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك للمستخدم.

3- موقع اليوتيوب YouTube:

منذ سنة 2005 أضحى موقع YouTube المملوك لشركة Google من الظواهر الاتصالية والتقنية الملهمة للأفراد المتصلين بشبكة الإنترنت وتدفعهم إلى عالم الاستكشاف والمعرفة وإلى التسلية من خلال مقاطع الفيديو التي يتيحها، لاسيما في ظل التزام الشركة الأم والمالكة لموقع يوتيوب وبذلهما جهود معتبرة لتخطي الصعاب والمشكلات التي قد تواجه الموقع في أدائه كتوفير الأمان وحماية البيانات الشخصية للزوار والمشتركين فيه مع مراقبة المضامين ووضع القواعد التنظيمية والإرشادات التي تتماشى مع متطلبات الموقع وطموحاته ونظام الشركة المالكة له وسياستها، وفي هذا الجزء من الدراسة سنتعرف على موقع YouTube وسياق ظهوره وتطوره وخصائصه كأداة من أدوات الشبكات الاجتماعية التواصلية، وتعود تسمية الموقع بهذا الاسم إلى معنى you ومفادها بالعربية أنت وTube وتعني في دول أمريكا الشمالية تلفاز، والكلمة YouTube تعني بالعربية تلفازي ، أي بمعنى إنشاء قناة خاصة لكل شخص، وقدد تسببت هذه التسمية في بعض العراقيل للموقع لتشابهها مع اسم مؤسسة الأنابيب Utube.com **(قصبي، 2024)**

3-1 تعريف اليوتيوب YouTube:

يمثل موقع YouTube أحد أبرز مخرجات وتطبيقات الويب 0.2، إذ يعتبر أداة للاتصال التفاعلي ولمشاركة مقاطع الفيديوهات، حيث يضم الموقع عدد كبير جدا من ملفات الفيديوهات المتاحة للمستخدمين، إضافة إلى عروض السلع والخدمات والمنتجات والعروض التلفزية والإعلانات والمقاطع الموسيقية ومقاطع الأفلام والمسرحيات ومختلف المحتويات في مقاطع فديو قصيرة منجزة بشكل احترافي كبير **(غنيم، 2015، الصفحات 62-63)**

كما يقوم موقع YouTube على فكرة Broadcast Your Self أي ذع لنفسك، وهي شعاره في الصفحة الرئيسية على شبكة الإنترنت، إضافة إلى المشاركة المجانية أثناء مشاركة الفيديوهات المتنوعة بين المستخدمين، ودعم عمليات تنزيلها ورفعها وتحميلها ومشاركتها والتفاعل معها بالتعليقات والإعجاب وتبادلها مع الآخرين، وهذا ما زاد من نسبة مشاهدته ليحتل المرتبة الرابعة حسب تصنيف اليكسا العالمي بعد كل من موقع Google, Amazon, Facebook، إضافة إلى أن الموقع يستخدم تقنية Adobe Flache Player الخاصة بعرض المقاطع المتحركة **(بوقلمون و كريكط، 2019، الصفحات 22-23)**

3-2 السياق التاريخي لظهور موقع اليوتيوب YouTube:

كانت الانطلاقة الحقيقية لموقع YouTube سنة 2005 من شركة PayPal عن طريق ثلة من الموظفين الشباب على غرار Steve Chen & Chad Hurely & Jawed Karim بمدينة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، لتقوم ببيعه سنة 2006 بمبلغ مليار وستة مائة وخمسون دولا أمريكي للشركة العالمية Google، كما يعتبر موقع YouTube من تقنيات الجيل الثاني للويب Web 0.2 الأمريكية، وبالتحديد في يوم 15 فيفري 2005 أصبح نطاق نشطا لأيام معدودة وفي شهر ماي 2005 أطلق الموقع تجريبيا، ويعتبر فديو Me At The Zoo لصاحبه Jawed Karim أول مقاطع الفيديو القصيرة الموضوعة على موقع YouTube يوم 23 أفريل 2005 ليصبح في شهر نوفمبر 2005 متاحا للجميع، وبحلول سنة 2006 بات الموقع من أوائل الشبكات الاجتماعية للتواصل حسب تصنيف مجلة Time الأمريكية في ذات السنة **(العريشي و الدوسري، 2015، الصفحات 48-49)**

حيث بلغ مائة مليون مشاهدة يوميا في نفس سنة 2006 بقيمة إدراج خمسة وستون ألف مقطع فيديو يوميا ليبلغ عدد زوار الموقع عشرون مليون زائر شهريا أي ما يعادل سبع مائة ألف زائر في اليوم، وبهذه الحركية الواسعة لموقع YouTube زاد اهتمام المؤسسات ورجال الأعمال والسياسيون به، واستفادوا منه في ترويج مقاطع فيديوهات مسلية لهم، تخدم أغراضهم كتبادل التهاني في المناسبات والاستحقاقات

السياسية، وقد بلغت احصائيات موقع YouTube بحلول سنة 2012 أرقاما قياسية تعكس مدى حجم المضامين المتواجدة به إذ وصل حجم الفيديوهات التي تحمل وتنزل كل دقيقة من الموقع 48 ساعة فيديو، وتخطى عدد مشاهداته الثلاث مليار فيديو يوميا وبنسبة 70% من خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وقد قامت شركة Google بتطوير الموقع وإتاحته ب أكثر من 43 لغة، ليبلغ عدد المستخدمين النشطين به المائة مليون مستخدم يتفاعلون مع المحتويات والمضامين بالمشاركة والإعجاب والتعليق، كما أنه قد بلغت تغريدات التويتر بمقاطع الفيديو القصيرة المحملة موقع YouTube أكثر من خمسمائة تغريدة خلال اليوم في نفس السنة **(البياتي، 2014، الصفحات 141-142)**

وقد مر موقع YouTube بمجموعة من المحطات في تطوره منذ ظهوره في 2005 إلى يومنا هذا ومنها سنة 2007 إطلاق برنامج شركاء اليوتيوب والذي قدم لمشتركي اليوتيوب فرصة صناعة المحتويات وبثها، وفي سنة 2008 تحسين دقة مقاطع فيديو نوعية 480 بكسل لأول مرة، وإلى 720 بكسل في سنة 2009 ثم 1080 مرفوقة بخدمة التعرف على الصوت في البحث، ثم إلى دقة k4 ومن ثم إلى ثلاثية الأبعاد في 2011، إضافة إلى تزويد الموقع بخدمة البث المباشر سنة 2009 كأول منصة من منصات الشبكات الاجتماعية، فضلا على خدمة YouTube Analytics الخاصة بمعرفة الجمهور المتابع وحيثيات المداخيل والفوائد، وفي 2013 أصبحت خدمة البحث المباشر متاحة للجميع، وبحلول 2014 أطلق الموقع YouTube red والمعروف باسم YouTube Premium الخاص بالاشتراكات الشهرية والمشاهددات دون إعلانات مزعجة، بحلول سنة 2015 تم إطلاق YouTube Kids الخاص بالأطفال ولا يزال الموقع يطور من خدماته في شتى المجالات بأفكار مبتكرة تجذت المستخدم حتى سنة 2024 **(قصبي، 2024، صفحة 03)**

ومع حلول سنة 2021 أطلقت ميزة YouTube Shorts، وفي آخر احصائيات سنة 2023 حول نسب المشاهدة قال Mamoon Team أن منصة اليوتيوب متوفرة في أكثر من 100 دولة وبأكثر من 80 لغة وبعدد ملياري مستخدم و120 مليون زائر يوميا وبمعدل مشاهدة مليار ساعة فيديو في اليوم، وبنسبة 75% متابع عبر الهواتف الذكية وبنسبة 18% متابع للعلامات التجارية، وبعدد خمسة مليار مقطع فيديو في 24 ساعة، وبعدد خمسون مليون من صناع المحتوى، وقد تعتبر الهند أول الدول التي تستخدم موقع اليوتيوب وتليها الولايات المتحدة الأمريكية والبرازيل، وتتفوق النساء على الرجال في استخدامه عالميا وبلغ عدد المشتركين أكثر من مليون مشترك لعدد 1500 قناة، كما أنه توجد في الولايات المتحدة الأمريكية نسبة 62% مستخدم يوميا وبسعة نشر 500 ساعة كل دقيقة، وبنسبة 28%

باللغة الحية ونسبة 67% بلغات مختلفة، ومن الناحية الديموغرافية توجد 80% من خارج الولايات المتحدة الأمريكية، و09 % من المؤسسات الناشئة يمتلكون قنوات يوتيوب وأكثر من 80% شباب يستخدمون اليوتيوب بين 18 و34 سنة، وعربيا تحتل شمال افريقيا نسبة المشاهدة اليومية، أما من ناحية التسويق نجد 71% يعتبرون اليوتيوب منصة تسويق أساسية لمنتجاتهم و90% يكتشفون العلامات التجارية الجديدة عبر اليوتيوب، كما قدرت نسبة الزائرين الذين يرون أن الإعلانات الخاضعة للتجاوز على اليوتيوب هي الأكثر فاعلية 29% وقدرت نسبة جهات التسويق التي ترى أن فيديوهات اليوتيوب تحقق عائدات مالية أحسن من إعلانات Google 68% ونسبة 90% من جهات التسويق التي ترفع ميزانيتها بشكل مستمر على منصة اليوتيوب **(Mamoon، 2023)**

3-3 خصائص موقع اليوتيوب YouTube:

هناك مجموعة من الخصائص التي تميز موقع YouTube منها:

- يدعم الموقع نشر ومشاهدة الفيديوهات على مختلف أنواع تخزينها.
- سهولة استخدام موقع اليوتيوب دون الحاجة إلى مهارات معينة للوصول إلى المحتويات من خلاله.
- يتيح موقع اليوتيوب للجميع فرصة إنشاء قناة بسهولة من خلاله.
- يتيح الموقع خاصية ربط الملفات المنشورة مع الملفات المشابهة لها بين المستخدمين للتواصل دون صعوبات.
- امكانية الاشتراك في أكثر من قناة لبلوغ المحتويات التي يرغبها المستخدم.
- توفير أمان لاسيما في إخفاء المحتويات غير الأخلاقية والخطيرة والرامية إلى الأهداف غير النبيلة.
- توفير إمكانية السيطرة والتحكم لدى المشتركين أثناء صناعة ملفات الفيديوهات.
- توفير خاصية إضافة المؤثرات السمعية والصوتية والإضاءات والتعليقات لملفات الفيديوهات.
- توفير خدمة تجميع الفيديوهات المتماثلة في باقات مخصصة.
- إمكانية فرز وغربلة الفيديوهات حسب محتوياتها المختلفة تعليمية. إقتصادية، سياسية، اجتماعية، ثقافية، وإتاحة فرص ابداء الرأي ومشاركتها مع الآخرين **(خلف الله، 2015)**

كما يقدم اليوتيوب مجموعة كبيرة من الأدوات التي تعكس خدماته، حيث يتيح أداة المشاهدة Watch وهي الأهم في الموقع، إضافة إلى أداة البحث Search & Disscover وتكون بالكلمة أو الاسم للوصول إلى الفيديوهات المرجوة، وأيضا أداة المشاركة Shar مع المستخدمين، ثم أداة التخصيص Personalize الخاصة بالقناة والتحكم في محتوياتها، مع أداة الإدراج في القوائم المفضلة Favorite،

فضلا على أداة تحديد المنتظرين والتحميل والإعجاب والتعليقات، وإظهار الفيديوهات المقترحة وغير ذلك من الخدمات المميزة التي يمتاز بها موقع اليوتيوب أحد أبرز شبكات التواصل الاجتماعي في العالم **(وسام و التميمي، 2017، الصفحات 214-217)**

4- موقع تويتر Twitter:

4-1 تعريف تويتر Twitter:

يعرف موقع تويتر Twitter بأنه شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي واسعة الاستخدام والانتشار، وقد اشتق اسمه من كلمة Tweet والتي تعني التغريد، إذ يقدم للمشتركين خدمة مصغرة تمنحهم فرصة تمرير رسائلهم في شكل نص مكتوب لا تتجاوز عدد حروف كلماته 140 حرف في الرسالة الواحدة، كما يمنحهم فرصة تبادل التغريدات Tweets بإظهارها على صفحات الأصدقاء الشخصية أو من خلال تصفحهم لحساب المغرد صاحب الرسالة، إضافة إلى أن موقع تويتر يتسم بالسرعة وسهولة الاستخدام والمجانية، وهو بذلم أداة اتصالية فعالة في يد المستخدمين عبر العالم **(بخاري، 2018، صفحة 52)**

ومن ناحية الشكل اتخذ موقع تويتر من العصفورة رمزا له، كما أنه يدعم خدمة تبادل التغريدات مع الأصدقاء من خلال إظهارها على حساباتهم أو بالولوج إلى حساب المغرد، إضافة إلى تقديمه خدمات الرد والتحديث عبر RSS و SMS، وتمتد فترة حيات التغريدة الواحدة من مدة 25 دقيقة إلى الخمس ساعات ونصف حسب عدد المتابعين؛ حيث أنه كلما ارتفع عددهم زادت دورة حياتها، وبالتالي ترتفع احتمالية إعادة نشرها من طرفهم، إذ تتميز التغريدة عبر تويتر بالدقة والوضوح والاختصار وتأدية المعنى المفيد، كما لا تنحصر في النصوص المكتوبة فقط بل تتعدى ذلك إلى الصور والتسجيلات الصوتية والصورية الموجزة في شكل ملف صغير الحجم، إضافة إلى أن سرعة نقل الرسالة المختصرة في تويتر جعلت منه مصدرا مهما للأخبار للوسائل الاعلامية الأخرى ومن ثم التفصيل فيها، لذلك يلعب تويتر دورا مهما في نقل الأحداث السياسية بين السياسيين وجماهيرهم في مختلف البلدان لاسيما منها التي تعرف استحقاقات سياسية أو تشهد توترات دلخلية أو خارجية **(المري، 2016، صفحة 42)**

كما تعرفه الموسوعة البريطانية بأنه خدمة من خدمات المدونات القصيرة التي تعنى بنشر الرسائل الصغيرة بين المشتركين من خلال استخدام الحاسوب أو الهاتف الذكي، لذلك نجد تعريفه على الموقع بالخدمة المنفتحة على العالم التي تضم عددا كبيرا من المعلومات والأفكار المتنوعة والتوجهات ومن الناس، ومن مبادئه الاهتمام بالصحة والصراحة وكسب ثقة المتبادلة مع الآخرين وتحقيق الربح الوفير

والغايات المرجوة معا بسرعة فائقة التقدير وبحرية كبيرة وبالمرح والسعادة والسرور التي يتركها في نفس المستخدم **(مصطفى، 2022)** .

4-2 السياق التاريخي لظهور موقع تويتر Twitter:

كانت بداية ظهوره مع بداية سنة 2006 وبالتحديد يوم 21 مارس من شركة Odeo (للمدونات الصوتية على الإنترنت) البود كاست، في مدية San Francisco بولاية كاليفورنيا الأمريكية كمشروع للتطوير البحثي يقف ورائه المبرمج Jack Dorsey رجل الأعمال الأمريكي رفقة كل من Evan Willams & Noah Glass & Peas Stone، وأقتصر نشاط الموقع على موظفي الشركة في البداية ليتم يوم 26 أكتوبر 2006 اطلاقه للجميع، لتفصل الشركة في طبيعة خدماته ومنحه اسم Twitter وشعار العصفورة الزرقاء في أفريل 2007 وبدأ الموقع في الانتشار عبر العالم من خلال تقديم خدمات التدوين المصفر ليتم في مارس 2012 اتاحته باللغة العربية **(مركز المحتسب للاستشارات، 2017، صفحة 42)**

ففي سنة 2004 أسس كل من Evan Willams & Noah Glass & Peas Stone شركة Odeo للبودكاست، لتعلن شركة Apple Inc 2005 عن استضافة خدمة المدونات الصوتية على الإنترنت منصتها الرقمية iTunes الخاصة بتنظيم وتشغيل الموسيقى والفيديوهات رقميا على الحواسيب، ومع تأكد شركة Odeo من عدم التنافس معها فقرر القائمون عنها تطوير مشروع بحثي لنشاط آخر، فتقدم Jack Dorsey فكرة خدمة الرسائل النصية القصيرة يمكن مشاركتها بين الأصدقاء عبر الإنترنت، ليطلق Noah Glass اسم Twttr وعبره أرسل Jack Dorsey أو تغيردة يوم 21 مارس 2006 ثم أطلقت النسخة النهائية للموقع باسم Twitter في جويلية 2006، ليتم بعدها في شهر أكتوبر 2006 شراء شركة Odeo من طرف Jack Dorsey وEvan Willams وPeas Stone وأسسوا شركة أوفيوس كروب وإطلاق شركة Twitter inc في أفريل 2007، وفي سنة 2009 ارتفع عدد مستخدمي Twitter إلى 1300بالمئة، وفي 200 أعلن الموقع عن تقديم خدمات التغريدات المروجة وهي إعلانات تظهر للمستخدم في حالات البحث كمورد أساسي للفوائد، ثم أطلق الموقع خدمة التوجهات المروجة، trends لزرع المحتويات المعلنة بثمن مدفوع مع التراندات الأخرى، ثم الحسابات المروجة التي ترسخ عند المستخدم حتى يتابعها، وفي سنة 2013 حصلت الشركة مليار وثمانمائة دولار بقيمة سوقية قدرت باحدى وثلاثون مليار دولار، ليترأسها Jack Dorsey في أكتوبر 2015 من جديد بعدا أزاحه Evan Willams في 2007 ، ثم إضاف الموقع خدمة Time Line في سنة 2016 للتغريدات الأكثر

شعبية، بعدها أضاف الموقع خدمة Moments الخاصة بجمع التغريدات حول موضوع معين، ليستبدل تويتر خاصية Moments سنة 2017 بخاصية استكشف Explore الخاصة بتجميع المواضع الأكثر انتشار، بما فيها قوائم Moments، إضافة إلى الإعلان عن إضافة عدد حروف التغريدة الواحدة إلى 280 حرفا، وفي نوفمبر سنة 2020 حاولت شركة تويتر إضافة خاصية Fleets التي تشبه Stories في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ولكنها فشلت ليتم التخلي عنها في أوت من سنة 2021، بعدها من نفس السنة أضاف الموقع خدمة Space الخاصة باستضافة الحوار الصوتي على الموقع عبر الحساب الشخصي للمستخدم إذا تخطي عدد متابعيه 600 متابع، وقد وقع الموقع في حالات الفقاعات المعلوماتية في فضاء واحد دون الخروج عنه وهذا منافي لحرية التعبير والرأي المنصوص عليها عالميا في هيئات حقوق الانسان **(مصطفى، 2022)**

وفي 14 أوت 2022 أبدى رجل الأعمال الكندي صاحب الجنسية الأمريكية Elon Reeve Musk رغبته في شراء Twitter ليحقق ذلك يوم 27 أكتوبر 2022 مقابل أربعة وأربعون مليار دولار، لينهي مهام بعض المسؤولين والموظفين بالشركة الأمريكية تويتر التي غير اسمها من منصة Twitter إلى منصة إكس X يوم 23 جويلية 2023 مع تحويل شعار العصفورة الزرقاء إلى شكل حرف X باللون الأسود والأبيض مبررا ذلك بجعل التطبيق خاص بكل شيء **(رغيد، 2024)**

3-4 مميزات موقع تويتر Twitter:

إضافة إلى الميزة الأساسية المتمثلة في متابعة الموضوعات المتداولة بعد نشرها حتى دون الحاجة إلى إنشاء حساب على موقع تويتر، إذ أن الولوج إلى رابط تويتر يوفر للمستخدم متابعة الأخبار الشائعة والرائجة ومعرفة ما يحدث عبر العالم في جميع المجالات.

- يتيح موقع تويتر للزوار إمكانية متابعة حساب معين بالبحث عن اسمه عن طرق قوقل أو عن طريق الصفحة الرئيسية للتويتر دون الحاجة إلى إنشاء حساب خاص.
- يتيح تويتر لائحة بقوائم تسمح للمستخدمين بتقصي مجموعة من الحسابات عوض متابعة حسابات فردية محددة، فتويتر يمنح للمستخدم معرفة التحديثات المستمرة من خلال البحث في تلك القوائم.
- تقديم خدمة RSS للاشتراك في موقع تويتر والحصول على التحديثات الجديدة والمشاركات عبر الخدمة السالفة الذكر، فقط من منح الموقع إمكانية إرسال التحديثات عبر البريد الالكتروني.
- إمكانية البحث المتقدم بالرمز البريدي لمعرفة من يغرد في محيطك لتقاسمه اهتماماتك لمسافات محددة.

- إمكانية البحث عن مستخدمين لهم نفس مجال اهتمامك لمشاركتهم، فقط من خلال كتابة اسم بلد أو ماركة تجارية، أو موقف وحدث أو مكان أو حتى معلم سياحي في خانة البحث ليظهر لك من غرد حولهم. **(شادي، 2017)**
- سهولة الاستخدام وقوة الهاشتاغ مع إمكانية الوصول إلى فئات كبيرة من المستخدمين.
- المجانية عند إنشاء الحساب وإتاحة فرصة التعامل مع العملاء ونشر العلامات التجارية لمن يرغب في جذب المتابعين.
- خدمة التغذية الراجعة وجمع المعلومات ومتابعة المواضيع الجديدة والتعرف على أصدقاء جدد.
- تقيد التغريدات بعدد محدود من الحروف يصل 280 حرف.
- إضافة إلى خاصية ظهور إعلانات البريد غير المرغوب فيه وسرعة اختفاء التغريدات **(حجاجة، 2021، الصفحات 01-02)**

5- موقع إنستغرام Instagram:

5-1 تعريف موقع إنستغرام Instagram:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي مجاني الخدمة تأسس سنة 2010 في شكل منصة لمشاركة الصور بين المستخدمين والمشتركين يه في بداية الأمر، ليتسع استخدامه حول العالم بعد ذلك ويصبح أحد أهم الشبكات الاجتماعية الرقمية القائمة على مشاركة ونشر وتبادل الصور ومقاطع الفيديوهات القصيرة ومتابعتها والتفاعل معها بالتعليق والإعجاب وإعادة النشر، كما يعتبر حاليا تطبيقا نفسيا اجتماعيا رحبا به مساحة كافية يقصدها المستخدم للتعبير عن ذات وعن هويته وإبدائهما للآخرين في شكل محتوى هادف **(العيفة، 2024، الصفحات 526-527)**

5-2 السياق التاريخي لتطور موقع إنستغرام Instagram:

ظهر موقع إنستغرام Instagram في أكتوبر من سنة 2010 كموقع مجاني لتبادل الصور بين المستخدمين وكان قد أطلق بصورة كلب وصندل شاطئ بلاستيكي ، ليتم شرائه من طرف شركة فيسبوك سنة 2012 بقيمة 1 مليار دولار، ليتم تطويره ببعض الخدمات الجديدة كاستعمال الفلتر الرقمي المدعم للصور ومشاركتها مع الآخرين عبر مختلف خدمات شبكات التواصل الاجتماعي وعلى شبكة الإنستغرام في حد ذاتها، كما عرف الموقع دعما من الأجهزة الالكترونية المحمولة من خلال توفير تطبيقا خاص به يعمل عليها كأجهزة iPhone وiPad وiPOD touch، وقد أتيح الموقع على Android Froyo 2.2 سنة 2012، ثم تمت عملية توزيعه من خلال متجري iTunes Store و Google Play وفي بحلول

سنة 2013 وفي شهر جوان وضعت الشركة المالكة تطبيق خاص بتصوير الفيديوهات المتجزئة بين أيادي للمستخدمين، وبهذه التعديلات والتطورات عرف تطبيق إنستغرام نموا كبير من حيث عدد المشتركين لاسيما باتحة تنزيله على الأجهزة الالكترونية الداعمة لنظام Android حيث وصل عدد المستخدمين حينها ثلاثون مليون مستخدم، وما لبث مضي سنة تقريبا حتى وصل عدد مستخدميه ثلاث مائة مليون مستخدم **(شرفية و وغدود، 2021، صفحة 94)**

ومع حلول سنة 2011 نزل المستخدمون مائة مليون صورة في شهر جوان وجويلية لتصل في شهر أوت إلى مائة وخمسون مليون صورة، وبعدها أطلقت خدمة الصور التابعة للشبكة الاجتماعية فيسبوك لتتجاوز 300 مليون مستخدم، أي إضافة 85 صورة كل ثانية وفي ثانية يضاف مشترك إلى أن تعدى التطبيق المليار صورة محملة منذ تأسيسه، ومع نهاية سنة 2015 تخطى عدد المستخدمين أربع مائة مليون فرد منهم مائة وثمانون مشترك نشط شهريا يحملون 80 مليون صورة يوميا وبمعدل 5.3 مليار إعجاب منذ تأسيس موقع انستغرام **(مركز المحتسب للاستشارات، 2017، صفحة 31)**

وتأكيد لمقولة الأب الروحي للإنستغرام Kevin Systrom "حسب رأيي سنشهد تواصلا بالصور في قادم السنوات" وصل عدد التنزيل من موقع إنستغرام في يومه الأول مائتان وخمسون ألف، ليصل مليون مشترك، ليصل الآن أكثر من مليار، حيث أنه قد احتل التصنيف السادس سنة 2019 كشبكة اجتماعية واسعة الشعبية، ويعود هذا حسب الباحث Lev Manovitch إلى آنية النشر أو التنميق الشعري للانستغرام أي L'instagramisme فرغم صعوبات استخدام التقنية كنوعية الكاميرا، إلا أن الموقع نجح وأصبحت للصورة سلطة في الاتصال، كما أن محورية إنستغرام بين مواقع التواصل الاجتماعي وعرض صوره عبرها أتاحت للجميع خاصية الوسم Hashtag في المناسبات والأحداث ومن التفاعل معها أو من خلال تعديلها وتغييرها بطريقة سهلة ومجانية، وقد بلغ عدد مستخدمي إنستغرام سنة 2020 بالجزائر تقريبا خمسة مليون مستخدم بنسبة 16 %من عدد السكان وبنسبة 56.3% إناث، واحتل بهذه النسب المرتبة الثانية بعد موقع الفيسبوك ليليه كل من موقع سناب شات وتويتر **(كياس، 2023، الصفحات 73-74)**

ووفقا للهدف الأساسي لتطبيق الإنستغرام المتمثل في التسجيل والتأريخ والتوثيق بأسلوب مبتكر للمكان والزمان والشخص عن طريق التقاط الصور والتفاعل معها، فقد بلغ عدد زواره حسب موقع Hypestat ستون مليون زائر يوميا ومائتان وعشرون زيارة بمعدل 4.3 من متصفحي الإنترنت عبر العالم وقد تخطى هذه الاحصائيات بكثير خلال السنوات الأخيرة وهو في ارتفاع مستمر لغاية هذه السنة **(طاهري و مصنوعة، 2022، الصفحات 339-340)**

3-5 مميزات موقع إنستغرام Instagram:

ينفرد موقع إنستغرام Instagram دون غيره من الشبكات الاجتماعية الالكترونية بمجموعة من المميزات نختصرها في ما يلي:

- يتيح الموقع إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة والصور مع الأصدقاء من خلال مختلف شبكات التواصل الاجتماعي المألوفة.
- توفير خدمة الفلاتر الداعمة للصور وإتاحتها للمستخدم للاستفادة منها.
- الموقع يدعم إمكانية التزود بروابط خاصة عن طريق ال Bio السيرة الذاتية للمستخدم.
- توفير خاصية البث المباشر Live لجمع المتابعين والمعجبين كخاصية فريدة للإنستغرام لتغزو باقي الشبكات الاجتماعية بعده.
- يقدم الموقع فرص للتعديل والكتابة على واجهات الصور والتحكم في مقاييسها الفنية وإعادة نشرها.
- دعم ميزة Explore " الاستكشاف" وتضم الصور ومقاطع الفيديو التي حضيت بمتابعة كبيرة وجمعت عددا كبيرا من الإعجابات وهو ما يدفعهم المنافسة للبروز في هذه الخاصية.
- توفير خاصية Story "القصص" التي تزول بعد 24 ساعة وفيها صور مرفقة بالمؤثرات الضوئية والصوتية بشكل احترافي.
- تتميز مقاطع الفيديو على موقع انستغرام Instagram بالمدة الزمنية القصيرة والسرعة في التنزيل.
- يوفر موقع إنستغرام Instagram خصوصية وأمان عالي تمنح للمستخدم الحرية أثناء إعداد ملفه الشخصي كإخفاء ملف التعريف بأكمله.
- امكانية التواصل بالنص والصورة والصوت عن طريق استخدام مهاتفة الفيديو بجودة عالية مع مختلف أساليب التواصل المتاحة .
- توفير مساحة كافة لمزاولة مختلف الأنشطة عبر موقع إنستغرام كالتجارة والتسويق بسهولة تامة ومرونة عالية وبأقل فاقد جهد ووقت والوصول لأكبر عدد من المتابعين.
- كما يعتبر الموقع مكانا لعرض المواهب المتعددة لاسيما في مجال السمعي البصري، وتشجيع الابتكار والتميز إذ يعتبر الموقع باحة للمشاهير والتأثير ومشاركة التجارب والحياة اليومية مع المعجبين والمتابعين كما يوفر الموقع صفحات شخصية وليس مجموعات **(عبد الهادي، 2021)**

6- تطبيق الواتساب WhatsApp :

1-6 تعريف تطبيق الواتساب WhatsApp: (ما الجديد؟) (ما الأخبار؟)

هو شبكة من الشبكات الاجتماعية مجسدة في شكل تطبيق يقوم أساسا على الأرقام الهاتفية عند الاشتراك وعند عملية تفعيله وعلى الأجهزة المحمولة الذكية عند الاستخدام وعلى مجانية الأداء؛ إذ يتيح لمستخدميه خدمة تبادل الرسائل كالملفات والمستندات المدمجة بمختلف الصيغ والحجم الكبير" Pdf & Docs & Ppt" وخدمة تبادل الوسائط المتعددة كالتسجيلات الصوتية ومقاطع الفيديوهات والصور على نفس التطبيق إضافة إلى إنه وسيطا يدعم الدردشة والحوار والنقاش في مجموعات أو في غرف مغلقة خاصة بالمستخدمين عند عملية التواصل والتراسل الفوري عبر العالم **(المسوس، 2024، صفحة 381)**

6-2 السياق التاريخي لظهور تطبيق الواتساب WhatsApp:

ظهر الواتساب WhatsApp في شهر فيفري من سنة 2009 على يد كل من رجل الأعمال الأمريكي مبرمج الحاسوب Brian Acton ورجل الأعمال الأوكراني Jan Koum الموظفين سابقا في شركة Yahoo، وأطلق التطبيق في بداية الأمر على متجر تطبيقات iPhone في أوت 2010 مقتصرا على تقديم حالات المستخدمين إلى جانب قوائم أسماؤهم المسجلة بالهواتف للتواصل بدلا من رسائل النصوص المكتوبة، لينال إعجاب المستخدمين ليصل عددهم مائتان وخمسون ألف في أشهر قليلة، ثم أطلق التطبيق عبر متجر تطبيقات Android في أخر سنة 2010 ليتاح لكل الناس عبر العالم، وفي سنة 2011 زود التطبيق بخدمة الدردشة الجماعية حيث وصل عدد رسائله مليار رسالة في 24 ساعة، وفي سنة 2013 زود بخدمة تراسل الوسائط الصوتية، لتقوم شركة فيسبوك بشرائه بقيمة تسعة عشر مليار دولار أمريكي سنة 2014 حيث عرف تحديثات جديدة دعمت خدماته كالمكالمات الصوتية ومكالمات الفيديو المباشرة، الدردشات النصية والصوتية وتبادل الوسائط المتعددة والوصول إلى سطح المكتب وغير ذلك، لهذا وصل عدد مستخدميه أكثر من مليارين بين سنتي 2012 و2020 وتحتل الهند المرتبة الأولى من حيث عدد مستخدمي الواتساب، كما يقدم التطبيق عدة مزايا وخدامات منهاWhatsApp Web & WhatsApp Business وإنشاء الملفات التجارية للشركات بالاسم والعنوان والموقع **(دوبل، 2023، الصفحات 02-03)**

6-3 خصائص تطبيق الواتساب WhatsApp

- **الرسائل المجانية:** يوفر تطبيق الواتساب خدمة تبادل الرسائل بين المستخدمين بشكل مجاني عبر شبكة الإنترنت ليجذب عددا كبيرا من المستخدمين في فترة زمنية وجيزة، وبهذا ارتفعت درجة التفاعل به لاسيما في ظل توفيره لدرجات عالية من حفظ الأمان والخصوصية والسرية عند المتراسلين مما يتح لهم تقيدد رسائلهم حسب رغباتهم وأهميتها.

- **توطيد العلاقات بين الناس:** أتاح تطبيق الواتساب للمستخدمين فرص إنشاء مجموعات الصداقة لأعداد كبيرة وهو ما يرفع ويوطد العلاقات بينهم سواء كانت علاقات أسرية أو اجتماعية أو علاقات عمل وتعارفهم وتوحيد اهتماماتهم رغم تباعدهم الجغرافي، فقد تجاوز تطبيق الواتساب وتخطى حاجز المكان والزمان.
- **الاتاحة عبر مختلف الأجهزة الالكترونية:** إذ يعمل التطبيق على الهاتف والأجهزة المحمولة والحواسيب ووفرت الشركة المالكة نسخ وإصدارات تتلاءم ومختلف أنظمة تشغيل تلك الأجهزة **(سهام، 2024، صفحة 269)**
- **وضع التخفي الفائق:** وفيه يستطيع متلقي الرسالة قراءتها دون فتحها على التطبيق، فيمكنه قراءتها بالضغط عليها عندما تظهر على شاشة الهاتف.
- **إمكانية ارجاع المحادثات الخاصة:** عن طريق ارسال المحادثات وملفات الوسائط المتعددة للبريد الالكتروني بعد فتح الدردشة والنقر على خيار المزيد ثم الدردشة من خلال البريد الالكتروني.
- **إمكانية ارسال موقع المستخدم:** من خلال السماح للآخرين بتتبع موقع الهاتف عبر التطبيق لمدة 15 دقيقة أو ساعة أو 8 ساعات حسب طبيعة نظام الهاتف المستخدم.
- **إمكانية إرسال مقاطع فيديوهات أو صور تختفي:** بمجرد فتح الرسالة ومشاهدة المحتوى مرة واحدة تختفي مثل ما يوفره تطبيق إنستغرام وسناب بشات.
- **إمكانية تسجيل الرسائل الصوتية دون اللجوء إلى استخدام اليدين:** عن طريق الضغط باستمرار على ايقونة ميكروفون ثم السحب للأعلى ليبرز قفل خاص بالتسجيل دون الحاجة إلى الاستمرار بالضغط باليدين على الميكروفون.
- **خاصية طلب Touch ID & Face ID لفتح التطبيق:** وتكون هاتين الخاصيتين طبعا لمستخدمي los وفق أمان عالي وبنجرد تشغيل أحد الخاصيتين يصل المستخدم إلى الرسائل على الهاتف ولو تم إلغاء تشغيله فعليا **(رشوان، 2023)**
- **التخصيص:** حيث يمكن للمستخدم التحكم في إعدادات التطبيق ومشاركة معلوماتهم ومواقعهم وتغيير واجهة حساباتهم وتوظيف الملصقات الدالة واختيار الأصدقاء ومجموعات الدردشة لأكثر من 10 في المحادثة الواحدة.
- **التفاعل المستمر:** لاسيما عند تبادل الصور والوسائط المتعددة والمعلومات والأخبار ذات الأهمية البالغة لدى المستخدمين.

- **مرونة وسهولة الاستخدام:** يعتبر تطبيق الواتساب من الشبكات الاجتماعية المرنة السهلة عند الاستخدام والتي تؤدي دورا كبيرا في عملية التواصل **(عمرو، 2019، صفحة 12)**
- استخدام الأنظمة التصويرية الحديثة والقديمة إضافة إلى فلترة الصورة والكتابة عليها ودمجها مع الأصوات والسرعة والمرونة في نشرها على الموقع وهذا ما يزيد من اجتذاب الهواة والمواهب وتفعيل التشبيك الاجتماعي مع مختلف الشبكات الاجتماعية الأخرى، إضافة إلى أنه منصة تطلق الحملات الإعلامية وتعمل على تسيير السمعة الرقمية وتقريب أصحاب الاهتمامات المشتركة وتجميعهم حول المواضيع التي تثير اهتمامهم **(سميشي، 2021، الصفحات 104-105)**

7- موقع لينكدإن LinkedIn:

7-1 تعريف موقع لينكدإن LinkedIn:

تأسس الموقع في ديسمبر سنة 2002 وأتيح للخدمة فعليا يوم 05 ماي 2023 هو أحد الشبكات الاجتماعية الخاصة تضم عددا من العاملين والمهنيين والحرفيين والمحترفين في مختلف الميادين الذين يتقاسمون اهتمامات حول العمل والأعمال وطلبات التوظيف والمهن التجارية، تملكه شركة لينكدإن ومديرها التنفيذي Weiner Jeff، صاحبة النموذج التجاري متعدد المجالات والأرباح المحققة من اشتراكات الأعضاء وعائدات الإعلانات والتوظيف والمواهب، إذ يعتب أكبر شبكة اجتماعية مهنية في العالم إذ كل ثانية تقريبا يلتحق بها عضوا جديدا، وموقعها له نشاط فائق يعج بالشركات الكبرى والموظفين وطلبات التوظيف، ومجالات البحث عن العمل على غرار بعض المواقع المنافسة له في مختلف لبدول مثل موقع :Viadeo الفرنسي وموقع Xing & الألماني وموقع Ryze الكوري **(شراد و بوشعالة، 2023، صفحة 219)**

ويعتبر الموقع وسيلة للتواصل بين المهنيين والمستخدمين حيث تتبادل ضمنه المهارات والمعلومات والأفكار والحصول على فرص العمل وتوسيع شبكة الحصول عليه في مختلف المجالات، مقره حاليا في مدينة Mountain View بكاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، يتيح الموقع للمستخدم إمكانية إنشاء حساب شخصي يحمل سيرته الذاتية وحياته المهنية ومختلف المؤهلات العلمية والعملية التي يكتسبها، كما يمنحهم الموقع فرصة تطوير تلك المهارات بشكل مجاني أو من خلال الخدمات الخاصة التي تتطلب الاشتراك ودفع بعض الرسوم، وقد بلغ عدد مستخدميه قرابة 180 مليون في أكثر من 200 دولة عبر العالم بسعة استعاب 24/24 ساعة، ولا يزال يستقطب أعداد كبيرة من المستخدمين والزوار في كل سنة **(مروان، 2018)**

2-7 السياق التاريخي لظهور موقع لينكدإن LinkedIn:

انطلق لينكدإن من غرفة السيد Hoffman Reid في ديسمبر 2002 من فكرة مفادها التواصل من أجل تشييد المستقبل المهني للأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة والعاملين في مختلف الشركات عبر الموقع بتبادل المهارات والخبرات، وكان شعاره "خلق الفرص الاقتصادية للأعضاء في قوة العمل العالمية" ليعلن عن بداية عمله في 30 ماي 2003، وقد عرف الموقع إقبالا كبير من طرف مستخدمي الشبكات والاجتماعية، وفي يوم 13 جوان 2016 قامت شركة Microsoft العالمية بشراء موقع لينكدإن LinkedIn بقيمة 26.6 مليار دولار أمريكي وهي أكبر صفقة تقوم بها الشركة على الاطلاق وقد أبقت لينكدإن على علامتها التجارية واستقلالها وثقافتها التنظيمية وحافظت على مديرها التنفيذي Weiner Jeff، ليتم في ديسمبر 2016 امتلاكها بشكل كلي وجمعت بذلك شركة Microsoft بين السحابة والشبكة المهنيتين الرائدتين في العالم، وفي هذا المجال أدلى Satya Nadella مدير شركة Microsoft بأن موقع لينكدإن هو الطريقة المثلى للحصول على وظيفة أو اكتساب خبرات وصقل المهارات وإقامة عمليات التسويق والأعمال، فالموقع هو مفتاح عالم الشغل، وبلغ مشتركيه 433 مليون عضو نشط وأكثر من مليوني اشتراك مدفوع، وفي سنة 2019 ضمت ستة مائة وستون مليون عضو ليرتفع عددهم في سنة 2020 إلى قرابة تسعمائة مليون عبر أزيد من 200 بلد، بمعدل نشاط يوميا قدره 134 مليون عضو ونصف المليون مستخدم في نوفمبر 2022 حسب احصائيات الموقع المتخصص لشركة Statista العالمية **(شراد و بوشعالة، 2023، صفحة 220)**

3-7 خصائص موقع LinkedIn:

ذكر في العدد الأول من النشرة الإخبارية الخاصة بموقع لينكدإن أن خصائصه الفريدة تجعل الكل ينضمون إلى شبكته ومن هذه الخصائص نذكر:

- **خاصية البحث عن وظيفة:** حيث منح الموقع لآلاف الأعضاء فرص البحث والحصول على وظيفة تناسب طموحاتهم وفق خطوات مرتبة يختصرها الموقع في عرض السير الذاتية على المؤسسات والشركات لانتقاء الأفضل منها.
- **خاصية تكوين قاعدة كبيرة من المتابعين:** خاصة بالأعضاء ونوعية المحتويات التي يعرضونها على الشبكة والاستفادة من الصفحات والأشخاص المرتبطين بها.
- **خاصية اكتساب المهارات الجديدة:** يقدم موقع لينكدإن لأعضائه فرص معتبرة لتبادل الخبرات والمهارات سواء بين الأفراد أو بين المؤسسات والشركات الناشطة على الشبكة.

- **خاصية ترويج المنتجات وتقديم الخدمات المجانية:** حيث أن عرض المنتجات والسلع على منصة لينكدإن تجذب العملاء والمهتمين من كل ربوع العالم لاسيما في ظل عرضها بأسلوب ابتكاري ملفت للانتباه.
- **خاصية تكوين علاقات مهنية:** يتيح موقع لينكدإن لأعضائه فرص مد جسور الود والمحبة بينهم وتكوين مجموعات للمحادثات وتبادل الأفكار والخبرات ومناقشة المواضيع التي تجمعهم والتعاون على إيجاد الحلول للصعاب وتخطيها.
- **خاصية تكوين فريق للعمل:** ينمي الموقع روح العمل الجماعي واندماج الفرد في الجماعة والسعي دوما إلى تحقيق العمل التكاملي القام على تضافر جهود الكفاءات العلمية والعملية في مختلف الميادين والمجالات **(Mr LinkedIn، 2023)**
- **إضافة إلى أن الموقع يعزز الاتصال بين أعضاءه:** من خلال عرض الدعوات والرسائل الفورية بينهم ودعم رسائل InMail والمجموعات، فهو يحتوي على صفحة المنزل " الرئيسية" Home وصفحة الحساب Profile ومجموعة من الخدمات من خلال خاصية Connections "الزملاء" و Messages " الرسائل الفورية، إنشاء المنشورات Statut وخاصية المناسبات والأحداث Events وخدمات الوسائط المتعددة Multimedia وتحرير المقالات Artivle والإعجاب والتعليقات Comments and Like والمشاركة Share والتوصيات Recommandation والاشعارات Notifications إضافة إلى تنبيه الوظيفة Jobs Alert وتكوين المجموعات Groups وتدعيم التطبيق على الهواتف المحمولة الذكية وغيرها من الخصائص التي تميز هذه الشبكة الاجتماعية عن غيرها من الشبكات الأخرى **(شراد و بوشعالة، 2023، الصفحات 212-224)**

8-موقع تيك توك Tik Tok:

8-1 تعريف موقع تيك توك Tik Tok:

هو تطبيق يعبر عن خوارزميات أحد الشبكات الاجتماعية وعن موقعها الالكتروني يقدم للمشتركين فيه مقاطع من الفيديوهات القصيرة وإمكانية مشاركتها وتبادلها مع الأصدقاء والتفاعل معها بالإعجاب والتعليقات والتراسل، طورته الشركة الصينية Byte Dance ، كما يوفر التطبيق لمستخدميه مجالا رحبا للمتعة والمحتويات المتنوعة، إضافة إلى أنه تطبيق سهل الاستخدام ولا يتطلب الانضمام إليه إنشاء حساب عليه سوى اختيار اسم مستخدم قد يكون اسمه الفعلي أو اسما مستعار وتسجيل تاريخ ميلاده مع تعيين كلمة مرور خاصة به، ليدخل بذلك علم التسلية والترفيه وتبادل الأفكار والمعلومات

والتأثير على المتابعين والداعمين وتحقيق الأرباح المالية وولوج عالم الشهرة والعالمية وعقد الجلسات المباشرة وتحدي الجولات مع المنافسين ودعوة دعم المتابعين لكليهما وحثهم على المشاركة والنقر للحصول على أكبر عدد من المشاهدات والفوز بالجولات **(صالحي و صبطي، 2024، صفحة 135)**

إضافة إلى أنه من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي يدعم العمل على الأجهزة الالكترونية التي تعمل بنظام Android & ios أعد لمشاركة مقاطع الفيديوهات القصيرة بحجم 15 ثانية مرفقة بالمؤثرات الضوئية والصوتية والموسيقى، ظهر في سنة 2016 في شهر سبتمبر تحت المسمى الصيني Douyin ليتم في 2017 اتاحته من طرف شركة Byte Dance خارج نطاق دولة الصين الشعبية ليصل إلى كل أنحاء العالم حاليا، ويمكن تحميل التطبيقات من متاجر App Store و Google Play كما يتيح التطبيق للمستخدم امكانية رفع الفيديوهات وإعادة مشاركتها على حساباتهم الشخصية، فضلا على أنه منصة تصور وتوثق وتعرض العالم المصطنع والمعارف وتقاسم تجارب وحياة الناس مع بعضها البعض من خلال استخدام الأجهزة المحمولة كالهواتف وأجهزة iPad **(بخوش و رتيمي، 2022، صفحة 205)**

8-2 السياق التاريخي لظهور موقع تيك توك Tik Tok:

قرر Alex Zu في شهر أوت 2014 اطلاق تطبيق Musical.Ly بعدما فشل تطبيقه الأول الخاص بتقديم مقاطع من الفيديوهات التعليمية التي لا تتعدى مدتها الخمس دقائق للتقليل من الضجر والملل عند الباحثين أثناء القيام بدورات تدريبية على الخط عبر شبكة الإنترنت والذي طرحه في السوق مع Lwise Young وكان هدفه منح فرص كبيرة للمتعلم من خلال تلقي المضامين التعليمية المرئية عبر التطبيق، لكن ذلك التطبيق عرف فشلا ذريعا ليتم تحويل فكرته إلى تطبيق خاص بالرقص Play Back حتى يتمكن صاحباه من تسديد ديون المستثمرين معهما في ذلك الوقت والمقدة بمئاتان وخمسون ألف دولار أمريكي، وقد نجح تطبيق Musical.Ly وعرف انتشارا واسعا واستقطب عددا كبيرا من المتابعين وصناع المحتوى، ومع حلول شهر سبتمبر 2016 أطلق Zhang Yiming تطبيقا جديدا تحت مسمى Tik Tok قائما على فكرة Musical.Ly، لينتقل مستخدمي التطبيق السابق إلى تطبيق Tik Tok دون الحاجة إلى إنشاء حساب جديد لأن صاحب تطبيق Musical.Ly هو نائب المدير التنفيذي الذي أطلق تطبيق Tik Tok، ليعرف بعدها التطبيق نجاحا كبيرا ففي سنة 2018 أكدت شركة Sensor Tower للدراسات السوقية أن تطبيق Tik Tok تصدر المرتبة الأولى من حيث عملية التنزيل على المتاجر الالكترونية حيث تم تنزيله أكثر من 45.8 مليون تنزيل في الثلاثي الأول من السنة في أكثر من 150 بلد، وقد استخدم في الصين الشعبية في نفس السنة من قبل 150 مليون مستخدم، لينتشر

في دول غرب أسيا ودول الشرق الأوسط، وفي يوم 02 أوت 2018 دمجا صاحبا التطبيقين مشروعهما وأبقيا على تطبيق Tik Tok وأنهيا خدمة تطبيق Musical.Ly وأصبحا تحت اسم علامة تجارية واحدة واسم واحد ليصل عدد المشتركين فيه 500 مليون مستخدم في الشهر الواحد وأصبح بإمكان الملهم Muser عبر التيكتوك عرض فيديو ليتابعه المعجبون Fans وبالتالي حصوله على Crown ليكون حسابه موثق Verified ويقتحم عالم الشهرة مع الفنانين والممثلين وغيرهما **(خراب، 2019، الصفحات 451-452)**

ومن هذا أصبح تطبيق Tik Tok شبكة اجتماعية هامة يستخدمها الكبير والصغير تعنى بإنشاء محتويات في شكل فيديويات قصيرة إبداعية وابتكاريه مدعمة بموسيقى تلفت انتباه المستخدمين وتدفعهم إلى صناعة ونشر محتوياتهم السمعية والمرئية في مدت 15 حتى 60 ثانية وتسمح للمتابعين باختيار الفيديوهات التي تعجبهم ليشاركونها مع غيرهم **(Benferhat و Kettaf، 2023، صفحة 215)**

نشر التطبيق أكثر من 13 مليون مقطع فيديو سنة 2017، وفي سنة 2018 بلغت قيمة التطبيق بعد دمجه مع تطبيق ميوزوكلي ثمانية مائة مليون دولار، وفي فيفري 2019 غرّم الموقع بقيمة 5.7 مليون دولار في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل FTC لجنة التجارة الفيديرالية جراء جمع بيانات عن الأطفال القصر وإتاحتها للجميع، ما أثار اهتمام الهيئات القانونية لحماية الأطفال للدفاع عنهم لاسيما في بريطانيا، ومع نهاية سنة 2019 تجاوز عدد مستخدمي تيك توك المليار متخطيا بذلك كل العقبات والصعوبات في ذات السنة وفي 2020 بلغ عدد مستخدميه 800 مليون مستخدم نشط شهريا ليقترب في أفريل 2020 من المليار مستخدم، وقد زاد انتشار التطبيق مع انتشار جائحة كرونا لينافس الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل الإنستغرام في عدد المستخدمين حينه، كما قد عرف تيك توك حظرا في بلد الهند وواجه نفس الخطر في الولايات المتحدة الأمريكية، لذلك أسست الشركة المالكة للتطبيق فروع لها خارج الصين عبر مختلف أرجاء العالم مثل باريس وبرلين ونيويورك ولوس أنجلس ودبي وسيول وفي جويلية 2020 عرفت الشركة توظيف ستون ألف شخص، كما أن الشبم الاجتماعية لينكدإن حددت عدد موظفي التيك توك بأكثر من 460 ألف موظف **(أفراد، 2023، صفحة 140)**

3-8 خصائص موقع تيك توك Tik Tok:

- تقديم مقاطع من الفيديوهات الابداعية والمبتكرة المرفقة بالمؤثرات الصوتية والموسيقية القصيرة محدودة المدة والمزودة بالفلاتر وأحدث تقنيات التصوير الممكنة، مع سهولة مشاهدتها وتحميلها ومشاركتها بسرعة تامة ومرونة فائقة وبعروض متتالية ولمدة زمنية غير محدودة.

- إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو على تيك توك مع مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.
- يعتبر التطبيق مساحة هامة لبروز المواهب واقتحام علم الشهرة ورفع التحدي وكسب الرهانات لدى الشباب.
- يوفر التطبيق حيزا معتبرا من الآمان والخصوصية لمستخدميه ومتابعة حيثيات المقاطع المصورة على حسابه وإدارتها على الشبكة العالمية.
- يعطي التطبيق فرصة تكوين قاعدة جماهيرية كبيرة يقتحم بها عالم الشهرة والعالمية.
- يمكن للتطبيق الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل معطيات الفيديوهات من حيث تحليل التعليقات والتفاعل والمشاركة وتقديم عرض توضيحي حول تلك التحليلات.
- لقى التطبيق الاهتمام الواسع من طرف المؤسسات والشركات والمشاهير والتشجيع على استخدامه.
- يوفر التطبيق الربح المادي وفق معطيات استخداماتية محددة مقترنة مع موقع اليوتيوب وعدد المشاهدات والمتابعين وعقد البث المباشر وإقامة تحدي الجولات.
- يعتبر التطبيق مساحة لعرض الاعلانات والإشهارات الخاصة بمنتجات وسلع الشركات التجارية والاقتصادية والتبادل الربحي مع أصحاب الحسابات العالمية لجذب أكبر عدد من المهتمين والمشترين لتلك السلع والمنتجات **(بوموس، 2023، الصفحات 793-794)**
- يتيح التطبيق للجميع إمكانية إنشاء ملف شخصي يظهر فيه بياناته الشخصية مثل الاسم والاسم المستعار وتاريخ ومكان الميلاد والمفضلات لديه.
- إمكانية إضافة الأصدقاء وقبول طلبات الصداقة وتكوين قائمة للأصدقاء والمتابعين ومشاركتهم المتابعة والدعم ومنافستهم في ألعاب الجولات ورفع الرهانات والتحديات.
- التطبيق بسيط في الاستخدام ولا يحتاج امكانيات عالية لإنشاء مقاطع الفيديوهات، كما يراعي اهتمامات المستخدم بالاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي مع مراعاة الخصوصية والأمان للمستخدمين والتحكم في إعداداته حسب رغباتهم.
- خاصية البث المباشر Live للتواصل والتفاعل الآني والمباشر مع المعجبين والمتابعين طلب دعمهم أثناء المنافسات مع غيرهم. **(Al-Qahtani، 2023، صفحة 51)**
- يمتاز التطبيق بتنوع محتويات مقاطع الفيديوهات منها المحتويات العلمية التعليمية والثقافية، الرياضية، الترفيهية، والترويجية الاقتصادية والسياحية وغيرها **(محمد فتحي، 2021، صفحة 389)**

كل الخصائص سالفة الذكر منحت لتطبيق Tik Tok قاعدة جماهيرية كبيرة يلجأ إليها رجال الثقافة والاجتماع والسياسة والاقتصاد حين يرغبون في تمرير رسائلهم المتنوعة والمتباينة لكسب أكبر عدد من المتابعين وكسب ود وثقة المشاهير أصحاب أكبر الحسابات على تطبيق التيك توك والاستثمار معهم في تجسيد مشاريعهم المستقبلية لاسيما في المجال السياسي إذ أصبحت الرسالة السياسية تؤدي معناها من خلال القيام بحركات بسيطة وكلمات قليلة تنشر على صفحات مشاهير تيك توك في شكل مقاطع فيديو لها تأثير كبير على المشهد السياسي العالمي.

9- مواقع وتطبيقات أخرى للميديا الجديدة

9-1 الصحائف الالكترونية:

لا توجد تعريفات دقيقة توضح مفهوم الصحافة الالكترونية، ولكن يعتبر التعريف الاصطلاحي الذي حدده الباحث عماد بشير بأن الصحيفة الالكترونية تنطبق عليها خصائص الصحيفة الورقية من حيث الصدور ومن حيث تنوع المواضيع ومن حيث شكل المادة الصحفية بين المقابلة والخبر والتحقيق والتحليل والمقالة، في حين أن هم مميزاتها توفير المادة الإعلامية على شكل Text نص إلكتروني يتيح للقارئ فرصة البحث فيه وإعادة تحريره بعد استرجاعه من جديد مع إمكانية تخزينه ومن سماتها أيضا سرعة الوصول إلى المحتوى الصحفي بأكثر من أسلوب Access **(محمد سيد، 2012، صفحة 77)**

9-2 سناب شات Snapchat:

هو من تطبيقات الشبكات الاجتماعية يقدم للمستخدمين المقدرة على تبادل الصور ومقاطع الفيديوهات بينهم أو عبر مدونة قصتي Story والتي تختفي بعد 24 ساعة من عرضها ويحدد المستخدمون مدة زمنية لقصصهم تتراوح بين الثانية والعشر ثواني ويحتفظ بها لمدة 24 ساعة فقط لتختفي من على الجهاز الذي استلمها **(شمسي باشا و ماجد حسان، 2020، صفحة 29)**

9-3 غوغل بلس Google plus: صمم من أجل ايجاد طريقة للتفاعل بين الناس دون إنترنت تحت شعار "تقاسم حياتك الفعلية مع الآخرين دون إنترنت"

9-4 موقع ويكيبيديا Wikipedia: الموسوعة المجانية المتاحة على شبكة الإنترنت صاحبة المحتويات المفتوحة تأسست في سنة 2001 بتضافر جهود مجموعة من المستخدمين يعرفون بالويكيبيديون فكل شخص يمكنه التسجيل في الموقع والكتابة عليه ، فهي ليست للتواصل بل لنشر البيانات والمعلومات ومشاركتها مع الآخرين.

5-9 موقع ريديت Reddit: خاص بالأخبار والقصص الاجتماعية المختارة من طرف أصحاب الموقع حيث يضم الموقع مئات المجتمعات والتجمعات الفرعية المسماة Subreddits وبها مجموعة تحرير فرعية متخصصة بموضوع ما حيث يقوم بها الريديتوروز بعرض محتوى للتصويت عليه من قبل الأعضاء بالموقع بغية الترويج لقصة معينة معبرة.

6-9 موقع Pinterest: خاص بمعالجة ومشاركة الصور على الإنترنت وتصنيفها، وأساسه التركيز على المرئيات ونقل المستخدم إلى المصادر الأساسية للصور وحتى تقديم وصفا لها وتقديم تفاصيل حولها **(قمحية، 2017، الصفحات 26-27)**

7-9 تطبيق فايبرViber : وهو من الشبكات الاجتماعية يهتم بالمراسلة بين أصحاب الهواتف الذكية مع القيام بالمكالمات الصوتية ومكالمات الفيديو وكتابة النصوص مع الجهات المستقبلة في الطرف الآخر عبر كل أرجاء العالم، كما أنه تطبق سهل الاستخدام فهو يحتاج فقط رقم هاتف والتواجد على شبكة الانترنت ومن تحميل التطبيق وتفعيله مع جهات الاتصال الأخرى كما لا يحتاج إلى اسم مستخدم وكلمة مرور للتسجيل أثناء التسجيل بل يأخذ تسجيل رقم الهاتف المتواجد على الجهاز الذي حمل وفعل عليه التطبيق **(ملحس، 2021)**

8-9 تطبيق التيليغرام Telegram: هو تطبيق مجاني للتراسل السريع والآمن، يقدم خدمة التخزين السحابي للملفات، من ميزاته التشفير والأمان العالي وحماية خصوصية المستخدم، والسهولة في الاستخدام لاسيما في تبادل الرسائل النصية والفيديوهات والصور والتسجيلات الصوتية والملفات بجميع صيغها، إضافة إلى أنه يقدم للمستخدم فرصة إنشاء قناة خاصة وتكوين مجموعات رحبة تضم أعداد كبيرة من المشتركين **(السحيم، 2021)**

9-9 تطبيق ثريدز Threads: وهو تطبيق مسند إلى شركة ميتا أطلقه مارك زوكونبرغ كمنافس لتويتر، وهو تطبيق متصل مع الإنستغرام يشبه منصة X مجسد في شكل منصة للوسائط الاجتماعية تعتمد على كتابة النصوص، وتقدم ميزات مثل الإنستغرام، كما يتوفر على نظام أساسي جديد ويتيح للمستخدم اجراء المحادثات والقيام بعمليات التحديث وكتابة المنشورات ومشاركتها مع الآخرين، كما يدعم مشاركة مقاطع الفيديو والصور ومنح مساحة للتعليقات والإعجاب والتفاعل والمشاركة وإعادة النشر ويدعم جميع الأجهزة اللوحية المحمولة والذكية، منتشر في أكثر من 100 بلد، كما أن الموقف يشهد إقبال واسع خلال السنتين الماضيتين 2023 و2024 عبر مختلف دول العالم **(هبة، 2023)**

10- الأبعاد الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

عرفت المجتمعات البشرية منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مجموعة كبيرة من الأبعاد الاجتماعية الإيجابية والسلبية متعلقة بطريقة استخدامها ومنها:

أ- الأبعاد الاجتماعية الايجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- ساهم استخدام الشبكات الاجتماعية التواصلية في الانفتاح على الآخر ومعرفة عادات وتقاليد وثقافات الشعوب عبر العالم.
- تمتاز الشبكات الاجتماعية بالبساطة والمرونة وسهولة الاستخدام لاسيما من حيث اللغة لذا نجدها في متناول جميع الطبقات الاجتماعية.
- تختصر الشبكات الاجتماعية الوقت وتوفر الجهد والمال إذا استخدمت بعقلانية.
- تزود الشبكات الاجتماعية المستخدم بالمعلومات والأخبار التي تحدث في العالم لذا فهي مصدرا مهما للإعلام.
- توفر الشبكات الاجتماعية لأصحاب الأسواق والمشاريع التجارية بيئة تسويقية مناسبة لعرض منتجاتهم وسلعهم والترويج لها بطرق ابتكاريه وإبداعية.
- توفر الشبكات الاجتماعية للباحثين في المجال العلمي المصادر والمعلومات والإطلاع على الدراسات والبحوث في مختلف الميادين العلمية.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية وسيطا مثاليا للربط بين الدول وشعوبها في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية **(بخاري، 2018، صفحة 59)**
- تعتبر الشبكات الاجتماعية نافذة حرية منفتحة على العالم وبشكل مجاني دون الحاجة إلى التنقل، كما وفرت للشباب مساحة رحبة للهروب من الواقع المعاش في الدول التي تعاني اجتماعيا.
- تعطي الشبكات الاجتماعية فرصة لتعزيز الذات للمستخدمين من خلال الاحتكاك فتتوسع آفاقهم وأفكارهم ومدركاتهم خارج الوسط المكاني والعائلي الخاص بهم.
- تعتبر الشبكات الاجتماعية منبرا للرأي والرأي الآخر إذ يعبر المستخدم عن رأييه كما يمكنه من الحوار والنقاش حول مختلف المواضيع.
- تعمل الشبكات الاجتماعية على تقليص الفجوة الثقافية والحضارية بين الأمم والشعوب من خلال عرض واقعهم دون زيف والعمل على إدراكه كما هو والتعاطي معه دون زيف اعلامي أو سياسي وبتقارب فكري على مستوى الأشخاص والمجموعات والدول.

- تعزز الشبكات الاجتماعية أواصر التواصل بين الأفراد لاسيما في حالات تباعد أفراد العائلة الواحدة، كما تقدم فرص كبيرة لإعادة روابط الصداقة القديمة وجمع الشمل من جديد بين الأسر والعائلات التي فرقتها ظروف الحياة، كما تعتبر وسائط للترفيه والتسلية **(المقدادي، 2013، الصفحات 68-71)**

ب-الأبعاد الاجتماعية السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- يسبب الإفراط في استخدام الشبكات الاجتماعية إلى الاغتراب والعزلة الاجتماعية وزيادة القلق والتوتر وارتفاع حجم النزاعات والخلافات بين أفراد الأسرة الواحدة والانهماك والانغماس في استخدام الشبكات بلا مبالاة **(آيت قاسي، 2021، صفحة 270)**
- تقليل مهارات التفاعل الشخصي للأفراد والجماعات ورفع الاتصال الالكتروني على حسابه.
- الاستغراق في استخدام الشبكات الاجتماعية يهدر الوقت ويرفع من نسب الانغماس في الألعاب والتسلية والترفيه دون شعور.
- يسبب الافراط في استخدام الشبكات الاجتماعية الإدمان عليها خاصة في أوقات الفراغ والابتعاد عن المطالعة والقراءة والرياضة والجلسات العائلية والابتعاد عن الدراسة.
- استخدام الشبكات الاجتماعية في الترفيه والتسلية ومضيعة الوقت وعدم استغلالها في تحصيل الأشياء الإيجابة والاستفادة منها.
- عدم المحافظة على القيم والأخلاق وضياع الهوية الثقافية للأشخاص واكتساب قيم وأخلاق وهوية تتنافى وقيم وعادات المجتمع الأم.
- خطر الاختراق وانعدام الخصوصية وتفاقم الأضرار المعنوية والمادية والنفسية عند المستخدمين.
- مستخدمي الشبكات الاجتماعية عرضة للمتابعة والمراقبة ومعرفة أحوالهم نتيجة منشوراتهم لاسيما من طرف شركات التسويق أو من طرف الجهات الرقابية **(المقدادي، 2013، الصفحات 71-74)**
- مخاطر الاحتيال والنصب من طرف جهات غير معروفة والعصابات التي تحترف تلك الممارسات غير الأخلاقية التي تصل إلى ارتكاب الجرائم في بعض الأحيان.
- التعرض للمحتويات غير اللائقة والمخلة بالحياء لاسيما في حالات الاستخدام عند الأطفال القصر.
- انتشار المعلومات المغلوطة والشائعات والتلوث المعلوماتي وصعوبة الحصول على المعلومة الصحيحة ومصدرها على الشبكات الاجتماعية.
- استخدام الشبكات الاجتماعية في الحرب النفسية والصراعات الداخلية ونشر الخوف والتوتر بين الشعوب كما واستغلال الفرص لاسيما في أوقات الأزمات **(العبيدي، 2021)**

- إن استخدام الشبكات الاجتماعية يضعف ذاكرة المستخدم ويتلف خلاياه الدماغية ومهاراته التحليلية وتواصله المباشر وتبعده عن العادات والتقاليد والهوايات الاجتماعية الفعلية، وإكسابه التقصير في أداء، وتعرضه للاضطرابات النفسية والقلق والتوتر والتوجه نحو المجهول. **(مركز الحرب الناعمة للدرسات، 2016، الصفحات 58-62)**

خلاصة الفصل:

عرضنا في هذا الفصل من هذه الدراسة الموسومة باتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة– دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة شرحا مفصلا وموسعا لمتغير الميديا الجديدة New Media بداية بالتعريج على مفهومها وأصل تسميتها ودلالتها اللغوية في اللغة العربية واللاتينية علاوة على تكنولوجياتها، خصائصها، أشكالها، دواعي ظهورها، محاسنها وعيوبها، إضافة إلى عرض مختلف الاتجاهات النظرية الخاصة بها غربيا وعربيا، والتي تناولتها من مختلف الزوايا كتناولها من حيث الجانب التقني والوظيفي والتاريخي والتركيبي وطبيعة المعلومات التي تتناقلها وطرق عرضها بطرق متنوعة تلبي رغبات المستخدم وتحقق تطلعاته الشخصية نحوها بعيدا عن هيمنة الوسائل الإعلامية الكلاسيكية، وبهذا فالميديا الجديدة غيرت النموذج الاتصالي الأحادي النازل في اتجاه واحد من الهرم الفوقي لمديري وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة إلى النموذج الاتصالي الثنائي القائم على التفاعل وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل والمشاركة في صناعة الرسائل والمضامين الإعلامية بالشكل والنوع المفضل وفي الوقت وبأقل جهد وتكلفة مالية ممكنة.

كما وقد قدمنا تجزئة تركيبية ووظيفية لهذا المتغير "الميديا الجديدة" من خلال تقديم عرض نظري مفصل شرحنا من خلاله بدقة وترتيب تسلسلي زمني منظم وفق البعد التاريخي لكل عنصر؛ لتحقيق الهدف الرئيسي لهذه الدراسة، ومن أهم العناصر المكونة للميديا الجديدة حسب هذه الدراسة نذكر:

شبكة الأنترنت والويب 0.2 والويب 0.3، الشبكات الاجتماعية التواصلية وهي المدونات، الفايسبوك، اليوتيوب، تويتر، إنستغرام، الواتساب، لينكدإن، تيك توك، ومواقع وتطبيقات أخرى مثل الصحافة الإلكترونية، السناب شات، غوغل بلس، موقع الويكيبيديا، موقع ريديت، موقع بانتريست، تطبيق الفايبر، التيليغرام وثريدز مع تقديم مميزات وعيوب هذه المواقع التواصلية التي تعبر عن روح الميديا الجديدة اتصاليا.

الفصل الثالث

تحليل البيانات الميدانية

أولا: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

1- البيانات السوسيوديموغرافية

2- عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– للميديا الجديدة في المواضيع السياسية

3- اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

4- اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

5- المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

ثانيا: النتائج الجزئية والعامة للدراسة

1- النتائج الجزئية حسب محاور الدراسة

2- النتائج العامة للدراسة حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات

3- خاتمة الدراسة

4- توصيات الدراسة

5- قائمة المصادر والمراجع

الملاحق المدرجة في الدراسة

1- الملحق الأول: استمارة الاستبيان

2- الملحق الثاني: المعالجة الإحصائية

3- الملحق الثالث: طلب الموافقة لإجراء بحث ميداني بكليات ومعاهد جامعة تبسة

تمهيد:

بعد التطرق إلى عرض متغيرات الدراسة في الفصول السابقة المتمثلة في الاتجاهات، الميديا الجديدة، المواضيع السياسية، والأساتذة الجامعيين الجزائريين، سنتعرف في هذا الفصل على اتجاهات هذه الفئة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة من خلال اخضاع البيانات المتحصل عليها من ميدان الدراسة إلى المعالجة الاحصائية المناسبة بداية من حساب التكرارات والنسب المئوية وصولا إلى تحديد النتائج الجزئية والعامة للدراسة.

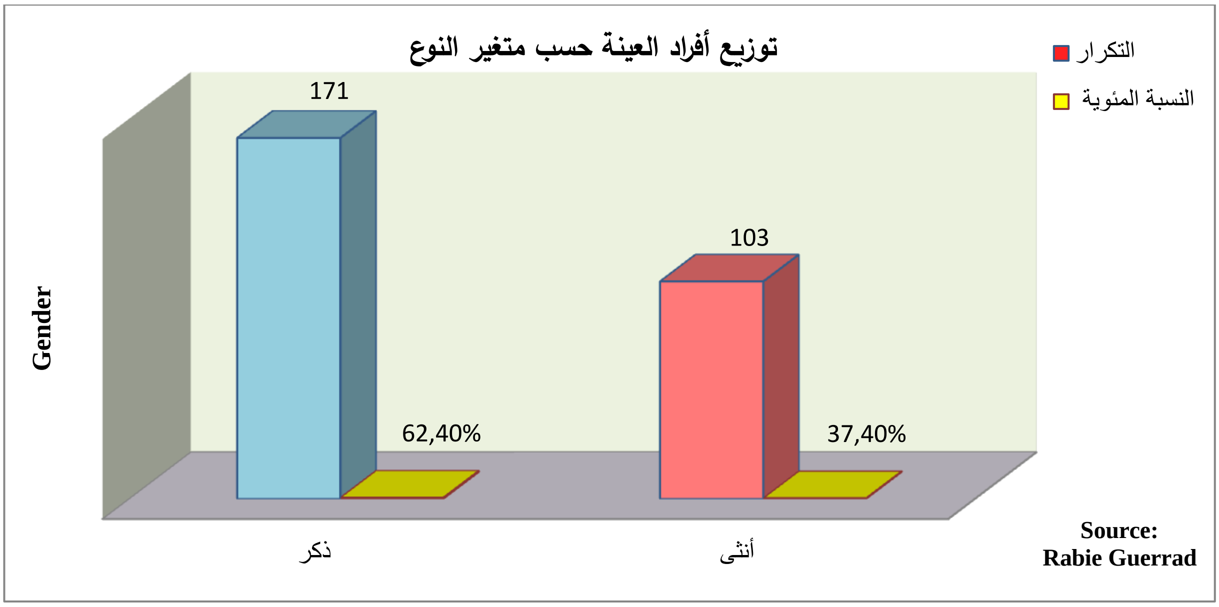
أولا: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

❖ **البيانات السوسيوديموغرافية**

1- النوع:

جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع

الرقم	النوع	التكرار	النسبة المئوية
01	ذكر	171	%62.40
02	أنثى	103	%37.60
المجمــوع		274	%100



شكل رقم (04): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع

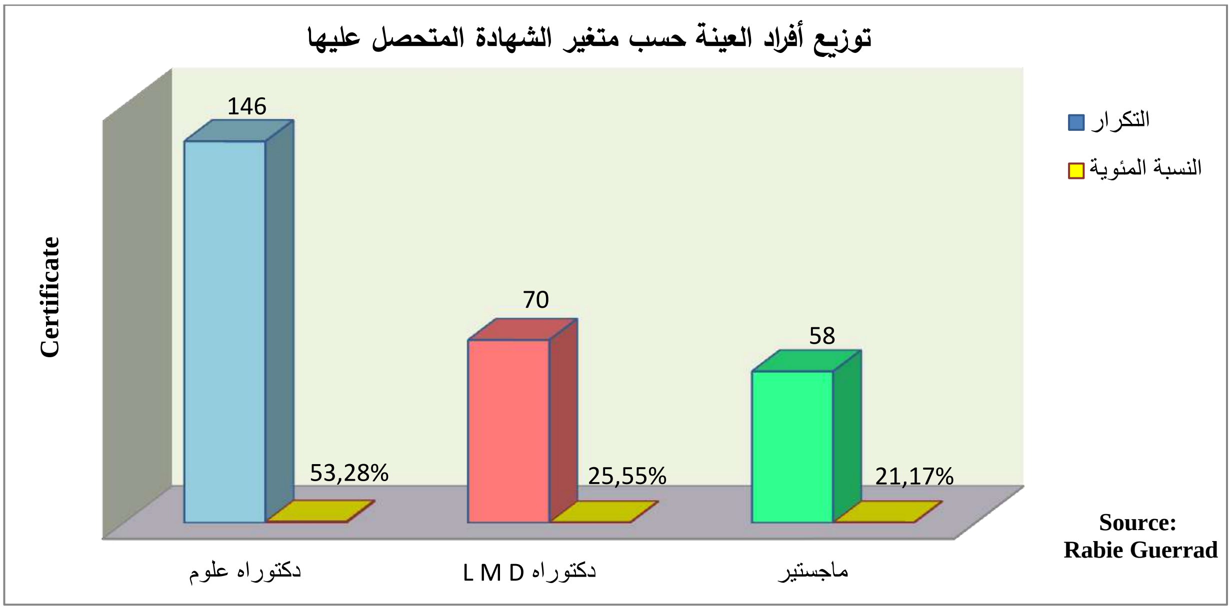
تشير إحصائيات الجدول رقم (10) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع إلى أن عدد الأساتذة الجامعيين الدائمين الذكور أكثر من عدد الإناث بجامعة العربي التبسي – تبسة

حيث بلغ عددهم 171 أستاذ من أصل 274 بنسبة تقدر ب 62.40% في حين أن عدد الإناث بلغ 103 أستاذة بنسبة تقدر ب: 37.40% حسب عينة الدراسة، ويرجع ذلك إلى عدة اعتبارات منها طبيعة الدراسة بالدرجة الأولى إذ أن عدد الأساتذة الجامعيين الدائمين الذكور المبحوثين الذين يستخدمون الميديا الجديدة خلال الفترة الزمنية المحددة لتوزيع استمارة الاستبيان أكثر من عدد الأساتذة الجامعيين الإناث خلال نفس الفترة، إضافة إلى عامل الاختلاف الموجود في الهيكلة الأكاديمية لجامعة العربي التبسي – تبسة– الذي تتحكم فيه طبيعة التخصصات العلمية الموزعة على بنى تحتية مكونة من 06 كليات ومعهدين، وهذا حسب رأينا أدى إلى عدم التوازن بين النوعين في هذه الدراسة، رغم واقع طبيعة التركيبة الاجتماعية والثقافية لمجتمع البحث الذي تقل فيه نسبة الذكور عن الإناث حسب المعطيات المتحصل عليها من مصلحة الإحصاء بجامعة العربي التبسي– تبسة.

2- الشهادة المتحصل عليها:

جدول رقم (11): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عليها

الرقم	الشهادة المتحصل عنها	التكرار	النسبة المئوية %
01	دكتوراه علوم	146	%53,28
02	دكتوراه L M D	70	%25,55
03	ماجستير	58	%21,17
المجموع		274	%100



الشكل رقم (05): يبين توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عنها

يظهر الجدول رقم (11): الخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عنها أن عدد الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين الحائزين على شهادة دكتوراه علوم هو 146 أستاذ من مجموع حجم العينة المقدرة ب: 274 حيث بلغت نسبتهم 53.28% أي بعدد أكثر من نصف حجم العينة المبحوثة؛ ويعود ذلك إلى التكوين الأكاديمي المعتمد الذي كان سائد في الجامعة الجزائرية "التكوين بالنظام الكلاسيكي" والذي استمر لفترة طويلة حتى سبتمر 2004، إذ تكتسب هذه الشريحة من الأساتذة الجامعيين تمرس وتجربة في مسار تحديث الجامعة الجزائرية، في حين أن عدد الأساتذة الجامعيين الدائمين المتحصل على شهادة دكتوراه LMD "دكتوراه الطور الثالث" بلغ 70 أستاذ جامعي بنسبة قدرت ب: 25.55% في المرتبة الثانية وهذا يدل على حداثة تكوين هذه الشريحة وفق نظام التكوين LMD المعتمد في الجامعة الجزائرية تدريجيا منذ سنة 2004 كنظام جديد للتكوين الأكاديمي، وهذا العدد يقترب من معادلة ربع حجم العينة المبحوثة، بينما جاء عدد الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين أصحاب شهادة الماجستير في المرتبة الثالثة والأخيرة ممثلين ب 58 أستاذ جامعي وبنسبة 21.17% ويعود ذلك إلى أن هذه الشريحة من عينة الدراسة متأخرة لم تستكمل متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه علوم، كما أنها شريحة عايشت مرحلة الانتقال من النظام الكلاسيكي السابق للتكوين ونظام LMD الجديد المعتمد والمطبق تدريجيا في بعض الجامعات الجزائرية سنة 2004 ليعم بعدها سنة 2008 في كل الجامعات الجزائرية بصفة رسمية **(جغروري، 2020، صفحة 358)**

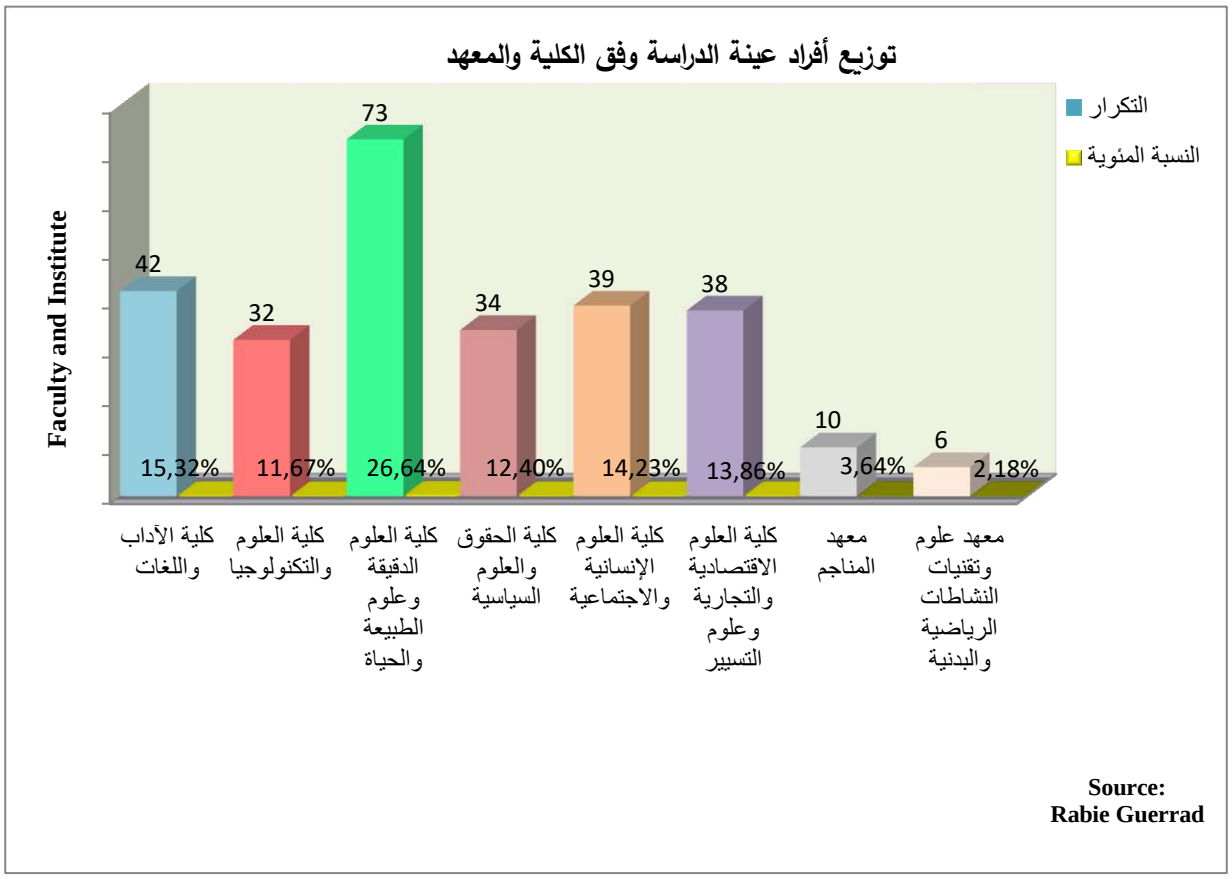
ومن خلال هذه المعطيات المتحصل عليها في الجدول رقم (11) الخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب الشهادة المتحصل عليها في هذه الدراسة التمسنا تمايزا في الشهادات لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين في جامعة العربي التبسي – تبسة، وهذا من الاعتبارات التي تثري معارفنا وتساعدنا على معرفة اتجاهات عينة الدراسة بوضوح نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

3- الكلية أو المعهد:

جدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد

الرقم	الكلية أو المعهد	التكرار	النسبة المئوية %
01	كلية الآداب واللغات	42	%15.32
02	كلية العلوم والتكنولوجيا	32	%11.67
03	كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة	73	%26.64
04	كلية الحقوق والعلوم السّياسيّة	34	%12.40
05	كلية العلوم الانسانية والاجتماعية	39	%14.23
06	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	38	%13.86

07	معهد المناجم	10	%3.64
08	معهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية	6	%2.18
	المجموع	274	%100



شكل رقم (06): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد

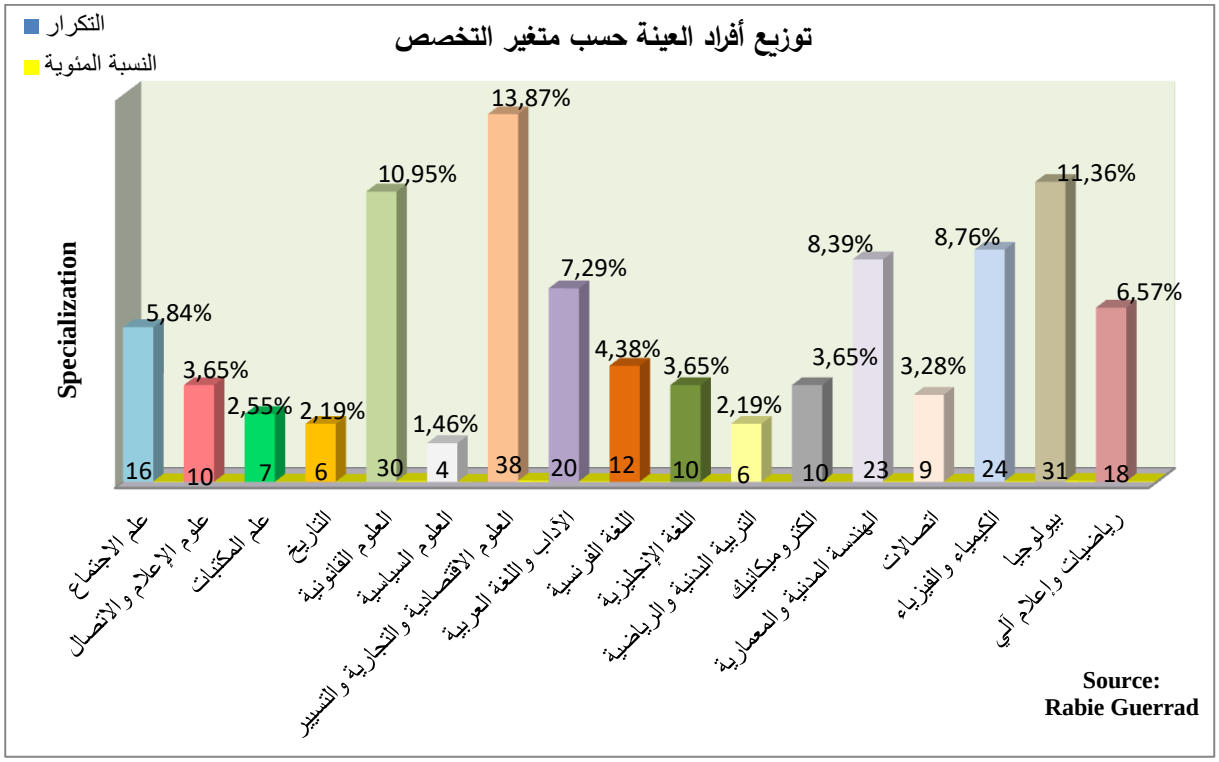
نرى من خلال الجدول رقم (12): الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد أن عدد الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين موزعون وفق الترتيب التالي: في المرتبة الأولى جاء الأساتذة الذين يزاولون مهامهم التدريسية في كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة بعدد 73 أستاذ جامعي ونسبة 26.64%، وفي المرتبة الثانية الأساتذة الذين يؤدون مهامهم التدريسية بكلية الآداب واللغات وعددهم 42 أستاذ جامعي وبنسبة مئوية قدرت ب: 15.32%، وفي المرتبة الثالثة الأساتذة الذين يزاولون تدريسهم بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وعددهم 39 أستاذ بنسبة مئوية قدرت ب: 14.23%، أما المرتبة الرابعة فكانت لأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بعدد 38 أستاذ وبنسبة 13.86%، في حين جاء أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية في المرتبة الخامسة وعددهم 34 أستاذ وبنسبة مئوية قدرت ب: 12.40%، بينما احتل أساتذة كلية العلوم والتكنولوجيا المرتبة السادسة بعدد 32 أستاذ ونسبة 11.67%، كما حلّ أساتذة معهد المناجم سابعا بعدد 10 أساتذة وبنسبة مئوية مقدرة ب:

3.64%، وأخيرا وفي المرتبة الثامنة أساتذة معهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية والمقدر عددهم 06 أساتذة جامعين وبنسبة 2.18%، ونحيل هذا الترتيب في الأعداد والنسب إلى قانون حساب حجم العينة في المجتمع المعلوم الحجم ل: Steven k.Thomson **(رقاتي، 2022، صفحة 1094)** وقد عرضنا هذا القانون ل: Steven k.Thomson في الإطار المنهجي للدراسة بالشرح والتفصيل وبتطبيقه على هذه الدراسة التي يبلغ عدد مفردات مجتمع البحث فيها 952 أستاذ جامعي جزائري في الموسم الجامعي 2022–2023 بجامعة العربي التبسي – تبسة والذي سحبنا منه عينة حصصية نسبية قدرت ب 274 أستاذ جامعي موزعة على 06 كليات ومعهدين، كما تم الإشارة له في الجدول رقم (12) المتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة وفق الكلية والمعهد.

4- التخصص:

جدول رقم (13): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

الرقم	التخصص	التكرار	النسبة المئوية %
01	علم الاجتماع	16	%5,84
02	علوم الإعلام والاتصال	10	%3,65
03	علم المكتبات	07	%2,55
04	التاريخ	06	%2,19
05	العلوم القانونية	30	%10,95
06	العلوم السّياسيّة	04	%1,46
07	العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير	38	%13,87
08	الآداب واللغة العربية	20	%7,29
09	اللغة الفرنسية	12	%4,38
10	اللغة الانجليزية	10	%3,65
11	التربية البدنية والرياضية	06	%2,19
12	إلكتروميكانيك	10	%3,65
13	الهندسة المدنية والمعمارية	23	%8,39
14	اتصالات	09	%3,28
15	الكيمياء والفيزياء	24	%8,76
16	بيولوجيا	31	%11,31
17	رياضيات وإعلام آلي	18	%6,57
	المجموع	274	%100



شكل رقم (07): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص

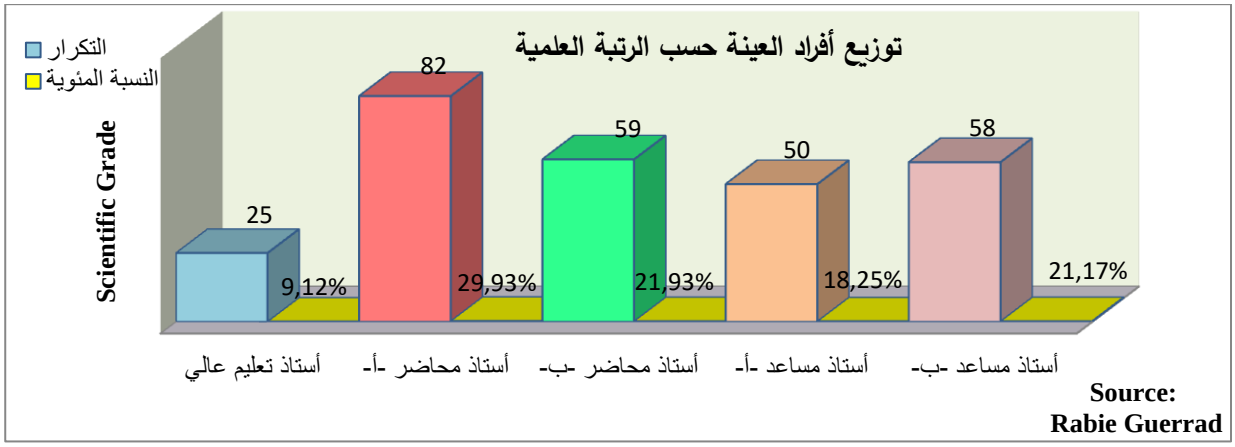
من خلال الجدول رقم (13) الذي يوضح توزيع أفراد العينة المبحوثين وفق التخصص نلاحظ أن تخصصات الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين الذين يزاولون تدريسهم بجامعة العربي التبسي – تبسة– تخصصات متنوعة مرتبطة بطبيعة هيكلة الجامعة أكاديميا حيث جاءت التخصصات العلمية والتخصصات الصلبة والصرفة في المرتبة الأولى بعدد 115 تخصص موزعة على كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة وكلية العلوم والتكنولوجيا ومعهد المناجم كما يلي: تخصص بيولوجيا عددها 31 تخصص بنسبة 11.31%، وتخصصات الكيمياء والفيزياء بعدد مقدر ب:24 تخصص وبنسبة 8.76%، وتخصصات الهندسة المدنية والمعمارية بعدد 23 تخصص وبنسبة 8.39%، ثم تخصصات الرياضيات والإعلام الآلي 18 تخصص بنسبة 6.57%، بعدها تخصص إلكتروميكانيك بعدد 10 تخصص ونسبة مئوية مقدرة ب: 3.65%، وأخيرا تخصص اتصالات ب: 09 تخصص ونسبة 3.28%، وتأتي في المرتبة الثانية تخصصات الآداب واللغات إذ بلغ عدد تخصصات الآداب واللغة العربية 20 تخصص بنسبة 7.29%، ليتبعه تخصص اللغة الفرنسية بعدد 12 تخصص بنسبة 4.38%، واللغة الإنجليزية بعدد 10 تخصصات وبنسبة مئوية تقدر ب: 3.65%، في حين جاءت تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية في المرتبة الثالثة إذ بلغ عدد تخصصات علم الاجتماع 16 تخصصا ممثلة بنسبة 5.84%، ليليه تخصصات علوم الإعلام والاتصال بعدد 10 تخصصات وبنسبة

3.65%، ثم تخصصات علم المكتبات بعدد 07 تخصصات ونسبة 2.55%، وأخيرا تخصصات التاريخ والمقدرة ب: 06 تخصص ممثلة بنسبة مئوية 2.19%، بينما حلت تخصصات العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في المرتبة الرابعة بعدد 38 تخصص وبنسبة 13.87%، وفي المرتبة الخامسة تخصصات الحقوق والعلوم السياسية بعدد 30 تخصص للعلوم القانونية وبنسبة 10.95%، و04 تخصصات علوم سياسية بنسبة 1.46%، وحلت أخيرا وفي المرتبة السادسة تخصصات التربية البدنية والرياضية والمقدر عددهم 06 تخصصات وبنسبة مئوية قدرها 2.19%، ويرجع هذا التنوع في التخصصات إلى تنوع التكوين الأكاديمي بجامعة العربي التبسي – تبسة – وهذا بدوره يعكس مدى حجمها ومدى امتدادها جغرافيا إذ تضم 06 كليات ومعهدين مشيدة في أماكن جغرافية مختلفة، لذلك فإننا نرى أن التنوع في التخصصات عند عينة الدراسة سيثري هذه الدراسة ويخرجها من التحيز إلى مجال معين، وبالتالي يكون هناك تنوع في إجابات المبحوثين تساعدنا على معرفة اتجاهاتهم أثناء استخدام الميديا الجددة في متابعة المواضيع السياسية والتفاعل معها.

5- الدرجة العلمية

جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الرتبة العلمية

الرقم	الرتبة العلمية	التكرار	النسبة المئوية %
01	أستاذ تعليم عالي	25	**%9,12**
02	أستاذ محاضر-ا-	82	**%29,93**
03	أستاذ محاضر-ب-	59	**%21,53**
04	أستاذ مساعد-ا-	50	**%18,25**
05	أستاذ مساعد-ب-	58	**%21,17**
المجموع		274	%100



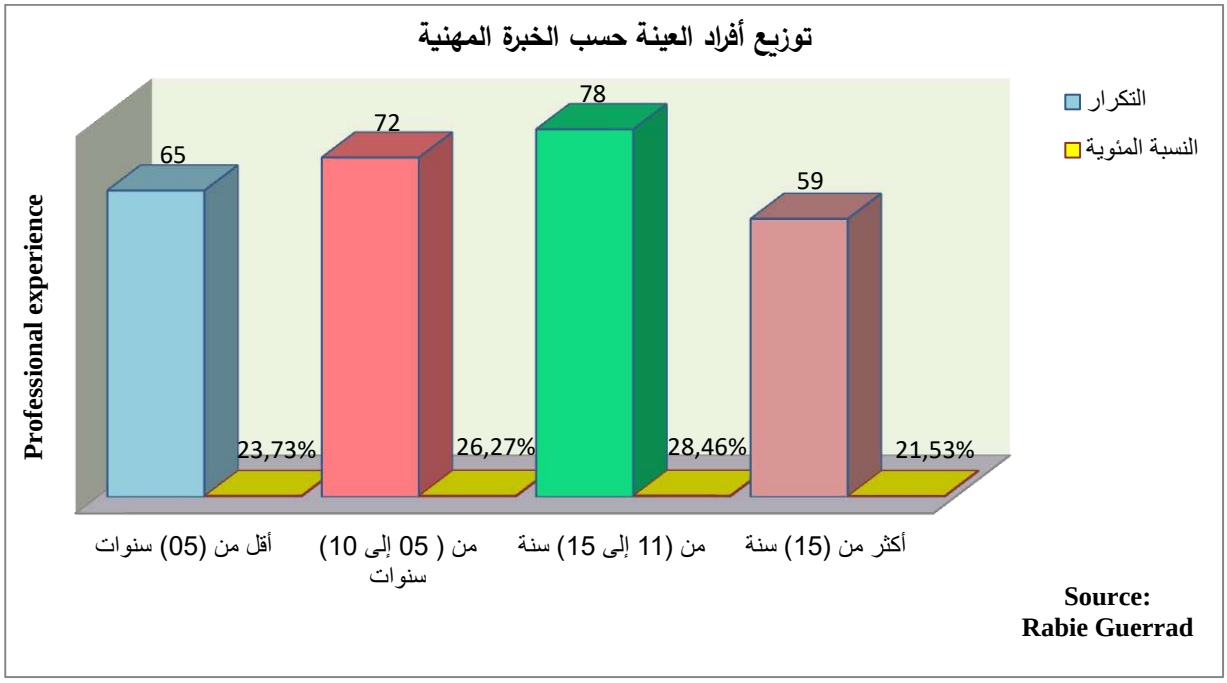
شكل رقم (08): يظهر توزيع أفراد العينة حسب الرتبة العلمية

يشير الجدول رقم (14): الخاص بتوزيع المبحوثين في هذه الدراسة حسب الرتبة العلمية إلى أن عدد الأساتذة الجامعيين الدائمين في رتبة أستاذ محاضر – أ – هم الأكثر عددا إذ يقدر عددهم 82 أستاذ وبنسبة 29.93%، ليأتي بعدهم في الترتيب رتبة أستاذ محاضر – ب – بعدد 59 أستاذ وبنسبة 21.53%، في حين جاءت رتبة أستاذ مساعد – ب – في المرتبة الموالية بعدد 58 استاذ وبنسبة 21.17%، بينما جاءت رتبة أستاذ مساعد – أ – في المرتبة الرابعة بعدد 50 أستاذ وبنسبة مئوية قدرها 18.25%، وأخيرا حلت رتبة أستاذ تعليم عالي في المرتبة الخامسة بعدد 25 أستاذ وبنسبة 9.12%، ويرجع هذا التفاوت والاختلاف في الرتب إلى عدة عوامل منها مدى الخبرة المهنية إذ يعتبر أساتذة التعليم العالي الأكثر خبرة وأقدمية مع الأستاذ المحاضرين – أ – حيث حسب القانون الأساسي للأستاذ الجامعي الجزائري وردت جملة من الشروط التي يجب أن تتوفر في الأستاذ الجامعي حتى يصنف في إحدى الرتبتين ومنها ضرورة الحصول على شهادة الدكتوراه ودرجة التأهيل الجامعي، وأن يحوز في سجله خلال مشواره الجامعي على انجازات علمية وأكاديمية كالمشاركة في الأنشطة البحثية والقيام بالنشر العلمي وبعمليات الإشراف وتكوين الطلبة في الأطوار الثلاثة، والمشاركة أيضا في فعاليات الملتقيات والمؤتمرات الوطنية والدولية، في حين أن الذين يمتلكون خبرة مهنية والحائزين على شهادة الماجستير فقط يكتفون بالبقاء في رتبة أستاذ محاضر – ب – ورتبة أستاذ مساعد – أ – وهم الشريحة المكونة تكوينا كلاسيكيا حسب النظام الأكاديمي القديم للتكوين، أما فيما يخص رتبة أستاذ مساعد – ب – فهم مزيجا بين أساتذة التكوينين القديم والجديد، إذ منهم من هو متحصل على شهادة دكتوراه LMD وشهادة الماجستير **(الجريدة الرسمية الجزائرية، 2024، الصفحات 10 - 15)** ، وقد ساعدنا هذا التنوع في إثراء تحديد اتجاهات أفراد العينة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بشكل أكثر دقة ووضوح.

6- الخبرة المهنية:

جدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الرقم	الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية %
01	اقل من (05) سنوات	65	%23,72
02	من (05 إلى10) سنوات	72	%26,27
03	من(11-15) سنة	78	%28,46
04	أكثر من (15) سنة	59	%21,53
	المجموع	274	%100

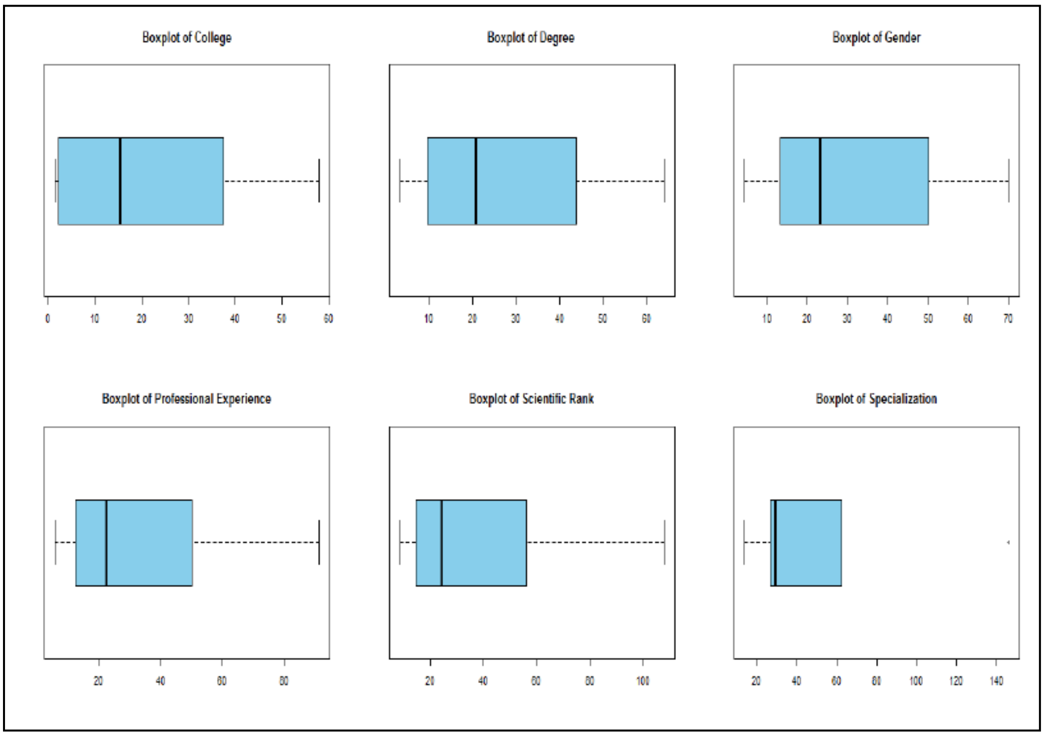


الشكل رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية أن أصحاب الخبرة المهنية المحددة من (11 إلى 15) سنة هم الأكثر عدد ب: 78 أستاذ وبنسبة 28.46%، ثم يأتي أصحاب الخبرة من (05 إلى 10) سنوات بعدد 72 أستاذ ونسبة 26.27%، وبعدها أصحاب الخبرة المهنية الأقل من خمس سنوات بعدد 65 أستاذ و بنسبة 23.72%، وأخيرا أصحاب الخبرة المهنية المحددة بأكثر من 15 سنة وعددهم 59 أستاذ وبنسبة 21.53%، ويعكس هذا التمايز في سنوات الخبرة المهنية عمر المؤسسة الجامعية العربي التبسي الممتد منذ سنة إنشاء المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض والهندسة والتعدين سنة 1985 ثم إنشاء المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي سنة 1992 وترقيته إلى جامعة يوم 12 أكتوبر 2008، فخلال هذا المسار الطويل في هيكلة المصالح الإدارية والمعاهد والأقسام اكتسب الأساتذة الجامعيون خبرة مهنية متفاوتة تحكمت فيها طبيعة التخصصات القديمة عبر مراحل تطور الجامعة والتخصصات الجديدة المستحدثة حسب متطلبات جامعة العربي التبسي – تبسة، وعليه فإن الخبرة المهنية تنتقل من جيل إلى آخر بين المبحوثين وهذا ما يثري معلوماتنا حول تحديد اتجاهاتهم المعرفية والسلوكية والوجدانية نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بشكل يخدم أهداف هذه الدراسة.

جدول رقم (16): يوضح التعقيب على البيانات السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة حسب مخطط الصندوق

الرقم	سمات العينة	القيمة الدنيا	الربع الأصغر	المتوسط الحسابي	الربع الأكبر	القيمة العليا
01	النوع	103	37.60	137	62.40	171
02	الشهادة المتحصل عليها	58	21.17	91.33	78.83	146
03	الكلية أو المعهد	06	2.19	34.25	97.81	73
04	التخصص	06	2.19	16.11	97.81	38
05	الرتبة العلمية	25	09.12	54.80	90.88	82
06	الخبرة المهنية	59	21.53	68.50	78.47	78



الشكل رقم (10): يوضح التعقيب على البيانات السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة حسب مخطط الصندوق

يتضح لنا من خلال المخطط الصندوقي للجدول رقم (16) وجود تنوع وتباين وتجانس في طبيعة توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات السوسيوديموغرافية حيث وجدنا تجانسا حسب متغير النوع متوسطه الإحصائي 137 أي بنسبة 50%، بينما وجدنا تباينا كبيرا حسب متغير الشهادة المتحصل عليها يتراوح بين 58 القيمة الدنيا و146 القيمة العليا وبمتوسط احصائي قدره 91.33، وقد تأكد هذا التباين من خلال متغير الخبرة المهنية إذ انحصر بين القيمة الدنيا 59 والقيمة العليا 78 وبمتوسط إحصائي مقدر

ب: 68.50، وقد واصل هذا التباين ظهوره حسب متغير الرتبة العلمية بين القيمتين الدنيا والعليا 25 و82 بمتوسط إحصائي بلغ 54.80، في حين وجدنا تنوعا نسبيا حسب متغير الكلية والمعهد يتراوح بين القيمة العليا 73 والقيمة الدنيا 06 وبمتوسط حسابي بلغ 34.25، وكذلك من خلال متغير التخصص بين القيمتين العليا والدنيا 38 و06 بمتوسط إحصائي قدره 16.11.

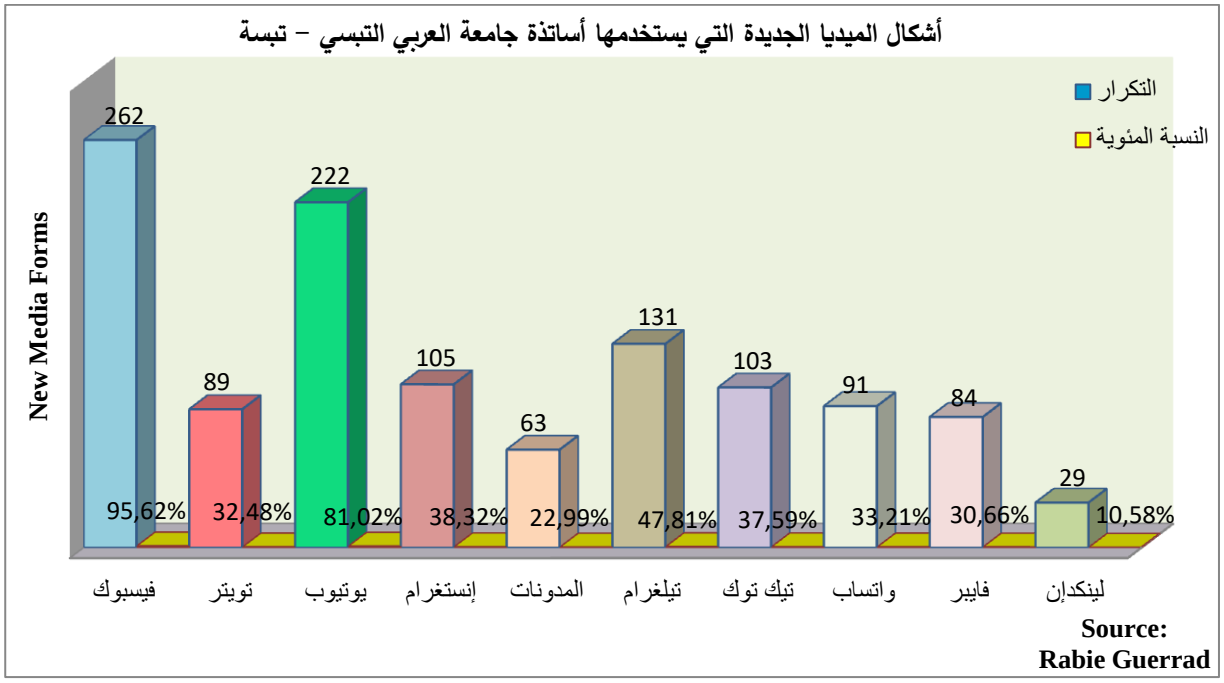
وعليه يمككنا القول أن هذ التنوع والتباين والتجانس في المتغيرات السوسيوديمغرافية يضيف للدراسة تنوع وتباين وتجانس في طبيعة البيانات المتحصل عليها من عينة الدراسة يعزز مدى صدق وثبات أدوات جمعها، وهذا بدوره يثري النتائج العامة والجزئية لهذه الدراسة مما يخدم أهدافها المحددة سابقا.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– للميديا الجديدة في المواضيع السياسية

1– أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة

الجدول رقم (17): يوضح أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة

الرقم	أشكال الميديا الجديدة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	فيسبوك	262	%95,62	12	%4,38	274	%100
02	تويتر	89	%32,48	185	%67,52	274	%100
03	يوتيوب	222	%81,02	52	%18,98	274	%100
04	إنستغرام	105	%38,32	169	%61,68	274	%100
05	المدونات	63	%22,99	211	%77,01	274	%100
06	تيلغرام	131	%47,81	143	%52,19	274	%100
07	تيك توك	103	%37,59	171	%62,41	274	%100
08	واتساب	91	%33,21	183	%66,79	274	%100
09	فايبر	84	%30,66	190	%69,34	274	%100
10	لينكدإن	29	10,58%	245	%89,42	274	%100



الشكل رقم (11): يوضح أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة

يشير الجدول رقم (17): إلى أشكال الميديا الجديدة التي يستخدمها المبحوثين حيث أسفرت احصائيات الدراسة أن موقع الفيسبوك Facebook هو الأكثر استخدام لدى عينة الدراسة بعدد 262 مستخدم وبنسبة 95.62%، ويليه موقع اليوتيوب Youtube بعدد 222 مستخدم ونسبة 81.02%، ثم تطبيق التيلغرام Telegram بعدد 131 مستخدم وبنسبة مئوية قدرها 47.81%، في حين جاءت على الترتيب وباستخدام متوسط كل من موقع إنستغرام Instagram بعدد 105 مستخدم ونسبة 38.32%، وموقع تيك توك Tik Tok بعدد 103 مستخدم وبنسبة 37.59%، ثم تطبيق الواتساب WatsApp بعدد 91 مستخدم ونسبة 33.21%، يليه تويتر "Twitter" منصة "X" بعدد 89 مستخدم وبنسبة 32.48%، وكذلك تطبيق الفايبر Viber بعدد 84 مستخدم وبنسبة 30.66%، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة على الترتيب وبأقل استخداما كل من المدونات Blogger بعدد 63 مستخدم بنسبة 22.99%، ولينكدن LinkedIn بعدد 29 مستخدم وبنسبة 10.58%.

ونفسر هذا التفاوت في استخدام أشكال الميديا إلى أن المواقع الأكثر استخداما تنفرد بخصائص تجذب المبحوثين كالمجانية وسهولة التواصل وعدم التعقيد أثناء الاستخدام والتحكم في إدراج المعلومات الشخصية للحساب؛ فموقع الفيسبوك حسب هذه الدراسة يتيح للمستخدمين التحكم في المفضلات وذلك بالاحتفاظ بالروابط المتعلقة بالمواضيع السياسية الأكثر استخداما، كما يمكّنهم من اختيار الأخبار وعرض المحتويات والمنشورات حولها على صفحاتهم الرئيسية حسب سلوكه ووفقا للخوارزميات التي

يعمل بها موقع الفيسبوك، إضافة إلى توفيره لخاصية حفظ وتسجيل الفيديوهات والصور والنصوص والروابط، وإمكانية البحث في المحادثات والإطلاع على الرسائل المخفية والغير مرغوب فيها ومعرفة تواريخ طلبات الصداقة وتقديم اشعارات وتنبيهات تظهر على صفحاتهم وغير ذلك من السمات والخصائص والمميزات التي ينفرد بها موقع الفيسبوك والتي جعلته الوجهة الأولى للمبحوثين في هذه الدراسة أثناء متابعة المواضيع السياسية، ونؤكد هذه الإحصائيات حول تصدر استخدامه لدى المبحوثين بالنتائج التي خلصت إليها دراسة الباحث عصام فريد صالح الموسومة ب: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني حيث أن أكثر المواقع استخداما لدى الطلبة الأردنيين هو موقع الفيسبوك بنسبة 100%.

أما فيما يخص استخدام أشكال الميديا الجديدة في هذه الدراسة فيعود إلى خصوصية وطبيعة استخدام كل موقع؛ فموقع اليوتيوب إضافة إلى ما سبق ذكره من خصائص عامة لمواقع التواصل الاجتماعي يساعد المستخدمين في الحصول على مقاطع الفيديو وتجميعها والوصول إليها بسهولة ومشاركتها مع الآخرين والتفاعل معها، كما أن طبيعة الرسائل والمحتويات على اليوتيوب السمعية البصرية بالصورة والصوت لها تأثيرا أكثر واقعية على المبحوثين، إضافة إلى أن موقع اليوتيوب يمكّن المستخدمين من إنشاء قنوات شخصية تعود عليهم بالربح والفائدة، أما تطبيق التيلغرام في هذه الدراسة فهو يساعد المبحوثين على الوصول إلى المستندات والملفات والكتب بأمان عالي من خلال ميزة المجلدات ويتيح لهم تكوين قنوات وإنشاء مكتبات الكترونية ومجموعات لتبادل الرسائل والمحتويات والتواصل، فهو حسب عينة الدراسة مصدرا هاما للمعلومات المتنوعة لاسيما منها المتعلقة بالمواضيع السياسية، في حين الاستخدام المتوسط لكل من موقع إنستغرام والتيك توك وتطبيق الواتساب ومنصة التويتر وتطبيق الفايبر يرجع إضافة لخصائصهم إلى تباين نوعية المحتويات والأساليب التي توفرها كل منصة أو ما يقدمه كل موقع، فالإنستغرام غالبا ما يهتم بعرض الصور والمضامين البصرية في حين أن التيك توك يهتم بعرض مقاطع الفيديو القصيرة الخاصة بالتسلية والترفيه والتوعية في مجالات متعددة، بينما تطبيقي الفايبر والواتساب فهما منصتان للمحادثات والتواصل الشخصي؛ مما يجعلهما أقل فعالية في عرض تداول المواضيع السياسية، عكس منصة تويتر التي هي بمثابة المنبر الرئيسي للأخبار ولتحديث المواضيع السياسية المختلفة والتفاعل معها لحظة وقوعها، وهذا ما تؤكده نتائج الدراسة العربية السابقة:

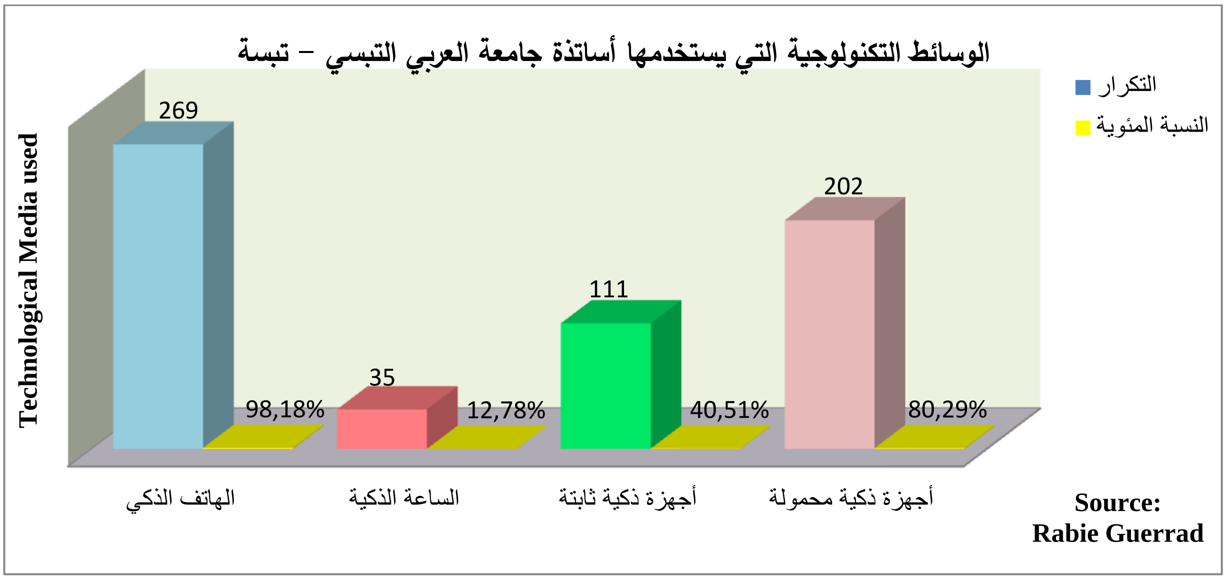
Political Uses of Social Networking "Twitter" Site by Kuwaiti Youth للباحث حسن قطيم طماح المطيري حيث جاء استخدام موقع تويتر سياسيا المرتبة الأولى بينما جاءت الاستخدامات

المتعلقة بالصدقات الجديدة ثانيا والترفيه والتسلية ومضيعة الوقت في المرتبة الأخيرة، علاوة إلى ذلك فإن عينة دراستنا تستخدم المواقع سالفة الذكر حسب أهدافهم الشخصية سواء للتواصل مع الزملاء والطلبة أو التعليم أو الترفيه أو في عملية الحصول على المعلومات والأخبار والتحليلات السياسية بأقل جهد ووقت وتكلفة وفقا لسماتهم الشخصية ومؤهلاتهم العلمية والأكاديمية، كما أننا نفسر الاستخدام الأقل للمبحوثين للمدونات بعدم موثوقية الأخبار المتعلقة بالمواضيع السياسية عبرها وطبيعة المدونات التي تتعرض لتحديث معلوماتها باستمرار، كما أنها لا تقدم تحليلات عميقة تثري معرفة الأساتذة الجامعيين أثناء متابعة المواضيع السياسية، إضافة إلى الالتزامات والتقيد بالوقت عند أفراد عينة الدراسة إذ أن استخدام المدونات في متابعة المواضيع السياسية يتطلب وقتا طويلا يستقطع من وقتهم، كما نفسر أيضا الاستخدام الضعيف للمبحوثين لموقع لينكدان إلى طبيعة الموقع فهو مخصص للبحث عن طلبات العمل بصفة كبيرة أكثر من عرضه للمواضيع السياسية التي تهم عينة الدراسة.

2- الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة -

جدرل رقم (18): يوضح الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة -

الرقم	الوسائط التكنولوجية المستخدمة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	الهاتف الذكي	269	%98,18	5	%1,82	274	%100
02	الساعة الذكية	35	%12,78	239	%87,23	274	%100
03	أجهزة ذكية ثابتة	111	%40,51	163	%59,49	274	%100
04	أجهزة ذكية محمولة	220	%80,29	54	%19,70	274	%100



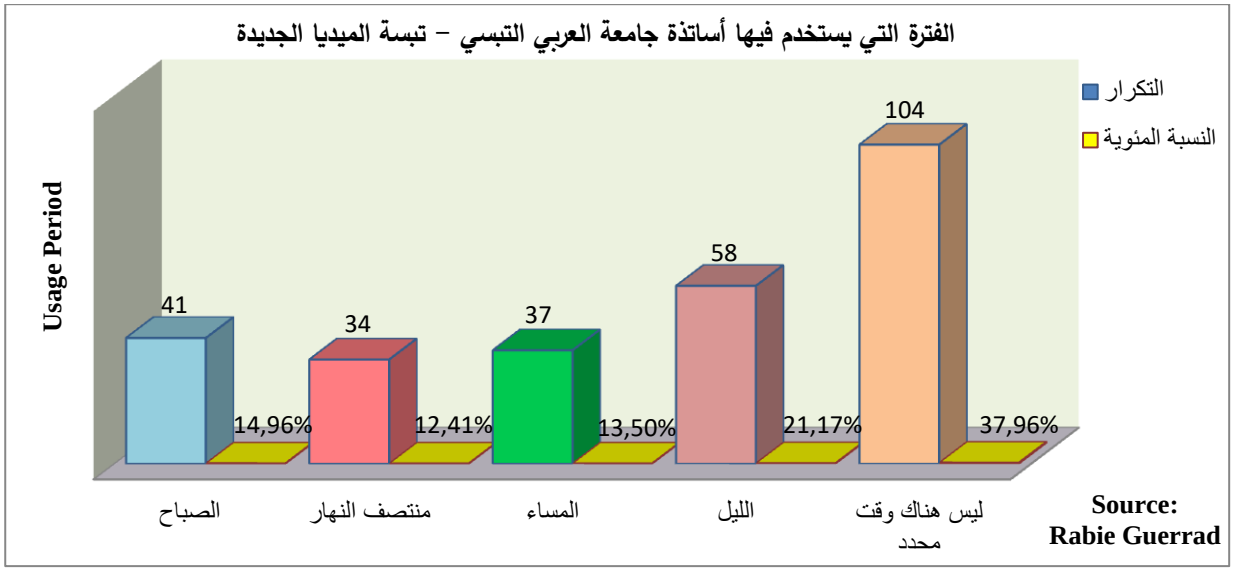
شكل رقم (12): يبين الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18): الذي يوضح الوسائط التكنولوجية التي يستخدمها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة وفق أسلوب الباقي المتمم أن الهاتف الذكي حل أولا بعدد 269 وبنسبة 98.18%، ويليه الأجهزة الذكية المحمولة بعدد 220 ونسبة 80.29%، وتتبعه الأجهزة الذكية الثابتة بعدد 111 وبنسبة 40.51%، في حين قد قبعت في المرتبة الاخيرة الساعة الذكية بعدد 35 وبنسبة مئوية مقدرة ب 12.78%، وتفسر هذه الاحصائيات بأن الهواتف الذكية والأجهزة الذكية المحمولة مثل الحواسيب المحمولة صغيرة الحجم والأجهزة اللوحية الذكية في الوقت الراهن تتيح للمبحوثين الوصول الفوري والسريع والمريح إلى المعلومات والأخبار المتعلقة بالمواضع السياسية من كل مكان وفي أي وقت، إضافة إلى أنها تدعم أنظمة تشغيل عدة تطبيقات تظهر اشعارات وتنبيهات تلفت انتباه الأساتذة الجامعيين وتدفعهم إلى تفقد محتوياتها المختلفة خاصة منها تلك المتعلقة بالأخبار والمعلومات السياسية، كما أن صغر حجمها يساعد الأساتذة الجامعيين على إدارة الوقت لاسيما في أوقات الانتظار أو التنقل أو الفراغ ومتابعة المضامين والمواضيع السياسية متى أتيحت لهم الفرصة والتفاعل معها بالمشاركة أو بالتعليق أو الإعجاب وبالتالي يجدون مرونة في إدارة النقاشات الحوارات السياسية والعمل السياسي بصفة عامة عبر استخدامها والبقاء على إطلاع مستمر على نختلف المواضيع السياسية، وهذا ما يدعم نتائج دراسة الباحث محمد جاد المولى حافظ عويس أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بجامعة بنها حول تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر التي أظهرت أن الهواتف الذكية تتصدر قائمة الأجهزة الإلكترونية في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام في متابعة الأخبار لدى الشباب المصري بنسبة 49.5%، وتتبعها في المرتبة الثانية الأجهزة اللوحية المحمولة بنسبة 32.8%، أما فيما يخص تفسير استخدام عينة الدراسة للأجهزة الذكية الثابتة والساعة الذكية فنرجع ذلك إلى أن الأساتذة الجامعيين يقضون جل أوقاتهم في أداء مهامهم بالجامعة وفي قضاء انشغالات أخرى تحول دون استخدامهم للأجهزة الذكية الثابتة المتواجدة بمنازلهم أو حتى المتواجدة بمقر عملهم، وبالتالي لا يجدون الوقت الكافي لمتابعة المواضيع السياسية عبر تلك الأجهزة الثابتة، في حين أن الصغر الشديد لحجم الساعة الذكية يؤدي إلى صعوبة متابعة المواضيع السياسية عبرها، لذلك قد يستخدمها المبحوثين في أداء أغراض أخرى كمعرفة الوقت أو كجهاز بديل أخير إن توفرت فيه شروط متابعة المواضيع السياسية في حالة انعدام الوسائط التكنولوجية الأخرى.

3- الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- الميديا الجديدة

جدول رقم (19): يوضح الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- الميديا الجديدة

الرقم	فترة استخدام الميديا الجديدة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	الصباح	41	14,96	233	85,04	274	%100
02	منتصف النهار	34	12,41	240	87,59	274	%100
03	المساء	37	13,50	237	86,49	274	%100
04	الليل	58	21,17	216	78,83	274	%100
05	ليس هناك وقت محدد	104	37,96	170	62,04	274	%100



شكل رقم (13): يبين الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- الميديا الجديدة

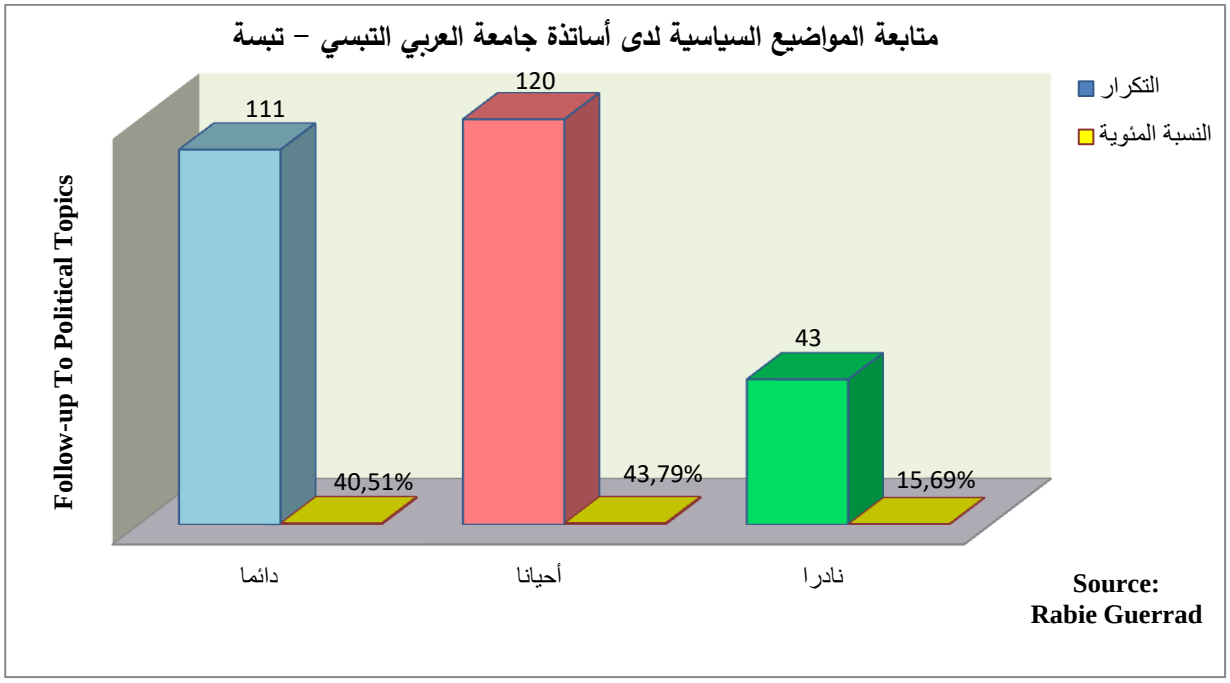
من خلال نتائج الجدول رقم (19): الذي يوضح الفترة التي يستخدم فيها أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- الميديا الجديدة تبين لنا حسب أسلوب الباقي المتمم أن خيار الفترة المحددة "ليس هناك وقت محدد" لمتابعة المواضيع السياسية جاء في المرتبة الأولى بعدد 104 أستاذ جامعي وبنسبة 37.96%، يليه في المرتبة الثانية خيار " في الليل" بعدد 58 أستاذ جامعي وبنسبة 21.17%، وفي المرتبة الثالثة اختيار " في الصباح" بعدد 41 أستاذ جامعي وبنسبة 14.96%، في حين جاء في المرتبة الرابعة والخامسة والأخيرة على التوالي كل من اختيار " المساء" بعدد 37 أستاذ جامعي وبنسبة 13.50%، واختيار منتصف النهار بعدد 34 أستاذ جامعي ونسبة 12.41%، ونفسر هذه النتائج بأن المبحوثين يستغلون أوقات فراغهم أو أوقات عدم أدائهم لمهامهم بالجامعة في استخدام الميديا الجديدة في

متابعة المواضيع السياسية لذلك اختاروا اقتراح " ليس هناك وقت محدد" وهذا يعكس حجم الوقت الذي يقضونه بين مقر إقامتهم والجامعة، في حين أن اختيار مقترح " في الليل" يدل على أن المبحوثين يستخدمون الميديا الجديدة بعد انقضاء يومهم والعودة إلى منازلهم لمتابعة الأخبار واستقاء المعلومات والتعرض إلى مضامين الميديا الجديدة للتخفيف من ضغوطات العمل ولمعرفة مستجدات الأحداث والمشاركة في النقاش وإثراء الحوار مع الزملاء والطلبة حول المواضيع السياسية التي تلفت انتباههم أو حتى تبادل لأطراف الحديث مع أسرهم حولها، أما المبحوثين الذين اختاروا مقترح "في الصباح" فعادة ما يتصفح الأساتذة الجامعيون المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لمعرفة مستجدات الأخبار والأحداث كي يكونوا على دراية بما يدور حولهم وفي العالم من قضايا ومواضيع سياسية مختلفة وللاستزادة والبحث فيها إن تطلب الأمر بصفتهم الشريحة المؤهلة للبحث والخوض في ذلك، في حين أن المبحوثين الذين يستخدمون الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية في المساء يعكس التزامهم بأداء مهامهم خلال النهار وتقديم المحاضرات ويعكس مدى حاجتهم للبقاء على اطلاع مستمر على التغيرات التي تحدث في مختلف المجالات بأسلوب مريح ومناسب وبتركيز كبير ودون تشتيت فكري وبالتالي خلق نوعا من التوازن بين العمل والحياة الشخصية لديهم، أما من يستخدمون الميديا الجديدة في منتصف النهار فهم يستغلون وقت الفراغ بين الفترتين الصباحية والمسائية للعمل في استخدام الميديا الجديدة لمواكبة الأحداث التي وقعت في الصباح ولم يطلعون عليها بسبب انشغالهم بأداء مهامهم التدريسية أو الأكاديمية بالجامعة.

4- متابعة أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

جدول رقم (20): يوضح متابعة أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الرقم	متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	التكرار	النسبة المئوية %
01	دائما	111	%40.51
02	أحيانا	120	%43.79
03	نادرا	43	%15.69
المجموع		274	%100



الشكل رقم (14): يظهر متابعة أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

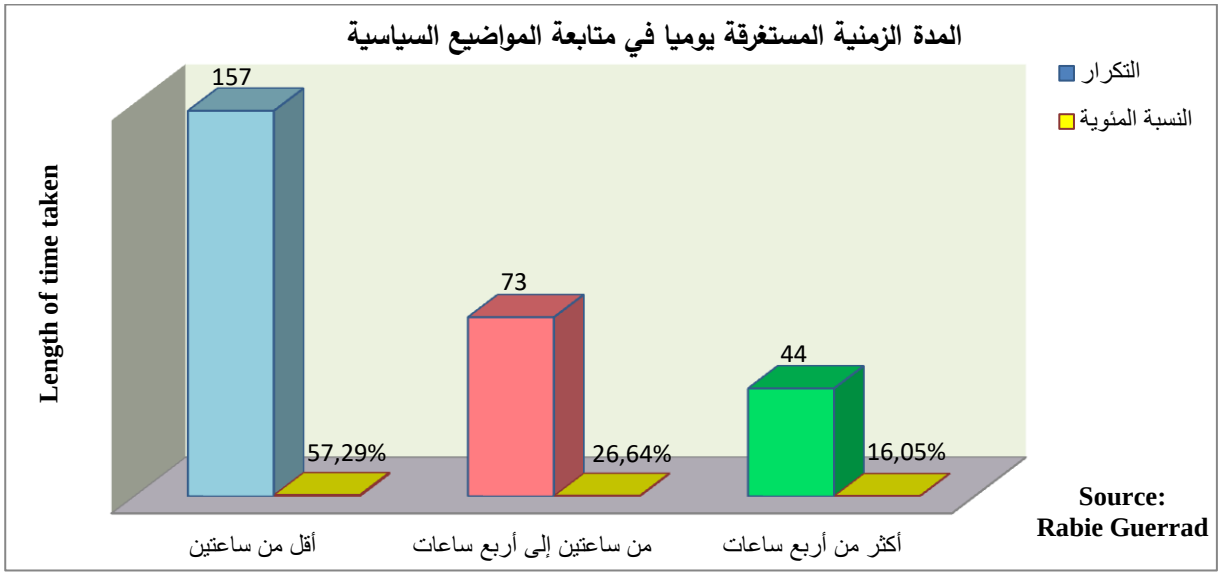
يوضح الجدول رقم (20) الخاص بمتابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة أن اختيار " أحيانا" حل في المرتبة الأولى بعدد 120 وبنسبة 43.79%، ويليه اختيار "دائما" بعدد 111 وبنسبة 40.51%، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة اختيار "نادرا" بعدد 43 وبنسبة 15.69% ونرجع هذه الاختيارات إلى أن المبحوثين لديهم تمايز وتفاوت واختلاف في متابعة المواضيع السياسية حيث أسفرت نتائج الدراسة أن العدد الأكبر منهم يتابع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أحيانا ويفضلون متابعة مواضيع أخرى عبر الميديا الجديدة في حين أنهم يطلعون على المواضيع السياسية في أوقات مستقطعة من فراغهم لمواكبة الأحداث والتغيرات السياسية وفهم مدى تأثيرها على المجتمع والسعي إلى تقديم تحليلات دقيقة حولها، بينما من يتابعون المواضيع السياسية دائما هم من يمتلكون رغبة في الوصول إلى المعلومات والأخبار حول المواضيع السياسية بسرعة وآنية وإلى معرفة أفكار وآراء الآخرين حولها لاكتساب رؤى متنوعة وشاملة تلبي حاجاتهم ورغباتهم، أما من يتابعون المواضيع السياسية نادرا فهم لا يمتلكون رغبة أو توجها ايديولوجي معين يدفعهم إلى ذلك ويكتفون باستخدام الميديا الجديدة في مجالات اخرى ولا يتصفحون أو يشاهدون من المواضيع السياسية سوى ما يصادفهم أثناء فترات استخدامهم للميديا الجديدة، وهذه النتائج تدعم وتؤكد وتتفق مع نتائج الدراسة السابقة للباحثة فريدة صغير عباس المعنونة بتفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك بولاية عين الدفلى حيث خلصت الدراسة إلى

وجود تفاوت في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى شباب عين الدفلى أثناء متابعة القضايا السياسية.

5- المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية

جدول رقم (21): يوضح المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية

الرقم	المدة الزمنية المستغرقة يوميا في متابعة المواضيع السياسية	التكرار	النسبة المئوية %
01	أقل من ساعتين	157	%57.29
02	من ساعتين إلى أربع ساعات	73	%26.64
03	أكثر من أربع ساعات	44	%16.05
	المجموع	274	%100



الشكل رقم (15): يظهر المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية

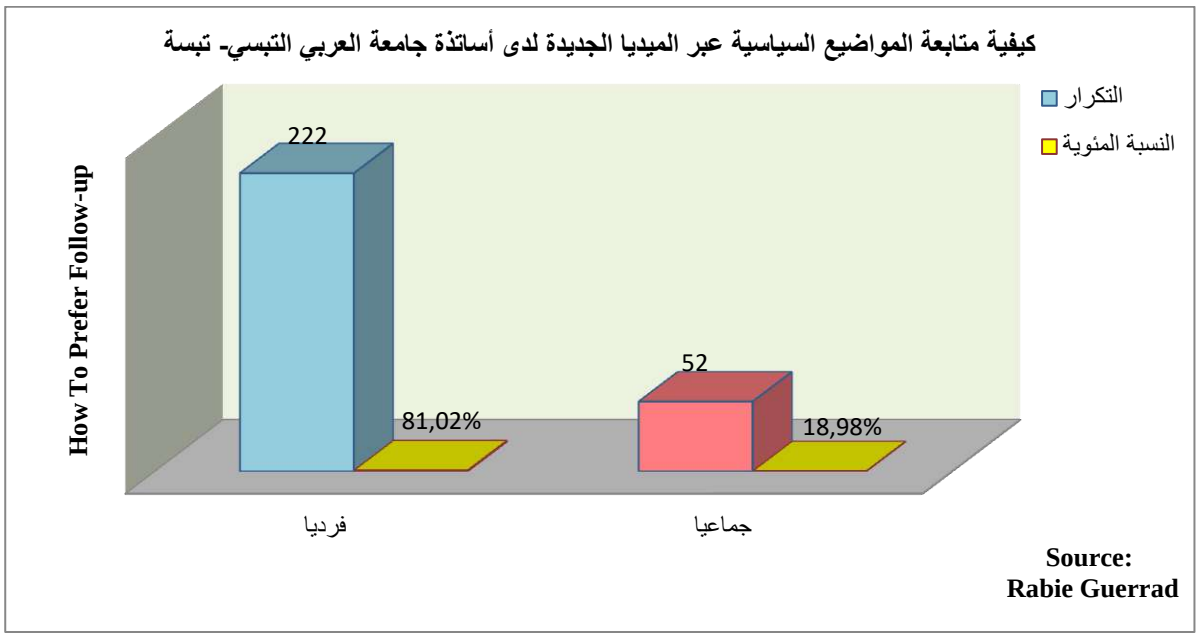
تشير احصائيات الجدول رقم (21) الذي يوضح المدة الزمنية التي يستغرقها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية إلى أن الذين يقضون مدة زمنية أقل من ساعتين هم العدد الأكبر بنسبة 57.29% وبتكرار 157 أستاذ جامعي بينما من يستغرقون مدة زمنية من ساعتين إلى أربع ساعات حلوا في الترتيب الثاني بتكرار 73 أستاذ جامعي وبنسبة 26.64%، وأخيرا وفي المرتبة الثالثة جاء الذين يستغرقون أكثر من أربع ساعات بتكرار 44 أستاذ جامعي وبنسبة 16.05%، ونفسر هذه النتائج إلى أن المبحوثين الذين يستغرقون أقل من ساعتين

في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية هم الأساتذة الذين يستخدمون الميديا الجديدة في فترات مختلفة خلال اليوم أثناء أوقات الفراغ بعد إلقائهم للمحاضرات، إذ أن التزاماتهم المهنية لا تترك لهم المجال لاستغراق مدة زمنية كبيرة في استخدام الميديا الجديدة وفي المقابل نجدهم يهتمون بالمواضيع السياسية وبالأحداث الجارية حولهم لفهمها وتقديم تحليلات عميقة لها لاسيما إذا كانت تندرج ضمن نطاق تخصصهم الأكاديمي كأساتذة العلوم السياسية والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وتعتبر هذه الفئة من الأساتذة الأكثر وعيا في استخدام الميديا الجديدة وأقلهم تعرضا لأضرارها الصحية، كما أن لهم مصادرة متعددة في لاستقاء معلوماتهم حول المواضيع السياسية ولا يقتصرون على الميديا الجديدة فقط في ذلك، أما الذين يستغرقون مدة زمنية من ساعتين إلى أربع ساعات في متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة هم الذين يهتمون بها بشكل كبير ويمتلكون توجهات ايديولوجية وسياسية تدفعهم إلى البحث عن الأفكار والآراء الجديدة لإثراء معارفهم المكتسبة حول مختلف المواضيع السياسية والتفاعل مع محتوياتها باستمرار سواء بالتعليق أو الإعجاب أو مشاركتها مع الآخرين وهم فئة لها تحليلات عميقة ودقيقة أثناء تفسير الأحداث والمواقف السياسية، في حين أن الذين يستخدمون الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية أكثر من أربع ساعات هم الفئة الأكثر اهتماما بالمجال السياسي ومخرجاته المتنوعة، إذ نجدهم مدمنون على استخدام الميديا كمرجع اساسي للحصول على معلوماتهم السياسية، كما تعتبر السياسة جزءا مهما من حياتهم اليومية ومادة أساسية للتحليلات وإثارة النقاش والحوار لديهم، إضافة إلى اكتسابهم أفكار وأراء وتوجهات سياسية ظاهرة للعلن يكرسونها ويدافعون عنها بكل الطرق والأساليب وهذه النتائج تؤكد النتائج التي خلص إليها الباحث منصر خالد في دراسته المعنونة بدور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب إذ وجد أن المدة الزمنية التي يقضونها الشباب في استخدام الشبكات الاجتماعية لتلبية رغباتهم المحددة من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات بنسبة 54%، دون أن يولون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية.

6- كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي

جدول رقم (22): يوضح كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة

الرقم	كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي	التكرار	النسبة %
01	فرديا	222	%81.02
02	جماعيا	52	%18.98
	المجمـــوع	274	%100



الشكل رقم (16): يظهر كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة

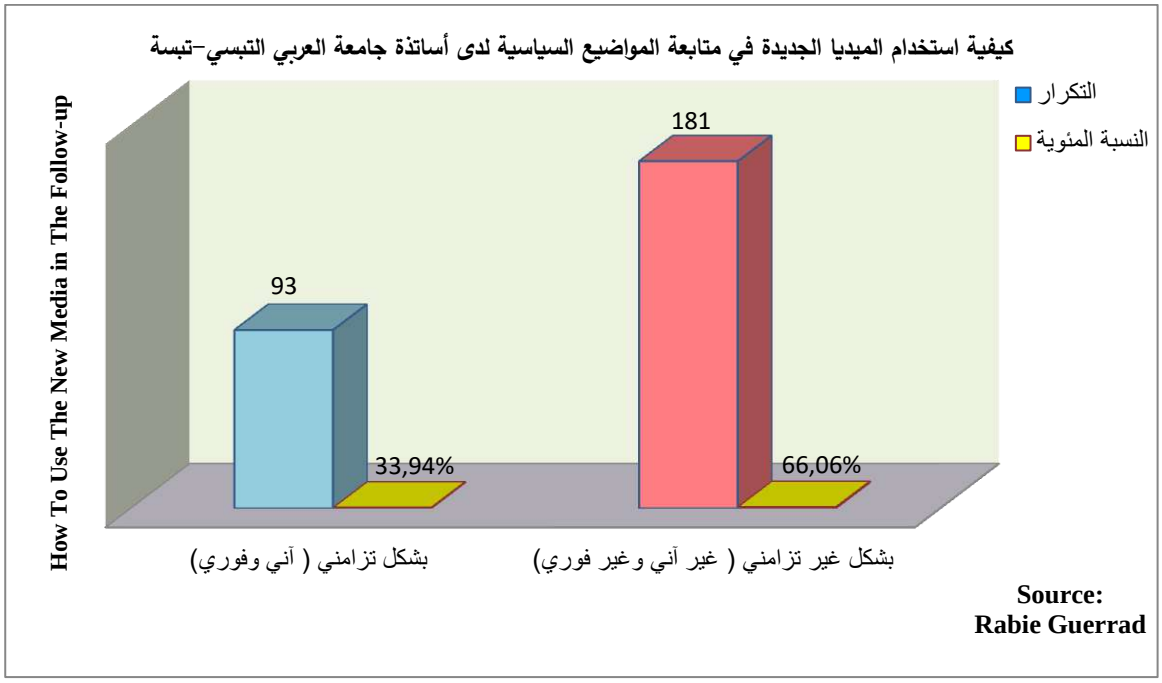
توضح احصائيات الجدول رقم (22) الذي يوضح كيفية تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى المبحوثين أن عدد الذين يفضلون متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا بكيفية فردية هو الأكبر بتكرار قدره 222 أستاذ جامعي وبنسبة 81.08%، ويليه الذين يفضلون متابعة المواضيع السياسية بكيفية جماعية بعدد 52 أستاذ جامعي وبنسبة 18.98% ونفسر هذه النتائج بأن للميديا الجديدة خصائص تجعل المستخدمين يتعرضون للمحتويات والمضامين السياسية بشكل مريح وفقا لرزنامة توقيتهم الخاص ووفقا لتخصصاتهم الفردية، منها الخصوصية التي تتيح لهم سهولة وسرعة الوصول إلى المعلومات حيث ما كانوا وحيث ما وجدوا، كما أنها تعد مصدرا مها للمعلومات وللأخبار المتنوعة والمواضيع السياسية المختلفة يتابعون منه ما يناسبهم يتفاعلون معه بشكل فوري وآني ويشاركونه مع غيرهم لإثارة النقاش والحوار حوله،إضافة إلى أن خاصية قابلية الحركة والتحويل التي تمتاز بها أجهزة الميديا الجديدة مثل الهاتف الذكي دفعتهم إلى الاستخدام الفردي بشكل كبير جدا، وهذا يدل على أن المبحوثين في هذه الدراسة وفي ظل الانتشار الكبير للتقنيات الاتصالية والمعلوماتية وتغلغلها في البنية الحياتية الاجتماعية في أماكن العمل وفي المنازل أصبحوا يميلون إلى الخصوصية المتزايدة في استخدام مختلف أشكال الميديا الجديدة، بينما نفسر تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة عند بقية المبحوثين بشكل جماعي بارتباطها بنوع الأجهزة المحمولة والثابتة المستخدمة المتوفرة لدى

المستخدمين والتي تكون على امتداد بصر الآخرين مما يجعلهم يثيرون النقاش حول تلك المواضيع وشرحها وتحليلها جماعيا، إضافة إلى ارتباطها بنمط الاستخدام الجماعي الذي تتحكم فيه قوى وأماكن جغرافية محددة مثل الأسر والأصدقاء والمنازل أو أماكن العمل وغيرها من العوامل والاعتبارات التي تدفع المستخدم إلى المتابعة الجماعية للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة والتفاعل معها عبرها أو من خلال الاتصال الشخصي المباشر مع الجماعة، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجا"- دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة- للباحثة حنان بنت شعشوع الشهري والتي خلصت إلى أن المبحوثين يفضلون استخدام كل من الهواتف الذكية والحواسيب المحمولة معا بشكل فرديا وجماعيا لتصفح الإنترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46.70% لأجهزة الهواتف الذكية وبنسبة 30.7% للحواسيب المحمولة والشخصية وهذا ما يفسر التوجه الكبير في الاستخدام نحو الخصوصية المنغلقة على متطلبات المستخدم.

7- كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة

جدول رقم (23): يوضح كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة

الرقم	كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة	التكرار	النسبة المئوية
01	بشكل تزامني (آني وفوري)	93	%33.94
02	بشكل غير تزامني (غير آني وغير فوري)	181	%66.06
المجمـــوع		274	%100



الشكل رقم (17): يبين كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة

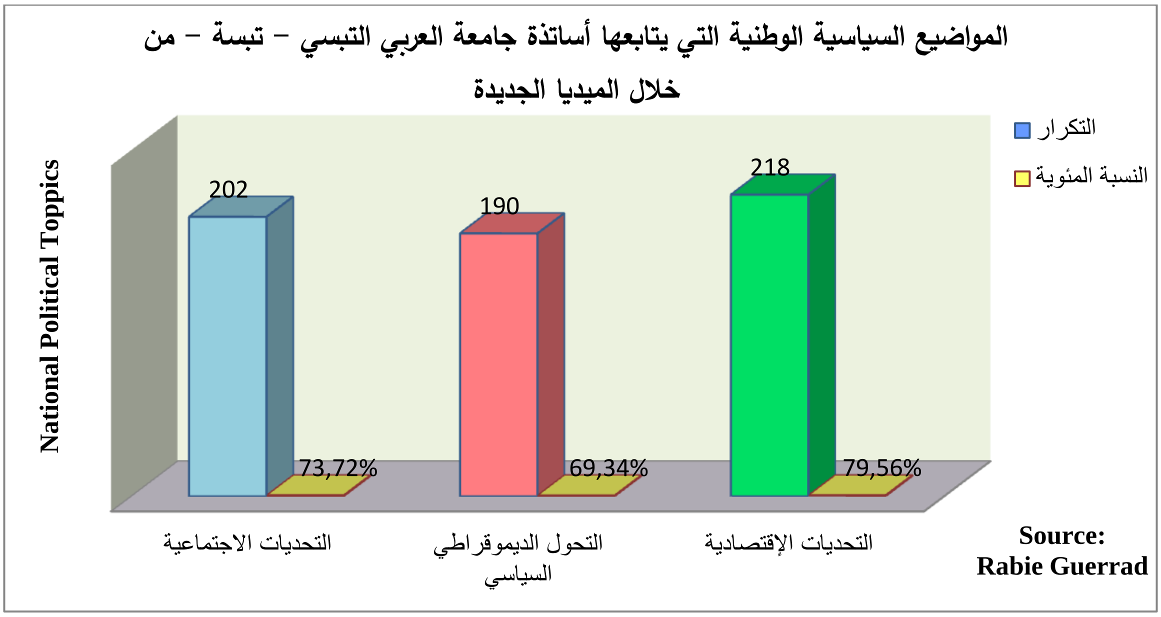
يوضح الجدول رقم (23): كيفية استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية لدى المبحوثين حيث أن عدد الذين يستخدمونها بشكل غير تزامني وغير أني وفوري هو الأكبر بتكرار قدره 181 وبنسبة 66.06%، ثم يأتي الذين يستخدمونها بشكل تزامني آني وفوري بعدد 93 وبنسبة 33.94%، ونفسر هذه الاحصائيات بطبيعة الخصائص التي تمتاز بها الميديا الجديدة حيث أن مرونتها الزمنية تتيح للمبحوثين فرص متابعة المواضيع السياسية في الوقت الذي يناسبهم مما يمنحهم فرص التوفيق بين التزاماتهم المهنية بالجامعة وحياتهم الشخصية، فضلا على التنوع في المحتويات والمضامين الحديثة وسهولة الوصول والرجوع إليها في كل وقت ومن ثم تحليلها ومشاركتها مع الآخرين وإثارة النقاش والحوار حولها لاستيعابها مما يعزز فهمهم ويثري معارفهم وآرائهم بشكل كبير دون الحاجة إلى التقيد بجدول زمني محدد مثل ما كانت عليه وسائل الإعلام الكلاسيكية كالإذاعة والصحافة والتلفزيون، بينما نفسر الاستخدام المتزامن لدى المبحوثين بشكل آني وفوري بالاهتمام الكبير لهذه الفئة بالمواضيع السياسية إذ أن الميديا الجديدة توفر لها الوصول الفوري للأخبار والمعلومات أثناء وقت حدوثها مباشرة كما هي دون زيادة أو نقصان، وتتيح لهم التفاعل الفوري والمشاركة الفعلية والفورية في النقاشات والحوارات حولها، إضافة إلى أن محتويات الميديا الجديدة في تحديث مستمر في كل الأوقات وبالتالي المتابعة التزامنية الآنية والفورية تترك المستخدمين في اطلاع دائم على مستجدات الأحداث والتغيرات السياسية وآخر التطورات حولها في وقت حدوثها مباشرة، إضافة إلى أن متابعة المواضيع السياسية عند

هذه الشريحة من المبحوثين بشكل تزامني وآني وفوري يمكن أن تكون وفق حاجاتهم الأكاديمية تثري أبحاثهم العلمية ومحاضراتهم مما يوفر لهم البقاء على دراية واسعة لما يقع حولهم في العالم بصفة عامة وفي مجتمعاتهم بصفة خاصة، علاوة إلى أن هذه الشريحة من المبحوثين يمتلكون توجهات سياسية وانتماءات تفرض عليهم مواكبة السياق السياسي والتركيز على كل التفاصيل الكبيرة والصغيرة بدقة عالية ومتناهية تمكنهم من تطوير مهاراتهم ومكاسبهم السياسية لا سيما في ظل التزاوج الثنائي الإعلامي والتكنولوجي الذي نعيشه في الوقت الراهن، وعليه فإن خاصية الآنية والفورية من أهم خصائص الميديا الجديدة التي تميزها عن غيرها في عملية نقل الأخبار والمعلومات كما أنها تعكس سلوك المستخدم أثناء متابعة المواقف والأحداث أثناء وقت وقوعها سواء بشكل تزامني أو غير تزامني، وهو ما أثبتته الدراسات السابقة التي اهتمت بخصائص الميديا الجديدة واستخداماتها المتنوعة.

8- المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

جدول رقم (24): يوضح المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

الرقم	المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	التحديات الاجتماعية	202	%73.72	72	%26,28	274	%100
02	التحول الديمقراطي السياسي	190	%69.34	84	%30,66	274	%100
03	التحديات الاقتصادية	218	%79.56	56	%20,442	274	%100



الشكل رقم (18): يبين المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة

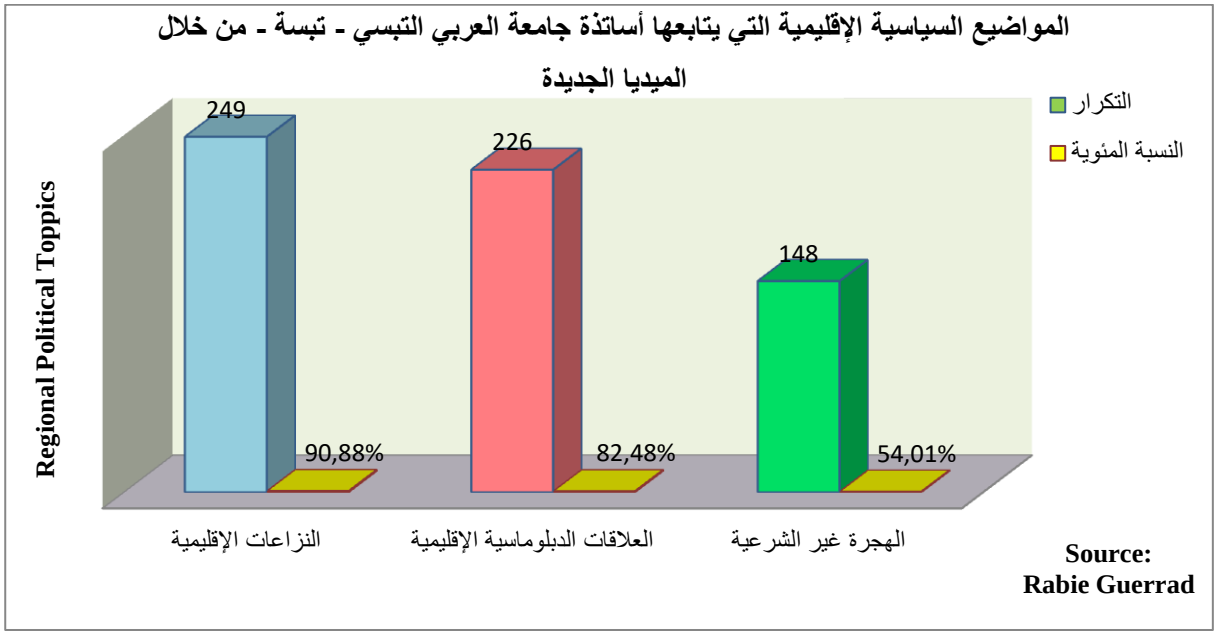
أسفرت نتائج الجدول رقم (24) الذي يظهر المواضيع السياسية الوطنية التي يتابعها المبحوثين من خلال الميديا الجديدة المنجز بأسلوب حساب الباقي المتمم أن مواضيع التحديات الاقتصادية هي الأكبر عددا بتكرار 218 وبنسبة 79.56%، ثم تأتي مواضيع التحديات الاجتماعية ثانيا بعدد 202 وبنسبة 73.72%، تليها مواضيع التحول الديمقراطي السياسي ثالثا بتكرار 190 وبنسبة مئوية قدرها 69.34%، ونفسر هذه النتائج بأن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يهتمون بالمواضيع السياسية المتعلقة بالتحديات الاقتصادية بشكل كبير لأنها تؤثر على السياق العام في العالم وعلى السياق الخاص في الجزائر لذلك ينبغي متابعتها وفهمها لمعرفة انعكاساتها في مختلف المجالات لاسيما منها السياسات الاقتصادية الخاصة بعمليات التمويل، والتوظيف، والبحث العلمي وغيرها، للإحاطة بها والتكيف معها ومع التحولات والتغيرات السريعة المتتالية والسعي إلى فهمها وتحليلها وتقديم الحلول الواقعية لتطويعها خدمة للصالح العام في البلاد، أما متابعتهم للمواضيع السياسية المتعلقة بالتحديات الاجتماعية فيعود إلى أن هذه الأخيرة تنعكس مباشرة على المجتمع بكل فئاته ومختلف مكوناته سواء منها: الأسرة، المدرسة، الجامعة ومختلف مؤسسات المجتمع المدني، لذا ينبغي فهم جل التحديات الاجتماعية في المجتمع الجزائري خاصة وأن الوصول إلى معلوماتها عبر الميديا الجديدة أصبح سهلا وأصبحت المشاركة المجتمعية الفعالة عبرها في متناول الجميع وعلى وجه التحديد عند فئة الأساتذة الجامعيين الجزائريين وبشكل خاص منهم المختصين في العلوم الانسانية والاجتماعية، وبالتالي تعزيز قدراتهم وأنشطتهم البحثية والمساهمة في الاصلاح

المجتمعي والتفاعل مع محيطهم الخارجي وتحسين ظروف المعيشة فيه، كما أن التحديات الاجتماعية تؤثر على التحديات الاقتصادية بكل المجتمعات؛ في شكل علاقة طردية ايجابيا وسلبيا، في حين أن تفسير متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية المتعلقة بالتحول الديمقراطي السياسي كاهتمام ثالث يرجع إلى أن المشرع الجزائري يفصل بين الجامعة والسياسية إذ نجد فئة من الأساتذة الجامعيين لا يولون أهمية كبيرة للسياسة خشية أن يشوب الخطر مسارهم الأكاديمي، إضافة إلى أن المجتمع الجزائري في الفترة الحالية يعيش في استقرار وأمن سياسيا ملحوظ داخليا وخارجيا لاسيما بعد أحداث 22 فيفري 2019 حين شهدت الجزائر تحولا ديمقراطي سياسي غير الوجه السياسي لنظام الحكم في البلاد، كما نريد أن نوضح أن التقارب في أجوبة المبحوثين حول متابعة المواضيع السياسية الوطنية المتمثلة في التحديات الثلاث سالفة الذكر يدل على أنها تحديات تكمل بعضها بعضا في شكل بناء واحد متماسك بالمجتمع الجزائري، إذا اختل جزء منه تختل معه كل المكونات الأخرى، فالتحديات الاقتصادية تكمل التحديات الاجتماعية والتحول الديمقراطي السياسي مرتبط بهما ارتباطا وثيقا، وعليه فأن هذه النتائج تتفق مع بعض الدراسات التي تناولت التحديات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمعات العربية، ومنها دراسة الباحث على أسعد وطفة الموسومة ب: التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي- بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت والتي خلصت إلى أن المبحوثين عبروا عن عادات وقيم التماسك الاجتماعي بنسبة 53.3%، وعن نسق الطموحات السياسية والاجتماعية من خلال تحقيق العدالة الاجتماعية وتكريس حقوق الانسان والسلام والوحدة والتقدم التكنولوجي في الترتيب الثاني وهي تحديات اقتصادية واجتماعية وسياسية تتطلب تضافر الجهود لبلوغها لاسيما في المجتمعات العربية.

9- المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

جدول رقم (25): يوضح المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

الرقم	المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	النزاعات الإقليمية	249	%90,88	25	%9,12	274	%100
02	العلاقات الدبلوماسية الإقليمية	226	%82,48	48	%17,52	274	%100
03	الهجرة غير الشرعية	148	%54,01	126	%45,99	274	%100



الشكل رقم (19) يبين المواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة

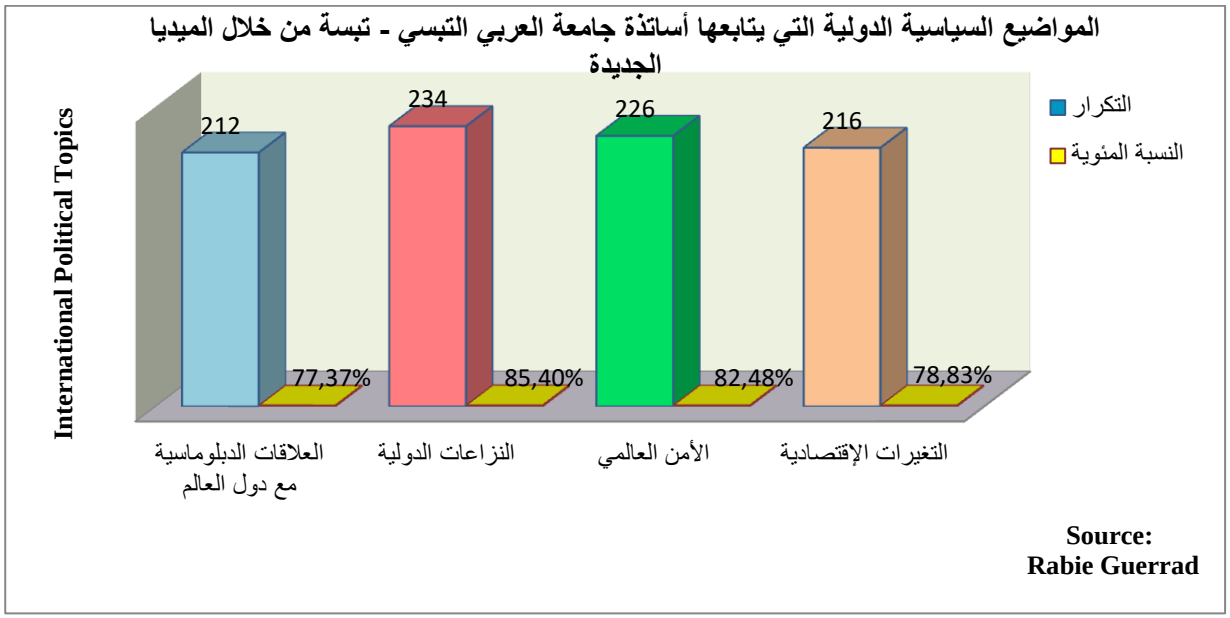
تظهر نتائج الجدول رقم (25) الخاص بالمواضيع السياسية الإقليمية التي يتابعها المبحوثين من خلال الميديا الجديدة أن المواضيع السياسية الإقليمية المتعلقة بالنزاعات الإقليمية حلت في المرتبة الأولى بتكرار 249 وبنسبة 90.88%، وفي المرتبة الثانية المواضيع السياسية الإقليمية المتعلقة بالعلاقات الدبلوماسية الإقليمية بعدد 226 وبنسبة 82.48%، وأخيرا وفي المرتبة الثالثة المواضيع السياسية الإقليمية المتعلقة بالهجرة الشرعية، ونفسر هذه النتائج بأن الأساتذة الجامعيين لهم مؤهلات علمية وأكاديمية تمكنهم من متابعة المواضيع السياسية الإقليمية حسب أهميتها وتأثيرها على المجتمع الجزائري حيث يرجع اختيارهم الأول للنزاعات الاقليمية إلى أن البلدان المجاورة لإقليم الجزائر تعيش حالات من النزاعات والتوترات والصراعات الداخلية على غرار الصراع الليبي وبدول الساحل في كل من مالي والنيجر وبالمغرب والصحراء الغربية، والتي أثرت بشكل مباشر أو غير مباشر على أمن واستقرار الجزائر وعلى موقعها الجغرافي الإستراتيجي، لذلك فمتابعة المواضيع السياسية الإقليمية عند الأساتذة الجامعيين الجزائريين عبر الميديا الجديدة يزيد من معلوماتهم ويعزز أفكارهم وآرائهم ويدعم فهمهم ويثري معارفهم الأكاديمية ويدفعهم إلى تحليلها وإيجاد الحلول المناسبة للحفاظ على الجزائر، كما أن مثل تلك المواضيع تكون مادة دسمة يتناولها الإعلام المحلي بالحوار والنقاش مع الخبراء والمختصين لبعث الراحة والاطمئنان في نفوس أفراد المجتمع الجزائري الذين يتأثرون بعامل القرب والاهتمام من تلك الصراعات

والنزاعات التي تعيشها الدول على حدود الجزائر، في حين نفسر متابعتهم للمواضيع السياسية المتعلقة بالعلاقات الدبلوماسية الإقليمية بالمكانة التي تحتلها الجزائر في شمال افريقيا بفضل موقعها الجغرافي الاستراتيجي الهام الذي جعلها تقوم بدور سياسي كبير بتفعيل العلاقات الدبلوماسية الإقليمية مع الدول المجاورة لها وسعيها دوما إلى بعث السلام وحل النزاعات في الدول المجاورة بتكريس مبدأ الحوار ودعم قضايا الشعوب العادلة، إضافة إلى مدر جسور التعاون وإقامة العلاقات الثنائية المتينة مع تلك الدول من خلال الاتفاقيات وحضور المؤتمرات والندوات والتواجد دوما في المحافل الدولية بفعالية، وعليه فإن هذا الدور المهم للجزائر يفرض على الأستاذ الجامعي متابعة مسار العلاقات الدبلوماسية الإقليمية الجزائرية عبر الميديا الجديدة التي توفر له المعلومات والأخبار التي لا يمكنه الحصول عليها من وسائل الإعلام الكلاسيكية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون بصفته أحد أبرز النخب في المجتمع، أما تفسير حلول مواضع الهجرة غير الشرعية في الترتيب الثالث لدى المبحوثين أثناء متابعة المواضيع السياسة الإقليمية فيعود إلى ثقة المبحوثين في قدرة الجزائر على التصدي إلى الهجرة غير الشرعية إلى داخلها من دول الساحل ومجابهتها من خلال وضع الحلول والاتفاقيات بين الدول الأصلية لتلك الفئة المهاجرة بطريقة غير شرعية، كما تعمل على الحد منها نحو أوروبا عبر البحر الأبيض المتوسط من خلال تجسيد اصلاحات لفائدة الشباب، لذا نجد الأساتذة الجامعيين لا يعيرون أهمية كبيرة للمواضيع السياسية المتعلقة بالهجرة غير الشرعية حسب هذه الدراسة لأنها ظاهرة ممتدة عبر التاريخ من الصعب التحكم فيها وتتطلب بذل جهود كبيرة للحد منها، لكن تبقى المعلومات والأخبار المتعلقة بالمواضيع السياسية الإقليمية مادة إعلامية للحوار والنقاش والتداول عبر الميديا الجديدة تلفت انتباه المبحوثين وتثري معارفهم الأكاديمية ورصيدهم البحثي والعلمي، وعليه فأن نتائج هذه الدراسة تتفق وتدعم نتائج الباحث ناصر بوعلام حول نظرية الدور في السياسة الخارجية الجزائرية وعملية إعادة إحياء الدور الريادي في منطقة الساحل الإفريقي التي خلصت إلى أن للجزائر دورا إقليميا دبلوماسي قوي تجسده الوساطة في حل الأزمات والصراعات مع نشر السلام باعتبارها دولة محورية مستقرة أمنيا مبادرة تجيد دور القيادة الإقليمية وفق محددات ومرتكزات سياستها الخارجية ومبادئها الوطنية.

10- المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

جدول رقم (26): يوضح المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة- من خلال الميديا الجديدة

الرقم	المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	العلاقات الدبلوماسية مع دول العالم	212	%77,37	62	%22,63	274	%100
02	النزاعات الدولية	234	%85,40	40	%14,59	274	%100
03	الأمن العالمي	226	%82,48	48	%17,51	274	%100
04	التغيرات الاقتصادية العالمية	216	%78,83	58	%21,16	274	%100



الشكل رقم (20): يبين المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– من خلال الميديا الجديدة

يظهر الجدول رقم (26) الذي يوضح المواضيع السياسية الدولية التي يتابعها المبحوثين عبر الميديا الجديدة أن مواضيع النزاعات الدولية تحتل المرتبة الأولى بعدد 234 وبنسبة 85.40%، وفي المرتبة الثانية المواضيع المتعلقة بالأمن العالمي بعدد 226 ونسبة 82.48%، وفي المرتبة الثالثة والرابعة على الترتيب كل من المواضيع المتعلقة بالتغيرات الاقتصادية العالمية بعدد 216 ونسبة 78.83%، ثم مواضيع العلاقات الدبلوماسية مع دول العالم بعدد 212 وبنسبة 77.37%، ونفسر هذه النتائج بأن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يهتمون بالأخبار والمعلومات الي تجري في العالم لإدراكهم

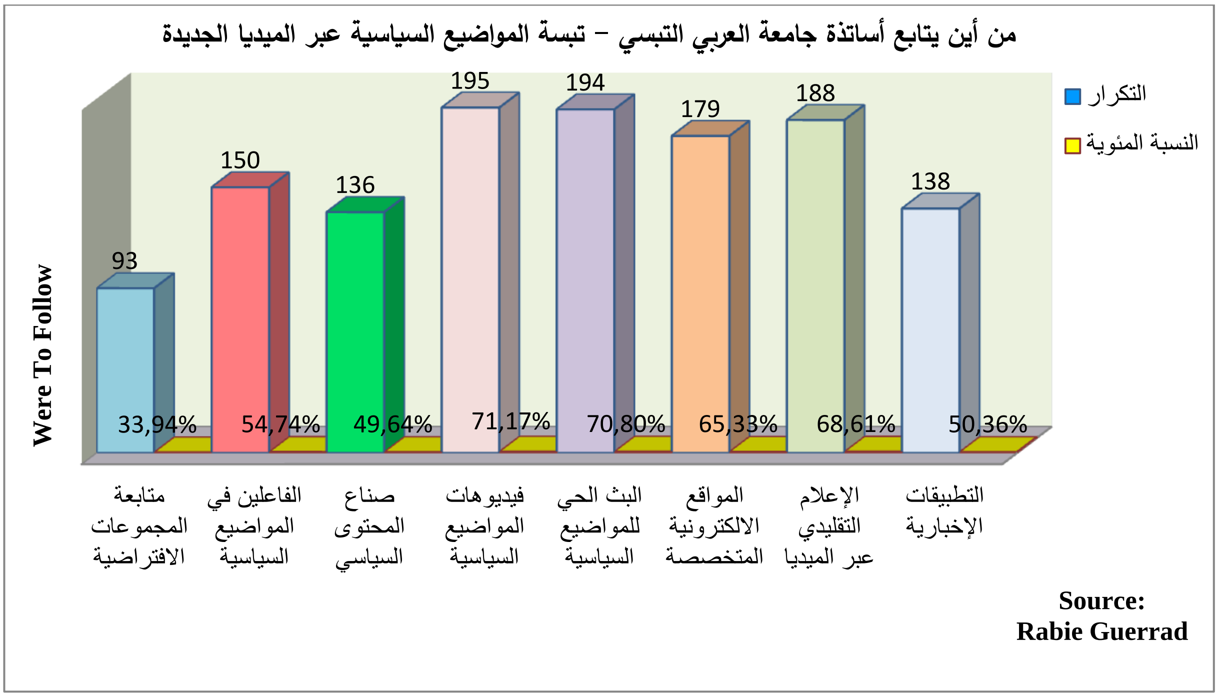
لمدى تأثيرها على السياسة الوطنية، لذا فأن إثراء المعرفة الشخصية والأكاديمية بخصوصها والعمل على تنمية التفكير النقدي لديهم يمكنهم من تقديم فهما معمقا لمختلف تلك المواضيع، وحسب هذه الدراسة فإن اختيار المبحوثين للمواضيع السياسية الدولية على الترتيب يبين مدى وعيهم بخطورتها على السياسة العامة للجزائر؛ فحسبهم المواضيع المتعلقة بالنزاعات الدولية هي الأكثر متابعة لأنها تنعكس بشكل مباشر على السياسات الاقتصادية في العالم، كما تؤدي إلى إلحاق الضرر بالاستقرار الاقتصادي في مختلف الدول من خلال التأثير على حركة الاستثمارات والسلع وارتفاع تكاليف التأمينات التجارية لاسيما في مناطق العبور الدولية المتوترة، إضافة إلى التأثير على الأسواق المالية والأسهم وقيم العملات النقدية في الدول ولعل النزاع الروسي الأوكراني وما خلفه من أضرار على البنى التحتية وعلى الموارد البشرية خير دليل على التغيرات السياسية في البلدين وانعكاساتها على العالم، فضلا على أن تداعيات النزاعات الدولية تدفع الدول إلى الرفع في الضرائب وتعديل قيم الفوائد وغيرها من التأثيرات والتداعيات والانعكاسات المختلفة، أما اختيارهم للمواضيع المتعلقة بالأمن العالمي فيعود إلى إدراكهم أن العالم يعمل في نسق واحد إذا تأثرت أحد مكوناته تأثر النسق كله وضرورة الدراية بما يحث في العالم بكل حيثياته، وبالتالي فالنزاعات الدولية تؤدي إلى الإخلال بالأمن العالمي الدولي على مختلف الأصعدة والمستويات الأمنية " أمن غذائي، تجاري، اقتصادي، سياسي" وتلحق الضرر بحقوق الإنسان وتزيد من تفاقم الظواهر المتعلقة بالأزمات الإنسانية كظاهرة الهجرة نحو بلدان أخرى مثل ما حدث في حرب سوريا، إضافة إلى تفاقم الظواهر الاجتماعية الأخرى كانتشار الفقر والبطالة وانتشار المجاعات حول العالم، لذا يجب الإلمام بمختلف المعلومات والأخبار حول هذه المؤشرات وتحليلها بالشكل وبالصورة المطلوبة للاستفادة منها، وتعليمها للطلبة لاسيما عند الأساتذة الجامعيين ذوي الاختصاصات المناسبة لها في ظل الاستخدامات الواسعة للميديا الجديدة، أما تفسير اختيارهم الأخير على الترتيب للمواضيع المتعلقة بالتغيرات الاقتصادية العالمية والعلاقات الدبلوماسية مع دول العالم فيرجع إلى أن اللإمام بمثل هذه المواضيع تقدم رؤى اقتصادية راهنة وتحسن من جودة التكوين والبحث إذا ما أخذت بعين الاعتبار عند الأساتذة والطلبة على حد سوى، بينما معرفة طبيعة العلاقات الدبلوماسية مع دول العالم تعرّف المبحوثين على فهم السياق العالمي ومدى مكانة الجزائر ضمنه خاصة وأن الجزائر بلد ذو سياسة دولية وعلاقات دبلوماسية دولية رائدة تعمل في كنف مبادئ راسخة منذ القدم، لذا فمعرفة التغيرات والتحولات التي تطرأ عليها مهما في للفرد الجزائري لاسيما من خلال اتاحتها عبر الميديا الجديدة في شكل مضامين مكتوبة وسمعية ومرئية ويمكنه الوصول إليها في كل الأوقات ومن كل الأماكن وبأقل تكلفة، كما أنها تتطلب وجود فئة من

المجتمع تحمل على عاتقها تحليلها وتفسيرها وشرحها للآخرين لتكوين اتجاهاتهم وتعزيز أفكارهم وآرائهم كالأساتذة الجامعيين حسب هذه ادراسة. وعليه فإن التقارب في نسب اختيارات المبحوثين بمتوسط 222 يؤكد لنا النتائج المتحصل عليها في الجدولين السابقين حول المواضيع السياسية الوطنية والإقليمية إذ وجدنا أن الأستاذ الجامعي الجزائري يهتم بمتابعتها نظرا لعدة اعتبارات تتعلق به منها ما هو ذاتي وشخصي كالانتماءات السياسية والإيديولوجية، ومنها الاعتبارات العلمية والأكاديمية لاسيما عند المتخصصين، ومنها ما يتعلق بطبيعة المجتمع الجزائري بكل فئاته، وهذا ما تؤكده الدراسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالمية والعربية مثل دراسة الباحث لؤي صيوح والدكتور راني لايقة والأستاذ بسام خضور حول دور الدبلوماسية في تعزيز العلاقات الدولية والتي خلصت إلى ضرورة التكامل بين جميع الجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والرأي العام لبلوغ استقرار أمني واقتصادي وسياسي لاسيما في ظل طغيان استخدام الميديا الجديدة للإعلام لدى الشعوب والأمة.

11- يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة عبر:

الجدول رقم (27): يوضح من أين يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الرقم	يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة من خلال	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	متابعة المجموعات الافتراضية	93	%33,94	181	%66,06	274	%100
02	الفاعلين في المواضيع السياسية	150	%54,74	124	%45,26	274	%100
03	صناع المحتوى السياسي	136	%49,64	138	%50,36	274	%100
04	فيديوهات المواضيع السياسية	195	%71,17	79	%28,83	274	%100
05	البث الحي للمواضيع السياسية	194	%70,80	80	%29,20	274	%100
06	المواقع الالكترونية المتخصصة	179	%65,33	95	%34,67	274	%100
07	الإعلام التقليدي عبر الميديا	188	%68,61	86	%31,39	274	%100
08	التطبيقات الإخبارية	138	%50,36	136	%49,64	274	%100



الشكل رقم (21): يبين من أين يتابع أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

يعرض الجدول رقم (27) الاحصائيات المتعلقة بمن أين يتابع المبحوثين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حيث جاءت فيديوهات والبث الحي للمواضيع السياسية في الترتيب الأول على التوالي بتكرار 195 و 194 وبنسبة 71.17%، و70.80%، ثم الإعلام التقليدي عبر الميديا ثانيا بعدد 188 وبنسبة 68.61%، والمواقع الالكترونية المتخصصة ثالثا بعدد 179 وبنسبة 65.33%، بينما قد قبع في الترتيب الرابع الفاعلين في المواضيع السياسية بتكرار 150 ونسبة 54.74%، في حين أن التطبيقات الاخبارية وصناع المحتوى السياسي حلا في الترتيب الخامس بتكرار مقدر على التوالي ب 138 و 136 وبنسبة 50.36%، و49.64%، أما أخيرا وفي الترتيب السادس فقد حل متابعة المجموعات الافتراضية بعدد 93 وبنسبة 33.94%، ونفسر هذه النتائج بتنوع وتباين مصادر الميديا الجديدة وتعدد خصائصها إذ أنها توفر لكل مستخدم ما يريده وبالشكل الذي يفضله وفي الوقت الذي يناسبه ومن كل مكان؛ فاختيار متابعة المواضيع السياسية عند المبحوثين من خلال مقاطع الفيديوهات والبث الحي يعود إلى أنها تزيد من الوضوح والتفاعل البصري والصوتي مما يتيح لهم مشاهدة تعابير وإيماءات الوجوه والأجساد التي تضفي لديهم فهما معمقا للأحداث والمواقف لحظة وقوعها ومن ثم التفاعل معها مباشرة الأمر الذي يشعرهم بالانتماء والارتباط القوي مع تلك المواضيع السياسية ويدفعهم إلى تحليلها بشكل آني وفوري عبر الميديا الجديدة متخطين بذلك جل الحواجز والمعيقات التي كانت تعترضهم أثناء رغبتهم للوصول إلى

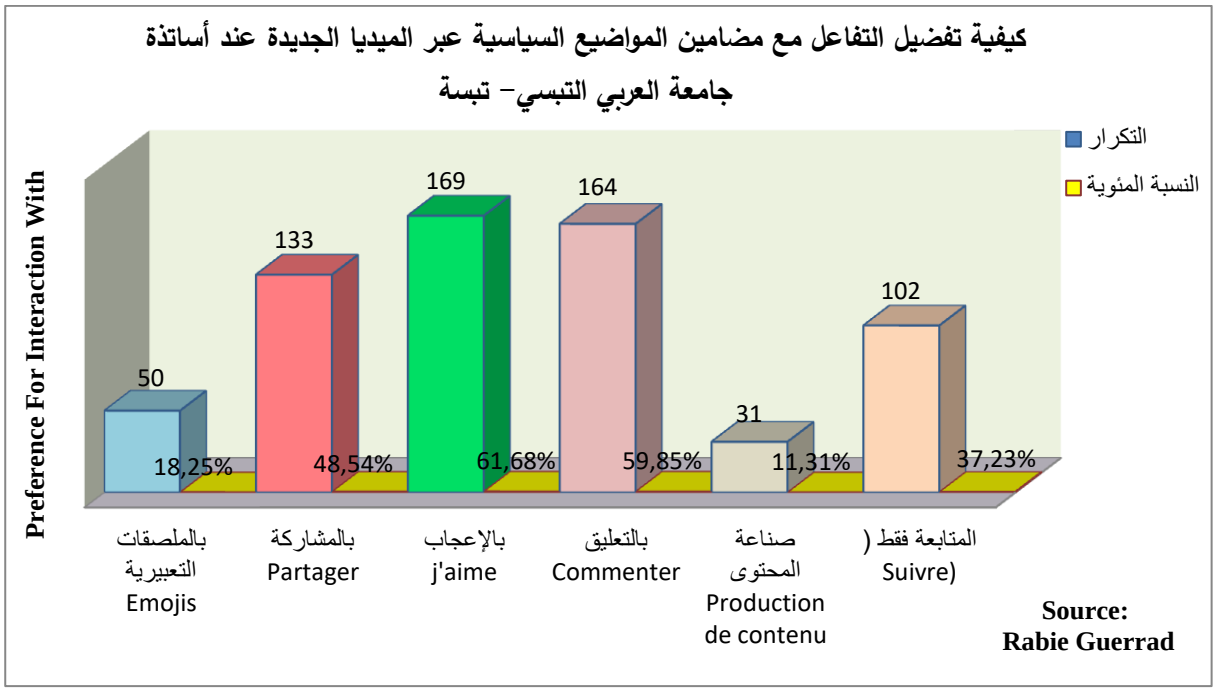
الأخبار والمعلومات لاسيما من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية الثقيلة، فضلا على أن جلسات البث الحي تسجل في شكل فيديوهات يتم الرجوع إليها متى ما أرادوا بسهولة تامة وبسرعة فائقة، أما فيما يخص اختيارهم للمتابعة من خلال وسائل الإعلام التقليدي عبر الميديا يرجع إلى أن وسائل الإعلام التقليدية المزودة بتطبيقات الميديا الجديدة تعالج الأحداث والمواضيع وتضعها في أطرها الإعلامية بدقة متناهية تزيد من أهميتها تعكس مدى قوة الوسائل الاتصالية الجماهيرية، ثم تبثها وتنشرها للمتابعين عبر الوسائط المتعددة ليزيد انجذابهم نحوها والخوض في الحوار ومناقشتها مع الآخرين بعقد المقارنات بين لحظة وقوعها وبين شكلها الجديد الذي هي عليه في أطرها الإعلامية وهذا ما يدعم فهمهم وأفكارهم وآرائهم ويمكنهم من جمع أكبر عدد من المعلومات حولها للاستفادة منها في المجتمع كما ينبغي، بيما يعود اختيارهم للمواقع الالكترونية المتخصصة أثناء متابعة المواضيع السياسية إلى أنها تتيح لهم معلومات دقيقة وموثوقة بعيدة عن التحيز مستقاة في أغلب الأحيان من مصادر رسمية يسهر عليها صحفيون ومحللون مختصون يقدمون تغطية متعمقة وشاملة في شكل مقالات أو تقارير وجلسات حوار ونقاش تثري أفكارهم وتعزز أو تعدل أو تغير آرائهم وتوجهاتهم نحو تلك المواضيع السياسية المتداولة، علاوة إلى أن المواقع الالكترونية المتخصصة تخضع إلى عمليات التحديث المستمر على شبكة الإنترنت وتوفر تصنيفات تنظيمية واضحة للأخبار والموضوعات بشكل مرتب وممنهج، مما يتيح للمبحوثين عبرها مواكبة تطورات الاحداث والمواضيع السياسية والوصول إليها براحة وبسهولة والتفاعل معها بالتعليق والاعجاب ومشاركتها وتبادلها مع الآخرين والاحتفاظ بروابطها أو حتى إعادة نشرها عبر صفحاتهم الخاصة، إضافة إلى أننا نفسر متابعة المواضيع السياسية لدى الأساتذة الجامعيين في هذه الدراسة من خلال الفاعلين فيها كرجال السياسة ورؤساء الأحزاب والرجال والشخصيات السياسية المؤثرة بأنهم مصدرا فعليا رئيسيا للأخبار والمعلومات الأصيلة والشفافة يقلل من نسبة التأويل والتحريف ومن نسبة الأخبار المغرضة والمغلوطة، فمتابعتهم تزيد الصدق والمصداقية وتعزز الثقة في نفس المبحوثين حول طبيعة معلوماتهم حول المواضيع السياسية التي تهمهم لاسيما أثناء مناقشتها ونشرها عبر صفحاتهم الشخصية، كما أن متابعة الفاعلين في المواضيع السياسية يظهر توجهات ومواقف الأفراد خاصة أثناء الأحداث السياسية الكبرى البارزة كفترة الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية، كما أننا نفسر اختيارهم متابعة التطبيقات الإخبارية بالتقدم التكنولوجي الكبير الذي آلت إليه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي أصبحت أجهزتها تدعم استخدام التطبيقات الاخبارية على مختلف الأجهزة الالكترونية مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والمحمولة مما يوفر الجهد والتكلفة والوقت لدى المبحوثين والسرعة في عملية الوصول إلى

المواضيع السياسية طالما يمتلكون مثل تلك الأجهزة، ونفسر اختيارهم متابعة صناع المحتوى السياسي إلى تنوع أساليب عرضه المختلفة مثل تقديمه في شكل محتوى سياسي هزلي وتهكمي قائم على التحليل البسيط والواضح المبتكر الجذاب أو في شكل جدي ورسمي وإلى طبيعة تلك المحتويات الكتابية، أوالسمعية البصرية، وهذا يتيح للمستخدم اختار ما يتوافق مع اهتماماته والجمع بين الفهم والتحليل المعمق وبين الأسلوب المبتكر والجذاب والتفاعل المباشر مع المتابعين للمواضيع السياسية، كما نفسر أيضا اختيارهم متابعة المجموعات الافتراضية بعملية إثارة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية والرغبة في إقناع الغير ومعرفة وجهات نظرهم حولها لدعم مكتسباتهم السياسية القبلية السلوكية والمعرفية والعاطفية الوجدانية، لاسيما في ظل الانتماء إلى مجموعات افتراضية كبرى تمكنهم من النشر والتعليق والإعجاب والمشاركة الفعالة والشعور بالانتماء والرضاء والإحساس بالوجود وبالراحة النفسية والتعبير عن أفكارهم وآرائهم بكل حرية ودون قيد عبر الميديا الجديدة ومختلف تطبيقاتها وأشكالها، وعليه نستطيع القول أن اختيار الأساتذة الجامعيين متابعة المواضيع السياسية بشكل متنوع يعكس خصائص الميديا الجديدة ومدى أهميتها، وما تقدمه للمستخدمين اختيارات أثناء متابعة محتوياتها ومضامينها لتلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم السياسية بأقل جهد ووقت، فضلا إلى أن هذه النتائج تدعم نتائج الدراسات السابقة التي تناولت التنوع في أشكال عرض المضامين والمحتويات من خلال الميديا الجديدة ومختلف وسائطها ومنها دراسة الباحثة أميمة أحمد رمضان محمد حول استخدام صفحات المواقع الإخبارية لتقنية البث المباشر في التغطية الإعلامية وعلاقته بمصداقيتها لدى الجمهور المصري التي خلصت إلى أن متابعة البث المباشر للمواقع الإخبارية عند المبحوثين والثقة في معلوماتها تجاوز النصف بنسبة 67.7% ثم نسبة 56.5% للذين يتابعونها من خلال مقاطع الفيديو المسجلة بشكل دائم وهو ما يشير إلى اهتمامهم وحرصهم على الحصول على المعلومات من خلال مختلف تطبيقات وأشكال الميديا الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي، وهي نفس النتائج التي خلصت إليها دراستنا عند متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية من خلال البث الحي بعدد 195 أستاذ جامعي ومقاطع الفيديوهات بعدد 194، إضافة إلى توافق باقي النتائج مع نتائج دراسات أخرى من حيث متابعة المواقع الالكترونية المتخصصة والإعلام التقليدي عبر الميديا الجديدة والتطبيقات والمجموعات الافتراضية في الحصول على المعلومات والأخبار المتنوعة.

12- كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد

الجدول رقم (28): يوضح كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد

الرقم	كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
01	بالملصقات التعبيرية (Emojis)	50	%18,25	224	%81,75	274	%100
02	بالمشاركة (Partager)	133	%48,54	141	%51,46	274	%100
03	بالإعجاب (J'aime)	169	%61,68	105	%38,32	274	%100
04	بالتعليق (Commenter)	164	%59,85	110	%40,14	274	%100
05	صناعة محتوى(Production de contenu)	31	%11,31	243	%88,69	274	%100
06	المتابعة فقط (Suivre)	102	%37,23	172	%62,77	274	%100



الشكل رقم (22): يبين كيفية تفضيل أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة –التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديد

يظهر الجدول رقم (28) الخاص بكيفية تفضيل المبحوثين التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أن من يتفاعلون بالإعجاب فقط حلوا في المرتبة الأولى بعدد 169 أستاذ جامعي وبنسبة 61.68%، ثم الذين يفضلون التفاعل بالتعليق بعدد 164 ونسبة 59.85% في المرتبة الثالثة ويتبعهم الذين يفضلون التفاعل بالمشاركة بعدد 133 ونسبة 48.54%، في المرتبة الثالثة ثم الذين يفضلون المتابعة فقط في المرتبة الرابعة بعدد 102 أستاذ جامعي ونسبة 37.23% وفي المرتبة الخامسة

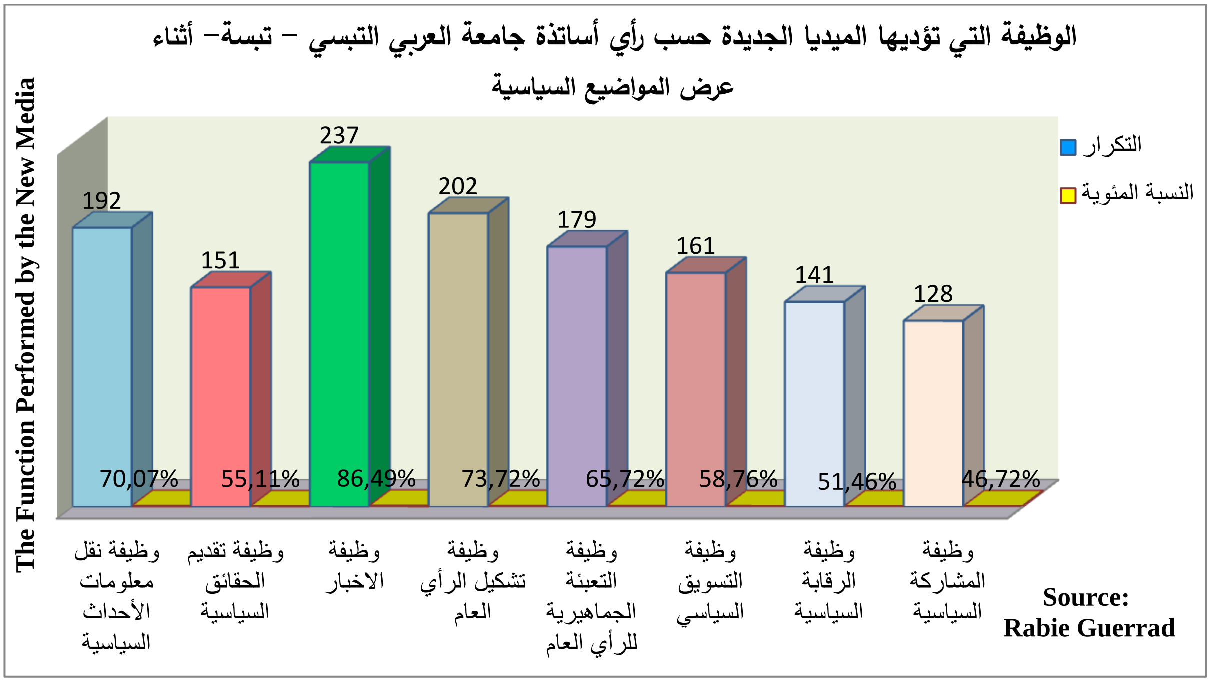
على التوالي كل من الذين يفضلون التفاعل بالملصقات التعبيرية وبصناعة المحتوى بعدد 50 و 31 أستاذ جامعي وبنسبة 18.25% و11.31%، ونفسر هذه النتائج بأن المبحوثين في هذه الدراسة يتفاعلون بعدد كبير فاق نصف حجم العينة قدره 169 أستاذ جامعي بأساليب مختلفة تحيلنا إلى ملاحظة اختلاف وتفاوت في كيفية تفضيل تفاعلهم مع مضامين المواضيع السياسية يعكس مدى استخدامهم للميديا الجديدة أثناء متابعتها، ويقودنا إلى استنتاج مجموعة من الاعتبارات التي تقف وراء هذا التفضيل إذ تبين طريقة التفاعل بالإعجاب فقط تجنب الجدال مع الآخرين دون الوقوع في نقاشات قد تكون معقدة، كما تدل على الحيادية نحو المواضيع السياسية المتداولة عبر الميديا الجديدة، وعلى الدعم غير المباشر الذي يحافظ على مكانتهم وعلى العلاقات مع الغير وتجنب التداعيات السلبية التي قد تفرض عليهم رقابة أو تعرضهم للانتقادات لاسيما في ظل عدم إقحام السياسة في الوسط الجامعي، لذلك فالتفاعل بالإعجاب يقدم لهم متابعة آمنة تتوافق ومكانتهم الأكاديمية في الجامعة ومكانتهم الاجتماعية في المجتمع، أما الفئة التي فضلت التفاعل من خلال التعليق في هذه الدراسة فهم الأكثر اهتمام بالمواضيع السياسية ويمتلكون توجهات سياسية معلنة وأفكار وآراء راسخة تتطلب منهم الدفاع عنها ومحاولة إقناع غيرهم بها لكسب تأييدهم السياسي، إضافة إلى أنهم فئة تقع السياسة في مجالات تخصصاتهم الأكاديمية التي تستوجب منهم الإلمام بها وتنمية مهاراتهم وأفكارهم حول مستجدات الأحداث وتعليمها للطلبة في الوسط الجامعي وبالحوار والنقاش الافتراضي مع زملائهم داخل الوطن وخارجه، في حين أن من يفضلون التفاعل بالمشاركة فهم الشريحة التي تبحث عن المواضيع السياسية وتنشرها على صفحاتهم ليكونوا مصدرا موثوقا لمن يتابعهم في انتقاء واختيار المضامين السياسية التي تهمهم لإثرائها بالنقاش والحوار، كما أن المبحوثين الذين يفضلون المتابعة فقط شريحة لها اعتبارات خاصة تتطلب البحث عن أسباب صمتهم تحيلنا إلى إعادة التفكير في نظرية لولب الصمت للباحثة إليزابيث نيومان في ظل البيئة الرقمية، بينما نرجع تفسير فئة من يفضلون التفاعل بالملصقات التعبيرية إلى عدم رغبتهم في إظهار أفكارهم وآرائهم للآخرين بصورة علنية بل يتفاعلون بالملصقات التعبيرية حتى يفسرها غيرهم وفق آرائهم وحسب دلالاتها التعبيرية لديهم حسب رؤية كل فرد وحسب السياق العام للنقاش والحوار حول تلك المواضيع السياسية، إضافة إلى أن الملصقات التعبيرية تترك المتفاعل على ارتباط مع الأحداث السياسية وتغنيه عن الكتابة التي قد تسبب له ازعاجا أثناء كبير يدفعه للقلق والتخلي عن متابعة المواضيع السياسية، كما تؤكد هذه الدراسة أن المبحوثين لا يهتمون بصناعة المحتوى حول المواضيع السياسية نظرا لما قد تسببه لهم من مشاكل ومخاطر على مسارهم الأكاديمي، وتعكس مدى التزامهم بأداء مهامهم وضيق الوقت لديهم

لصناعة المحتويات التي تتطلب جهدا معتبرا ووقتا طائلا وهو ما توضحه الاحصائيات في هذا الجدول إذ من بين 274 أستاذ جامعي وجدنا 31 ممن يصنعون المحتويات حول المواضيع السياسية، وعليه فأن هذه النتائج تدعم نتائج دراسة الباحث عادل صالح حول العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي (فيسبوك Facebook) لصحيفتي اليوم السابع والوطن التي خلصت إلى تصنيف التفاعل مع المحتوى السياسي عبر الفيسبوك إلى ثلاث مستويات متباينة حلت فيها الاستجابة بالإعجاب وبالملصقات التعبيرية في المستوى المنخفض والتفاعل بالتعليق في المستوى المتوسط والتفاعل بالمشاركة في المستوى النشط، كما أكدت أن للعوامل الديموغرافية تأثيرا على معدلات التفاعل وأشكاله مع الأخبار السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي فالإناث أقل مشاركة من الذكور وتفاعلهم غالبا يكون أقل نشاط كالتفاعل بردود الأفعال مقارنة بالتفاعل بالتعليقات ومشاركة المحتويات السياسية مع الغير، وأنهم أميل للتعليقات الايجابية على الاخبارية السياسية مقارنة بالذكور.

13- الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي-تبسة- أثناء عرض المواضيع السياسية

الجدول رقم (29): يوضح الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي-تبسة- أثناء عرض المواضيع السياسية

الرقم	الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي-تبسة- أثناء عرض المواضيع السياسية	نعم		لا		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
01	وظيفة نقل معلومات الأحداث السياسية	192	%70,07	82	%29,93	274	%100
02	وظيفة تقديم الحقائق السياسية	151	%55,11	123	%44,89	274	%100
03	وظيفة الاخبار	237	%86,49	37	%13,51	274	%100
04	وظيفة تشكيل الرأي العام	202	%73,72	72	%26,28	274	%100
05	وظيفة التعبئة الجماهيرية للرأي العام	179	%65,33	95	%34,67	274	%100
06	وظيفة التسويق السياسي للمواضيع السياسية	161	%58,76	113	%41,24	274	%100
07	وظيفة الرقابة السياسية	141	%51,46	133	%48,54	274	%100
08	وظيفة المشاركة السياسية	128	%46,72	146	%53,28	274	%100



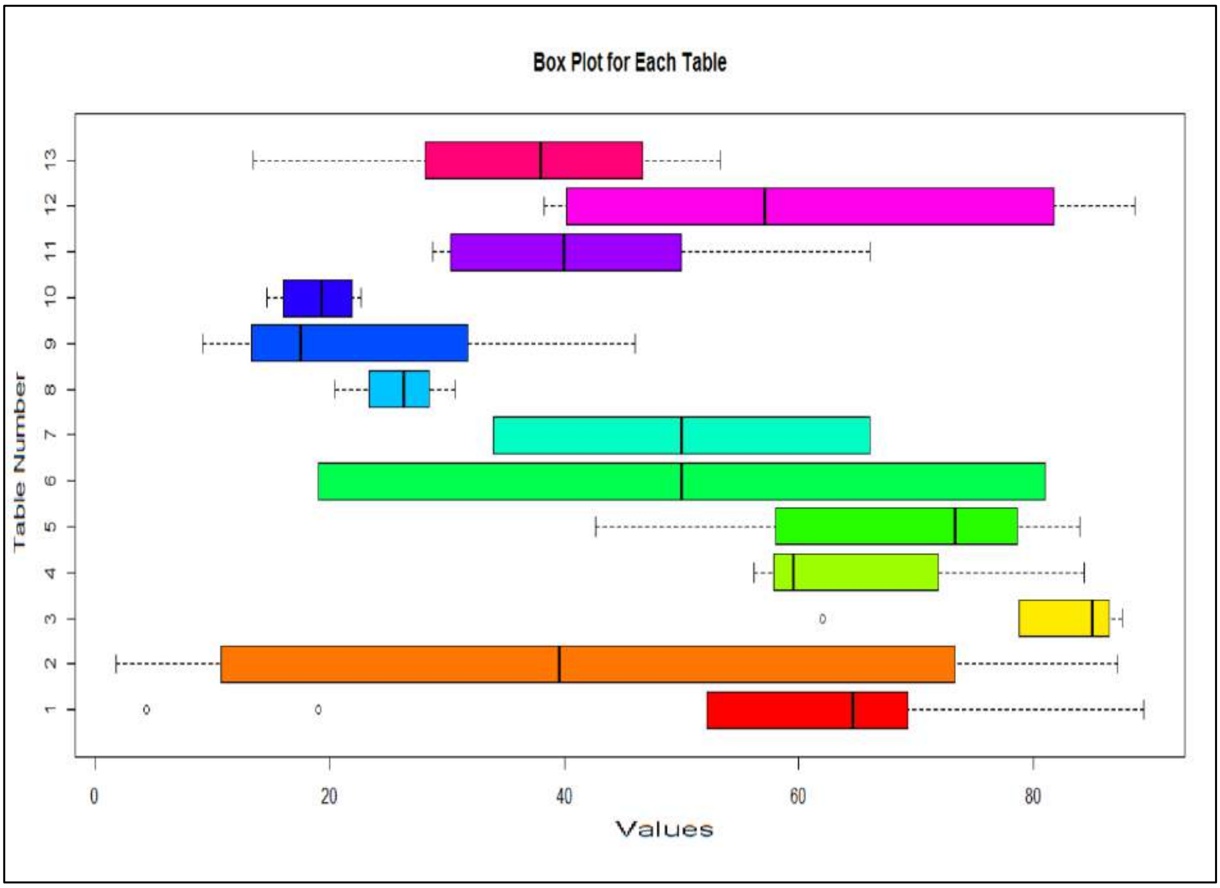
الشكل رقم (23): يبين الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– أثناء عرض المواضيع السياسية

لاحظنا من خلال نتائج الجدول رقم (29) المتعلق بالوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة حسب رأي المبحوثين أثناء عرض المواضيع السياسية وفق أسلوب حساب الباقي المتمم أن وظيفة الاخبار جاءت في الترتيب الأول بتكرار 237 وبنسبة 86.49%، تليها وظيفة تشكيل الرأي العام في الترتيب الثاني بعدد 202 إجابة وبنسبة 73.72%، ثم وظيفة نقل معلومات الأحداث السياسية في الترتيب الثالث بعدد 192 إجابة وبنسبة 70.07%، تتبعها وظيفة التعبئة الجماهيرية للرأي العام في الترتيب الرابع بعدد 179 إجابة وبنسبة 65.33%، في حين أن وظيفة التسويق السياسي للمواضيع السياسية حلت في الترتيب الخامس بعدد 161 إجابة وبنسبة 58.76%، كما جاءت وظيفة تقديم الحقائق السياسية في الترتيب السادس بتكرار 151 إجابة وبنسبة 55.11%، بينما حلت وظيفة الرقابة السياسية في الترتيب السابع بعدد 141 إجابة ونسبة 51.46%، وأخيرا وفي الترتيب الأخير والثامن وظيفة المشاركة السياسية بعدد 128 إجابة ونسبة 46.72%، ونفسر هذه النتائج التي يفوق متوسطها الحسابي المقدر ب 173 نصف حجم عينة الدراسة أن الوظائف التي تؤديها الميديا الجديدة أثناء عرض المواضيع السياسية بتطابقها مع الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية في المجتمع التي حددها هارولد لاسويل سنة 1948 بمراقبة البيئة ونقل التراث الاجتماعي بين الأجيال وترابط أجزاء المجتمع ليضيف إليها روبرت ميرتون سنة 1960 وظيفة التشاور وتبادل الآراء في المجتمع ودعم الأوضاع القائمة مع الحفاظ على المعايير

الاجتماعية به، ليتمم تشارلز رايت في نفس السنة وظيفة الترفيه والتسلية ثم أضاف هارولد ميندلسون سنة 1966 وظيفة التعبئة والدعاية السياسية والتجارية، ليؤكد ولبرشرام في سنة 1964 تلك الوظائف من خلال وظيفة التنشئة الاجتماعية ومراقبة البيئة والوظيفة السياسية، إضافة إلى ما قدمه روجرز إيفرت حول آليات تحول المجتمع من المرحلة التقليدية إلى التحديث في نظرية انتشار المبتكرات سنة 1962، فقد صنف بيكر صامويل سنة 1992 الوظائف السابقة في وظيفة خدمة النظام السياسي في الدول مع مرعاة التفريق بين عدة مستويات لوظائف وسائل الإعلام والاتصال منها: النظر إلى وظائف الاتصال عند الفرد إزاء وظائه للمجتمع ووظائف المحتوى إزاء وظائف القناة والوظائف المعلنة إزاء الوظائف الغير معلنة والوظائف المخطط لها والمتعمدة إزاء الوظائف غير المحددة وغير المتعمدة، ليعيد ماكويل دينيس سنة 2010 تصنيفها في وظيفة نشر المعلومات والترابط الاجتماعي المتبادل والمتماسك، وتواصل الثقافات الجزئية في المجتمع والتسلية والترفيه ثم التعبئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية وغيرها والملاحظ من هذا التنوع في وظائف وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع أنه من الصعب تحديدها بالنظر إليها من زاوية واحدة دون الأخذ بعين الاعتبار تأثير العوامل النفسية والاجتماعية والعوامل الاقتصادية والسياسية وحتى الثقافية التي من شأنها أن تتدخل بشكل أو بآخر في عملية تحديد طبيعة ودرجة تلك الوظائف **(منصور، 2021، الصفحات 755-766)**

في هذه الدراسة ركزنا على الوظيفة السياسية للميديا الجديدة حيث نرجع اختيار المبحوثين لوظيفة الاخبار أثناء عرض المواضيع السياسية في الترتيب الأول إلى اهتمامهم الكبير بالحصول على الأخبار ليكونوا على دراية بما يقع من أحداث في العالم وفي المجتمع الجزائري، أما اختيارهم وظيفة تشكيل الرأي العام ثانيا فنفسره بإدراكهم لمدى قوة الميديا الجديدة في تكوين وتوجيه الرأي العام ولعل ما حدث في الجزائر في 22 فيفري 2019 خير دليل على تشكيل الرأي العام وتوجيهه أثناء فترة الحراك السياسي، بينما نفسر اختيارهم لوظيفة نقل معلومات الأحداث السياسية ثالثا بالاهتمام الذي يوليه الاستاذ الجامعي لها لاسيما أصحاب الاختصاص لتنمية مهاراتهم وأفكارهم وتحسين مستوياتهم الأكاديمية وفق مواكبة المواضيع السياسية في العالم خدمة للمحيط الجامعي وللمجتمع الجزائري، كما نفسر اختيارهم لوظيفة التعبئة الجماهيرية للرأي العام برغبتهم في المشاركة في عملية توجيه النقاشات السياسية بفاعلية واستمرار وبالتأثير على المجتمع كصناع للرأي لما يمتلكونه من مؤهلات علمية وأكاديمية تمكنهم من ذلك لاسيما من خلال مساهمتهم في توجيه الطلبة نحو المواضيع السياسية محور التعبئة والمساهمة في عملية تحليلها معهم ومع غيرهم داخل الوطن وخارجه، في حين أن تفسير اختيارهم لوظيفة التسويق السياسي للمواضيع

السياسية بمدى أهمية استخدام منصات الميديا الجديدة لدى الفاعلون السياسيون في نقل الأفكار والآراء والخطابات السياسية مما يجعلها تصل إلى أكبر عدد من المتابعين لكسب تأييدهم ومساندتهم لاسيما في فترات الانتخابات المحلية والرئاسية والبرلمانية، إضافة إلى أن اختيارهم هذا يعكس مدى ابتعادهم عن القيام بدور السياسي الفاعل في المجتمع نظرا لعدة اعتبارات تحول دونهم ودون ذلك، أما اختيارهم لوظيفة تقديم الحقائق السياسية سادسا يرجع إلى أن المبحوثين يستقون معلوماتهم من مصادر أخرى موثوقة ولا يعتمدون على الميديا الجديدة في تحصيل الحقائق السياسية لما تعج به من معلومات متنوعة ومتباينة ومتداخلة ومعقدة أحيانا مما يصعب عليهم الثقة فيها تماما، وأخير نفسر على التوالي سابعا وثامنا اختياراتهم لوظيفة الرقابة السياسية بالاعتماد الضئيل على الميديا الجديدة في عملية الضبط والرقابة لأنها بيئة مناسبة لانتشار الإشاعات والأخبار المغرضة والمغلوطة ويستخدمها الجميع دون استثناء مما قد تخدم أهدافا شخصية من دون الاهتمام بالمصلحة العامة، فضلا على ذلك فإن الجزائر أصدرت قانون الإعلام الرقمي في 02 ديسمبر 2023 وركز على الصحافة الالكترونية ونشاط السمعي البصري دون الالمام بكل وسائط الميديا الجديدة وهذا يعتبر تأخرا في مجال التشريع لهذا المجال الهام خاصة مع نموه وتطوره التقني والتكنولوجي السريع في العالم، بينما نرجع اختيارهم لوظيفة المشاركة السياسية أخيرا إلى أن ثقة المبحوثين ضعيفة في الاعتماد على استخدام الميديا الجديدة في عملية المشاركة السياسية لأنها قد لا تعكس أعداد مستخدميها مؤيدي التوجهات السياسية المعلنة عليها في الواقع كما حدث مع الكثير من السياسيين في العالم الذين يتابعهم الملايين عبر مواقع التواصل الاجتماعي واختفائهم يوم الاستحقاقات السياسية المنتظرة في الواقع، وعليه فأن هذه النتائج تتوافق بشكل كبير مع دراسة الباحثة الصالحة محمد مسعود الدماري حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام دراسة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والتي خلصت إلى نسبة الذكور الذين يستخدمون الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هي 52% أكثر من خمس ساعات في متابعة القضايا المختلفة المساهمة في تشكيل الرأي العام، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء رحب يسمح للجميع بطرح أفكاره ومناقشتها مع غيره ويمكنهم من الإطلاع على الأخبار ونقل الحقائق والمعلومات وتسويقها ومن المشاركة في التعبئة ومن المساهمة في تشكيل الرأي العام والتأثير والتأثر بأفكار غيرهم، لاسيما في المجال السياسي.



الشكل رقم (24): يوضح توزيع نسب بيانات المحور الأول بالمخطط الصندوقي

من خلال الشكل (24) الخاص بالمخطط الصندوقي الذي يعبر عن أسئلة المحور الأول الخاص باستخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية لدى عينة الدراسة المتكون من 13 سؤال كما في معلم الشكل أعلاه، إذ تتضح لنا نسب النسب المختلفة حسب القيمتين العليا والدنيا في كل سؤال، وهذا يتيح لنا رؤية شاملة وسريعة وبسيطة على العمليات الاحصائية كالانحراف المعياري والمتوسطات الاحصائية لبيانات الأسئلة المقترحة في هذا المحور من الدراسة، وسنعرض تلك النسب حسب كل سؤال كما يلي:

نلاحظ أن فيسبوك ويوتيوب لديهما نسبة استخدام أعلى بشكل عام بالمقارنة مع الوسائط التكنولوجية الأخرى. ويمكن أيضًا ملاحظة تباين في تفضيلات المتابعة السياسية وكذلك طبيعة المواضيع السياسية المتابعة بين الفئات المختلفة.

نتائج تحليل البيانات تظهر تفاوتاً في استخدام الوسائط الجديدة والتكنولوجيا في متابعة المواضيع السياسية. بدأً من تحليل أشكال الميديا المستخدمة، يتضح أن فيسبوك ويوتيوب يتصدرون القائمة بنسبة استخدام تبلغ حوالي 95.62٪ و 81.02٪ على التوالي، في حين تحتل لينكدن المرتبة الأخيرة بنسبة

استخدام قدرها 10.58٪. على جانب آخر، يظهر تحليل الوسائط التكنولوجية أن الهواتف الذكية هي الوسيلة الأكثر استخدامًا بنسبة 98.18٪، بينما تأتي الساعة الذكية في المرتبة الثانية بنسبة 87.23٪.

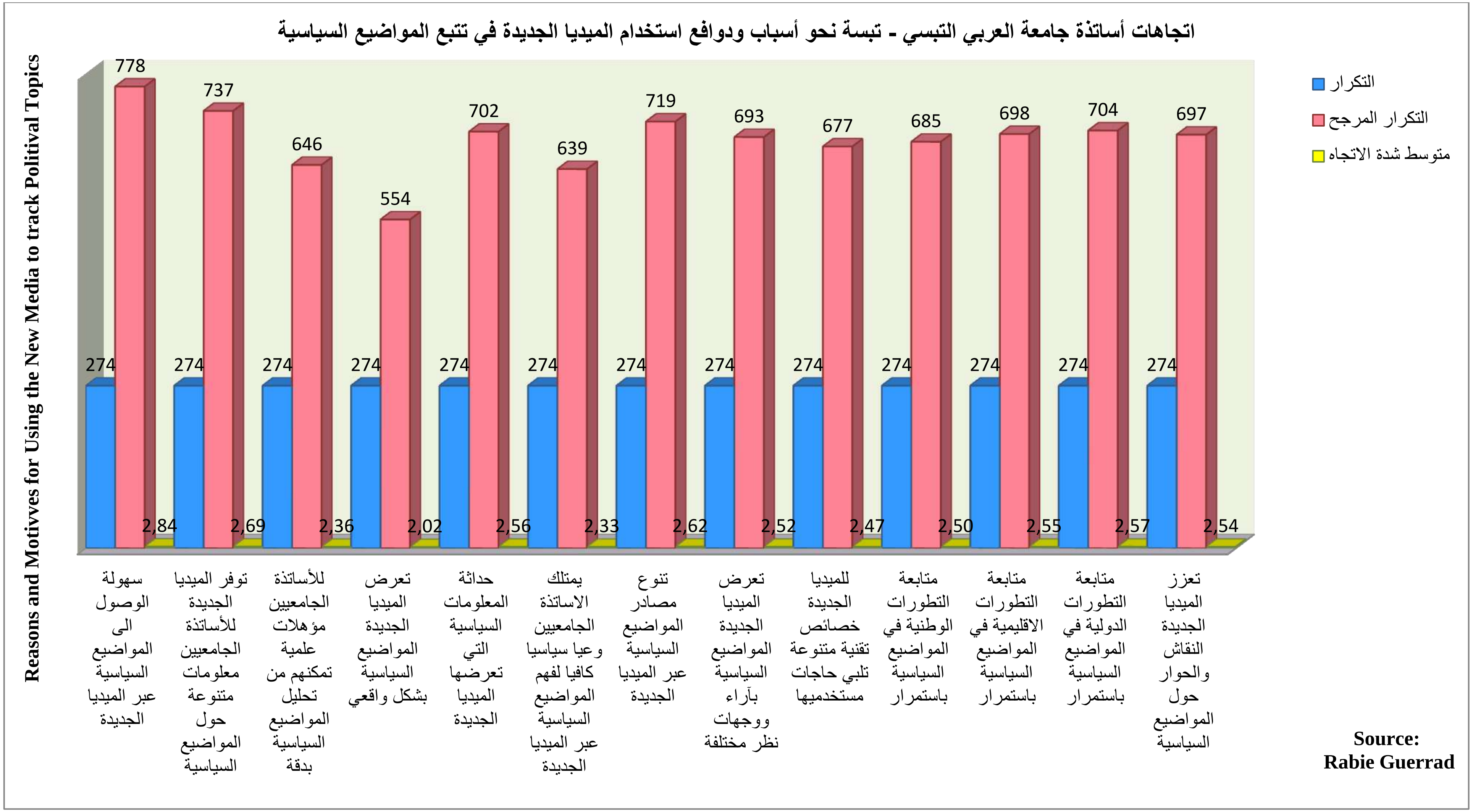
من جهة أخرى، يظهر تحليل فترة استخدام الميديا الجديدة أن الأوقات المسائية والصباحية هي الأوقات الأكثر شيوعًا للاستخدام، حيث تشكل نسبة 86.49٪ و 85.04٪ على التوالي. بالمقابل، تظهر النتائج أن هناك تفاوتًا في المدة الزمنية التي يقضيها المستخدمون يوميًا في استخدام الميديا الجديدة لمتابعة المواضيع السياسية، حيث يقضي 73.36٪ منهم بين 2–4 ساعات، في حين يقضي 42.70٪ أقل من ساعتين.

وأخيرًا، تظهر نتائج تفضيل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة والتفاعل معها أن متابعة المواضيع السياسية مع جماعات الافتراضية والتفاعل بالملصقات التعبيرية (emojis) هي الأساليب الأكثر تفضيلًا بنسبة 81.02٪ و 81.75٪ على التوالي، أي أن هذه النتائج تلخص استخدام الوسائط الجديدة والتكنولوجيا في متابعة المواضيع السياسية، وتوضح التفاوت في الأنماط والتفضيلات بين المستخدمين في هذا السياق.

المحور الثاني: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

الجدول رقم (30): يوضح اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية														
الرقم	العبارة	موافق			محايد			معارض			المجموع		متوسط شدة الاتجاه
		التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	
01	سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	234	702	85,40	36	72	13,14	4	4	01,46	274	778	2,84
02	توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية	204	612	74,45	55	110	20,07	15	15	05,47	274	737	2,69
03	للأساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة	139	417	50,73	94	188	34,31	41	41	14,96	274	646	2,36
04	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي	88	264	32,12	104	208	37,96	82	82	29,93	274	554	2,02
05	حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة	181	543	66,06	66	132	24,09	27	27	09,85	274	702	2,56
06	يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	130	390	47,45	105	210	38,32	39	39	14,23	274	639	2,33
07	تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	196	588	71,53	53	106	19,34	25	25	9,13	274	719	2,62
08	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية باراء ووجهات نظر مختلفة	174	522	63,50	71	142	25.92	29	29	10,58	274	693	2,52
09	للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها	159	477	58,03	85	170	31,02	30	30	10,95	274	677	2,47
10	متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار	164	492	59,85	83	166	30,29	27	27	09,85	274	685	2,50
11	متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار	177	531	64,59	70	140	25,55	27	27	09,85	274	698	2,55
12	متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار	183	549	66,79	64	128	23,36	27	27	09,85	274	704	2,57
13	تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية	172	516	62,77	79	158	28,83	23	23	08,39	274	697	2,54



الشكل رقم (25): يبين اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

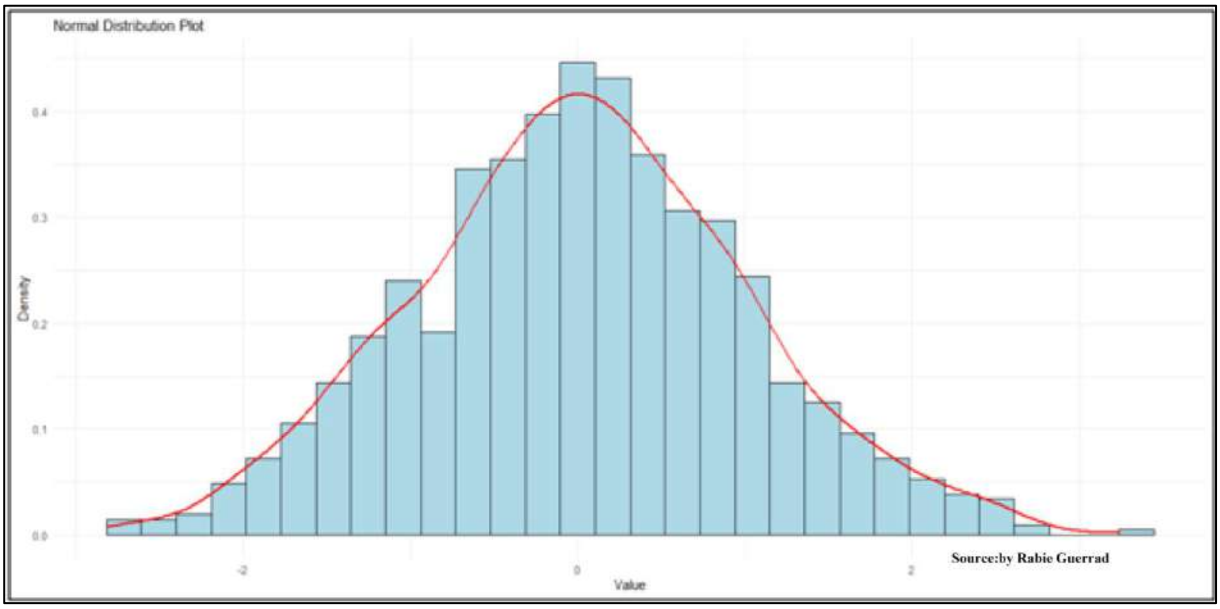
الجدول رقم (31): يوضح معامل الثبات لأسئلة محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

الرقم	العبارة	موفق	محايد	معارض	معامل الثبات
01	سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	234	36	4	0.94
02	توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية	204	55	15	0.89
03	للأساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة	139	94	41	0.78
04	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي	88	104	82	0.67
05	حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة	181	66	27	0.85
06	يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	130	105	39	0.77
07	تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	196	53	25	0.87
08	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بآراء ووجهات نظر مختلفة	174	71	29	0.79
09	للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها	159	85	30	0.82
10	متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار	164	83	27	0.83
11	متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار	177	70	27	0.84
12	متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار	183	64	27	0.85
13	تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية	172	79	23	0.84
	معامل الثبات العام للمحور الثاني	0.82			

من خلال هذا الجدول رقم (31) يتضح لنا وجود معامل ثبات يقترب من 1 قدره 0.82 وهذا يدل على قوة ثبات عبارات محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية، إذ نلاحظ أن أدنى قيمة معامل ثبات في هذه العبارات هي عبارة تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي بقيمة 0.67 وهو معامل ثبات ليست ضعيفة أكبر من 0.60 مما يدل على توزيع متوسط لاختيارات أفراد العينة المبحوثين بين موافق ومعارض وهو بدوره يوضح الاختلاف والتباين في اتجاههم نحو العبارة المذكورة، في حين نلاحظ ثبات نسبي في 11 عبارة منحصر بين قيمة 0.77 وقيمة 0.85 بمتوسط حسابي قدره 0.82 وهو يعبر عن ثبات متوسط في عبارات هذا المحور إذ يوجد توزيع متوسط لدى أفراد العينة المبحوثين في الاختيار بين موافق ومعارض في 11 عبارة المحددة أعلاه وهذا يدل على الاجماع النسبي حول اتجاههم نحوها، بينما نلاحظ قيمة عالية من الثبات في عبارة سهولة الوصول إلى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة قيمتها 0.94 وهي أعلى قيمة معامل ثبات في هذا المحور مما يدل على أن الأساتذة الجامعيين يتفقون بشكل كبيرا على العبارة المدرجة في المقياس عند تحديد اتجاهاتهم نحوها، ومما مما سبق نستطيع أن نحدد معامل ثبات العبارات 13 المدرجة في هذا المحور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية بالقيمة 0.82 وهي تعبر عن

معامل ثبات قوي لعبارات المقياس حسب ما أدلى به أفراد العينة المبحوثين في هذه الدراسة وسنوضح توزيع اجاباتهم في هذا المحور كما يلي:

- **التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثاني: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية:**



الشكل رقم (26): يبين التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثاني: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

- **حساب تحليل الانحدار ANOVA:**

جدول رقم (32): يوضح تحليل الانحدار ANOVA لعبارات محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية

الرقم	معامل المتغير (Neutral)	المتغير (Disgree)
01	درجة الحرية (Df): 1	درجة الحرية (Df): 1
02	مجموع المربعات (Sum Sq): 614.8	مجموع المربعات (Sum Sq): 1262.2
03	متوسط المربعات (Mean Sq): 614.8	متوسط المربعات (Mean Sq): 1262.2
04	قيمة الاختبار F (F value): 28.38	قيمة الاختبار F (F value): 58.26
05	قيمة p (Pr(>F)): 0.000334	قيمة p (Pr(>F)): 1.77e-05 (قيمة صغيرة جدا)

نلاحظ من خلال هذه النتائج المتحصل عليها من البرنامج الإحصائي R وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين المتغير Neutral أو Disagree "المواضيع السياسية" والمتغير المعتمد" الميديا الجديدة" Agree لأن القيمة الناتجة من معالجة معطيات p (Pr(>F)) أصغر من مستوى الدلالة المعتمد والذي يقدر في حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية ب 0.05، وعليه فإن مختلف التغيرات التي تطرأ على

المستقل Neutral أو Disagree تنعكس على المتغير التابع Agree في شكل تغيرات احصائية دالة حسب معطيات مقياس قياس الاتجاه المعتمد في هذه الدراسة " مقياس ليكرت الثلاثي" في هذا المحور الخاص اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حيث جاءت رموز الدلالة على النحو التالي حسب كل قيمة 0***، 0.001**، 0.01*، 0.05، 0.1، 1.

- **حساب T-test للمحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية:**

من خلال حساب اختبار T بين المجموعات "موافق" و"محايد" "معارض" ظهرت لنا فروقات إحصائية قي متوسطات المجموعات المقارنة ونفسرها حسب نتائج المعالجة الإحصائية كما يلي:

- اختبار T بين مجموعة "موافق" ومجموعة "محايد" يساوي 6.3839 .
- Df قيمة درجات الحرية 23.863
- P تساوي قيمة 1.372 e-06

أي أنه يوجد فرق دال في متوسط ردود المبحوثين بين المجموعتين " موافق" و "محايد" يحيلنا إلى رفض الفرضيات الصفرية المدرجة أثناء المعالجة الإحصائية لأن القيمة p أقل من كل مستويات الدلالة المقبولة مثل القيمة 0.05 كما هو موضح في ملاحق الدراسة.

- اختبار T بين مجموعة " موافق" و "معارض" يساوي القيمة 12.375
- Df قيمة درجات الحرية 17.627
- P تساوي قيمة 3.995 e-10

أي أنه توجد فورقات دالة إحصائيا كذلك في متوسط ردود المبحوثين بين المجموعتين " محايد" و"معارض" يحيلنا إلى رفض الفرضية الصفرية المدرجة أثناء المعالجة الإحصائية لأن قيمة p أقل من جميع مستويات الدلالة المقبولة كما سبق وإن أشرنا.

- اختبار T بين مجموعة "محايد" و" معارض" يساوي القيمة 4.8696
- Df قيمة درجات الحرية 18.418
- P تساوي قيمة 0.0001158

وعليه فإنه توجد فروقات إحصائية دالة كذلك في متوسط ردود المبحوثين بين المجموعتين "محايد" و"معارض" يحيلنا كذلك إلى رفض الفرضية الصفرية المدرجة أثناء المعالجة الإحصائية لأن قيمة p أقل من كل الدلالات المقبولة كما وضحنا سابقا.

وكنتيجة عامة ل T–test توجد فروق احصائية معنوية بين متوسطات المجموعات الثلاث " موافق" "محايد" "معارض" (أنظر الملحق المدرج في الدراسة)

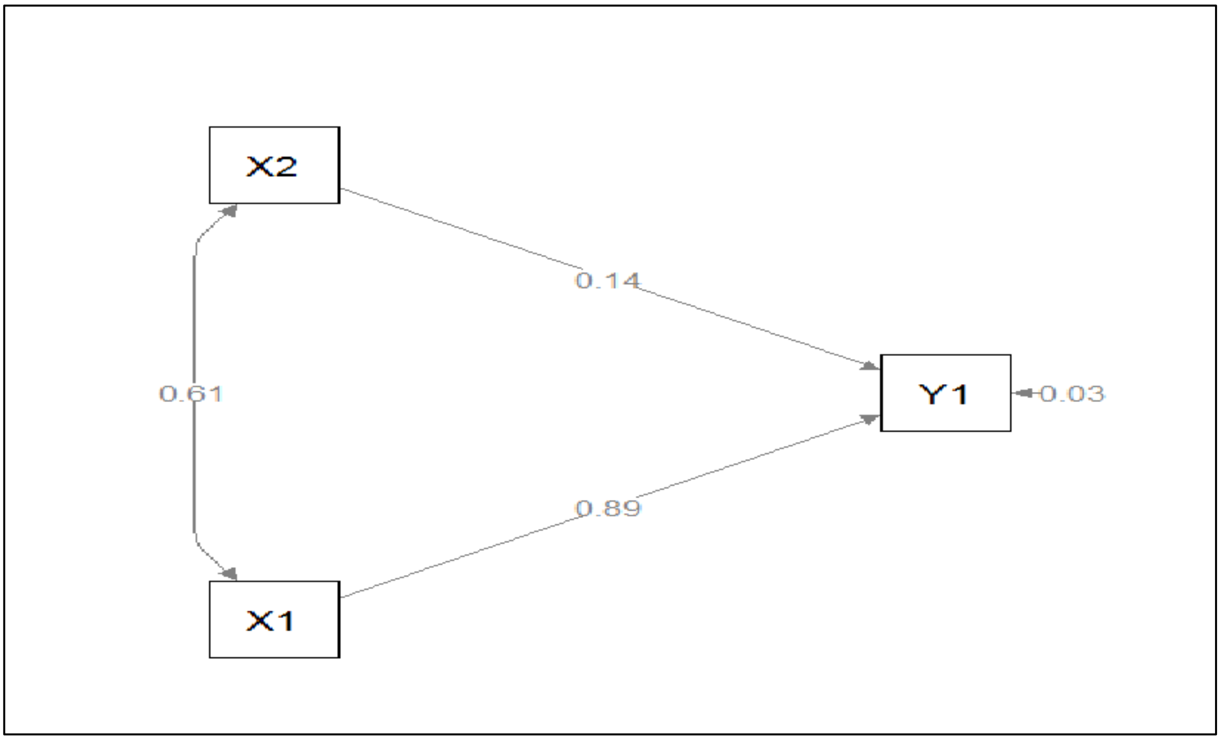
- **حساب X-squared للمحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية:**

أظهرت النتائج أن قيمة الإحصاء X-squared تساوي 345.06 في حين أن درجات الحرية df تساوي 24 وقيمة p أقل من e–162.2 وهي نتائج تعبر عن وجود دلالة إحصائية بين مختلف العبارات الموافقة، المحايدة، والمعارضة حسب معيار قيمة p ومستوى الدلالة المعمول به في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية (أنظر ملاحق الدراسة)

- **تحليل بيانات المحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حسب نمذجة المعادلات الهيكلية sem:**

الجدول رقم (33): يوضح تحليل بيانات المحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حسب نمذجة المعادلة الهيكلية SEM (Structural Equation Modeling)

الرقم	العبارة	قيمة المعامل	مدى المعامل
01	سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	0.85	عالي
02	توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية	0.75	متوسط
03	للأساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة	0.50	متوسط
04	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي	0.32	ضعيف
05	حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة	0.66	متوسط
06	يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	0.47	متوسط
07	تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	0.71	متوسط
08	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بآراء ووجهات نظر مختلفة	0.64	متوسط
09	للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها	0.58	متوسط
10	متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار	0.60	متوسط
11	متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار	0.65	متوسط
12	متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار	0.67	متوسط
13	تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية	0.63	متوسط



الشكل رقم (27) يوضح تحليل بيانات المحور الثاني اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حسب نمذجة المعادلة الهيكلية SEM

وفقا للجدول رقم(31) بينت المعادلة الهيكلية أن المتغير الكامن في النموذج هو تأثيرات الميديا الجديدة على الأساتذة الجامعيين أثناء تتبع المواضيع السياسية، وبينت كذلك أن المتغيرات الظاهرة تتمثل في جميع العوامل والاعتبارات التي يتجه نحوها الأساتذة الجامعيين عينة الدراسة عند أسباب ودوافع استخداماتهم للميديا الجديدة في المواضيع السياسية حيث سجلنا حسب المعادلة أن عبارة سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حازت على أقوى معامل حيث بلغ 0.85 وهو معامل يشير إلى أعلى مستوى اتفاق عند المبحوثين مما يمنحة أن يكون العامل الأساسي أثناء استخدامهم للميديا الجديدة في هذه الدراسة، في حين أن 11 عبارة حازت على معامل متوسط بلغ 0.62 وهو معامل يوضح مدى اقتراب عينة الدراسة إلى الاتفاق المتوسط حول تلك العبارات وما الذي يقصده الباحث من خلال إدراج كل عبارة ضمن مقياس قياس الاتجاه تحقيقا لأهداف هذه الدراسة وهو معامل أعلى من المتوسط يحقق لنا غاية القياس السليم، في حين أن عبارة عرض الميديا الجديدة للمواضيع السياسية بشكل واقعي حازت على أقل معامل في النموذج المهيكل إذ بلغت قيمته 0.32 مما يحيلنا إلى أن المبحوثين غير مقتنعين بمدى اعتماد هذه العبارة أثناء عملية القياس لأن لديهم شكوك وتوجس حول واقعية عرض الميديا الجديدة للمواضيع السياسية.

وبعد هذه المعالجة الإحصائية لبيانات المحور الثاني الخاص باتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية نفسر البيانات المتحصل عليها كما يلي:

- حسب احصائيات الجدول رقم (30) المتعلق باتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية يتوجه المبحوثين نحو العبارة "سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" حسب الترتيب من الأعلى إلى الأدنى بتكرار 234 موافق ونسبة 85.40%، وبتكرار 36 محايد بنسبة 13.14%، وتكرار 04 ونسبة 01.46% معارض، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.84.

– ومنه نستنتج أن اتجاه المبحوثين نحو هذه العبارة "سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" وفقا لهذا المقياس هو اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.84، ونفسر ذلك بأن الميديا الجديدة من المصادر الهامة التي تنشر على نطاقات واسعة كما هائلا من المواضيع السياسية يصل إليها المبحوثين بسهولة وسرعة وبشكل مباشر ومشاركتها مع غيرهم ومناقشتها بشكل فوري ومفتوح، إضافة إلى أن توجه تكنولوجيا الميديا الجديدة نحو التجزئة والتصغير وتواجدها الدائم مع المستخدم كالهواتف الذكية والأجهزة اللوحية المحمولة ساعد المبحوثين على مواكبة مختلف أحداث وتطورات المواضيع السياسية لحظة بلحظة وعلى فهمها بعمق وحتى المساهمة فيها بطرق فعالة وانتقاء ما يناسبه وهو ما تؤكده فرضية نظرية الاستخدامات والإشباعات حول مقدرة المتلقين على انتقاء المحتويات والوسيلة التي تشبع حاجاتهم فهو من يستخدم الوسيلة وليست الوسيلة من تستخدمه.

- كما أن المبحوثون يتوجهون نحو عبارة "توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية" بتكرار 204 مواقف وبنسبة 74.45%، وبتكرار 55 محايد ونسبة 20.07%، ثم بتكرار 15 ونسبة 05.47% معارض وبمتوسط اتجاه قدره 2.69

– ومنه نستنتج أن للمبحوثين اتجاه ايجابي بلغ متوسط شدته 2.69، نحو عبارة "توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية" ونفسر ذلك بأن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يستخدمون الميديا الجديدة كمصدر لاستقاء المعلومات المتنوعة المكتوبة والمصورة والسمعية البصرية التي تساعدهم في حياتهم الشخصية وفي أبحاثهم الأكاديمية لاسيما لدى المتخصصين في العلوم السياسية والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الأمر الذي يكاد يغنيهم عن اللجوء إلى مصادر أخرى أثناء البحث عن المعلومات حول المواضيع السياسية، إضافة إلى أن طبيعة

المحتوى المقدم عبر الميديا الجديدة يضفي واقعية أكثر فعالية تؤثر مباشرة على فهم المستخدم مثل الفيديوهات والأشكال والرسومات والبيانات، وهذا ما تؤكده كذلك نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال صحة فرضية مقدرة المتلقين على تحديد حاجاتهم رغم تنوعها واختيار الوسيلة التي تشبعها.

- كما يتوجهون كذلك نحو عبارة "للأساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة" بتكرار 139 موافق بنسبة 50.73%، وبتكرار 94 محايد بنسبة 34.31%، وبتكرار 41 ونسبة 14.96% معارض، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.36.

- وعليه فإن اتجاه المبحوثين هو اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.36 نحو عبارة "للأساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة" ونرجع ذلك إلى أن الأستاذة الجامعيين الجزائريين يمتلكون مهارات وأدوات تحليلية تحصلوا عليها من خلال تكوينهم الأكاديمي، تخول لهم التعامل مع المواضيع السياسية بالتفكير النقدي وتقييم معلوماتها من زوايا مختلفة مما يعزز فهمها لديهم وشرحها للآخرين بأسلوب سهل وبسيط خاصة باستخدام الميديا الجديدة.

- في حين قد توجه المبحوثين على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى نحو عبارة "تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي" بتكرار 104 محايد ونسبة 37.96%، وبتكرار 88 موافق ونسبة 32.12%، ثم تكرار 82 معارض وبنسبة 29.93%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.02.

- ومنه يتضح لنا أن للأساتذة الجامعيين الجزائرين في هذه الدراسة اتجاه محايد نحو عبارة "تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي" بلغ متوسط شدته 2.02 ويعود ذلك إلى الطبيعة المتغيرة لمحتوايات ومضامين المواضيع السياسية، إذ قد يقف وراء عرضها أصحاب توجهات سياسية ينحازون ويحرفون حقائقها أو يقيدون أراء وأفكار ووجهات النظر حولها مثل مديري المجموعات الافتراضية، إضافة إلى أن الميديا الجديدة فضاء مفتوح للجميع يستطيعون من خلاله صناعة المحتويات ونشرها أو مشاركتها مع غيرهم مما يتيح الفرصة لبعض السعي وراء أغراضهم الفردية كالبحث عن البروز وجمع أكبر عدد ممكن من الإعجاب دون إعارة أي أهمية لعنصر الواقعية في عملية نشر المواضيع السياسية وافتقارها للشمولية والكمال في الشكل والمعنى وفي التحليل المعمق، فضلا على أن سرعة الانتشار والتداول يزيد من حجم المعلومات ويرفع من ضبابيتها وعدم واقعيتها، كما أن خضوع الميديا الجديدة لتأثيرات الضغوطات الاجتماعية والسياسية قد تنعكس على واقع عرض المواضيع السياسية لاسيما في حالة معالجة الأحداث بعد وقوعها من خلال صنع المحتويات ومن خلال التفاعل معها ومناقشتها مع الآخرين، وهذا دفع أكبر عدد من المبحوثين إلى الإجابة

ب104 محايد لإدراكهم لجل الاعتبارات التي تقف بطريقة أو بأخرى دون تحقيق عرض المواضيع السياسية بشكل واقعي عبر الميديا الجديدة.

- بينما قد توجه المبحوثين نحو عبارة "حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة" من الأكبر إلى الأصغر بشكل متتالي بتكرار 181 موافق ونسبة 66.06%، وبتكرار 66 محايد ونسبة 24.09%، وبتكرار 27 ونسبة 09.85% معارض وبشدة متوسط اتجاه قدره 2.56.

- ومنه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه إيجابي يعزى إلى عبارة "حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة" قدر متوسط شدته 2.56، ونفسر ذلك بارتفاع عدد مصادر المعلومات السياسية وتحديثها المستمر عبر شبكة الإنترنت والتفاعل معها بآنية في كل الأوقات مما يوفر المعلومات حولها وتسليط الضوء على أهمها مع إمكانية إعادة صياغتها وتشكيلها بطرق جديدة ومبتكرة تستقطب المتابعين بأعداد كبيرة كوضعها في رسومات بيانية تفاعلية أو فيديوهات مختصرة جذابة مؤدية للمعنى، إضافة إلى تزايد استخدام الميديا الجديدة والارتكاز عليها بصورة كبيرة في المجتمعات وإقحامها في مناحي الحياة المختلفة مما رفع من عدد القائمين بالاتصال حول المواضيع السياسية ومن عدد متابعيهم، وهذا ما يعكس إجابة المبحوثين حيال موافقتهم بأكبر عدد على حداثة المعلومات التي تقدمها الميديا الجديدة والمقدر ب 181 موافق.

- كما يتجه المبحوثين أيضا نحو عبارة "يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" ترتيبا من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 130 موافق ونسبة 47.45%، وبتكرار 105 محايد ونسبة 38.32%، وبتكرار 39 معارض بنسبة 14.23%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.33.

- إذا نستنتج من خلال هذه التكرارات والنسب أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين حسب هذه الدراسة اتجاه ايجابي نحو العبارة "يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" متوسط شدته 2.33، ونفسر ذلك بأن الأستاذة الجامعيون يخضعون لتكوين عالي خلال مسارهم الأكاديمي ويكتسبون خبرة مهنية أثناء أداء مهامهم في الجامعة سواء من خلال التدريس أو البحث والمشاركة في المؤتمرات والملتقيات والندوات الوطنية والدولية، أومن خلال المساهمة في الإدارة والتسيير ومن خلال ما يقدمه من خدمات للمجتمع كذلك، إضافة إلى إجادتهم استعمال التقنيات المختلفة من كومبيوتر وأجهزة الكترونية وتكنولوجية لاسيما في مجالات اختصاصاتهم واهتماماتهم، مما يجعلهم يكتسبون وعيا كافيا يمكنهم من فهم المواضيع السياسية

المختلفة، فوعيهم لاستخدام الميديا الجديدة يزيد من وعيهم في فهم المواضيع السياسية بكفاية وكفاءة عالية.

- ويتجه المبحوثين أيضا إزاء العبارة "تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" بتكرار 196 موافق ونسبة 71.53% أولا، ثم بعدد 106 محايد ونسبة 19.34% ثانيا، وبتكرار 25 معارض ونسبة 9.13%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.62.

– ومن المعطيات أعلاه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي نحو عبارة "تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" عبروا عنه بمتوسط شدة الاتجاه المقدر ب 2.62 ويرجع ذلك إلى أن الميديا الجديدة تزخر بتنوع كبير في مصادر المعلومات غير معهود، لاسيما في عرض المواضيع السياسية حيث تصلنا هذه الأخيرة من مخلف أرجاء العالم بلغات مختلفة وبأشكال متنوعة ومتعددة سواء كانت نصوص كالكتب الالكترونية والتقارير والإحصائيات أو مصورة كالرسومات البيانية والمخططات التوضيحية والصور، أو مسجلة في شكل فيديوهات قصيرة وطويلة مما يدفع المبحوثين إلى اتخاذها مصدرا مهما يستقون منه معلوماتهم حول المواضيع السياسية.

- ويتوجه المبحوثين كذلك من الأعلى إلى الأدنى إزاء العبارة "تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية آراء ووجهات نظر مختلفة" بعدد 174 موافق ونسبة 63.50%، وبعدد 71 محايد بنسبة 25.92%، ثم عدد 29 معارض بنسبة 10.58%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.52.

– وعليه نستنتج أن للمبحوثين اتجاه إيجابي نحو عبارة "تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بآراء ووجهات نظر مختلفة" يوضحه متوسط شدة الاتجاه المقدر ب 2.52، ونفسر هذا التوجه الايجابي بتعدد وتنوع أساليب تحليل ومناقشة محتويات المواضيع السياسية من طرف فئات مختلفة من المجتمعات حول العالم التي تصل على أوسع النطاقات إلى مستخدمي الميديا الجديدة مما يعزز فرص تداول الأفكار والمواقف بسرعة كبيرة بينهم، فضلا على طبيعة عمل مختلف أشكال الميديا الجديدة القائمة على الخورزميات وعلى الذكاء والهندسة الاجتماعية التي بدورها توفر المحتويات والمواضيع السياسية الموائمة للإكار ووجهات نظر الأفراد المتباينة، كما أن انفتاح الميديا الجديدة على الكل زاد من مشاركة تلك المواضيع ومناقشتها بكل حرية دون قيد أو صعوبة أدى إلى انتشار المعلومات الصحيحة والمغلوطة والمضللة ويعكس حجم التفاعل الحركي المعقد بين الأفراد وتكنولوجيات الميديا الجديدة والمجال السياسي بصفة عامة وهذا بدوره أدى إلى اختلاف الآراء

وجهات النظر المختلفة المتعلقة بالمواضيع السياسية وهو ما أدلى بيه أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة حسب هذه الدراسة.

- كما يتوجه أفراد عينة الدراسة أيضا نحو العبارة "للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها" على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى بتكرار 159 موافق ونسبة 58.03%، وبتكرار 85 محايد بنسبة 31.02%، وبتكرار 30 معارض ونسبة 10.95%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.47.

– ومن هذه المعطيات المذكورة أعلاه نستنتج أن للمبحوثين اتجاه ايجابي يعزى إلى عبارة "للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها" يوضحه متوسط شدة اتجاه المقدر ب: 2.47، ويعود هذا إلى تعدد السمات والمميزات التي تمتلكها الميديا الجديدة سواء من حيث التكنولوجيا أو البرامج أو التطبيقات، حيث أن أصحاب الشركات الخاصة بها كشركة ميتا وغيرها يعملون دوما على تطوير وتحديث تقنياتهم وخدماتهم التواصلية لتحقيق التنافس والتميز وجذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين لاسيما من خلال تعزيز الخصوصية والأمان التي تضمن حمايته أثناء تلبية حاجاته، وكذلك من خلال إضفاء جانب جمالي على واجهة ومتن تلك البرامج والتطبيقات حتى يسهل عليهم الاستفادة منها بشكل كبير يلبي حاجاتهم ويشبع رغباتهم وهذا ما أكدته نتائج توجه العدد الأكبر من الأساتذة الجامعيين المبحوثين نحو هذه العبارة في هذه الدراسة بالموافقة بعدد 159 أستاذ جامعي.

- كما أنهم يتوجهون إزاء عبارة "متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار" بالترتيب الموالي من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 167 موافق ونسبة 59.85%، وبتكرار 83 محايد ونسبة 30.29%، و27 معارض بنسبة 09.85% وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.50.

– وعليه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه إيجابي يعزى إلى عبارة "متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار متوسط شدته 2.50، ونفسر ذلك بأنهم فئة تمثل صفوة ونخبة المجتمع الجزائري يقع على عاتقها مسؤوليات كثيرة في مقدمتها الالتزام الأكاديمي الذي يدفعهم إلى متابعة مثل تلك التطورات الوطنية للمواضيع السياسية باستمرار وفهم انعكاساتها على مجالات اهتماماتهم سواء في الحياة الشخصية أو المهنية الأكاديمية على غرار أساتذة العلوم السياسية والعلوم الانسانية والاجتماعية والاقتصادية والسعي للبحث عن أسبابها وعن تداعياتها والمساهمة في وجود حلول تتناسب وتطلعات المجتمع والسلطات الحاكمة في البلاد بصفتهم مواطنون مشاركون في خدمة المجتمع، إضافة إلى أن تطورات بعض المواضيع السياسية تؤثر بصفة

مباشرة على المحيط الجامعي مما يجعل ضرورة متابعتها للتكيف مع التغيرات التي قد تحدثها على جميع الأصعدة ومختلف المستويات، علاوة على طبيعة الانتماءات والتوجهات السياسية لبعض شرائح هذه الفئة تدفعهم إلى متابعة التطورات السياسية الوطنية الحاصلة ليكونوا على دراية تامة بها ومحاولة تحليلها ومناقشتها مع غيرهم للتأثير فيهم وكسب تأييدهم خدمة لأهدافهم ومصالحهم السياسية في المجتمع، وهو ما تؤكده اجابة المبحوثين من خلال موافقتهم بالأغلبية نحو عبارة متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار بعدد 164 أستاذ جامعي.

- وفي ما يخص توجههم نحو "عبارة متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار" فقد اتجه المبحوثين على التوالي من الأكبر ترتيبا إلى الأصغر بعدد 177 موافق بنسبة 64.59%، وبعدد 70 محايد بنسبة 25.55%، ثم عدد 27 ونسبة 09.85%، وبمتوسط شدة اتجاه قدرت ب 2.55.

– وحسب هذه النتائج نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين اتجاه إيجابي كذلك يعزى إلى عبارة "متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار" بلغ متوسط شدته 2.55، ويرجع ذلك إلى إدراك الأساتذة الجامعيين أن للتطورات الإقليمية في المواضيع السياسية تأثير مباشر أو غير مباشر على الحياة في المجتمع المحلي والدولي ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وسياسيا، لذا لا بد من متابعتها باستمرار وفهمها والعمل على تحليلها وشرحها للآخرين عبر الميديا الجديدة، كمعرفة تطورات النزاعات في الدول المجاورة للبلاد للمساهمة في رفع وعي المجتمع الجزائري نحوها ورفع درجة الحيطة والحذر والأمن والمحافظة على الاستقرار الوطني والمشاركة في تقديم الحلول لمجابهة مختلف الآفات التي قد تنجم عن تلك التطورات الإقليمية في مختلف المواضيع السياسية، إضافة إلى أن الأستاذة الجامعيون يعون جيدا أن العالم اليوم يعيش في نسق ونظام متكامل إذا اختلت أحد عناصره اختل النسق والنظام كله، فمتابعة التطورات الإقليمية وفهمها ووضع الحلول المناسبة تحسبا لمواجهتا يحد من تأثيراتها الداخلية على المجتمع الجزائري، وهذا ما عبر عنه المبحوثين بالموافقة من خلال اتجاههم الإيجابي نحو متابعتها في هذه الدراسة بعدد 177 أستاذ جامعي.

- وأما اتجاههم نحو عبارة "متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار" جاء من الترتيب الأعلى إلى الترتيب الأدنى بتكرار 183 موافق بنسبة 66.79%، وبتكرار 64 محايد بنسبة 23.36%، وبتكرار 27 معارض بنسبة 09.85%، وبمتوسط شدة اتجاه قدرت ب 2.57.

- وعليه نستنتج أن للمبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي نحو عبارة "متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار" متوسط شدته 2.57، ويعود هذا إلى أن مجالات اهتمام الأساتذة الجامعيين البحثية تستدعي منهم الاطلاع على مستجدات المواضيع السياسية الدولية لفهم السياق العالمي الذي قد ينعكس على تخصصاتهم العلمية، ولإثراء معارفهم وتطوير مهاراتهم الأكاديمية وتوظيفها أثناء إلقاء المحاضرات لتكون أكثر واقعية ولها صلة بالعالم الخارجي، إضافة إلى أن الأساتذة الجامعيين لهم القدرة على توجيه الرأي العام مما يتطلب منهم متابعة تلك المواضيع باستمرار وفهمها لتحليلها وشرحها للأفراد المجتمع والطلبة خاصة في ظل العولمة الاتصالية المتعاظمة التي جعلت العالم مترابط، يستجيب مباشرة لكل الانعكاسات والتداعيات الناتجة عن الأحداث الجارية لمختلف المواضيع السياسية، كما أن تعاظم دور استخدام الميديا الجديدة بكل أشكالها سهل عملية الوصول إلى معلومات تلك المواضيع السياسية الدولية وجعلت متابعتها الفورية في متناول الجميع لاسيما من طرف الأساتذة الجامعيين للاستفادة منها في تحقيق المعرفة الإستشرافية وتعزيز التحليل النقدي الأكاديمي وبالتالي بلوغ تدريس جامعي مرتبط بالواقع الحقيقي والوضع الراهن القائم في مختلف المجتمعات عبر العالم، وهذا ما تؤكده موافقة المبحوثين في هذه الدراسة بالأغلبية المقدرة ب: 183 حول الاستمرارية في متابعة تطورات المواضيع السياسية الدولية عبر الميديا الجديدة.

- إضافة إلى أن المبحوثين في هذه الدراسة يتوجهون على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى نحو العبارة "تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية" بعدد 172 موافق بنسبة 62.77، وبعدد 79 محايد ونسبة 28.83%، وبعدد 23 معارض ونسبة 08.39%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.54.

- ووفقا لهذه المعطيات أعلاه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه إيجابي نحو عبارة "تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية" متوسط شدته 2.54، ونفسر ذلك بتعدد خصائص الميديا الجديدة كالآنية والفورية، الجدة والحداثة، القابلية للحركة والتحويل، التوجه نحو التجزئة والتصغير، اللاتزامنية، الكونية والتفاعلية وغيرها من الخصائص التي تمكن المستخدمين من الوصول إلى المعلومات والمواضيع السياسية بسرعة وبسهولة تامة من كل مكان وزمان، إضافة إلى كفاءة الأساتذة الجامعيين في إدارة النقاشات والحوار عبرها بأساليب وطرق مختلفة مما يرفع من نسب التفاعل حول مختلف المواضيع السياسية، فضلا على تزايد مستويات الحرية في التعبير عن الرأي وتوفر مساحات شاسعة لها عبر مختلف برامج وتطبيقات ومنصات

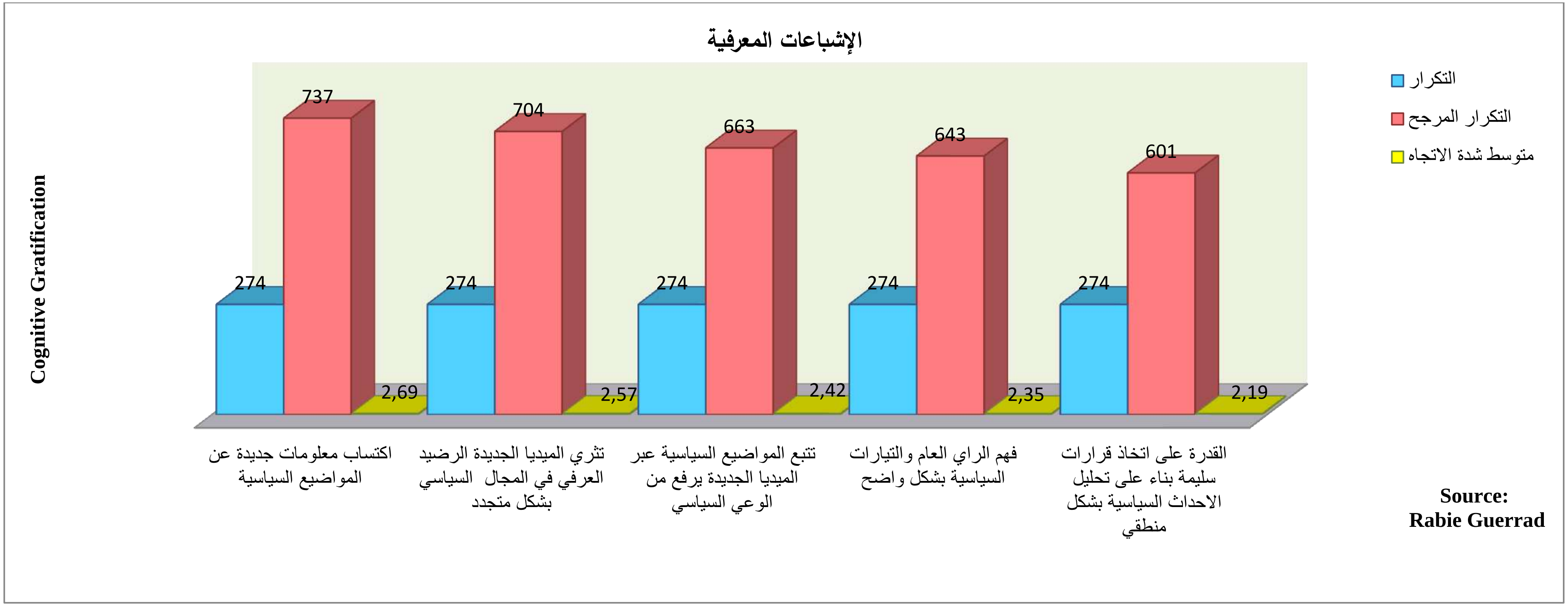
الميديا الجديدة مما يعزز استمرارية النقاشات والحوار حول الأحداث الجارية في وقتها الحقيقي، وهذا بدوره يطرح تنوعا في الأفكار والآراء ووجهات النظر المتبادلة التي قد تدعم أو تعدل أو تغير اتجاهات الآخرين، كما أن الميديا الجديدة خلقت حياة افتراضية ثانية من خلال تشكل المجموعات الافتراضية التي تشجع على البروز والتعبير عن الذات من خلال مناقشة المواضيع السياسية المختلفة ذات الأهمية البالغة لدى الأفراد، والتي تمكنهم من مساءلة صناع القرار ومتخذيه لاسيما في ظل الانتشار الواسع والسريع للمعلومات الذي تجاوز هيمنة وسطوة مقص الرقيب في سائل الإعلام والاتصال الجماهيرية الذي منح للجميع فرص للتواصل مع المسؤولين والقادة والأنظمة الحاكمة في مختلف المجتمعات، وبالتالي رفع المشاركة السياسية الفعالة في تشكيل الرأي العام وتحقيق الأهداف المأمولة والطموحات المرغوبة لدى الشعوب، وهذا ما يؤكده الاتجاه الايجابي للمبحوثين في هذه الدراسة المعبر عنه بموافقة أكبر عدد من الأساتذة الجامعيين الجزائريين بتكرار 172 أستاذ جامعي وهو ما يدعم نتائج دراسة الباحث رأفت مهند عبد الرزاق حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي – دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت للفترة من 2013/03/01 لغاية 2013/06/01 والتي خلصت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تكوين الاتجاهات السياسية للطلاب المبحوثين واقتناعهم بها بنسبة 80% كمحرك سياسي يؤثر على الساحة السياسية العربية لما لها من خصائص متنوعة تتيح المعلومات وتسهل الوصول إليها ومشاركتها وتبادلها مع الغير بسرعة فائقة حيث تصدر الفسيبوك مشهد الاستخدام بنسبة 75.50%، اليوتيوب ب: 12.75، ثم تويتر ب: 11.85%.

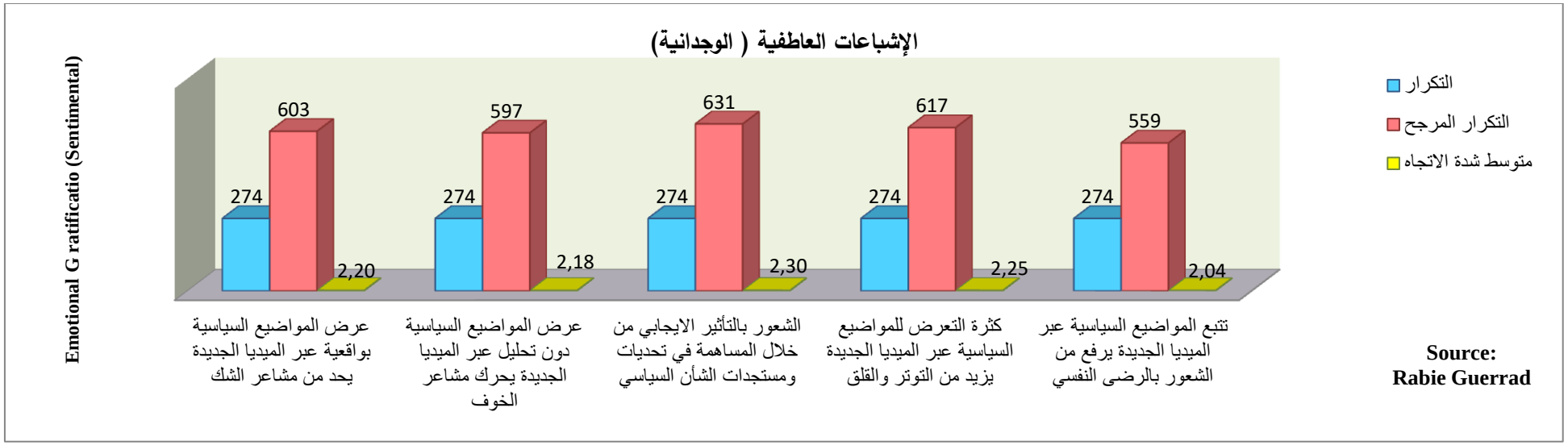
المحور الثالث: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

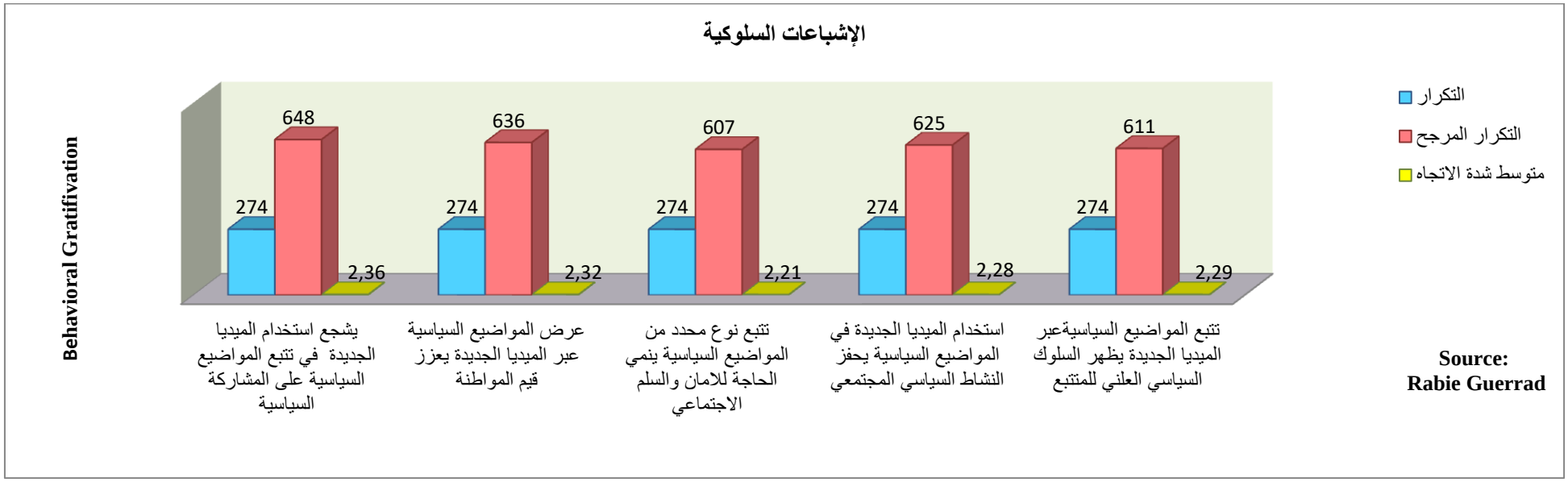
الجدول رقم (34):اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

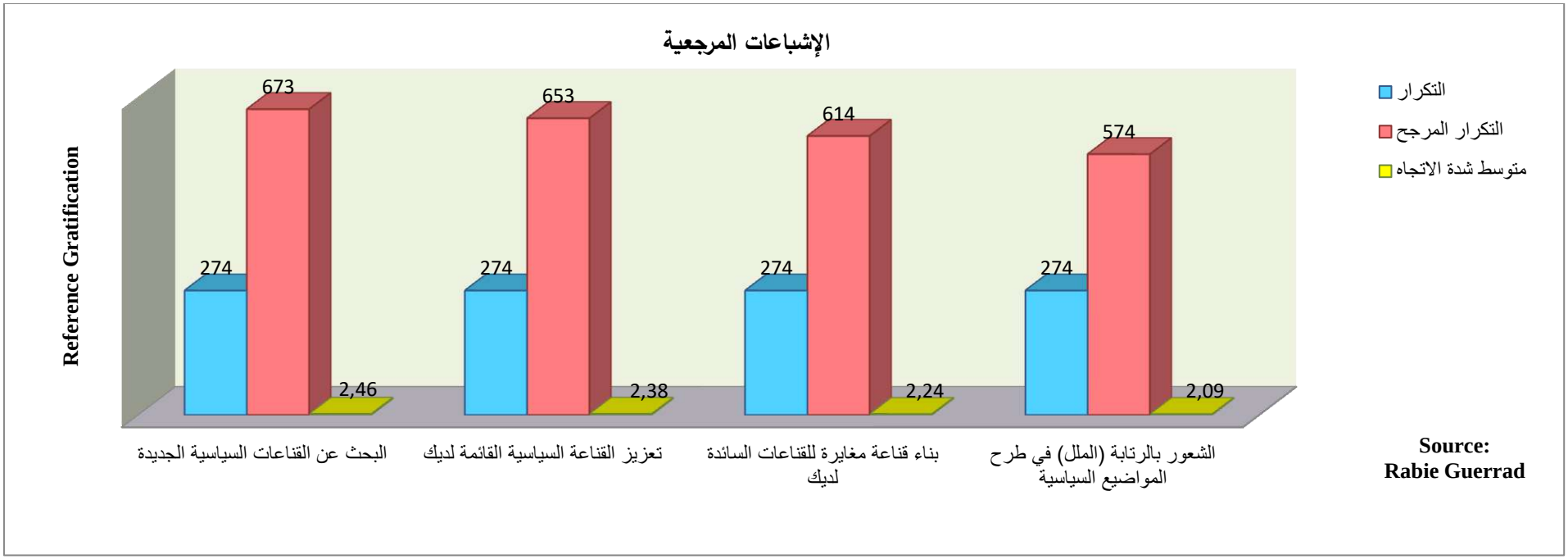
اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية														
الرقم	العبارة	موافق			محايد			معارض			المجموع		متوسط شدة الاتجاه
	الإشباعات المعرفية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	
01	اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية	207	621	75,55	49	98	17,88	18	18	6,57	274	737	2,69
02	تثري الميديا الجديدة الرضيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد	174	522	63,50	82	164	29,93	18	18	6,57	274	704	2,57
03	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي	149	447	54,38	91	182	33,21	34	34	12,41	274	663	2,42
04	فهم الراي العام والتيارات السياسية بشكل واضح	128	384	46,72	113	226	41,24	33	33	12,04	274	643	2,35
05	القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناء على تحليل الاحداث السياسية بشكل منطقي	103	309	37,59	121	242	44,16	50	50	18,25	274	601	2,19
	الإشباعات الوجدانية (العاطفية)												
01	عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك	110	330	40,15	109	218	39,78	55	55	20,07	274	603	2,20
02	عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف	94	282	34,31	135	270	49,27	45	45	16,42	274	597	2,18
03	الشعور بالتأثير الايجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي	116	348	42,34	125	250	45,62	33	33	12,04	274	631	2,30
04	كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق	117	351	42,70	109	218	39,78	48	48	17,52	274	617	2,25
05	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي	68	204	24,82	149	298	54,37	57	57	20,80	274	559	2,04
	الإشباعات السلوكية												
01	يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية	138	414	50,36	98	196	35,77	38	38	13,87	274	648	2,36
02	عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة	126	378	45,99	110	220	40,15	38	38	13,87	274	636	2,32
03	تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للامان والسلم الاجتماعي	103	309	37,59	127	254	46,35	44	44	16,06	274	607	2,21
04	استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي	122	366	44,53	107	214	39,05	45	45	16,42	274	625	2,28

05	تتبع المواضيع السياسيةعبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمتتبع	112	336	40,88	113	226	41,24	49	49	17,88	274	611	2,29
	الإشباعات المرجعية												
01	البحث عن القناعات السياسية الجديدة	158	474	57,66	83	166	30,29	33	33	12,04	274	673	2,46
02	تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك	134	402	48,91	111	222	40,51	29	29	10,58	274	653	2,38
03	بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة لديك	111	333	40,51	118	236	43,07	45	45	16,42	274	614	2,24
04	الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية	78	234	28,47	144	288	52,55	52	52	18,98	274	574	2,09




الإشباعات العاطفية (الوجدانية)
Emotional G ratificatio (Sentimental)
التكرار
التكرار المرجح
متوسط شدة الاتجاه
274
603
2,20
274
597
2,18
274
631
2,30
274
617
2,25
274
559
2,04
عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك
عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف
الشعور بالتأثير الايجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي
كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق
تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي
Source:
Rabie Guerrad


الإشباعات السلوكية
Behavioral Gratifivation
التكرار
التكرار المرجح
متوسط شدة الاتجاه
274
648
2,36
274
636
2,32
274
607
2,21
274
625
2,28
274
611
2,29
يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية
عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة
تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للامان والسلم الاجتماعي
استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي
تتبع المواضيع السياسيةعبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمتتبع
Source:
Rabie Guerrad

الفصل الثالث ـــ


الشكل رقم (28): يوضح اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

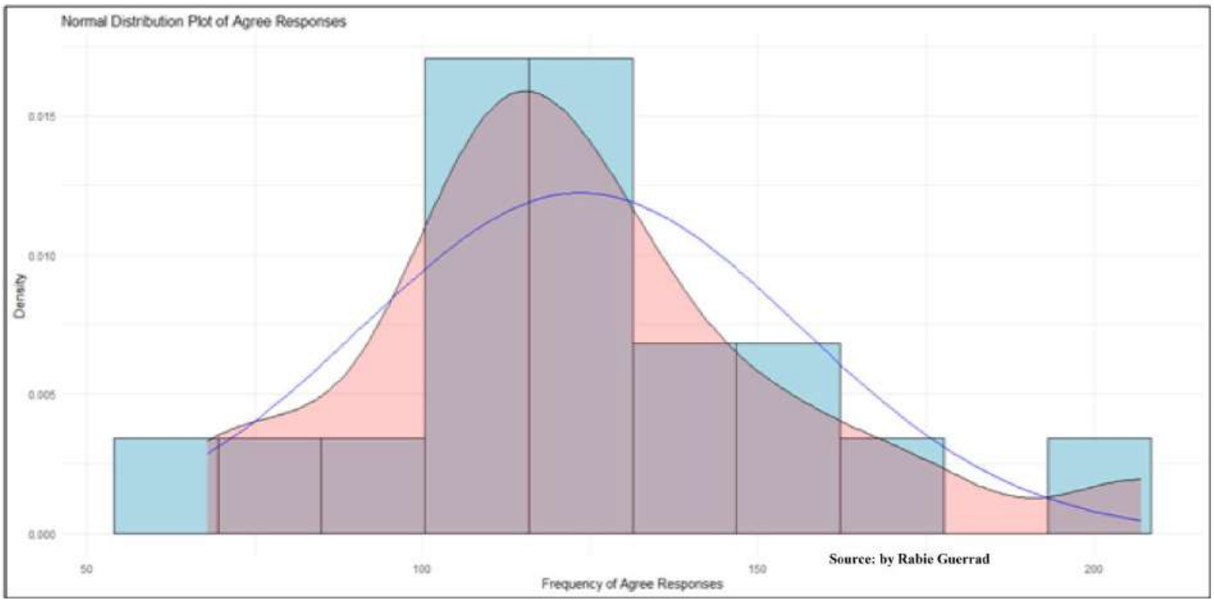
الجدول رقم (35) يوضح معامل الثبات لأسئلة محور اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الرقم	العبارة	موفق	محايد	معارض	معامل الثبات
	الإشباعات المعرفية				
01	اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية	207	49	18	0,89
02	تثري الميديا الجديدة الرضيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد	174	82	18	0,85
03	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السّياسي	149	91	34	0,80
04	فهم الراي العام والتيارات السياسية بشكل واضح	128	113	33	0,78
05	القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناء على تحليل الاحداث السياسية بشكل منطقي	103	121	50	0,73
	الإشباعات الوجدانية (العاطفية)				
01	عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك	110	109	55	0,73
02	عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف	94	135	45	0,72
03	الشعور بالتأثير الايجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السّياسي	116	125	33	0,76
04	كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق	117	109	48	0,75
05	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي	68	149	57	0,68
	الإشباعات السلوكية				
01	يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية	138	98	38	0,78
02	عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة	126	110	38	0,77
03	تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للامان والسلم الاجتماعي	103	127	44	0,73
04	استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي	122	107	45	0,76
05	تتبع المواضيع السياسيةعبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمتتبع	112	113	49	0,74
	الإشباعات المرجعية				
01	البحث عن القناعات السياسية الجديدة	158	83	33	0,81
02	تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك	134	111	29	0,79
03	بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة لديك	111	118	45	0,74
04	الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية	78	144	52	0,69
	معامل الثبات العام للمحور الثالث	0.76			

من خلال الجدول رقم (35) يتبين لنا وجود معامل ثبات عام لكل عبارات الجدول أكبر من 0.60 ويقترب من العدد 1 يدل على مدى قوة العبارات المقترحة للقياس في المحور الثالث اتجاهات

أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وقد بلغت أعلى درجة ثبات 0.89 في عبارة اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية وهو معامل ثبات قوي جدا يقترب من 1 يفسر مدى اتفاق أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة عند التعبير عن اتجاهاتهم نحوها تماما مثل ما أردنا منها في خلال عملية القياس، أي أن الباحث والمبحوثين يتفقون حول هذه العبارة بشكل كبير جدا، في حين جاء معامل الثبات المتوسط في هذا المحور مقدر بقيمة 0.76 من خلال 17 عبارة حسب المتوسط الحسابي لبيانات الجدول وهو متوسط عالى كذلك يفوق 0.60 يعبر عن مدى تقارب أراء المبحوثين أثناء عملية القياس عند تحديد اتجاهاتهم نحو العبارات 17 في هذا المحور، بينما سجلنا أدنى قيمة معامل ثبات بين العبارات عند العبارة تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي وهي قيمة ليست ضعيفة وتفوق المتوسط مما يجعلنا نعتمد عليها أثناء القياس رغم الاتفاق غير القوي حولها بين الباحث والمبحوثين وذلك اعتقاد منا أنها عبارة تلبي إشباعات معينة لدى نسبة من عينة الدراسة وتخدم أهداف الدراسة. وكنتيجة نهائية حول معامل ثبات العبارات 19 المحددة في هذا المحور الثالث الخاص باتجاهات المبحوثين نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حددنا معامل الثبات ب 0.76 وهو معامل قوي يحقق أهداف بحثنا حسب ردود المبحوثين في هذه الدراسة والتي كانت موزعة حسب الشكل الموالي:

- **التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثالث: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:**



الشكل رقم (29): يوضح التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثالث: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

- **حساب تحليل الانحدار ANOVA:**

وفقا للتوزيع الطبيعي لعبارات المحور الثالث: اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة ومعامل الثبات المقدر ب 0.76 تأكدنا من خلال قيمة تحليل الانحدار عن وجود فروق لها دلالات إحصائية بين كل من المتغيران المستقل والتابع عبرت عنه بيانات Neutral و Disagree وAgree (موافق، محايد، معارض) حسب متغيرات المقياس المعتمد في الدراسة كما وضحنا في المحور السابق من خلال صغر القيمة ((p Pr(>F) عن مستوى الدلالة مثل 0.05 ورموز دلالة لكل قيمة كما في الملاحق المدرجة في هذه الدراسة

- **حساب T-test للمحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:**

من خلال اختبار T-tesst بين المجموعات الثلاث "موافق" "محايد" "معارض" والمقارنة بين متوسطات حسابها وجدنا بعد المعالجة الإحصائية ما يلي:

- اختبار T بين المجموعة الموجبة المؤثرة والمجموعة السالبة المؤثرة يساوي 1.2066
- P = 0.2639، أي أنها قيمة كبرى تتخطى كل المعدلات المعيارية مثل 0.05 المعمول بها في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، ووفقا لهذه النتائج يمكننا القول أنه لا توجد دلالة احصائية قوية تدعم الفروقات الدالة الناتجة بين متوسطات المجموعتين المؤثرة الموجبة والمؤثرة السالبة أي مجموعة "موافق" ومجموعة "معارض".

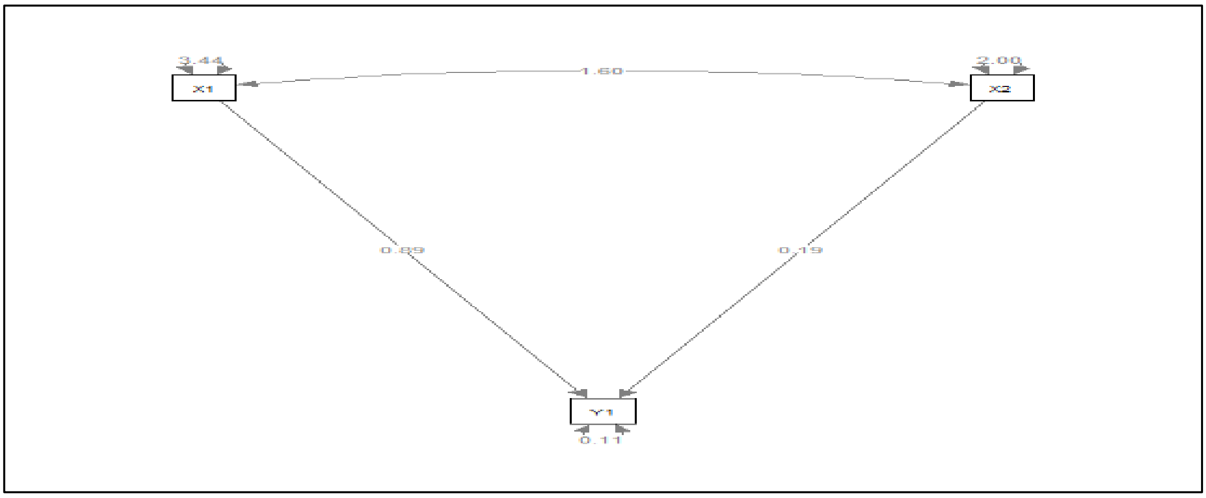
- اختبار T بين المجموعة الحيادية والمجموعة السالبة المؤثرة يساوي 13.441
- قيمة p= e−057.777، أي أن هذه القيمة صغيرة تقترب من العدد 0 وهي تدل على وجود فروقات دالة إحصائيا بين متوسطات المجموعة الحيادية والمجموعة السالبة المؤثرة لأن الفاصلة النقطية في عملية الإحصاء تعنى إلى الأس − 10 ضرب 10^−5.
- فالنتيجة الأولى حسب T−test توضح عدم وجود فرق حقيقي دال إحصائيا بين متوسطات المجموعتين المؤثرتين الموجبة والسالبة، في حين تبين لنا من خلال النتيجة الثانية وجود فروقات دالة إحصائيا بين متوسطي المجموعة الحيادية والمجموعة الموجبة السالبة "محايد" "معارض" كما هو موضح في ملاحق الدراسة.
- **حساب X-squared للمحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي− تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:**

من خلال النتائج المتحصل عليها من المعالجة الإحصائية وجدنا أن X-squared تساوي 345.06 في حين أن درجات الحرية df تساوي 24 وقيمة p تساوي 2.2e−16 وهي قيمة صغيرة جدا تعبر عن وجود دلالة إحصائية قوية بين متغيرات الدراسة عبر عنها المبحوثين من خلال مختلف العبارات الموافقة، المحايدة، والمعارضة حسب معيار قيمة p ومستوى الدلالة المعمول به في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية (أنظر ملاحق الدراسة)

- **تحليل بيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي− تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة المعادلة الهيكلية sem:**

الجدول رقم (36): يوضح قيم تحليل بيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي− تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة المعادلة الهيكلية sem:

الرقم	Moodel Test	Moodel de base
01	احصائية الاختبار 0.000	إحصائية الاختبار 19.391
02	درجات الحرية 0	درجات الحرية 3
03	قيمة p المحتملة 0.000	



الشكل رقم (30): يوضح قيم تحليل بيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي-تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة المعادلة الهيكلية sem:

تشير قيم الجدول (36) إلى عدم وجود متغيرات متبقية مما يعكس مدى التطابق المثالي مع البيانات المدرجة في هذا النموذج المستخدم Moodel Test، ومن خلال هذا يتضح لنا الاختلاف الكبير بينه وبين النموذج الأساسي Moodel de base مما يعزز موائمة النموذج المستخدم في المعادلة الهيكلية، ولتوضيح هذا بصورة أكثر شمول عقدنا مقارنة بين النموذجين الأساسي والمستخدم إذ أظهرت النتائج أن مؤشر الملائمة المقارنة CFI بلغ 1.000، بينما بلغ مؤشر تاكر لويس TLI 1.000 وهذا يدل على ملائمة عالية وممتازة للنموذج المعتمد لأن كل القيم التي تفوق 0.90 تشير إلى قيمة ملائمة جيدة حسب ضوابط المؤشرين، وهذا بدوره يؤكد أن القيمة المتحصل عليها من المقارنة 1.000 تعبر عن ملائمة مثالية في هذه الدراسة. كما يتأكد ذلك أيضا من خلال معايير اللوغاريتم حيث أن معلومات المعايير توضح اللوغاريتم في Moodel Test معبرا عنها ب H0= – 19.499، واللوغاريتم الخاصة بالنموذج غير المقيد معبرا عنها ب H1= –19.499 كذلك، بينما كانت نتائج (AIC)Akaike= 50.997 و (BIC)Baysian= 48.654 ، و (SABIC)Sample - size adjusted Bayesian= 31.604 ومن خلال هذه النتائج نرى أن القيم المذكورة كلها قيم صغير تعكس جودة النموذج المتحصل عليه وتشير إلى تطابقه تماما مع البيانات المدرجة في هذه الدراسة، مما يؤكد على عدم وجود تغاير واضح مؤثرا بين X1 وX2 حسب قيمة p-value 0.05.

وحوصلة لما سبق نستنتج أن قيمة الملائمة العامة توضح أن نموذج المعادلة المهيكلة Moodel Test يتناسب كليا مع كل بيانات المحور وهذا يعكس قوته ودلالته الإحصائية، كما أننا نستنتج من

خلال تأثيرات المتغيرات أن للمتغير X1 تأثيرا كبيرا على Y1 مما يدل على أهميته في تفسير هذه النتيجة، في حين أنه لم يظهر المتغير X2 تأثيرا ملحوظا على Y1 مما يتطلب منا مزيدا من الدراسة، لكننا نرجح كفة أنه قد لا تكون له أهمية بالغة في سياق هذه الدراسة، وعموما يمكننا القول أن نؤكد عن عدم وجود علاقة تغاير مؤثرة بين X1 وX2 مما يرجح لنا عمل كل متغير بشكل مستقل عن الأخر حسب السياق العام لهذه الدراسة.

وبالعودة بعد هذه المعالجة الإحصائية الخاصة ببيانات المحور الثالث اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة نفسر البيانات المتحصل عليها في الجدول (34) أعلاه كما يلي:

- **الإشباعات المعرفية:**

- حسب احصائيات الجدول رقم (34) الخاص باتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يتوجه المبحوثين صوب العبارة "اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية" بتكرار 207 موافق بنسبة 75.55%، وبتكرار 49 بنسبة 17.88%، وبتكرار 18 بنسبة 06.57%، أي بمتوسط شدة اتجاه مقدر ب: 2.69.
- ومنه نستنتج أن للمبحوثين اتجاه ايجابي إزاء عبارة "اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية" متوسط شدته 2.69 وهو أعلى متوسط شدة اتجاه مسجل في هذا الجدول المتعلق بقياس اتجاهات المبحوثين نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، ونفسر ذلك بأن الميديا الجديدة أصبحت تمثل مصدرا أساسي لدى الأستاذة الجامعيين يكتسبون منه معلومات المواضيع السياسية الجديدة، حيث توفر برامج وتطبيقات الميديا الجديدة أشكال ومحتويات متنوعة ومتباينة منها النصوص المكتوبة كالكتب الالكترونية والتقارير ومنها الصور كالمخططات البيانية، والصور القلمية ومنها مقاطع الفيديوهات الجدية والهزلية وغير ذلك من الأشكال، فضلا على أن محتويات الميديا الجديدة معرضة للتحديث المستمر، لذا فهي أداة فعالة لاكتساب المعرفة الجديدة حول المواضيع السياسية عند الأساتذة الجامعيين وهو ما عبر عنه المبحوثين في هذه الدراسة بالموافقة بعدد 207 حول اكتساب المعلومات الجديدة المتعلقة بالمواضيع السياسية كنوع من الإشباعات المعرفية المحققة لديهم من استخدام الميديا الجديدة.

- كما يتجه المبحوثين أيضا نحو العبارة "تثري الميديا الجديدة الرصيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد" بالترتيب من الأكبر إلى الأصغر بعدد 174 موافق بنسبة 63.50%، وبعدد 82 محايد بنسبة 29.93%، وبعدد 18 معارض بنسبة 06.57%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.57.

- ومن خلال هذه المعطيات المذكورة أعلاه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي نحو عبارة "تثري الميديا الجديدة الرصيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد" بلغ متوسط شدته 2.57، ونفسر هذا بأن كثافة تداول المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يسهل من فرص اتاحتها للمستخدمين مما يجعلهم يكونون رصيدا معرفيا حولها يضيفونه إلى معارفهم المكتسبة ينمي مهاراتهم الإدراكية حول مختلف المجالات السياسية، حيث تبدأ عملية إثراء الرصيد بجمع وتحليل المعرفة المتعلقة بالأنشطة وبالمواضيع السياسية ثم التفاعل معها من خلال النقاشات والمشاركة في الحوارات التي من شأنها إثراء أرصدتهم المعرفية، إضافة إلى أن الميديا الجديدة تحدث المعلومات باستمرار كما أشرنا إليه سابقا مما يجعلها بيئة للمعلومات السياسية الجديدة، وبالاستخدام المتواتر والحصول عليها تتجدد معلومات المستخدمين مما يثري معرفتهم، وهذا ما عبر عنه أفراد العينة في هذه الدراسة بالموافقة على عبارة إثراء الميديا الجديدة للرصيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد تشبع رغبتهم.

- ويتجه أيضا المبحوثين في هذه الدراسة نحو العبارة "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي" بتكرار 149 موافق بنسبة 54.38% أولا، وبتكرار 91 محايد بنسبة 33.21% ثانيا، وبتكرار 34 معارض بنسبة 12.41%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.42.

- وعليه نستنتج أن لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين اتجاه ايجابي إزاء عبارة "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي" متوسط شدته 2.42 اتضح لنا من خلال ما أدلى به المبحوثين، إذ نفسر هذا بأن استخدام منصات ومواقع الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية بمختلف أنواعها يزيد من الإدراك والفهم لدى المتابعين ويرفع وعيهم نحو عدة مواضيع تهمهم في المجتمع كمعرفة طبيعة النظام السياسي والوقائع الجارية والتوجهات والإيديولوجيات مما قد يشكل لديهم ثقافة سياسية مبنية على أنماط التفاعل تعزز حضورهم السياسي في الفضاء الافتراضي الذي قد ينتقل في أغلب الأحيان إلى الواقع ويتجسد للعلن في شكل سلوكيات أو أفعال، لهذا اتجه المبحوثين بالموافقة بعدد 149 على تقبل فكرة رفع الوعي لديهم بمتابعة المواضيع السياسية عبر

مختلف أنواع الميديا الجديدة وهذا يحقق جزء من إشباعاتهم المعرفية، ويدعم نتائج الدراسة السابقة للباحث أحمد أمين فورار حول تشكيل الوعي السياسي.

- وكذلك يتجه المبحوثين نحو عبارة "فهم الراي العام والتيارات السياسية بشكل واضح" على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى بعدد 128 موافق ونسبة 46.72%، وبعدد 113 محايد بنسبة 41.24%، وبعدد 33 معارض بنسبة 12.04%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.35.

- إذا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي أيضا صوب عبارة "فهم الرأي العام والتيارات السياسية بشكل واضح" متوسط شدته 2.35، ويرجع ذلك إلى أن الميديا الجديدة تشبع رغبات المبحوثين من خلال ما تقدمه من محتويات وأحداث سياسية متنوعة بأساليب مباشرة وغير مباشرة مما يساعدهم في فهم آليات التفاعل معها والتعرف على كيفية مناقشتها وتحليلها ومشاركتها بشكل كبير وواسع، وهذا بدوره يمكنهم من التعمق في طبيعة الاتجاهات والآراء والأفكار القائمة لتعطي في النهاية رؤى واضحة عن الرأي العام وعن التيارات السياسية كتلك التي تدعو إلى تعزيز الحريات والحقوق الإنسانية، وتدعم القيم والعادات السائدة في المجتمع، وإرساء قيم العدالة والمساواة بين الأفراد والمحافظة على الهويات الوطنية وغيرها من التيارات التي تتطلب التمعن والتركيز لفهمها وشرحها والاستفادة منها، وهو ما عبر عنه المبحوثين بالموافقة بتكرار 128 عن فهم الرأي العام والتيارات السياسية بشكل واضح يحقق إشباعاتهم من خلال التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وبالتالي نرى أن هذه النتيجة تعزز نتائج الدراسات السابقة التي تناولت الرأي العام على غرار دراسة الباحث شداد عبد الرحمان الموسومة ب: الرأي العام والتي خلصت إلى أن معرفة حيثيات الرأي العام وتوجهات الجماهير والتيارات السياسية نحو موضوع معينة تتطلب وجود فئة لها القدرة على التأثير والتفكير والفهم تعمل على تحليله وتبسيطه ليؤيده الجميع يدعون قادة الرأي ونقصد بها في دراستنا الأساتذة الجامعيين الجزائريين.

- في حين أظهرت إجابات المبحوثين اتجاههم نحو العبارة "القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناء على تحليل الاحداث السياسية بشكل منطقي" من الأكبر إلى الأصغر على التوالي بتكرار 121 محايد بنسبة 37.59%، وبتكرار 103 موافق بنسبة 44.16% وهي أعلى نسبة تعبر عن اتجاههم، وبتكرار 50 معارض بنسبة 18.25%، وبمتوسط اتجاه شدته 2.19.

- وعليه فالأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة لديهم اتجاه محايد نحو عبارة القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناء على تحليل الأحداث السياسية بشكل منطقي، متوسط شدته 2.19، ونفسر هذه

النتائج بأنه رغم أن الميديا الجديدة تقدم معلومات متنوعة ومتعددة عن المواضيع السياسية كما سبق وإن ذكرنا يمكن الرجوع إليها أثناء عملية صناعة واتخاذ القرار السليم إذا تمت قراءتها وتحليلها بشكل منطقي إلا أنها لا تحقق إشباعات لدى المبحوثين حسب ما أدلوا به في هذه الدراسة وهذا يحيلنا إلى أن عملية اتخاذ القرار السليم عند الأساتذة الجامعيين لا تبنى على تحليل الأحداث السياسية عبر الميديا الجديدة فقط بل تتعدى ذلك إلى الاستناد إلى مصادر أخرى كالنزول إلى الميدان والقيام بعملية صبر الآراء حول موضوع معين أو العودة إلى السجلات والتقارير وعقد المقارنات بين الظواهر في الواقع ومن ثم قرنها بما تعرضه الميديا الجديدة وهكذا يتخذ القرار بشكل منطقي، وهذا ما أكدته اجابات الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة بالأغلبية المحايدة المقدرة بتكرار 121 إجابة إزاء الإشباعات المحققة من القدرة على اتخاذ القرارات السليمة بناء على تحليل الأحداث السياسية بشكل منطقي عبر الميديا الجديدة.

- مما سبق ذكره من احصائيات واستنتاجات حول الإشباعات المعرفية اتضح لنا أن الأساتذة الجامعيين الجزائريون يتجهون حسب العبارات الخمس المحددة السابقة بنسبة 80%، أي أنهم يمتلكون اتجاه الايجابي قوي نحو الإشباعات المعرفية المحققة من متابعة المواضيع السياسية عبر وسائط الميديا الجديدة في هذه الدراسة.
- **الإشباعات الوجدانية (العاطفية):**
- في حين أننا لاحظنا أن المبحوثين يتجهون صوب تحقيق الإشباعات الوجدانية العاطفية نحو العبارة "عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك" على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى بتكرار 110 موافق بنسبة 40.15%، وبتكرار 109 محايد بنسبة 39.78%، وبتكرار 55 معارض بنسبة 20.07%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.20.

– وعليه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه محايد نحو عبارة عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك متوسط شدته 2.20، ويعود هذا إلى أن ظهور الميديا الجديدة أزال صعوبات الوصول إلى المعلومات لاسيما المتعلقة بالمواضيع السياسية التي كانت جارية في الماضي عبر وسائل الإعلام الجماهيرية الثقيلة كالإذاعة والصحافة والتلفزيون حيث كانت تخضع قبل عرضها إلى التعديل والتغيير أو الإنقاص والزيادة حسب السياسة الإعلامية للوسيلة لتصل إلى الجمهور المتلقين، وتثير اهتماماتهم وترفع من مشاعر الشك عندهم خاصة إذا تعلقت بمجتمعاتهم، ديانتهم، أو بحالتهم الاقتصادية، وبانتشار الوسائط المتعددة للميديا

الجديدة تجاوز المستخدمين هذه الصعوبات وأصبحت المعلومات متاحة وسهلة الوصول في كل وقت وبسرعة، مما أدى إلى صعوبة التفرقة بين الصحيح منها والخطأ وهذا ما جعل المبحوثين يتوجهون بالحياد نحو عرض المواضيع السياسية بواقعية يحد من مشاعر الشك عبر الميديا الجديدة، إضافة إلى أنهم يدركون أنه من الصعب بلوغ الواقعية في عرض المحتويات السياسية نظرا لتأثرها بعدة اعتبارات كعامل الوقت والوسيلة المستخدمة وحجم المحتوى فقد لا يستطيع عرض بعض التفاصيل السياسية التي قد تلحق الضرر على الشأن العام مثلا، وقد دل الاتجاه المحايد الذي عبر عنه الأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة بعدد 109 أستاذ نحو واقعية عرض المواضيع السياسية والحد من مشاعر الشك عبر الميديا الجديدة حول الإشباعات المحققة لديهم على مدى وعي هذه الفئة أثناء التعامل مع الميديا الجديدة ووسائطها المتعددة.

- في حين يتوجه المبحوثين نحو العبارة "عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف" بتكرار 135 محايد بنسبة 49.27% أولا، ثم تكرار 94 موافق بنسبة 34.31% ثانيا، وبتكرار 45 ونسبة 16.42% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه 2.18.

- ومن خلال هذه المعطيات نستنتج أن لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه محايد كذلك صوب عبارة عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف متوسط شدته قدرت ب 2.18، ونفسر هذا أن عملية تحليل المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لا تحرك مشاعر الخوف حسب المبحوثين لأن عملية التحليل والشرح من طرف المختصين تزيل الغموض لدى المتابعين مما يرفع من درجات إدراكهم ليتمكنوا بعد ذلك من تقدير مدى خطورة تلك المواضيع والأحداث السياسية وبالتالي يتأثرون وجدانيا وتتحرك مشاعر الخوف عندهم لاسيما إذا تعلقت تلك المواضيع بالاهتمام والقرب من مجتمعاتهم كعرض القضايا السياسية الإقليمية على غرار النزاعات والتوترات القائمة في البلدان المجاورة التي تنعكس على حياتهم بشكل مباشر أو غير، وهذا ما تؤكده اجابات المبحوثين من خلال اتجاههم المحايد حول إشباعاتهم المحققة من متابعة المواضيع السياسية المعروضة دون تحليل عبر الميديا الجديدة وتحريكها لمشاعر الخوف بالأغلبية المحايدة المقدرة ب 135 تكرار.

- ويتجه المبحوثين كذلك نحو العبارة "الشعور بالتأثير الايجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي" على الترتيب من الأكبر إلى الأصغر بعدد 125 محايد بنسبة

45.62%، وبعدد 116 موافق بنسبة 42.34%، وبعدد 33 معارض بنسبة 12.04%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغت 2.30.

- ومنه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه محايد صوب عبارة الشعور بالتأثير الإيجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي متوسط شدته 2.30، ويرجع ذلك إلى أن الأساتذة الجامعيين رغم مساهمتهم الإيجابية في حل المشكلات في المجتمع بتقديم التحليلات وإثراء الحوار والنقاشات حول مستحدثات مواضيع الشأن السياسي كالسياسات العامة، الانتخابات، إدارة الأحزاب السياسية، طبيعة العلاقات الدولية، الاقتصادية، المواضيع المتعلقة بالبيئة وبحقوق الإنسان، الأمن والسلام وغيرها عبر تطبيقات وبرامج الميديا الجديدة، ورغم تأثيرهم الايجابي الذي يعزز شعورهم بالإنجاز والإحساس بالرضا والفخر والحضور الفعال في المجتمع إلا أن توجه المبحوثين جاء محايد في هذه الدراسة نحو الاشباعات المحققة إزاء التأثير الإيجابي من المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي وهذا يعكس مدى ابتعاد الأستاذ الجامعي عن استخدام الميديا الجديدة للتأثير على الآخرين نظرا لحرصه على الحفاظ على مساره الأكاديمي الذي قد تشوبه بعض المخاطر أثناء الخوض في مستحدثات الشأن السياسي في الجزائر، ونظرا لأن المشرع الجزائري يفصل السياسة عن الجامعة عند المسائلة، وقد عبر المبحوثين بالأغلبية عن المحايدة ب 125 أستاذ مما يؤكد اتجاههم نحو الإشباعات المحققة في هذه العبارة.

- كما أنهم يتوجهون أيضا نحو العبارة "كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق" بعدد 117 موافق بنسبة 42.70% أولا، وبعدد 109 محايد بنسبة 39.78% ثانيا، ثم عدد 48 معارض بنسبة 17.52% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.25.

- وعليه نستنتج أنه لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه محايد نحو عبارة كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق بمتوسط شدته 2.25، ونفسر هذا بأن الأساتذة الجامعيين يستخدمون الميديا الجديدة أثناء التعرض للمواضيع السياسية بعقلانية لأنهم يدركون مدى حجم المعلومات المغرضة والمغلوطة المضللة المتاحة بها ويتجنبون الانغماس فيها، للحفاظ على موضوعيتهم والابتعاد عن التحيز أثناء التحليل للرفع من مصداقيتهم العلمية باعتبارهم مصدرا أساسي لأنهم صفوة ونخبة المجتمع، فضلا على مدى حذرهم مما قد ينعكس على مسارهم المهني كالردود السلبية من الطلاب والزملاء والفئات الأخرى في المجتمع، إضافة إلى تركيزهم على جمع المحتوى السياسي الذي يساعدهم في مجالات بحثهم، لذا فقد

رأت العينة المبحوثة في هذا الدراسة أن التعرض للمواضيع السياسية عبر المديا الجديدة لا يثير التوتر والقلق لديهم لأن مؤهلاتهم العلمية والأكاديمية وخبراتهم وتجاربهم تمكنهم من الخوض في متابعة وتحليل المضامين عب الميديا بدقة بعيدا عن التحيز وعبروا عن إشباعاتهم المحققة بالحياد نحو هذه العبارة بعدد 109 أستاذ جامعي.

- في حين أن المبحوثين يتوجهون كذلك نحو العبارة "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي" بالترتيب من الأعلى إلى الأدني بتكرار 149 محايد بنسبة 54.37%، وبتكرار 68 موافق بنسبة 24.82%، وبتكرار 57 بنسبة 20.80%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.04.

- وعليه فإننا نلاحظ أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين لديهم اتجاه محايد كذلك نحو عبارة تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي بلغ متوسط شدته 2.04 وهو أضعف متوسط شدة اتجاه يعبر الإشباعات الوجدانية (العاطفية) في هذا المحور، ونفسر هذا بأن الرضى النفسي عند الأساتذة الجامعيين مرتبط بالإنجازات العلمية والأكاديمية وبالتدرج في الرتب والمناصب الإدارية العليا في الجامعة أو في السلطة أكثر من ارتباطه بتتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، لأنه كما سبق وإن أشرنا في المحور الثاني المتعلق بدوافع الاستخدام أن الأساتذة الجامعيين يتابعون المواضيع السياسية في أوقات فراغهم خارج قاعات إلقاء المحاضرات لذلك هي لا تحقق لديهم إشباعات وجدانية كالشعور بالرضاء النفسي وفق ما أدلت به عينة هذه الدراسة من خلال التعبير عن اتجاههم المحايد نحو العبارة أعلاه بتكرار 149 أستاذ جامعي.

- ومن خلال الاستنتاجات السابقة المتعلقة باتجاهات الأساتذة الجامعيين المبحوثين نحو الإشباعات الوجدانية المحققة من عملية متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة صوب العبارات الخمس الخاصة "بالحد من مشاعر الخوف وتحريكها وبالشعور بالتأثير الإيجابي وزيادة التوتر والقلق وأخيرا الشعور بالرضى النفسي" المذكورة في الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين لديهم اتجاه محايد بلغ 2.19، ونفسر هذا بأن فئة الأساتذة الجامعيين المبحوثين يتغلب العقل لديهم عن الوجدانية والعاطفة بشكل كبير حسب إجابات عينة الدراسة.

- **الإشباعات السلوكية:**

- أما فيما يخص توجه المبحوثين إزاء الاشباعات السلوكية فقد جاء نحو العبارة "يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية" من الأعلى إلى الأدنى على الترتب

بتكرار 138 موافق بنسبة 50.36%، وبتكرار 98 محايد بنسبة 35.77%، وبتكرار 38 بنسبة 13.87%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.36.

- وعليه فإننا نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يمتلكون اتجاه إيجابي نحو عبارة يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية قدر متوسط شدته 2.36؛ ويعود ذلك إلى أن الميديا الجديدة تتيح للمبحوثين فرص الوصول بسهولة إلى معلومات المواضيع السياسية بشكل سريع والتفاعل معها مباشرة بأساليب مختلفة كتكوينهم أو انضمامهم إلى المجموعات تشعرهم بالانتماء والإحساس بالذات والحضور القوي لاسيما من خلال حرية التعبير عن الآراء ووجهات النظر وبالتالي المقدرة على التأثير الفعال والمساهمة في التغيير وفي صناعة القرارات، وهذا يشجعهم على الانخراط في الأعمال الجماعية السياسية كالمشاركة في الانتخابات، الانتماء إلى الأحزاب السياسية، القيام بالاحتجاجات السياسية، حملات التغيير أوفي العمل الخيري التطوعي بالمجتمع، ومن خلال هذا الاتجاه الايجابي الذي عبر عنه الأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة المقدر عدد ب 138 أستاذ نحو العبارة أعلاه يظهر لنا وظيفة الأستاذ الجامعي في المجتمع كما سبق وأن وضحنا ذلك في الفصل النظري في وظائف الأستاذ الجامعي، وهذا بدوره يحدد الإشباعات السلوكية المحققة عند المبحوثين إزاء عبارة يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية منه فالميديا الجديدة أداة فعالة تشجع على المشاركة السياسية حسب هذه الدراسة، وهذه النتيجة تؤكد وتتفق مع الدراسة السابقة للباحثة بن عون منى المعنونة بالشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري – دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي – جامعة تبسة أنموذجا – والتي خلصت إلى وجود تنوع في الأحداث السياسية بصفحات التحليل تتصدرها في المرتبة الأولى عملية المشاركة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية.

- بينما يتجه المبحوثين نحو العبارة "عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة" من الأكبر إلى الأصغر بعدد 126 موافق بنسبة 45.99% أولا، وبعدد 110 محايد بنسبة 40.15 ثانيا، وبعدد 38 بنسبة 13.87% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.32.

- والملاحظ أن الاحصائيات أعلاه تظهر الاتجاه المحايد نحو عبارة عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة، متوسط شدته 2.32 ويرجع ذلك إلى عدة اعتبارات منها أن الميديا الجديدة متاحة للجميع مما يسهل من عملية نشر المعلومات الزائفة المضللة التي تشوش على فهم وإدراك المستخدمين وتقلل من قيم

المواطنة لديهم وتدفعهم نحو التمسك بالرأي الخاص والتعصب والتخلي عن الحوار الديمقراطي، وإلى إضفاء السطحية على النقاشات أثناء التفاعل والابتعاد عن المشاركة الوطنية في المجتمع، إضافة إلى أن بعض خصائص الميديا الجديدة تؤثر على محتويات المواضيع السياسية كتوظيفها في الاهتمام بالشكل على حساب المضمون والجوهر والهدف والعدول إلى السعي نحو بلوغ الغايات الشخصية كحب البروز من خلال النشر أو التفاعل مع بعض المحتويات التي لا تعزز المواطنة، إذ يروج لها عبر منصات الميديا الجديدة لإثارة الجدل بالتحيزات الخوارزمية، وفي المقابل تتم عملية تهميش المواضيع السياسية المهمة في المجتمع، وبهذا ظهور وانتشار ظواهر اجتماعية سلبية كالتنمر على الأشخاص والتهجم على خصوصياتهم والتشهير مما يضعف ويكسر أواصر قيم الاحترام المتبادل بين الأفراد ولا يعزز قيم المواطنة كالعدل والمساواة، احترام القوانين والتشريعات، الالتزام بالعمل الجماعي، المشاركة الديمقراطية، الحرية، والمسؤولية الاجتماعية، وعليه فقد جاء اتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة اتجاه محايد نحو العبارة السابقة بمتوسط شدته 2.32، وهذا يؤكد وعيهم الكبير بقيم المواطنة السليمة التي تهدف إلى التساوي بين أفراد المجتمع الواحد لتحقيق المصلحة العامة مع التزام كل فرد بحقوقه وواجباته، فالعبارة أعلاه لا تحقق إشباعات سلوكية عند المبحوثين لأن اتجاههم محايد نحو تعزيز قيم المواطنة وعرض المواضيع السياسية من خلال الميديا الجديدة.

- كما يتوجه المبحوثين أيضا نحو العبارة "تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للامان والسلم الاجتماعي، بالترتيب من الأعلى إلى الأدنى بتكرار 127 محايد بنسبة 46.35%، وبتكرار 103 موافق بنسبة 37.59%، وبتكرار 44 معارض بنسبة 16.06%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.21.

- وعليه نستنتج أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة لديهم اتجاه محايد إزاء عبارة تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للأمان والسلم الاجتماعي متوسط شدته 2.21 ونفسر هذا بأن الأستاذة الجامعيين المبحوثين يدركون تماما أن الحاجة إلى الأمان لا تأتي من متابعة نوع محدد من المواضيع السياسية فقط بل تسبقها احتياجات أخرى كما وردت في سلم تدرج الحاجات عند الإنسان لعالم النفس الأمريكي Abraham Maslow، وبحكم خاصية "الدائمين" في دراستنا فإن للأستاذة الجامعيين استقرار وظيفي يشعرهم بالأمان الأسري، الاجتماعي، الاقتصادي، الصحي، النفسي، والسياسي، وهذا بدوره يوفر لديهم السلم الاجتماعي، فتعدد هذه المتطلبات تدفع

الفرد إلى البحث عن المعلومات حولها عبر الميديا الجديدة، لذا قد جاء اتجاه المبحوثين محايد لأنهم تتبع موضوع سياسي محدد حسب رأيهم لا ينمي الحاجة إلى الأمان ولا يحقق مقومات السلم الاجتماعي كالتعاطف بين الأفراد والإحساس بالطمأنينة الاجتماعية، ودافعية التوحد في الهوية، التاريخ، والوطن، إضافة إلى تعزيز التواصل وتكريس العدالة الاجتماعية الحقيقية، وعليه فلابد حسبهم من تتبع مجموعة من المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حتى تنمو الحاجة للأمان والسلم الاجتماعي لديهم ويحققون إشباعاتهم السلوكية منها وهو ما عبروا عنه بتكرار 127 محايد.

- إضافة إلى أن المبحوثين يتوجهون كذلك نحو عبارة "استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي" بتكرار 122 موافق بنسبة 44.53%، وبتكرار 107 محايد بنسبة 39.05%، وبتكرار 45 معارض بنسبة 16.42%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.28.

- ومن هذه الاحصائيات نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه محايد نحو عبارة استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي بلغ متوسط شدته 2.28، ونفسر هذا الاتجاه أيضا بأن النشاط السياسي المجتمعي يتطلب جهود متنوعة ومتضافرة لتحفيزه ولا يتوقف على استخدام الميديا الجديدة فقط؛ لذا فالمبحوثين يرون أن رفع الوعي السياسي من خلال نشر المعرفة حول المواضيع السياسية الوطنية والإقليمية والدولية من خلال منصات الميديا الجديدة يستوجب دعمها في الواقع بممارسات فعلية كعقد الاجتماعات، المؤتمرات، الندوات، الحملات التوعوية، خلق فضاءات المشاركة الحقيقية كالساحات العمومية لإثراء النقاشات والتعبير عن الآراء والأفكار ووجهات النظر المختلفة حولها بحرية، لذا جاء اتجاه أفراد عينة الدراسة اتجاه محايد إزاء العبارة أعلاه لوعيهم بأن تحفيز النشاط السياسي المجتمعي سلوك يكتسب بالممارسة الفعلية لنشاطات مختلفة عبر الزمن ويتجسد في ثقافة المجتمع في شكل أعمال تطوعية، مبادرات شبانية، تجمعات سياسية، التواصل مع النشطاء والجمعيات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية، الابتعاد عن الإقصاء والتهميش السياسي للفئات الغير ممثلة في المجتمع وغير ذلك من الممارسات ذات الطابع السياسي المجتمعي التي تجدب وتحفز النشاط السياسي ليكون أكثر فاعلية في المجتمع، وعليه فالأساتذة الجامعيين الجزائريين في هذه الدراسة لا تتحقق لديهم اشباعات سلوكية من استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية لتحفيز النشاط السياسي لديهم عبروا عنها من خلال اتجاههم المحايد ب122 بنسبة 44.53% في هذه الدراسة.

- بينما يتوجهون كذلك نحو العبارة "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمجتمع" على الترتيب من الأعلى إلى الأدنى بعدد 113 محايد بنسبة 41.24%، وبعدد 112 موافق بنسبة 40.88%، وبعدد 49 معارض بنسبة 17.88%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.29.

- وعليه نستنتج أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة لديهم اتجاه محايد إزاء عبارة تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمتتبع متوسط شدته 2.29، نفسره بأن الميديا الجديدة توفر للمستخدم خدمات غير متوفرة في وسائل الإعلام الأخرى منها الاستخدام الفردي وإمكانية التخفي وعدم الظهور واستخدام الأسماء المستعارة التي من شأنها اتاحة المجال للمستخدمين بالتفاعل من خلال الإعجاب والتعليق والنشر والمشاركة دون الكشف عن هويتهم الحقيقية مما يوضح التباين بين الفعل السياسي الرقمي والواقعي، فمن السهل على المستخدمين المشاركة في النقاش السياسي عبر الميديا الجديدة دون القيام بأي فعل سياسي في الواقع كمتابعة مترشح سياسي وعدم التصويت عنه يوم الانتخاب أو كالدعوة للاحتجاجات وعدم المشاركة فيها علنا، لذا فالمبحوثين يرون أن الظهور العلني في المجتمع أثناء متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة غير ممكن وعبروا عنه بالحياد نظرا لعدة اعتبارات سبق وإن تعرضنا إليها في فصول هذه الدراسة منها التخوف من الانعكاسات الاجتماعية والقانونية التي قد تطال مشوارهم المهني والأكاديمي، والتنمر السياسي الذي قد يتعرضون إليه من سلبية ما عبروا عليه على منصات الميديا، علاة على الفصل بين حياتهم المهنة والشخصية، كما أن فقدان الثقة في التغيير والشعور بالعجز يحد من اظهار السلوك السياسي العلني لدى المستخدم، فضلا على الحركة السريعة للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة التي تدفع المستخمين من التنقل من موضع لآخر دون تعمق مما يؤدي إلى عدم بروز السبوك السياسي في الواقع، ومنه فالسلوك السياسي المستخدمين قد يتجسد كجزء عبر الميديا الجديدة، إلا أنها لا تعبر عن الصورة الحقيقية الكاملة في المجتمع حسب رأي المبحوثين، فهم لا تتحقق لديهم إشباعات سلوكية نحو عبارة ظهور السلوك العلني في المجتمع أثناء متابعة المواضيع السياسية من خلال منصات ومواقع الميديا الجديدة وتجسد ذلك من أغلبيتهم المحايدة بعدد 113 أستاذ جامعي.

- ومن خلال ما سبق التوصل إليه من استنتاجات حول اتجاهات المبحوثين نحو الإشباعات السلوكية المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة وجدنا أنهم لديهم اتجاه محايد صوب

العبارات الخمس المحددة السابقة متوسط شدته 2.29 وهو اتجاه يبتعد عن الاتجاه الايجابي ب 0.04 حسب المقياس المعتمد في هذه الدراسة.

- **الإشباعات المرجعية:**
- وفي ما يخص اتجاهات المبحوثين نحو الإشباعات المرجعية المحققة فقد توجوا إزاء العبارة " البحث عن القناعات السياسية الجديدة" بتكرار 158 موافق بنسبة 57.66%، وبتكرار 83 بنسبة 30.29%، وتكرار 33 بنسبة 12.04%، وبمتوسط شدة اتجاه مقدر ب: 2.46.

– وعليه فإننا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراية اتجاه ايجابي إزاء عبارة البحث عن القناعات السياسية الجديدة متوسط شدته 2.46، ونفسر هذا الاتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين يستخدمون الميديا الجديدة كمصدر للحصول على معلومات المواضيع السياسية الجديدة المقنعة المرتبطة بمساهماتهم الإيجابية في المجتمع وبدورهم المهني والأكاديمي؛ إذ أن القناعات السياسية الجديدة تزودهم برؤى تعكس ما هو قائم حولهم اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا وسياسيا في المجتمع، وبالتالي تمنحهم الفرصة للتعامل معها سواء بالشرح أو التحليل أو البحث والنشر للاستفادة منها، كما أنه يمكن للقناعات السياسية الجديدة أن تكون مجالا للبحث العلمي والمساهمة في إرساء السياسات العامة للبلاد لاسيما من خلال نشر الأعمال العلمية المتعلقة بها كالمقالات والكتب والأبحاث لزيادة الوعي السياسي لدى الأجيال القادمة وتنمية رؤيتهم المستقبلية بأسلوب سليم بعيدا عن الايديولوجيات المهيمنة المتصاعدة في المجتمعات، لهذا فالأساتذة الجامعيين الجزائريين يتوجهون نحو الإشباعات المرجعية صوب عبارة البحث عن قناعات سياسية جديدة عبر الميديا الجديدة توجها إيجابيا عبروا عنه بعدد 158 أستاذ في هذه الدراسة.

- ويتوجهون أيضا نحو العبارة "تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك" بالترتيب من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 134 موافق بنسبة 48.91%، وبتكرار 111 محايد بنسبة 40.51%، وبتكرار 29 بنسبة 10.58%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.38.

– ومنه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه إيجابي نحو عبارة تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك متوسط شدته 2.38، نفسره بمدى قدرة منصات الميديا الجديدة على التأثير في المستخدمين وقوتها كوسيلة للتنظيم والتعبئة توفر مساحات شاسعة للتعبير والنقاش ومصدرا هاما للوصول السريع إلى المعلومات السياسية الدقيقة المستجدة المتنوعة والمتباينة، إضافة إلى أن التفاعل المستمر عبر الميديا الجديدة يمكن الأساتذة الجامعيين من التعرف على وجهات نظر

أخرى يتبادلون معهم الأفكار قد لا تعترضهم في السياق الأكاديمي الكلاسيكي، وبالتالي تدعم قناعاتهم السياسية القائمة، كما أن الميديا الجديدة تعج بالدراسات والأبحاث التي يمكن الأساتذة الجامعيين من الإستناد إليها لتعزيز قناعاتهم السياسية بأدلة علمية موثوقة، كما أنها بيئة مناسبة لنشر أبحاثهم ونشاطاتهم العلمية وللتواصل مع نظرائهم في مختلف البلدان مما يعزز قناعاتهم السياسية، لذا فقد توجه المبحوثين بشكل ايجابي إزاء العبارة أعلاه بتكرار 134 موافق معبرين عن الإشباعات المرجعية المحققة لديهم عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

- بينما يتوجهون نحو العبارة "تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة لديك" بعدد 118 محايد أولا بنسبة 43.07%، وبعدد 111 موافق ثانيا بنسبة 40.51%، ثم عدد 45 معارض بنسبة 16.42%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.24.

- وعليه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه محايد صوب عبارة بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة لديك متوسط شدته 2.24 نفسره بمدى قوة الاتجاه المكتسب لدى الأساتذة الجامعيين الذي من الصعب تغييره رغم ما تقدمه الميديا الجديدة من تفاعل وأفكار وآراء، فقد يهتم الأساتذة الجامعيين بالقناعات السياسية التي تتوافق مع قناعاتهم القائمة، ويتجاهلون التي تتنافى معها ولا يثقون بها، إضافة إلى أن الميديا الجديدة توفر مجتمعات ومجموعات افتراضية مغلقة تجمع أصحاب الاهتمام المشترك تجنب الأساتذة الجامعيين من الوصول إلى وجهات النظر المغايرة مما يجعلهم يتمسكون بقناعاتهم السياسية، كما أنها تبسط النقاشات المعقدة مما يرفع من سطحية التفاعل حول المواضيع السياسية لتدفع الأستاذة للحفاظ على قناعتهم القائمة، عوض تغييرها أو تعديلها، فضلا على تأثيرات الاستقطابات السياسية التي تضع الأفراد في تكتلات بشرية متعارضة تتنافس، وترفع من نسب التشبث والثبات على الرأي والاقتناع بما هو قائم مع الالتفاف حوله والدفاع عنه بكل الأساليب الممكنة، علاوة على ذلك ففئة الأساتذة الجامعيين يمتلكون هوية فكرية ترافقهم عبر الزمن تجنبهم تكوين قناعات سياسية قد تؤثر عليهم لاسيما في ظل وجود الضغوطات الأكاديمية والاجتماعية التي تفرض عليهم ضرورة البقاء على ما هو قائم والتي قد تعرضهم للعواقب والاحتمالات غير المتوقعة وغير المرغوب فيها، لذا فقد جاء اتجاههم محايد في هذه الدراسة نحو إمكانية بناء قناعة مغايرة للقناعات السياسية السائدة لدى المبحوثين عبروا عنه ب: 118 استاذ كنوع من الإشباعات المرجعية المحققة لديهم.

- كما يتوجهون أيضا نحو العبارة " الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية بتكرار 144 محايد بنسبة 52.55%، وبتكرار 78 موافق بنسبة 28.47%، وبتكرار 52 بنسبة 18.58%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.09.

- وعليه فإننا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه محايد إزاء عبارة الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية متوسط شدته 2.09، نفسره بارتباطه بمجموعة من الاعتبارات المتعلقة بطبيعة المحتوى وأساليب العرض والتقديم والطرح كالعوامل النفسية والاجتماعية المتعلقة بعملية التفاعل مع المضامين والمحتويات السياسية كتكرار أساليب مناقشتها وعرضها مستجدات مما يؤثر على عمليات القراءة والتحليل والتفسير عند الأساتذة الجامعيين ويضفي عليها سمة السطحية أثناء النقاشات التي تؤدي إلى الرتابة والملل، كما أن كثرة عرض المعلومات السياسية الواحدة المتداولة على الميديا الجديدة تفقدها أهميتها وتؤدي إلى الإرهاق الفكري، كما أن التوقعات المسبقة لدى الأستاذة الجامعيين حول العائد عليهم من حجم الوقت ومن المواضيع السياسية المطروحة التي يتابعها عبر الميديا تشكل لديهم آثار نفسية تؤدي بهم إلى الملل والنفور لاسيما إذا كانت المواضيع متكررة بكثرة وتصادفهم في كل الأوقات أثناء الاستخدام، لذا فقد جاء اتجاه المبحوثين اتجاه محايد نحو الشعور بالرتابة والملل في طرح المواضيع السياسية قدره 2.09، وهذا يعكس مدى وعيهم وإدراكهم أن الميديا الجديدة توفر لهم بدائل في الوسائل المستخدمة وفي طبيعة المحتويات المطروحة نصوص، فيديوهات، صور، تبعدهم عن الشعور بالملل، فضلا على طبيعة المؤهلات الأكاديمية والمهنية التي يمتلكها الأساتذة الجامعيين التي تمكنهم من استخدام الميديا الجديدة دون التعرض للأخطار والمتاعب النفسية والصحية.

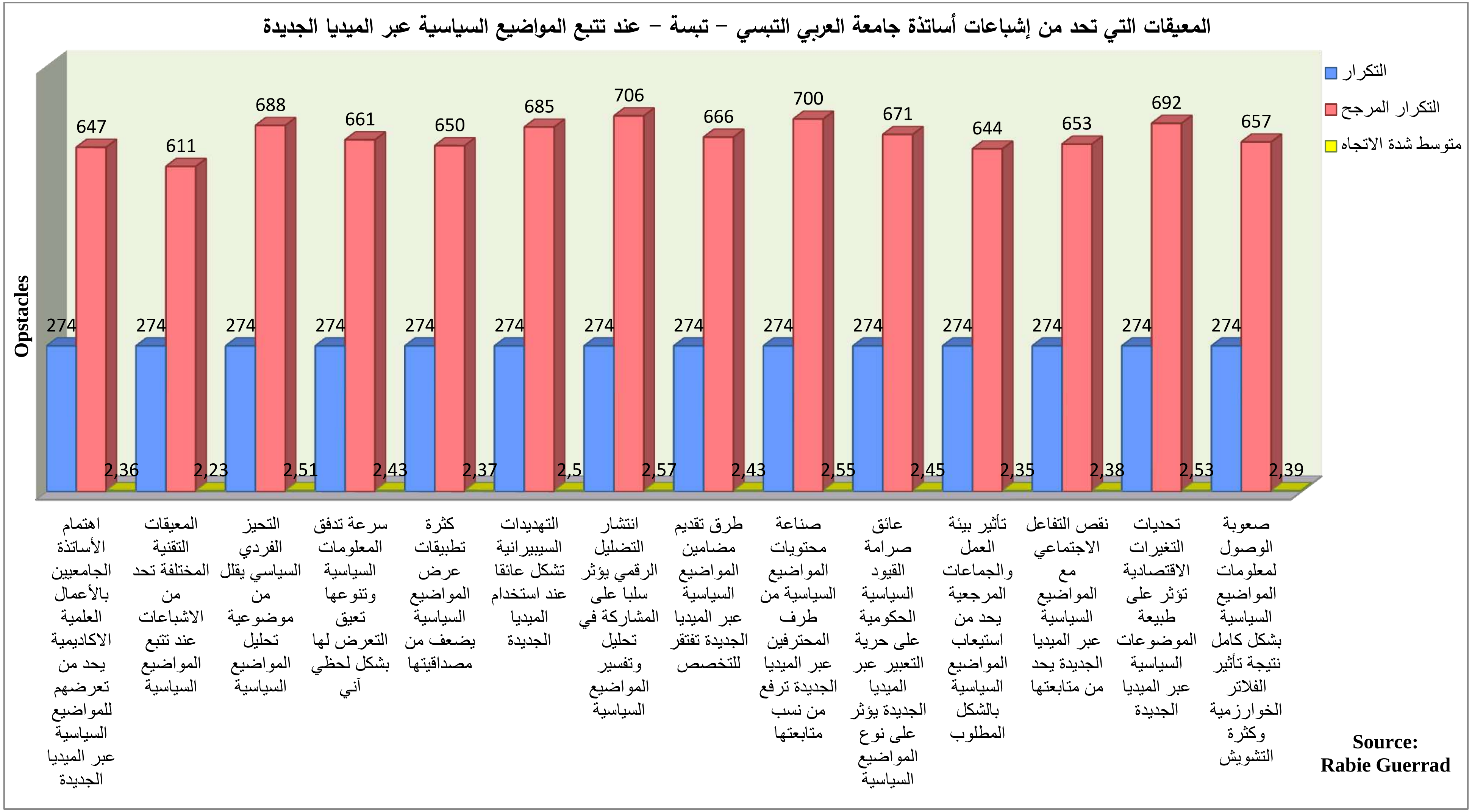
- ومن خلال الاستنتاجات المذكورة أعلاه حول اتجاهات المبحوثين نحو الإشباعات المرجعية المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة وجدنا أنهم لديهم اتجاه محايد صوب العبارات الأربع المحددة السابقة متوسط شدته 2.29 وهو اتجاه يقترب عن الاتجاه الايجابي ب 0.04 المحدد حسب المقياس المعتمد في هذه الدراسة.

المحور الرابع: المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الجدول رقم (37):المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الرقم	العبارة	موافق			محايد			معارض			المجموع		متوسط شدة الاتجاه
		التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية	التكرار	التكرار المرجح	
01	اهتمام الأساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الاكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	151	453	55,11	71	142	25,91	52	52	18,98	274	647	2,36
02	المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية	115	345	41,97	107	214	39,05	52	52	18,98	274	611	2,23
03	التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية	168	504	61,31	78	156	28,47	28	28	10,22	274	688	2,51
04	سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي آني	150	450	54,74	87	174	31,75	37	37	13,54	274	661	2,43
05	كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها	149	447	54,38	78	156	28,47	47	47	17,15	274	650	2,37
06	التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة	168	504	61,31	75	150	27,37	31	31	11,31	274	685	2,50
07	انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية	180	540	65,69	72	144	26,28	22	22	8,03	274	706	2,57
08	طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص	147	441	53,65	98	196	35,77	29	29	10,58	274	666	2,43
09	صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من نسب متابعتها	175	525	63,87	76	152	27,73	23	23	8,39	274	700	2,55
10	عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية	155	465	56,57	87	174	31,75	32	32	11,68	274	671	2,45
11	تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب	130	390	47,45	110	220	40,15	34	34	12,41	274	644	2,35
12	نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها	147	441	53,65	85	170	31,02	42	42	15,33	274	653	2,38
13	تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة	172	516	62,77	74	148	27,01	28	28	10,22	274	692	2,53
14	صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش	135	405	49,27	113	226	41,24	26	26	9,49	274	657	2,39



الشكل رقم (31): يوضح المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

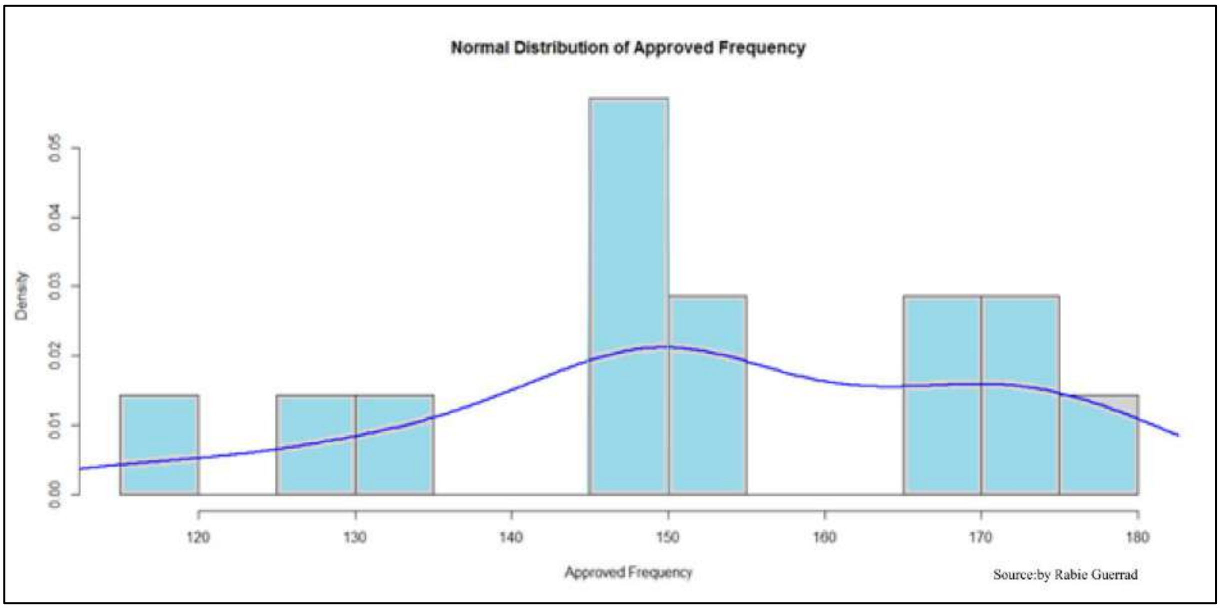
الجدول رقم (38): يوضح معامل الثبات لأسئلة المحور الرابع المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

الرقم	العبارة	موفق	محايد	معارض	معامل الثبات
01	اهتمام الأساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الاكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة	151	71	52	0.70
02	المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية	115	107	52	0.70
03	التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية	168	78	28	0.66
04	سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي آني	150	87	37	0.69
05	كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها	149	78	47	0.58
06	التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة	168	75	31	0.68
07	انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية	180	72	22	0.68
08	طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص	147	98	29	0.66
09	صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من نسب متابعتها	175	76	23	0.69
10	عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية	155	87	32	0.66
11	تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب	130	110	34	0.68
12	نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها	147	85	42	0.69
13	تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة	172	74	28	0.68
14	صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش	135	113	26	0.70
	معامل الثبات العام للمحور الثاني	0.68			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (38) أن معامل ثبات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بلغ 0.68 وهو معامل أكبر من 0.60 يدل على ثبات عبارات المحور، إذ لاحظنا أن أعلى قيمة ثبات قدرت ب 0.70 وسجلت في 3 عبارات منها عبارة اهتمام الاساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الاكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، في حين أن متوسط ثبات العبارات 10 قد بلغ كذلك 0.68 مما يدل على اتفاق المبحوثين حول المعاني التي تؤديها عبارات المحور والهدف منها حسب نظرة الباحث، وقد سجلنا أدنى معامل ثبات في هذا المحور الرابع وقد بلغ 0.58 عند عبارة كثرة

تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها، وهو معامل لا يبتعد عن النسبة المعتمدة عند قبول ثبات أدوات استبيان جمع البيانات في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية المقدرة ب 0.60، لكن هذا المعامل لا يؤثر على ثبات أداة جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة البالغ عدد أسئلتها وعبارات محاورها 65، وعليه فمعامل ثبات هذا المحور الرابع معامل مقبول يحقق أهداف الدراسة، وهو ما يؤكده رسم توزيع ردود المبحوثين والذي نوضحه الشكل الموالي:

- **التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الرابع: المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:**



الشكل رقم (32): يبين التوزيع الطبيعي لعبارات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

نلاحظ من خلال هذا الشكل وجدود توزيع طبيعي بين كل فئات المقياس وأعدادها المسجلة "موافق" "محايد" "معارض" حول ردود عينة الدراسة في ما يخص المعيقات التي تحد من إشباعاتهم عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؛ حيث تعبر أعلى قمة ارتفاع في الشكل علا الرد الأكثر اختيارا عند المبحوثين والمتمثل في الثلاث عبارات التالية: اهتمام الاساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الاكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية، صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش، في حين عبر التذيل الموجب لهذا التوزيع عن وجود عشرة عبارات تجاوزت ردود المبحوثين حولها عتبة المعدل العام للفئة المقدر ب0.60 كما سبق وإن وضحنا ذلك في معامل الثبات، بينما يعبر التذيل السالب عن ردود المبحوثين الأقل من عتبة معدل الفئة العام

0.60 حول عبارة كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها، ومن خلال هذه القراءة التي تظهر توزيعا طبيعي متوسط لمسنا مدى التباين في ردود عينة الدراسة المبحوثة والذي نستطيع عقد مقارنة بين ردود الفئات الثلاث موافق، محايد، معارض لمعرفة مدى التغاير بينها لدى الأفراد المبحوثين.

- **حساب T-test للمحور الثاني المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة**

بينت النتائج المتحصل عليها عند حساب اختبار T-test بين المجموعات موافق، محايد، معارض وجود فروق إحصائية في متوسطات المجموعات المقارنة ونفسرها حسب كل مجموعة كالآتي:

- اختبار T بين مجموعة "موافق" ومجموعة "معارض" يساوي 10.311
- Df قيمة درجات الحرية 23.588
- P تساوي قيمة e-103.252

ونفسر هذه القيم بوجود فارق إحصائي معنوي بين المتوسطين في ردود المبحوثين بين المجموعتين "موافق" و "معارض" ويتأكد ذلك من مستوى الثقة الحقيقي الذي يترواح بين 66.56762 و99.92361 في ردود عينة الدراسة، وكذلك من خلال قيمة p-value الأصغر من 0.05، أي أن الاختلاف كبير ومعنوي بين مجوعتي "موافق" و "معارض"

- اختبار T بين مجموعة "محايد" ومجموعة "معارض" يساوي 11.370
- Df قيمة درجات الحرية 27.764
- P تساوي قيمة e-125.873

وتؤكد هذه القيم وجود فارق إحصائي معنوي بين المتوسطين في ردود المبحوثين بين المجموعتين "محايد" و "معارض" ويتعزز هذا التأكيد من خلال مستوى الثقة الحقيقي المنحصر بين 57.28323 و82.47115 في ردود المبحوثين، وكذلك من خلال قيمة p-value الأصغر من 0.05، أي أن الاختلاف كبير ومعنوي بين المجموعتين.

وعليه نستنتج من خلال هذه القيم فارق معنوي إحصائي في ردود المبحوثين في هذا المحور بين الموافقة والمحايدة والمعارضة عبر محتلف مجموعات المقارنة الممكنة. (أنظر ملاحق الدراسة)

- **حساب X-squared للمحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي- تبسة- عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة:**

وضحت نتيجة X-squared استمرار وجود علاقة إحصائية معنوية بين متغيرات الاختبار حيث بلغت 99.759 يقابلها درجة الحرية DF تساوي 26، وقيمة p هي e−101.408، ولتوضيح مهنى هذه القيم فأن X−squared تسخدم لتقدير الفروقات بين المعطيات الخاضعة للملاحظة والإحصاء والتوزيع المتوقع ذلك في علاقة توضحها قيمة X−squared فكلما كانت أعلى كلما كانت الفروقات بين المعطيات الخاضعة للملاحظة والتوزيع المتوقع أكبر، في حين أن درجات الحرية Degrees of Freedom تضبط عدد النتائج المستقلة المحتملة في النموذج الإحصائي وهي 26 في هذه الحالة، أما قيمة p تمنح لنا تقديرا لمدى الدقة الموثوقة في النتيجة المتحصل عليها؛ حيث إذا كانت قيمتها أصغر من مستوى الدلالة المحدد في العلوم الإنسانية والاجتماعية ب 0.05 فهذا يعكس وجود أدلة كافية لرفض الفرضية الصفرية المدرجة في الإحصاء وهي الفرضية التي تعبر عن عدم وجود فروقات بين مجموعات المقارنة المحددة والمحتملة، ووفقا لهذه الرؤية فإننا نستنتج وجود علاقة إحصائية معنوية بين كل المتغيرات المقترحة في الاختبار وهو ما يحيلنا إلى وجود فرق إحصائي بين التوزيع المتوقع والملاحظ لهذه المتغيرات في الدراسة (أنظر ملاحق الدراسة).

– تحليل بيانات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب نمذجة معادلة الهيكلة SEM:



الشكل رقم (33): تحليل بيانات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب SEM

نلاحظ من خلال الشكل رقم (32) تحليل بيانات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة حسب SEM أن Vr1 Variance Residual تفسره المتغيرات الكامنة في النموذج ويدل على وجود فروق إحصائية دالة بينه وبين Vr2 تتضح من خلال أجزاء التباين غير المشمولة Rr1 في النموذج التي تعبر عن وجود عوامل إضافية يمكنها أن تؤثر على المتغير الكامن (التابع) مما يؤدي إلى تغاير غير مفسر لها، وقد بلغت في هذا المحور 2845.29 وهي قيمة واقعة أعلى الصفر والواحد نحو Vr2 تعبر عن وجود قيمة ملائمة لاختبار الفرضية الصفرية (عدم وجود فروقات دالة بين المتغيرات في المجموعات المقارنة) وفق إحصاء الاختبار المقنن Sst الذي يؤكد ملائمة النموذج للمعايير الموحدة المدرجة في القياس أثناء عملية الإحصاء وردود المبحوثين حسب العبارات 14 المقترحة عليهم والموضحة بسلم أعلى 03، متوسط 10، و أدنى 01 أثناء حساب معامل ثبات كل عبارة على حدى في هذا المحور.

وبعد هذه المعالجة الإحصائية المفصلة لبيانات المحور الرابع الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة نفسر البيانات المتحصل عليها كما يلي:

- وفقا للإحصائيات المتحصل عليها من الجدول رقم (37) الخاص بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة– عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لاحظنا أن المبحوثين يتوجهون نحو العبارة "اهتمام الاساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الاكاديمية يحد من نعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" بالترتيب التنازلي من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 151 موافق بنسبة 55.11%، وبتكرار 71 محايد بنسبة 25.91%، وبتكرار 52 معارض بنسبة 18.98%، وبمتوسط شدة اتجاه يقدر ب: 2.36.

- وعليه فإننا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين المبحوثين اتجاه إيجابي إزاء عبارة "اهتمام الاساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الأكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة" بلغ متوسط شدته 2.36، ويرجع ذلك إلى عدة اعتبارات منها الالتزام بالزمن وبإدارة الوقت،وكذلك طبيعة عملهم ونجاحهم المهني والأكاديمي ترتكز على مدى انتاجهم العلمي القائم على البحث العلمي مما يجعلهم منشغلين بالقيام بالأبحاث، تحضير المحاضرات، وكتابة الكتب والمقالات العلمية كأولوية الأمر الذي يستقطع وقتا طويلا من أيامهم ويكلفهم جهدا معتبرا، الأمر الذي يقلل يقف دون متابعتهم

للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، إضافة إلى تأديتهم للمهام الأكاديمية كالتدريس ومتابعة عمليات الإشراف على مذكرات التخرج والمشاركة في الندوات والمؤتمرات داخل الوطن وخارجه والأعمال الإدارية مما يدفعهم إلى الحفاظ على طاقاتهم نحوها لأن متابعة المواضيع السياسية قد تكون متعبة ومرهقة، فمثل هذه الاعتبارات تجعلهم أقل اهتماما بالمواضيع السياسية ولا يجدون لها وقتا محددا لمتابعتها باستمرار، وبهذا فالمبحوثين يرون أن الاهتمام بمثل تلك الأعمال تحد من تعرضهم للمواضيع السياسية من خلال منصات الميديا ومن إشباعاتهم المحققة منها وعبروا عن ذلك بالموافقة بالأغلبية عن هذا العائق بتكرار 151 أستاذ جامعي في هذه الدراسة.

- كما أنهم يتوجهون من الأكبر إلى الأصغر كذلك نحو العبارة "المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية" بعدد 115 موافق بنسبة 41.97 أولا، ثم 107 محايد بنسبة 39.05% ثانيا، وبعدد 52 معارض بنسبة 18.98%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.23.

- ومنه نستنتج أن للمبحوثين اتجاه محايد نحو عبارة المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية متوسط شدته 2.23، ويرجع ذلك أن استخدام برامج وتطبيقات الميديا الجديدة مرتبط بشكبة الإنترنت بالدرجة الأولى، والتي قد تتعرض إلى التلف وإلى الأعطاب مما يعيق الوصول إلى المواضيع السياسية في عدم توفرها، إضافة إلى أن الميديا الجديدة نعمل وفق خوارزميات تعرض المستخدمين إلى الحظر وإلى حجب المحتويات وحذفها من حساباتهم الشخصية، فضلا على تعرض تكنولوجبات الاتصال الحديثة إلى التقادم وعدم دعمها لبرامج التشغيل الحديثة مما يخلف صعوبة في الوصل إلى المواضيع السياسية، كما أنها أجهزة معرضة للتلف جراء أحداث السقوط والكسور وتتأثر بالعوامل الطبيعية ومعرضة للاختراق وللفيروسات والقرصنة مما يقلل كذلك من درجات الأمان والخصوصية، وبالتالي رأى الأساتذة الجامعيين أن المعيقات التقنية المختلفة تحد من إشباعاتهم ولا تحققها عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، ويتجسد ذلك منهم بالأغلبية المحايدة نحو العبارة أعلاه والمقدرة ب: 107 أستاذ جامعي.

- أما فيما يخص توجههم نحو العبارة "التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية" فقد جاء بتكرار 168 موافق بنسبة 61.31 أولا، ليليه عدد 78 محايد بنسبة 28.47%، ثانيا، ثم تكرار 28 معارض بنسبة 2.51% ثالثا، بمتوسط شدة اتجاه قدره 2.51.

- وعليه فإننا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين عينة الدراسة اتجاه ايجابي متوسط شدته 02.51 نحو عبارة التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية ونفسر ذلك بأن عملية

تحليل المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تتطلب تبادل الأفكار والآراء وفتح النقاشات الجماعية التي تطرح وجهات النظر المختلفة مما يبسط شرحها بشكل أكثر موضوعية، فالتحيز الفردي السياسي يقودنا إلى الميل وانتقاء المعلومات التي تهم الفرد لا الجماعة مما يؤدي إلى تأطير بعض المواضيع بانحياز واضح يؤكد على محتوى معين يثار حوله النقاش، فيما يتعرض الباقي للتجاهل وعدم الاهتمام المقصود رغم الحاجة إليه، وهذا بدوره يؤثر على المستخدمين فحينما يكون التحليل منحازا فإنه لا يقدم الفهم الكافي والمتوازن لدى الأفراد ويمكن أن يعرض المجتمع للتفرقة والانقسام رغم أنه من الصعب جدا بلوغ الموضوعية في عملية تحليل المواضيع السياسية المختلفة، لذا فقد رأى المبحوثين أن عبارة التحيز الفردي السياسي تقلل من الموضوعية في عملية تحليل المواضيع السياسية، مما يحقق إشباعاتهم، وعبروا عن ذلك بالأغلبية الموافقة المقدرة ب: 168 أستاذ جامعي في هذه الدراسة.

- ويتوجهون أيضا نحو العبارة "سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي اني" على الترتيب من الأكبر إلى الأصغر بعدد 150 موافق بنسبة 54.74%، وبعدد 87 محايد بنسبة 31.75%، ثم عدد 37 معارض بنسبة 13.54%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.43.

- وعليه فإننا نستنتج أن للمبحوثين عينة الدراسة اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.43 إزاء عبارة سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي آني ويرجع ذلك إلى السرعة الفائقة التي تمتاز بها الميديا الجديدة أثناء عرض الأحداث والأخبار السياسية حيث لا يمكن للمستخدم أن يدركها لحظة وقوعها لأنها متعددة وأعدادها كبيرة جدا، في حين أتاحت له إمكانية الرجوع لها والتعرف عليها؛ فكلما كان نشرت المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بكثرة كلما تعذر على المستخدمين عن متابعتها بشكل آني، وهو ما عبر عنه المبحوثين من خلال اتجاههم الإيجابي بالأغلبية الموافقة البالغة 150 أستاذ جامعي صوب السرعة في تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها لحظة وقوها بشكل فوري وآني، مما يحقق إشباعاتهم تجاه المعيقات المختارة في هذه الدراسة.

- كما يتوجه المبحوثين أيضا نحو العبارة "كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها" من الأعلى إلى الأدنى تواليا بتكرار 149 موافق بنسبة 54.38%، وبتكرار 78 محايد بنسبة 28.47%، وبتكرار 47 معارض بنسبة 17.15%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.37.

- ومن هذه الإحصائيات نستنتج أن للمبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي إزاء عبارة كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها متوسط شدته 2.37، ويرجع ذلك إلى أن تعدد التطبيقات التي تعرض المواضيع السياسية يؤدي إلى تعدد المصادر وهذه الأخيرة ينتج عنها انتشار كم هائل من المعلومات الصحيحة، كما تنبثق منها الأخبار الزائفة المغرضة المضللة كذلك، علاوة على أن بعض التطبيقات النشطة تروج لأجندات سياسية معينة من خلال عرض مواضيع سياسية متحيزة تؤثر على مصداقية وموضوعية المعلومات المتداولة، إضافة إلى أن كثرة التطبيقات التي تعرض المواضيع السياسية تؤدي إلى انتشار فوضى المعلومات المشوهة من الصعب التحقق منها لاسيما في ظل افتقار بعضها إلى قلة المراجعة وعدم وجود معايير فعلية لجودة محتوياتها مما ينعكس سلبا على دقة المواضيع السياسية وبالتالي ضعف مصداقيتها، ثم التقليل من عمق فهمها وتحليلها وشرحها وتفسيرها، فهي بهذا تعتبر عائق لا يحقق اشباعات مستخدمين الميديا الجديدة أثناء تتبع المواضيع السياسية، لذا عبر المبحوثين بموافقتهم بعدد 149 أستاذ جامعي على عبارة كثرة المواضيع السياسية يضعف من مصدقيتها،

- إضافة إلى أن المبحوثين يتوجهون كذلك نحو العبارة "التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة" من الأكبر إلى الأصغر على الترتيب بعدد 168 موافق بنسبة 61.31%، وبعدد 75 محايد بنسبة 27.37%، وبعدد 31 معارض بنسبة 11.31%، وبمتوسط شدة اتجاه قدره 2.50.

- ومنه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتحاه إيجابي نحو العبارة "التهديدات السيبرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة" متوسط شدته 2.50، ونفسر هذا الاتجاه بأن الميديا الجديدة بيئة مناسبة للتهديدات السيبيرانية؛ إذ أن المستخدمين يواجهون أثناء تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة مجموعة من التهديدات على غرار تلك المتعلقة بفقدان الخصوصية وتسريب بياناتهم الشخصية واستعمالها لأغراض أخرى، القرصنة، الاحتيال والسرقة، تعرض حساباتهم الشخصية للهجمات الالكترونية جراء النقر على روابط أو استقبال رسائل مجهولة معدة للاختراق تفقدهم التحكم في إدارتها، لذا فالمبحوثين في هذه الدراسة يرون أن التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا بين المستخدم والميديا الجديدة، وهذا ما عبر عنه أغلب المبحوثين في هذه الدراسة باتجاههم الايجابي عن المعيقات التي تحد من إشباعاتهم بتكرار 168 موافق صوب عبارة التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية.

- يتوجه المبحوثين إزاء العبارة "انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية" بتكرار 180 موافق بنسبة 65.69% أولا، وبتكرار 72 محايد بنسبة 26.28% ثانيا، ثم تكرار 22 معارض بنسبة 8.03% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.57.

- ومن خلال الاحصائيات المذكورة أعلاه نستنتج أن للأساتذة المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.57 نحو عبارة انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية، ونفسر هذا بأن حجم انتشار المعلومات والأخبار الزائفة المتعلقة بالمواضيع السياسية من خلال الميديا الجديدة بقصد أو من دون قصد يعيق عملية تحليلها وتفسيرها بأسلوب سليم، فمثلا عند تعديل أو تغيير معلومات وتوظيفها في سياق غير صحيح فهذا يؤثر على عملية التحليل، كما أنه من الصعب معرفة التضليل الرقمي لاسيما إن صدر من الحسابات الوهمية التي لها أجندات خاصة موجهة تعمل على التأجيج وإثارة الجدل بنشر الصور المفبركة أو مقاطع فيديوهات لحقائق مغلوطة هدفها الربح أو التأثير على الرأي العام، أو غير ذلك من الأهداف، لذا فأن انعكاسات التضليل الرقمي على عملية التحليل السليم للمواضيع السياسية كثيرة وتداعياتها طالت مختلف تطبيقات الميديا الجديدة، وسلوك المستخدمين وحتى وحدة المجتمعات، لذا فالمبحوثين يرون أن التضليل الرقمي من المعيقات التي قد تعترض عملية تحليل المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وعبروا عن ذلك من خلال اتجاههم الإيجابي بموافقة أغلبيتهم بعدد 180 أستاذ جامعي .

- ويتجه المبحوثين كذلك نحو العبارة "طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص" من الأكبر إلى الأصغر بعدد 147 موافق بنسبة 53.65% أولا، وبتكرار 98 محايد بنسبة 35.77% ثانيا، ثم 29 معارض بنسبة 10.58%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.43.

- ومنه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين عينة الدراسة اتجاه إيجابي إزاء عبارة طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص متوسط شدته 2.43، ويرجع ذلك إلى أن الميديا الجديدة منفتحة على الجميع وتتيح لهم مساحات شاسعة للتعبير بحرية ذكورا وإناث صغارا وكبار، لذا فهي تعج بالمضامين والمواضيع السياسية التي ينشرونها والتي تفتقر للتخصص خدمة لأهدافهم، لذا فأن عملية تقديم المواضيع السياسية بطرق غير متخصصة من خلال الميديا الجديدة تعيق عملية مناقشتها وتؤثر على متابعيها سواء كانت نصوص أو صور أو فيديوهات، وحتى من خلال شكلها ومضمونها، لهذا فالمبحوثين يدركون أن طرق عرض المواضيع السياسية التي تفتقر

للتخصص تعتبر عائقا لا يحقق اشباعاتهم من متابعتها عبر الميديا الجديدة عبروا علية بموافقة الأغلبية بتكرار 147 وتحلى ذلك في اتجاههم الإيجابي في هذه الدراسة.

- كما يتجه المبحوثين نحو العبارة "صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من نسب متابعتها" بالترتيب من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 175 موافق بنسبة 63.87%، وبتكرار 76 محايد بنسبة 27.73%، ثم تكرار 23 معارض بنسبة 8.39%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.55،

- وعليه فإننا نستنتج أن لدى المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.55 إزاء عبارة صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من نسب متابعتها، ونفسر هذا بأن مضامين المواضيع السياسية المصنوعة من طرف المختصين والمحترفين عبر منصات الميديا الجديدة تجذب المتابعين لأنها مزودة بأساليب الإقناع وبالإضاءة والألوان المعبرة ومنضمة في قالب يوفي بالغرض ومرتبة ومصنفة في شكلها، تراعي كذلك أحوال المتابعين النفسية والاجتماعية، ونجدها عادة مدعمة بالبيانات والأرقام منها التقارير الإخبارية، المدونات التي تعبر عن وجهات النظر بالحوار والنقاش، مجتمعات المحتوى السمعية البصرية القائمة على التأثيرات الصوتية والبصريات وعلى الاستماع ، إضافة إلى الرسومات البيانية والمخططات، التقارير البحثية للدراسات الأكاديمية، وكل المحتويات التفاعلية التي تهدف إلى تقديم فهما معمقا وتحليل كافيا يحفز على التحاور والنقاش ويرفع الوعي حول المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، لذا تلقى هذه المحتويات متابعة بنسب عالية وهو ما تؤكده اجابات المبحوثين واتجاههم الايجابي المعبر عنه بالأغلبية الموافقة المقدرة ب 175 أستاذ جامعي.

- ويتجه المبحوثين أيضا نحو عبارة "عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية" تنازليا من الأعلى إلى الأدنى بعدد 155 موافق بنسبة 56.57%، وبعدد 87 محايد بنسبة 31.75%، ثم 32 معارض بنسبة 11.68%، وبمتوسط شدة اتجاه بلغ 2.45.

- من خلال الإحصائيات المدونة أعلاه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.45 إزاء عبارة عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية، ونفسر هذا بأن القيود السياسية الحكومية على غرار مراقبة المحتويات السياسية التي تمس شخصيات بارزة أو أعلام الدولة أو الدين

والهوية الوطنية عبر الميديا الجديدة تؤدي إلى تقييد النقاشات السياسية لاسيما العامة منها، وبالتالي تهمل المواضيع العامة وتتعرض إلى التحجيم ، وتعطى الأهمية للمواضيع الغير الهامة ويتم تداولها بكثرة بين الأفراد، إضافة إلى أن المستخدمين عندما تفرض عليهم الرقابة يشعرون بالخوف ويحدون من التعبير عن آرائهم ويقللون من مشاركتهم السياسية، علاوة على ذلك فالمحتويات السياسية عبر الميديا الجديدة تخضع لعمليات التعديل والتغيير والحجب وتعطيل الحسابات لفترات زمنية تجعل المستخدمين حذرين أثناء التعامل معها، مما يرجح كفة المواضيع السياسية والمتابعين المؤيدين الذين يولون ولاء للسلطات الحاكمة، كما أن القيود تؤثر على نوع المعلومات وعلى الوعي العام وعلى الفهم والحريات العامة للأفراد، لذا جاء اتجاه المبحوثين ايجابي بموافقة 155 أستاذ على عايق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة وتأثيراتها على نوع المواضيع السياسية لاسيما من ناحية الموضوعية والمصداقية.

- ونحو العبارة "تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب" توجه المبحوثين من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 130 موافق بنسبة 47.45% أولا، وبتكرار 110 محايد بنسبة 40.15% ثانيا، ثم تكرار 34 معارض بنسبة 12.41%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.35.

- ومنه نستنتج أن لدى عينة الدراسة اتجاه إيجابي إزاء عبارة تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب، متوسط شدته 2.35، ونفسر هذا بالانعكاس المباشر لطبيعة بيئة العمل على متابعي المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؛ فإذا كانت بيئة العمل منفتحة يمكنها أن تشجع على التواصل ومد جسور الصداقة والعمل مما يشجع على إثارة الحوار والنقاشات وتبادل الآراء والأفكار ووجهات النظر مع الغير بحرية، أما إذا كانت بيئة منغلقة فقد لا تشجع وتحد من الوصول إلى تلك المحتويات، إضافة إلى أن الجماعات المرجعية مثل زملاء العمل وأصحاب الانتماءات الحزبية السياسية يمكنها أن تعزز وتدعم أفكار وآراء معينة على حساب أخرى وهي بدورها قد تؤثر على فهم واستيعاب الجماعة للمواضيع السياسية بزيادة التفاعل معها أو بالحد منه، لذا فالمبحوثين يدركون مدى تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية كمعيق لاستيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب وبالأسلوب الفعال والطريقة المناسبة وقد عبروا عن ذلك من خلال موافقتهم بعدد 130 أستاذ واتجاههم الايجابي نحو العبارة أعلاه.

- كما يتجه المبحوثين نحو "العبارة نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها" على الترتيب بتكرار 147 موافق بنسبة 53.65% أولا، وبتكرار 85 محايد بنسبة 31.02% ثانيا، وبتكرار 42 معارض بنسبة 15.33% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه 2.38.

– ومن خلال الإحصائيات أعلاه نستنتج أن لدى المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.38 صوب عبارة نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها، ونفسر هذا بأن نقص التفاعل الاجتماعي مع معلومات المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يؤدي إلى نقص تداولها وعرضها مما يقلل من الوعي حول معلوماتها وتضاؤل فرص فهما وبالتالي الحد من المشاركة بسبب عدم توفر الدوافع والحوافز، كما يؤدي نقص التفاعل الاجتماعي عبر الميديا إلى العزلة الاجتماعية، وانتشار الأخبار الزائفة والمغرضة بالاعتماد على المصادر الضيقة وبعدم تنوع الآراء ووجهات النظر، لذا فالمبحوثين في هذه الدراسة يدركون أن التفاعل الاجتماعي ضروريا لزيادة فهم وتحليل وتفسير المواضيع السياسية لرفع الوعي والمشاركة الفعالة في المجتمع، وقد عبروا عن موافقتهم عن عائق نقص التفاعل الاجتماعي والحد من متابعة المواضيع الساسية عبر الميديا بالموافقة ب 147 أستاذ جامعي واتجاههم الإيجابي نحو العبارة أعلاه.

- ويتوجه المبحوثين أيضا نحو العبارة "تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة" بالترتيب تنازليا من الأكبر إلى الأصغر بتكرار 172 موافق بنسبة 62.77%، وبتكرار 74 محايد بنسبة 27.01، ثم تكرار 28 معارض بنسبة 10.22%، وبمتوسط شدة اتجاه 2.53.

– وعليه فإننا نستنتج أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه إيجابي نحو عبارة تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة، متوسط شدته 2.53، ونفسر هذا الاتجاه بأنه لطالما ارتبطت المسائل الاقتصادية بكبرى السياسيات العالمية والمحلية لاسيما خلال التحديات والأزمات، فالتغيرات الاقتصادية قد تضفي بشكل أو بآخر أهمية على المواضيع السياسية في المجتمع وتوليها أولوية أثناء التداول بين الأفراد عبر الميديا الجديدة، فمثلا في حالة تدني القدرة الشرائية للفرد أو ارتفاع نسب البطالة أو تسجيل عجز في الميزان التجاري أو قضايا التضخم ، غالبا ما يتوجه إليها الرأي العام وتصبح مادة للنقاش والحوار مما قد ينعكس عنه تداعيات سلبية كتزايد الاحتجاجات والمظاهرات والمطالبة بتجاوز تلك الأزمات، وهذا بدوره يؤثر على السياسات الحكومية وعلى الاستقرار السياسي في البلاد، ليتقلص بذلك حجم

الاستثمارات والممارسات الاقتصادية، وتعم الفوضى المعلوماتية وتتكاثر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة ومن ثم تدني الوعي المجتمعي وعليه ترتفع نسب ودرجات الخوف والقلق والإحباط النفسي الجماعي بين الأفراد وظهور التقسيمات والتكتلات المؤيدة والمعارضة بينهم وجماعات الضغط وغير ذلك من التداعيات والانعكاسات، فمنه نستطيع القول أن التغيرات الاقتصادية تسري في مسار واحد مع طبيعة المواضيع السياسية المتداولة عبر الميديا الجديدة في المجتمع وكليهما يؤثر على بعضهما بالإيجاب وبالسلب، لذا فالمبحوثين عينة الدراسة يرون أن في تحديات التغيرات الاقتصادية عائقا أمام طبيعة المواضيع السياسية المتداولة عبر مواقع ومنصات وبرامج وتطبيقات الميديا الجديدة، وقد عبروا عن رأيهم بالاتجاه الإيجابي صوب العبارة أعلاه وبالموافقة بالأغلبية بعدد 172 أستاذ جامعي.

- وأخيرا يتوجه المبحوثين عينة الدراسة من الأكبر إلى الأصغر نحو العبارة "صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش " بعدد 135 موافق بنسبة 49.27% أولا، وبعدد 113 محايد بنسبة 41.24% ثانيا، وبعدد 26 معارض بنسبة 9.49% ثالثا، وبمتوسط شدة اتجاه 2.39.

- وبناءً على الإحصائيات أعلاه نستنتج أن للأساتذة الجامعيين المبحوثين اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.39 إزاء عبارة صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش، ونفسر هذا الاتجاه بمدى إدراك عينة الدراسة بطبيعة عمل منصات الميديا الجديدة التي تسيرها شركات أجنبية لها أجندات وتوجهات وأبعاد إيديولوجية خاصة تعمل على الحفاظ عليها من خلال تزويد منصاتها بفلاتر تصفية وبخوارزميات تفرض صعوبة وتشويش يحد من تداول المعلومات والمواضيع السياسية التي تتضارب وسياساتها، حيث تقوم هذه المنصات بحجب المحتويات غير المرغوب فيها مثل محتويات التنمر الإلكتروني، الابتزاز، التشهير والمضامين غير الأخلاقية وقد تصل إلى معاقبة من ينشرها ويشاركها أو يعجب بها ويعلق عنها بتوقيف حساباتهم الشخصية لفترات زمنية طويلة تحت غطاء الحفاظ على الخصوصية والأمان وحماية المعلومات الشخصية للمستخدمين من جهة، وفي المقابل من أجل تنفيذ توجهاتها وأهدافها الربحية والسياسية، لذا فالمبحوثين في هذه الدراسة يدركون أن عدم الوصول بسرعة إلى المواضيع السياسية بصورة كاملة يقف وراءه الشركات المالكة لمختلف أشكال الميديا الجديدة، إذ تزودها بمصافي وفلاتر مجهزة لاستقطاب كل محتوى غير مرغوب فيه وحجبه أو التشويش عليه أو حتى فرض عقوبات على

من يتفاعل معه من المستخدمين مثل محتويات المواضيع السياسية المتعلقة بالنزاعات والحروب في مختلف الدول العربية المسلمة على غرار ما يحدث في دولة فلسطين.

- وكحوصلة للمعيقات التي تحد من إشباعات الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدارسة عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة استنتجنا أن للمبحوثين اتجاه ايجابي بلغ 2.43 نحو الأربعة عشر عبارة المرفقة في الجدول رقم (37) ، مما يؤكد لنا أن جملة المعيقات المقترحة في العبارات المحددة في الجدول أعلاه هي معيقات فعلية تقف أمام الأساتذة الجامعيين المستخدمين للميديا الجديدة وتحد من متابعتهم للمواضيع السياسية المحلية والإقليمية والدولية التي يهتمون بها ويتفاعلون معها ويعملون على تحليلها وشرحها ومناقشتها مع غيرهم في المجتمع ومع زملائهم ونظرائهم داخل وخارج الوطن عبر الميديا الجديدة.

نتائج الدراسة

ثانيا: النتائج الجزئية حسب محاور الدراسة:

خلصت هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة إلى النتائج المدرجة أسفله:

❖ **بالنسبة للنتائج الخاصة بالبيانات الشخصية للمبحوثين كانت الآتي:**

- أظهرت الدراسة أن نسبة الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين المبحوثين الذكور أكبر من نسبة الإناث حيث بلغت 62.40% ذكر مقابل 37.40% أنثى.
- هناك تمايز في الشهادة المتحصل عليها لدى عينة الدراسة أعلاها شهادة دكتوراه علوم حيث بلغت نسبة الأساتذة المبحوثين الحاصلين عليها 53.28%.
- أظهرت النتائج أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة موزعين على مجتمع بحث (جامعة العربي التبسي تبسة) ممتد جغرافيا يتكون من 06 كليات ومعهدين.
- بينت الدراسة أن للمبحوثين عينة الدراسة تخصصات متنوعة فاقت 17 تخصص مختلفة بين التخصصات العلمية، التقنية، الأدبية، الإنسانية، الاجتماعية، الاقتصادية والحقوق والسياسة.
- خلصت الدراسة إلى أن شريحة الأساتذة الجامعيين المبحوثين أصحاب رتبة أستاذ محاضر – أ – هي الأكبر حيث بلغت نسبتهم 29.93%.
- كشفت الدراسة أن أصحاب الخبرة المهنية من (11 – 15) سنة هي الأعلى نسبة لدى المبحوثين حيث بلغت 28.46%.

❖ **جاءت نتائج المحور الأول المتعلق بعادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة في المواضيع السياسية كما يلي:**

- أظهرت الدراسة أن أكثر أشكال الميديا الجديدة استخداما لدى المبحوثين هو موقع الفيسبوك Facebook بنسبة 95.62%، في حين يتبعه باقي الأشكال الأخرى تنازليا: اليوتيوب، تيليغرام، إنستغرام، تيك توك، واتساب، تويتر، فايبر، المدونات، لينكدن.
- بينت نتائج الدراسة أن الهاتف الذكي هو أكثر الوسائط التكنولوجية استخداما لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين بنسبة 98.18%، تليه باقي الوسائط التكنولوجية الأخرى الأجهزة الذكية المحمولة، الأجهزة الذكية الثابتة والساعة الذكية.

- لا توجد فترة زمنية محددة لاستخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية لدى المبحوثين إذ بلغت النسبة المئوية للفترة الزمنية المقترحة عند القياس الميداني "ليس هناك وقت محدد" 37.96%.
- أظهرت الدراسة أن الأساتذة المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة أحيانا حيث بلغت نسبتهم 43.79%.
- يستغرق الأساتذة المبحوثين عينة الدراسة مدة زمنية أقل من ساعتين يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية قدرت نسبتها ب: 57.29%.
- حسب الدراسة فإن الأساتذة الجامعيين المبحوثين يفضلون متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بطريقة فردية بنسبة 81.02%.
- وضحت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية بشكل غير تزامني (غير آني وغير فردي) بنسبة 66.06%.
- أظهرت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية الوطنية المتعلقة بالتحديات الاجتماعية عبر الميديا الجديدة بالدرجة الأولى بنسبة 73.72%، لتليها مختلف المواضيع السياسية الأخرى المتعلقة بالتحديات الاقتصادية وبالتحول الديمقراطي السياسي.
- بينت الدراسة كذلك أن الأساتذة المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية الإقليمية الخاصة بالنزاعات الإقليمية عبر الميديا الجديدة بالدرجة الأولى بنسبة 90.88%، ثم متابعة تلك التي تتعلق بالعلاقات الدبلوماسية وبالهجرة غير الشرعية.
- في حين قد أبانت الدراسة أيضا أن المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية الدولية المرتبطة بالنزاعات الدولية عبر الميديا الجديدة بالدرجة الأولى بنسبة 85.40%، لتأتي بعدها تلك التي لها علاقة بالأمن العالمي، التغيرات الاقتصادية العالمية والعلاقات الدبلوماسية مع دول العالم.
- كما أبدت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة من خلال مقاطع الفيديوهات بنسبة 71.17%، ثم من خلال مختلف الوسائط الأخرى كالبث الحي، الإعلام التقليدي، المواقع الإلكترونية المتخصصة، الفاعلين السياسيين، التطبيقات الإخبارية، صناع المحتوى، ومتابعة المجموعات الافتراضية.
- وقد أبانت الدراسة كذلك أن المبحوثين يفضلون التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بالإعجاب فقط في المستوى الأول بنسبة 61.68%، ثم يأتي بعده التفاعل بالتعليق، المشاركة، المتابعة فقط، الملصقات التعبيرية وبصناعة المحتويات المتعلقة بالمواضيع السياسية.

- وأفادت الدراسة أن الميديا الجديدة حسب وجهة نظر الأساتذة المبحوثين تؤدي وظيفة الاخبار حول المواضيع السياسية أولا بمسبة 86.49%، ليتعاقب وراءها مختلف الوظائف الأخرى كوظائف تشكيل الرأي العام، نقل معلومات الأحداث السياسية، التعبئة الجماهيرية للرأي العام، التسويق السياسي للمواضيع السياسية، تقديم الحقائق السياسية، الرقابة السياسية ووظيفة المشاركة السياسية.

❖ **نتائج المحور الثاني المتعلق باتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية.**

- أظهرت الدراسة وجود اتجاه إيجابي نحو سهولة الوصول إلى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة عند الأساتذة الجامعيين الجزائريين الدائمين المبحوثين بلغ متوسط شدته 2.84.
- كشفت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي لدى أفراد العينة المبحوثين متوسط شدنه 2.69 نحو توفر منصات الميديا الجديدة المعلومات المتنوعة حول المواضيع السياسية للأستاذ الجامعي .
- أبانت الدراسة بشكل جلي الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.36 نحو للأساتذة الجامعيين المبحوثين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة.
- أبرزت الدراسة الاتجاه المحايد لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين متوسط شدته 2.02 صوب عرض الميديا الجديدة للمواضيع السياسية بشكل واقعي.
- في حين قد أظهرت الدراسة مجددا الاتجاه الإيجابي بمتوسط شدته 2.56 عند أفراد العينة إزاء حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة.
- يتضح أيضا وجود الاتجاه الإيجابي المقدر بمتوسط شدته 2.33 نحو امتلاك أفراد عينة الدراسة الوعي السياسي الكافي لفهم المواضيع السياسية من خلال استخدام منصات وتطبيقات الميديا الجديدة.
- توصلت الدراسة إلى أن اتجاه الأساتذة الجامعيين المبحوثين إيجابي متوسط شدته 2.62 نحو تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- يؤكد الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين اتجاههم الإيجابي متوسط شدته 2.52 نحو عرض الآراء ووجهات النظر المختلفة حول المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- أظهرت الدراسة أيضا وجود الاتجاه الإيجابي لدى أفراد العينة المبحوثين متوسط شدته 2.47 نحو الخصائص التقنية المتنوعة للميديا الجديدة التي تلبي حاجات المستخدمين.

- وضّحت الدراسة أيضا أن لدى المبحوثين اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.50 إزاء استمرارية متابعة التطورات الوطنية المتعلقة في المواضيع السياسية.
- يبرز مجددا من خلال أفراد العينة المبحوثين الاتجاه الإيجابي قدر متوسط شدته 2.55 يرجع إلى استمرارية متابعة التطورات الإقليمية في المواضيع السياسية.
- يؤكد بقوة الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين اتجاههم الإيجابي بمتوسط شدته 2.57 نحو متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية بشكل مستمر.
- مواصلة بروز الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين بمتوسط شدته 2.54 يعود إلى تعزيز النقاشات والحوارات حول المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

❖ **نتائج المحور الثالث المتعلق باتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة– نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة**

▪ **النتائج المتعلقة بالإشباعات المعرفية:**

- كشفت الدراسة أن أفراد العينة المبحوثين يمتلكون اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.69 نحو الإشباعات المعرفية المحققة من تتبع المواضيع السياسية ينسب إلى اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- يحقق الأساتذة المبحوثين إشباعاتهم المعرفية من تتبع المواضيع السياسية يوضحها اتجاههم الإيجابي بمتوسط شدة 2.57 نحو تثري الميديا الجديدة الرصيد المعرفي في المجال السياسي بشكل متجدد.
- يؤكد أفراد العينة عن إشباعاتهم المحققة من خلال متوسط شدة اتجاههم الإيجابي المقدر ب: 2.42 إزاء تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي.
- يظهر متوسط شدة الاتجاه الإيجابي المقدر ب: 2.35 للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين أن أغلبهم يحقق إشباعات معرفية من تتبع المواضيع السياسية تعزى إلى فهم الرأي العام والتيارات السياسية شكل واضح.
- أسفرت الدراسة عن وجود اتجاه محايد متوسط شدته 2.19 لا يحقق إشباعات أفراد العينة المبحوثين المعرفية إزاء القدرة على إتخاذ القرارات السليمة بناءً على تحليل الأحداث السياسية بشكل منطقي.
- يحقق أغلب المبحوثين بنسبة 80% جملة من الإشباعات المعرفية من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة اتضحت من خلال اتجاههم الإيجابي نحو عبارات القياس الخمس المقترحة عليهم في هذه الدراسة.

- **النتائج المتعلقة بالإشباعات الوجدانية:**

- تبرز الدراسة أن لدى المبحوثين اتجاه محايد متوسط شدته 2.20 لا يحقق إشباعاتهم الوجدانية أثناء تتبع المواضيع السياسية يعزى إلى عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك عند المستخدمين
- أفادت الدراسة أن لدى أغلب المبحوثين اتجاه محايد كذلك متوسط شدته 2.18 لا يحقق إشباعاتهم الوجدانية من تتبع المواضيع السياسية ينسب إلى عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك من مشاعر الخوف عند المستخدمين.
- أبانت الدراسة أن المبحوثين يؤكدون أيضا عن اتجاههم المحايد متوسط شدته 2.30 بموافقتهم على عدم تحقيق إشباعات وجدانية أثناء متابعة المواضيع السياسية إزاء الشعور بالتأثير الإيجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي عند المستخدمين
- أظهرت الدراسة الاتجاه المحايد مرة أخرى لدى الأساتذة المبحوثين متوسط شدته 2.25 لا يحقق إشباعاتهم الوجدانية عند تتبع المواضيع السياسية يرجع إلى كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق عند المستخدمين.
- للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة اتجاه محايد متوسط شدته 2.04 لا يحقق اشباعاتهم الوجدانية جراء متابعة المواضيع السياسية يعود إلى تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي عند المستخدمين.
- بينت النتائج أعلاه أن اتجاه الأساتذة الجامعيين المبحوثين المحايد المقدر ب: 2.19 يعكس مدى عدم تحقق إشباعاتهم الوجدانية من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة نحو العبارات الخمس المقترحة للقياس في هذه الدراسة.

- **النتائج المتعلقة بالإشباعات السلوكية:**

- أسفرت الدراسة عن وجود اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.36 يحقق إشباعات سلوكية لدى الأساتذة الجامعيين المبحوثين عند تتبع المواضيع السياسية يعزى إلى تشجع استخدامات الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية على المشاركة السياسية.
- أظهرت الدراسة من جديد اتجاه محايد متوسط شدته 2.32 لا يحقق إشباعات سلوكية عند أفراد عينة الدراسة المبحوثين يرجع إلى عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة.

- تبرز الدراسة مجددا الاتجاه المحايد متوسط شدته 2.21 عند المبحوثين لا يحقق إشباعاتهم السلوكية أثناء متابعة المواضيع السياسية إزاء تتبع نوع واحد من تلك المواضيع ينمي الحاجة للأمان والسلم الاجتماعي عند المستخدمين.
- تؤكد عينة الدراسة المبحوثين على اتجاههم المحايد بمتوسط شدته 2.28 الذي لا يحقق إشباعاتهم السلوكية عند متابعة المواضيع السياسية ينسب إلى استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي لدى المستخدمين.
- أكدت الدراسة مرة أخرى عن الاتجاه المحايد للمبحوثين بمتوسط شدته 2.29 يعزى إى إظهار السلوك السياسي العلني للمتتبع، اذ لا يحقق إشباعاتهم السلوكية حيال متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- تشير النتائج أعلاه أن اتجاه الأساتذة الجامعيين المبحوثين المحايد المقدر ب: 2.29 يعكس أيضا مدى عدم تحقيق إشباعاتهم الوجدانية عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة نحو العبارات الخمس المدرجة في مقياس الاتجاه لهذه الدراسة.

- **النتائج المتعلقة بالإشباعات المرجعية:**

- يتضح الاتجاه الإيجابي بمتوسط شدته 2.46 عند الأساتذة الجامعيين الجزائريين أفراد العينة نحو البحث عن القناعات السياسية الجديدة عبر الميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية عند المستخدمين مما يحقق إشباعاتهم المرجعية.
- يظهر كذلك الاتجاه الإيجابي بمتوسط شدته 2.38 لدى أفراد عينة الدراسة يحقق إشباعاتهم المرجعية صوب تتبع المواضيع السياسية عبر تطبيقات الميديا الجديدة ينسب إلى تعزيز القناعة الساسية القائمة عند المستخدمين.
- أبانت الدراسة عن وجود اتجاه سلبي من جديد متوسط شدته 2.24 لا يحقق الإشباعات المرجعية للأساتذة الجامعيين المبحوثين حيال متابعتهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزى إلى بناء قناعة مغايرة لجملة القناعات السائدة لدى المستخدمين.
- يؤكد المبحوثين مجددا عن اتجاههم المحايد بمتوسط شدته 2.09 الذي لا يحقق إشباعاتهم المرجعية إزاء تتبع المواضيع السياسية عبر منصات الميديا الجديدة يعود إلى الشعور بالرتابة (الملل) أثناء طرح تلك المواضيع لدى المستخدمين في هذه الدراسة

- تشير النتائج الخاصة بالإشباعات المرجعية المحققة لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين إلى وجود اتجاه محايد متوسط شدته 2.29 يقترب من بداية المجال الإيجابي المحدد في مقياس الاتجاه ب 0.04 ينسب إلى العبارات الأربع المقترحة على المبحوثين في هذه الدراسة.

❖ **نتائج المحور الثالث المتعلق بالمعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة**

- أظهرت الدراسة أن لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.36 يحقق إشباعاتهم نحو اهتمام الأساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الأكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- تبرز الدارسة الاتجاه السلبي بمتوسط شدته 2.23 لدى أفراد عيتة الدراسة لا يحقق إشباعاتهم نحو المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية عند المبحوثين.
- توصلت الدراسة من جديد إلى الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.51 يحقق إشباعاتهم نحو التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة لدى المبحوثين.
- كشفت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي مجددا متوسط شدته 2.43 عند المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي آني لدى أفراد عينة الدراسة.
- يؤكد الأساتذة الجامعيين المبحوثين عن اتجاههم الإيجابي بمتوسط شدته 2.37 يحقق إشباعاتهم نحو كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها لدى المستخدمين.
- وضحت الدراسة الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.50 مرة أخرى عند المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو التهديدات السيبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة.
- أبانت الدراسة مجددا عن استمرار بروز الاتجاه الإيجابي بمتوسط شدته 2.57 لدى أفراد العينة المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبيا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية.
- يتضح الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.43 دوما عند الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص.

- أظهرت الدراسة أيضا الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.55 عند المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من أعداد متابعيها.
- تبرز الدراسة كذلك أن للمبحوثين اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.45 يحقق إشباعاتهم نحو عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية.
- يؤكد أغلب أفراد العينة المبحوثين في هذه الدراسة دوما عن اتجاههم الإيجابي متوسط شدته 2.35 يحقق إشباعاتهم نحو تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب.
- للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين اتجاه ايجابي متوسط شدته 2.38 يحقق إشباعاتهم نحو نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها.
- التأكيد باستمرار على الاتجاه الإيجابي بمتوسط شدته 2.53 عند المبحوثين يحقق إشباعاتهم نحو تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر منصات الميديا الجديدة.
- أسفرت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي متوسط شدته 2.39 يحقق إشباعات أفراد عينة الدراسة المبحوثين نحو صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش.
- اتجاه الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين في هذه الدراسة نحو المعيقات التي تحد من إشباعاتهم عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة هو اتجاه إيجابي متوسط شدته 2.43 إزاء كل العبارات الأربعة عشر (14) المدرجة في المقياس والمقترحة على المبحوثين، مما يحقق إشباعاتهم.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات

توصلت هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – تماشيا مع مرتكزات نظرية الاستخدامات والإشباعات القائمة على معرفة حاجات الأفراد والجماعات وتوقعاتهم من وسائل الاتصال الجماهيرية ومن المصادر الأخرى المتوفرة لديهم، وعلى البحث أيضا في الجوانب النفسية والاجتماعية للمتلقين بصفتهم جزءا مهما من مجموعة العناصر الحاسمة في عمليتي الاستخدام والتأثير رغم تعاظم دور الوسيلة الإعلامية عبر الزمان والمكان إلى النتائج العامة التالية:

❖ **نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة في المواضيع السياسية؟**

- ✓ أكدت الدراسة أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين عينة الدراسة عادات وأنماط متنوعة في استخدام مختلف تطبيقات ومنصات الميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية؛ يتصدرها من حيث الاستخدام الهاتف الذكي كأبرز الوسائط التكنولوجية، ومن حيث الشكل موقع الفيسبوك Facebook لما يمتلكانه من خصائص تميزهما عن مختلف الوسائط التكنولوجية وعن أشكال الميديا الجديدة المدرجة في مقياس هذه الدراسة على غرار الأجهزة الذكية الثابتة والمحمولة، وقنوات اليوتيوب، تطبيق التيليغرام، الإنستغرام، التيك توك ومختلف الأشكال الأخرى، وهو ما تؤكده نظرية الإستخدامات والإشباعات من خلال الفرضية المتعلقة بالإشباعات المرجوة واختيار الوسيلة المناسبة، في ظل المنافسة القوية مع المصادر الأخرى التي يتوقع أن تسد الحاجة عند المتلقين وليس للتأثير عليهم أثناء عملية التلقي.
- ✓ تتفق آراء المبحوثين في هذه الدراسة على عدم وجود فترة استخدام محددة للميديا الجديدة وأنهم يستغرقون فرديا مدة زمنية تقل عن ساعتين في اليوم بشكل غير تزامني أثناء متابعة مختلف الأحداث والمواضيع السياسية سواء تلك الوطنية المرتبطة بالتحديات الاجتماعية، أو الإقليمية والدولية المتعلقة بالنزاعات في المقام الأول، فضلا على تلك المواضيع السياسية الخاصة بالتحديات الاقتصادية والتحولات الديمقراطية، وبالعلاقات الدبلوماسة الدولية والهجرة غير الشرعية، ثم تلك المتعلقة بالأمن الدولي وغير ذلك من المواضيع السياسية، حسب اهتماماتهم وانشغالاتهم اليومية، فالمواضيع السياسية حسب نظرية الدراسة تمثل جملة البيانات والمعلومات التي تحقق أهداف الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين انطلاقا من ذواتهم بناءً على وعيهم وقدراتهم عند تحديد توقعاتهم واهتماماتهم والتعبير عنها بسلوكيات معينة ظاهرة أو كامنة.
- ✓ أبانت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة من خلال مقاطع الفيديوهات بالدرجة الأولي ثم من خلال مختلف الوسائط الأخرى كالبث الحي والإعلام التقليدي، أو المواقع الإلكترونية المتخصصة، والفاعلين السياسيين، إضافة إلى التطبيقات الإخبارية وصناع المحتويات السياسية، ثم متابعة المجموعات الافتراضية، ويفضلون التفاعل معها عن طريق الإعجاب أولا، وبالتعليق والمشاركة والمتابعة فقط، ثم بالملصقات التعبيرية وبصناعة المحتويات السياسية أي أن عادات وأنماط استخدامات الأساتذة الجامعيين تعكس منظومة المعايير الاجتماعية

والثقافية لديهم، ولا يمكننا معرفتها من خلال المحتويات والمضامين السياسية فقط بل تحتاج البحث المعمق في الجوانب النفسية والاجتماعية كذلك.

- ✓ يتفق أفراد العينة المبحوثين على أن الميديا الجديدة تؤدي وظيفة الإخبار حول المواضيع السياسية بالدرجة الأولى كما أنها تضطلع بتأدية وظائف أخرى كالتعبئة الجماهيرية والمساهمة في تشكيل الرأي العام، نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية أو بالتسويق السياسي، ثم عرض الحقائق وتفعيل الرقابة وتشجيع المشاركة السياسية عند المستخدمين، وبإسقاط هذه الوظائف على منظور الدراسة، نجد أنها تحقق فهما وإدراكا حقيقيا لعملية الاتصال عبر الميديا الجديدة؛ فالتركيز على نتائج الاستخدام وفهم علاقة الأساتذة الجامعيين ببيئتهم يدلنا وظيفيا على طبيعة البناء والتركيب الكلي للمنظومة التي يتواجدون ضمنها، ويتضح لنا ذلك من خلال اعتبار الأستاذ الجامعي وحدة للتحليل وعلاقته ببيئته هي البناء، وملاحظة سلوكه أثناء استخدام الميديا الجديدة هي نشاطه، وتفاعلاته مع المحتويات والمواضيع السياسية التي تهمه هي جملة الوظائف التي تؤديها الميديا الجديدة أو مختلف المصادر الأخرى التي يستقي منها معلوماته في هذه الدراسة.

- ❖ **نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الثاني: ما هي اتجاهات أساتذة العربي التبسي –تبسة – نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية؟**

- ✓ كشفت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين نحو العبارات المحددة المدرجة في المقياس إذ اتفقوا على سهولة الوصول إلى المواضيع السياسية المتنوعة أثناء متابعتها، وعلى عملية تحليلها بدقة وفقا لمؤهلاتهم العلمية والأكاديمية عبر مختلف أشكال الميديا الجديدة، وهنا تتأكد وتتحقق أحد فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعت؛ إذ تعتبر هذه النظرية الجمهور المتلقي عنصرا فعال ونشط وجزءا من عملية الاستخدام في العملية الاتصالية، تستهدفه الوسائل الإعلامية بتصويب كم هائل من الرسائل والمحتويات المتنوعة يختار منها وقت الحاجة ما يتوقع أن يشبع رغباته ويحقق له نوعا من الرضا عنها، وعليه فالأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين يستخدمون الميديا الجديدة ويتعرضون للمواضيع السياسية عبرها بمحض إرادتهم وفق فروقاتهم الفردية كالنوع والسن والمستوى والمؤهل العلمي والأكاديمي وكذلك حسب دوافعهم وحاجاتهم منها بغية تحقيقها أو تحقيق جزء منها.
- ✓ يتفق أفراد العينة المبحوثين على حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة وعلى درجة الوعي الكافي لديهم لفهمها، لاسيما في ظل تنوع مصادرها وتعدد وجهات النظر المتداولة حولها أثناء

النقاشات والحوارات، وقد اتضح اتفاقهم هذا من خلال اتجاههم الإيجابي المطلق نحو عبارات أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية لديهم، فالأساتذة الجامعيين هم من يستخدمون منصات ومواقع الميديا الجديدة وليست الميديا الجديدة هي من تستخدم الأساتذة الجامعيين حسب فرضية الجماهير أعضاء فاعلة في عملية الاتصال واستخداماتهم للوسائل الإعلامية يحقق أهدافهم المقصودة التي تلبي توقعاتهم من تلك الوسائل حسب منظور الاستخدامات والإشباعات.

- ✓ يؤكد المبحوثين اتجاههم الإيجابي نحو الخصائص التقنية المتنوعة للميديا الجديدة التي تلبي حاجاتهم في متابعة أهم تطورات المواضيع السياسية الوطنية والإقليمية والدولية بوتيرة مستمرة تعزز النقاش والحوار حولها، وهو ما تؤكده نظرية الاستخدامات والإشباعات حول استخدامات الأفراد للوسائل الإعلامية حيث أن جزء هاما منه موجه لتحقيق أهدافهم المقصودة حين يختارون الوسائل الإعلامية أو المصادر الأخرى بعناية لإشباع حاجاتهم المختلفة والمتعددة.

❖ **نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الثالث: ما هي اتجاهات أساتذة العربي التبسي –تبسة – نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟**

- ✓ وجود اتجاه إيجابي لدى المبحوثين يحقق إشباعاتهم المعرفية عند استخدام الميديا الجديدة في اكتساب معلومات المواضيع السياسية الجديدة التي تثري وتجدد أرصدتهم المعرفية وترفع من وعيهم السياسي وتمكنهم من التعرف على التيارات السياسية وتساعدهم على فهم تشكل الرأي العام لتقديم تحليلات منطقية للأحداث والمواقف السياسية للمساهمة في عملية اتخاذ القرارات السليمة في المجتمع، وحسب منظور الدراسة فإن الإشباعات المعرفية المحققة ولو جزئيا ترتبط في الواقع بإشباعات محتوى الرسالة الإعلامية التي تحقق أهداف المتلقي وتلبي إشباعاته التوجيهية والاجتماعية.
- ✓ أظهرت الدراسة الاتجاه المحايد لدى الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين نحو إشباعاتهم الوجدانية عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بواقعية يحد من مشاعر الشك وعرضها دون تحليل يحرك مشاعر الخوف والتعرض لها بكثرة يزيد من التوتر والقلق عند المستخدمين، إضافة إلى أن متابعتها تشعرهم بالتأثير الإيجابي عندما يساهمون في تحديات ومستجدات الشأن السياسي، مما يرفع احساسهم بالرضا النفسي، وتعتبر هذه الإشباعات المحددة حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات من إشباعات العملية التي تتحقق من اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة والانغماس في متابعة مضامينها للتخلص من الضغوطات اليومية والحد من القلق والتوتر والابتعاد عن العزلة الاجتماعية والشعور بالإثارة عند استخدام الوسيلة المختارة، وهي نوعين إشباعات شبه توجيهية

وأخرى شبه اجتماعية مكملة لها، لذا فأننا نفسر هذا الاتجاه المحايد عند المبحوثين في هذه الدراسة بطبيعة استخدامهم للميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية حيث أنهم يستغرقون مدة زمنية تقل عن ساعتين يوميا مما يبعدهم عن الانغماس في تلك المواضيع السياسية، وهذا بدوره يعكس مدى وعيهم أثناء استخدامهم للميديا الجديدة.

- ✓ أظهرت الدراسة الاتجاه المحايد للمستخدمين المتعلق بالإشباعات السلوكية عند استخدام الميديا الجديدة في متابعة نوع واحد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للأمان والسلم الاجتماعي ويعزيز قيم المواطنة وتشجيع المشاركة السياسية بالإضافة إلى تحفيز النشاط السياسي المجتمعي وإظهار السلوك السياسي العلني عند المستخدمين، ووفق منظور الدراسة فأن هذا الاتجاه المحايد يؤكد جزء من الانتقادات الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباعات؛ فليس كل سلوك اتصالي عند المستخدم يتبعه محفزا أو دافعا، فهناك سلوكيات معتادة عند المستخدمين، وهنا تتضح رؤية انتقاد المبالغة في الجمهور المتفاعل النشط، وعليه فليس بالضرورة أن يظهر سلوك علني ظاهر لدى المستخدم عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.
- ✓ أبانت الدراسة الاتجاه الإيجابي لأفراد العينة المبحوثين المتعلق بالإشباعات المرجعية عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة للبحث عن القناعات السياسية الجديدة وتعزيز القناعة القائمة لديهم.
- ✓ كشفت الدراسة عن الاتجاه المحايد لدى المبحوثين عينة الدراسة عند متابعتهم للمواضيع السياسية نحو بناء قناعة مغايرة لقناعات السائدة لديهم ونحو الشعور بالملل أثناء طرح المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

❖ **نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الرابع: ما هي المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟**

- ✓ يتفق أغلب أفراد العينة المبحوثين من خلال اتجاههم الإيجابي على المعيقات التي تحد من الإشباعات المحققة لديهم عند استخدامهم للميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية؛ فالمعيقات التقنية، وتعدد تطبيقات الميديا الجديدة والتهديدات السيبيرانية ساهمت في انتشار المعلومات الرقمية المضللة ضعيفة المصداقية أثرت على الموضوعية أثناء المشاركة في تحليل المواضيع السياسية.
- ✓ تؤدي سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها جنبا إلى جنب مع الاهتمامات العلمية والأكاديمية عند الأساتذة الجامعيين إلى عدم متابعة المواضيع السياسية بشكل تزامني لحظة وقوع أحداثها.

- ✓ تؤثر صرامة القيود الحكومية على حرية التعبير وأنواع المواضيع السياسية المتداولة عبر الميديا الجديدة وعلى التفاعل الاجتماعي معها لاسيما في بيئات العمل وسلطة الجماعات المرجعية مما يحد من استيعابها بالشكل المطلوب.
- ✓ تشكل صناعة محتويات المواضيع السياسية التي تفتقر للتخصص عائقا على متابعة المواضيع السياسية أثناء عرضها وتقديمها عبر الميديا الجديدة، كما لا يرفع من متابعتها صناع المحتويات المحترفين.
- ✓ تعتبر تحديات التغيرات الاقتصادية عائقا يؤثر على طبيعة المواضيع السياسية المتداولة عبر الميديا الجديدة لاسيما في ظل تزود تطبيقاتها ومنصاتها بفلاتر التصفية وخوارزميات تحد من الوصول إليها وتشوش على المستخدمين.
- ✓ يؤكد اتجاه أفراد العينة المبحوثين الإيجابي تحقق إشباعاتهم المتعلقة بالمعيقات التي تحد من متابعتهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة ويعكس كذلك صعوبة ربط نظرية الاستخدامات والإشباعات بالأبنية الاجتماعية في المجتمعات.

خاتمة الدراسة

يمكننا القول في ختام هذه الدراسة أن موضوع اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يستحق اهتماما أكبر في خضم التحولات والتغيرات الراهنة خاصة في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي أصبحت تلازمنا يوميا ولا نكاد نقضي يومنا بعيدا عن استخداماتها؛ إذ أتاحت لنا مجموعة من الوسائط الاتصالية الجديدة لها مميزات منفردة غيرت مفاهيم الحياة الإنسانية عبر العالم، أصبح المتلقي عبرها قائما بالاتصال يصنع المحتويات ويشاركها مع غيره في كل زمان ومن كل مكان متخطيا كل الحدود الجغرافية والمعيقات المعهودة التي كانت تحول دون وصوله إلى العديد من المضامين أثناء تعرضه للوسائل الاتصالية الكلاسيكية سابقا، لاسيما منها تلك المتعلقة بالمواضيع السياسية، والتي بدورها تشهد ديناميكية كبيرة في حركة أحداثها محليا وإقليميا ودوليا، مما يستدعي منا فهمها بعمق وتحليلها وتفسيرها للتكيف معها والحد من تداعياتها وانعكاساتها على المجتمعات، في ظل المسؤوليات الاجتماعية التى تقع على عاتق فئاته الاجتماعية المتعددة وفي مقدمتهم فئة الأساتذة الجامعيين لما يمتلكونه من مؤهلات علمية وأكاديمية تمكنهم من معالجة ومناقشة تلك المواضيع السياسية المتنوعة وشرحها وتبسيطها للآخرين تماشيا ومتطلبات العصر الراهن التكنولوجية الاتصالية الحديثة المتنامية والمتطورة بسرعة فائقة على غرار منصات الميديا الجديدة، ومن ثم تبادلها مع الأفراد والزملاء والطلبة والتفاعل معها بأساليب وطرق متنوعة تجمع بين النشر والمشاركة والإعجاب والتعليق وصناعة المحتويات السمعية البصرية والنصية المكتوبة والمصورة وغيرها من أشكال ومصادر المعلومات الخاصة بالمواضيع السياسية المتاحة على برامج وتطبيقات ومواقع الميديا الجديدة.

ولم تكن هذه الدراسة سوى تجربة بحثية تعكس جهدنا المبذول واجتهادنا خلال هذه المرحلة من التكوين في الدراسات العليا، وخطوة أولى سلطنا الضوء فيها على موضوع اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، وقد تبين لنا بعد عرض وتحليل وتفسير النتائج أن الأهداف المسطرة التي تم تحديديها قد تحققت إلى حد بعيدا بداية من الهدف الرئيسي للدراسة المتمثل في معرفة طبيعة اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة كفئة من فئات الأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين، ومن خلاله تتحقق الأهداف الفرعية للدراسة انطلاقا من الإحاطة بعادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة – للميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية، وتحديد اتجاهاتهم نحو أسباب ودوافع استخدامها، مع الاطلاع والوقوف على اتجاهاتهم نحو الإشباعات المحققة لديهم جراء ذلك الاستخدام والتتبع، إضافة إلى اكتشاف وإدراك أبرز المعيقات التي تمنع وتقلل من إشباعتهم أثناء التعرض ومتابعة المحتويات والمضامين

والأخبار والمعلومات المتعلقة بالمواضيع السياسية عبر مختلف تطبيقات وبرامج ومواقع ومنصات الميديا الجديدة.

وقد أبانت نتائج الدراسة أن للأساتذة الجامعيين الجزائريين المبحوثين عادات وأنماط متمايزة في استخدام الميديا الجديدة عند تتبع مضامين المواضيع السياسية وتمثلت في المقام الأول من حيث استخدام الوسائط التكنولوجية في الهاتف الذكي، ومن حيث الشكل موقع الفيسبوك Facebook، علاوة على أن المبحوثين يستغرقون بشكل فردي أقل من ساعتين في استخدام الميديا الجديدة بأسلوب غير آني وفي فترات غير محددة يوميا أثناء متابعة المواضيع السياسية الدولية والإقليمية والمحلية من خلال مقاطع الفيديوهات والتفاعل مع تلك المواضيع عن طريق الإعجاب والتعليق عليها ومشاركتها مع الأفراد في المجتمع لاسيما منهم الزملاء والطلبة، فضلا على اضطلاع الميديا الجديدة حسبهم بتأدية وظيفة الاخبار ونقل المعلومات والأحداث السياسية المتنوعة بالدرجة الأولى.

ومن جهة أخرى أظهرت نتائج الدراسة الاتجاه الإيجابي المطلق للأساتذة الجامعيين المبحوثين نحو دوافع وأسباب استخدام الميديا الجديدة أثناء متابعة المواضيع السياسية المتمثلة في سهولة الوصول إلى المعلومات السياسية الحديثة من مصادرها المتعددة مما يتيح لهم تحليلها بدقة وفقا لمؤهلاتهم العلمية والأكاديمية مع الآخرين والتعرف على وجهات النظر الواسعة حولها من خلال الحوارات والنقاشات المستمرة مستفيدين من جملة الخصائص التقنية للميديا التي تشبع حاجاتهم وتحقق مقاصدهم عند تتبع المواضيع السياسية عبر مختلف منصاتها ومواقعها.

كما أسفرت نتائج الدراسة عن تمازج يجمع بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة المبحوثين نحو الإشباعات المحققة جراء استخدامهم للميديا الجديدة عند تتبع المواضيع السياسية، حيث كان اتجاه إيجابي مطلق نحو الإشباعات المعرفية المحققة لديهم، في حين أنه قد جاء اتجاه محايد نحو إشباعاتهم الوجدانية والسلوكية وجزء من إشباعاتهم المرجعية حسب العبارات الموجبة والسالبة المقترحة في الدراسة في شقها الميداني.

أما من حيث اتجاهاتهم نحو المعيقات التي تحد من إشباعاتهم عند متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة فقد كشفت الدراسة عن الاتجاه الإيجابي المطلق لدى المبحوثين نحو كل العبارات المدرجة في مقياس الدراسة أثناء عملية القياس.

كما أنه حسب نتائج الدراسة لم يظهر الاتجاه السلبي تماما نحو كل العبارات عبر كامل مراحل الدراسة في المحاور الأربعة مما يدل على مدى قوة المقياس في تحديد اتجاهات المبحوثين.

وفي الأخير نود أن نشير إلى أن هذه النتائج مرتبطة بأفكار الباحث واتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي– تبسة – الجزائر المبحوثين لا تخرج عن نطاق المجالات الزمانية والمكاية المحددة في هذه الدراسة، لذلك لا يمكن تعميمها على كل الأساتذة الجامعيين الجزائريين الذي يتابعون المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة، كما أنها تبقى نتائج قابلة للتوسع والاستزادة والتكملة بالبحث في حيثياتها من خلال إجراء دراسات أخرى تعالج هذا الموضوع من زوايا أخرى حسب الرؤي المختلفة للباحثين.

توصيات الدراسة:

انتهت هذه الدراسة الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي – تبسة إلى مجموعة من التوصيات نوجزها في ما يلي:

- الدعوة إلى إعادة النظر في جملة القوانين والنصوص المنظمة للعمل السياسي في المحيط الجامعي والتي تفصل بين المؤسسة الجامعية والممارسة السياسية، والسعي إلى تفعيل آليات وأساليب جديدة تسهم في إشراك الأساتذة الجامعيين الجزائريين في العمل السياسي دون توجس، وتخلصهم من الضغوطات والمخاوف التي قد تطال مسارهم العلمي والمهني وتحد من تطلعاتهم المستقبلية كما في السنوات الماضية.
- إعادة التفكير والنظر في كيفية قياس متغير الاستخدام الذي تطرحه مختلف نظريات الإعلام والاتصال، والانتقال في البحث من السؤال: كم من الوقت نقضيه في استخدام وسائل الإعلام يوميا ؟ إلى البحث في السؤال: كم من الوقت نقضيه خارج استخدام الميديا الجديدة يوميا ؟
- وضع سبل وآليات اجتماعية جديدة توطد علاقة الأساتذة الجامعيين بالآخرين خارج المؤسسة الجامعية لتعزيز دورهم في المجتمع والمساهمة في دفع عجلة التنمية في مختلف المجالات بالجزائر.
- تكثيف الجهود المنهجية من أجل الفصل بين نموذج الاستخدامات والإشباعات منهجيا ونموذج طلب واستدعاء المعلومات، لأن اكتساب الإشباعات وتحقيقها عند المستخدم لا نستطيع إدراكه إلا بفهم استدعاء المعلومات وطلبها وفهم سلوك الأفراد حينما يريدون الحصول عليها من أجل إشباع حاجاتهم.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: قائمة المصادر

- القرآن الكريم

ثانيا: قائمة المراجع باللغة العربية

القواميس والمعاجم والموسوعات:

1 ابن منظور. (1999). *لسان العرب* (الإصدار 02). (أمين محمد عبد الوهاب ومحمد الصادق العبيدي، المحرر) بيروت – لبنان: دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر والتوزيع.

2 ابن منظور. (2010). *لسان العرب* (الإصدار 01). القاهرة: دار المعارف.

3 شحاتة حسن، النجار زينب، و عمار حامد. (2003). *معجم المصطلحات التربوية والنفسية* (الإصدار 01). القاهرة: الدار المصري اللبنانية.

4 محمد حمدان. (2007). *معجم مصطلحات التربية والتعليم* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.

5 مي العبد الله. (2014). *المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والإتصال، لتوحيد المصطلحا* (الإصدار 01). بيروت: دار النهضة العربية للنشر و التوزيع.

6 ناصر المعايطة. (2004). *قاموس المصطلحات الادارية* (الإصدار 01). عمان، الأردن: مؤسسة البلسم للنشر والتوزيع.

الكتب:

7 أحمد رشاد على الرويني. (2018). مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام (الإصدار 01). الجزائر: دار الجديد للنشر والتوزيع.

8 أحمد شوقي الفنجري. (1999). كيف نحكم بالاسلام في دولة عصرية (الإصدار 02). القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

9 أحمد محمد محمود ريان. (2001). خدمات الإنترنت (الإصدار 4). أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: المجمع الثقافي.

10 أحمد محمود الخطيب، عادل سالم معايعة. (2006). الإدارة الإبداعية للجامعات نماذج حديثة (الإصدار 01). عمان: جدار للكتاب العالمي.

11 أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة (الإصدار 01). القاهرة – مصر: عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة.

12 إريك ميغري. (2022). سوسيولوجيا الإتصال والميديا (الإصدار 02). (نصر الدين العياضي، المترجمون) المنامة، البحرين: هيئة البحرين للثقافة والآثار.

13 أمينة نبيح. (2019). الاتصال الرقمي والإعلام الجديد موقع facebook نموذجا (الإصدار 01). الجزائر: دار غيداء للنشر والتوزيع.

14 أنول باتشيرجي. (2018). بحوث العلوم الإجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

15 بارعة شقير. (2023). نظريات الاتصال . دمشق، سوريا: منشورات جامعة دمشق.

16 باسم سرحان. (2017). طرائق البحث الاجتماعي الكمية (الإصدار 01). قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

17 باسم محمد ولي ومحمد جاسم العبيدي. (2015). المدخل إلى علم النفس الاجتماعي (الإصدار 02). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

18 بالنافز مارك، هيميلرمك ستيفاني، و شوسميث بريان. (2017). نظريات ومناهج الإعلام (الإصدار 01). (حطيبة عاطف، و أبو الحسن منال، المترجمون) مصر: دار النشر للجامعات.

19 باهي حسين، منى أحمد الأزهري، و نرمين محمود خليل. (2021). المرجع في البحث العلمي نظري – تطبيقي (الإصدار 01). مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

20 بسام عبد الرحمان المشابقة. (2014). نظريات الإعلام (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

21 بسام عبد الرحمان المشابقة. (2015). نظريات الاتصال (الإصدار 02). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

22 بشير معمرية. (2009). البحث النفسي في الجامعة (دراسات نقدية تحليلية) (الإصدار 01). جمهورية مصر العربية: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

23 بطرس البستاني. (1993). محيط المحيط. بيروت، لبنان: مطابع بيتوبراس ، مكتبة لبنان ناشرون.

24 بطرس غالي بطرس، و خيري عيسى محمود. (1998). المدخل في علم السياسة (الإصدار 01). القاهرة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

25 بلقاسم سلاطنية، و الجيلالي حسان. (2014). مدخل لمناهج البحوث الاجتماعية . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

26 بن الحاج يحى الجيلاني، البليش بلحسن، و علي بن هادية. (2003). القاموس الجديد الألفبائي (الإصدار 12). تونس: سراس للنشر.

27 بوحوش عمار، و محمد محمود الذنيبات. (2007). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (الإصدار 04). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

28 بومدين طاشمة. (2013). الأساس في منهجية تحليل النظم السياسية– دراسة في المفاهيم، الأدوات، المناهج، والاقترابات (الإصدار 1). الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.

29 بومدين طاشمة. (2018). مدخل إلى علم السياسة – مقدمة في دراسة أصول الحكم – (الإصدار 2018). الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.

30 تيسير مفلح كوافحة. (2003). القياس والتقييم أساليب القياس والتشخيص في التربية الخاصة (الإصدار 01). عمان – الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

31 جبر مؤمن، و مروى عبد اللطيف. (2016). نظرية الاتصال الجماعي (الإصدار 01). القاهرة، مصر: المكتب المصري للتوزيع.

32 جبريل بن حسن العريشي، و سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري. (2015). الشبكات الإجتماعية والقيم رؤية تحليلية (الإصدار 01). عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.

33 جعفر خانو الزيباري. (2020). السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال (الإصدار 01). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

34 جمال محمد أبو شنب. (2009). قواعد البحث العلمي والاجتماعي – التصميم والتنفيذ التجريبي– (الإصدار 02). الأزراطية، مصر: دار المعرفة الجامعية طبع نشر توزيع.

35 جنان سعيد الرحو. (2005). أساسيات في علم النفس. بيروت– لبنان : الدار العربية للعلوم ناشرون.

36 جودت بني جابر ، عبد العزيز المعايطة ، سعيد حسني العزة. (2002). المدخل غلى علم النفس (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الثقافة.

37 جون هارتلي، جان بيرجوس، و ألاكس برينز. (2018). إعلام جديد...تكنولوجيا جديدة (الإصدار 01). (هدى عمر السباعي، المترجمون) القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

38 جوني دانييل. (2015). أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية (الإصدار 01). (طارق عطية عبد الرحمان ومحمد بن إبراهيم عقيل، المترجمون) المملكة العربية السعودية: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.

39 جيهان أحمد رشتي. (1987). الأسس العلمية لنظريات الإعلام (الإصدار 01). القاهرة: دار الفكر العربي.

40 حسات شمسي باشا، و شمسي باشا ماجد حسان. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق (الإصدار 01). دمشق: دار القلم للنشر والتوزيع.

41 حسان أبو حسان. (2023). استخدام برنامج R في العينات وأوزان المعاينة. الأردن ، عمان: المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية.

42 حسان أحمد قمحية. (2017). الفيسبوك تحت المجهر (الإصدار 01). مصر: دار النخبة.

43 حسن علي محمود. (2006). تكنولوجيا الاتصال الحديثة : النشأة، التطور، الوظائف، التأثيرات (الإصدار 02). القاهرة: دار البيان للطباعة والنشر.

44 حسن عماد مكاوي، و ليلى حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار 01). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

45 حسنين شفيق. (2015). الإعلام الجديد و.. الجرائم الإلكترونية التسريبات .. التجسس.. الإرهاب الإلكتروني (الإصدار 01). مدينة السادس من أكتوبر، مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

46 حلمي خضر ساري. (2005). ثقافة الإنترنت – دراسة في التواصل الاجتماعي (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

47 خالد الغمري. (2014). نبوءة آمون – الإنترنت من الحرب الباردة إلى حروب الجيل الرابع وفتنة الأجيال (الإصدار 01). القاهرة: مركز الأهرام للنشر.

48 خالد جمال عبده. (2016). الإعلام البديل على الإنترنت – فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال (الإصدار 01). مصر: المكتب العربي للمعارف.

49 خالد عبد الوهاب الزيديين. (2013). القيادة الإدارية وتطوير منظمات التعليم العالي (الإصدار 01). الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.

50 خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية – ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم (الإصدار 01). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.

51 الخضر علي الخضر بحاث. (2016). أساسيات الحاسوب والبرمجيات. د.ب.ن: د.د.ن.

52 خضرة عمر المفلح. (2015). الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

53 خليل أبو أصبع. (2005). قضايا إعلامية (الإصدار 02). عمان، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

54 رابح زاوي. (28 12, 2023). الدبلوماسية الجزائرية أصبحت نموذجا دوليا. الجزائر، جامعة البويرة.

55 رجاء محمود أبوعلام. (2014). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية (الإصدار 09). القاهرة: دار النشر للجامعات.

56 رحيمة الطيب عيساني. (2007). مدخل إلى الإعلام والاتصال- المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية (الإصدار 01). الجزائر: مطبوعات الكتاب والحكمة.

57 رسان محمد سيد. (2012). الإعلام الجديد (الإصدار 01). القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع.

58 رشيد حسين أحمد البرواري. (2013). الاتجاهات النفسية نحو عمل المرأة السياسي والاجتماعي وعلاقتها بالتنشئة الاسرية (الإصدار 01). عمان – الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.

59 رضا أمين. (2015). الإعلام الجديد (الإصدار 01). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

60 رضا عبد الواجد أمين. (2007). الصحافة الإلكترونية (الإصدار 01). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

61 رمان ماتلار، و ماتلار ميشال. (2005). تاريخ نظريات الاتصال (الإصدار 01). (العياضي نصر الدين، و رابح الصادق، المترجمون) بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

62 رئيس مجلس آداب وأخلاقيات المهنة الجامعية . (08, 2023). ميثاق الآداب والأخلاقيات الجامعية. الجزائر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

63 زهرة بلعليا. (2022). دروس ومحاضرات في نظريات الاعلام والاتصال لطلبة السنة الثالثة ليسانس إعلام (الإصدار 01). الجزائر: دار الأوطان للثقافة والإبداع.

64 زينب شحاتة محمد صباح. (2017). الويب 0.3 والامكانيات التربوية المستقبلية والمميزات والتطبيقات. مصر: كلية التربية، قسم تكنولوجيا التعليم، جامعة طنطا.

65 سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة. (2011). علم النفس الاجتماعي (الإصدار 01). المملكة الأردنية الهاشمية: دار الحامد للنشر والتوزيع.

66 سامي محمد ملحم. (2001). سيكولوجية التعلم والتعليم الأسس النظرية والتطبيقية (الإصدار 01). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

67 ساندرا بول روكيتش، و ملفين ل ديفلر. (1992). نظريات وسائل الإعلام (الإصدار 01). (كمال عبد الرؤوف، المترجمون) القاهرة، مصر: لدار الدولية للنشرو التوزيع.

68 سبيلا محمد، و الهرموزي نوح. (2017). موسوعة المفاهيم الأساسية في العلوم الإنسانية والفلسفة (الإصدار 01). بغداد، العراق: منشورات المتوسط.

69 سعد آل سعود. (2010). الإتصال والإعلم السياسي (الإصدار 01). الرياض، المملكة العربية السعودية: سعد آل سعود: الإتصال والإعلم السياسي، ط1، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010، ص ص 113- 114.

70 سعد الحاج بن جخدل. (2019). العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.

71 سعد عبد الرحمان. (2008). القياس النفسي النظرية والتطبيق (الإصدار 05). الجيزة، مصر: هبة النيل العربية للنشر والتوزيع.

72 سعيد التل. (2006). مناهج البحث العلمي (الإصدار 01). عمان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

73 سلطان مسفر مبارك الصاعدي. (2010). الشبكات الاجتاعية خطر أم فرصة. المملكة العربية السعودية: شبكة الألوكة .

74 سناء حسن عماشة. (2010). الاتجاهات النفسية والاجتماعية أنواعها ومدخل لقياسها (الإصدار 01). مصر: مجموعة النيل العربية.

75 سهيل محمد العزام. (2009). الوجيز في جرائم الإنترنت (الإصدار 01). المملكة الأردنية الهاشمية: دار دائرة المكتبة الوطنية بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية.

76 سوتيريوس سارانتاكوس. (2017). البحث الإجتماعي (الإصدار 01). (شحدة فارع وثائر ديب، المترجمون) قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

77 سيغموند فرويد. (2006). علم نفس الجماهير وتحليل الأنا (الإصدار 01). (جورج طرابيشي، المترجمون) بيروت، لبنان: دار الطليعة للطباعة والنشر ورابطة العقلانيين العرب.

78 سيل بيتر بي. (2017). الكون الرقمي – الثورة العالمية في الاتصالات (الإصدار 01). (ضياء وزّاد، مراجعة نيقين عبد الرؤوف، المترجمون) المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي أي سي.

79 شريف درويش اللبان. (2008). شبكة الإنترنت بين حرية التعبير وآليات الرقابة. مصر: دار الكتاب الحديث.

80 شعبان علي حسين السيسي. (2010). علم النفس، أسس السلوك الانساني بين النظرية والتطبيق (الإصدار 01). الإسكندرية – مصر: المكتب الجامعي الحديث.

81 شيماء ذو الفقار زغيب. (2023). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية (الإصدار 06). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

82 شيماء ذو الفقار زغيب. (2023). مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (الإصدار 06). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

83 الصادق الحمامي. (2012). المديا الجديدة الإبستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات، سلسلة البحوث المنشورات الجامعية بمنوبة (الإصدار 01). تونس: سلسلة البحوث المنشورات الجامعية بمنوبة.

84 صالح العلي. (2015). مهارات التواصل الإجتماعي أسس ومفاهيم وقيم (الإصدار 01). عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

85 صالح محمد أبو جادو. (2011). علم النفس التربوي (الإصدار 02). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

86 صلاح الدين أحمد الجماعي. (2010). الإغتراب النفسي الاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي (الإصدار 01). المملكة الأردنية الهاشمية: دار زهران للنشر والتوزيع.

87 عاطف عدلي العبد عبيد. (2002). نظريات الإعلام والرأي العام الأسس العلمية والتطبيقات العربية. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.

88 عاطف عدلي العبد، و نهى عاطف العبد. (2011). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (الإصدار 01). القاهرة، مصر: دار الإيمان للطباعة.

89 عامر مصباح. (2011). علم النفس الاجتماعي في السياسة والاعلام (الإصدار 01). الجزائر: دار الكتاب الحديث.

90 عباس مصطفى صادق. (2003). صحافة الأنترنت قواعد النشر الإلكتروني الصحافي الشبكي. أبو ظبي: الظفرة للطباعة والنشر.

91 عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (الإصدار 01). عمان، الأردن: دارالشروق للنشر والتوزيع.

92 عبد الحفيظ سعيد مقدم. (2015). مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والتربوية والنفسية (الإصدار 01). المملكة العربية السعودية: دار النشر الدولي للنشر والتوزيع.

93 عبد الحكيم العادلي مرزوق. (2004). الاعلانات الصحفية (الإصدار 01). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

94 عبد الحميد صلاح محمد. (2011). الإعلام الجديد (الإصدار 01). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

95 عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني (الإصدار 01). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

96 عبد الرحمان عدس. (1999). علم النفس التربوي نظرة معاصرة (الإصدار 02). عمان، الأردن: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

97 عبد الرزاق محمد الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

98 عبد الرزاق محمد الدليمي. (2018). دراسات وبحوث في الإعلام (الإصدار ط1). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

99 عبد القادر طه فرج، محمد السيد أبو النيل، شاكر عطية قنديل، و عبد القادر محمد حسين. (1989). معجم علم النفس والتحليل النفسي (الإصدار 01). بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

100 عبد اللطيف محمد خليفة و عبد المنعم شحاتة محمود. (1994). سيكولوجية الاتجاهات (المفهوم – القياس – التغيير) (الإصدار 01). القاهرة – مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

101 عبد المجيد شكري. (1996). تكنولوجيا الاتصال الجديدة في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون (الإصدار 01). القاهرة: دار الفكر العربي.

102 عبد النبي رجواني. (2008). مجالات وافاق تكوين الأستاذ (الإصدار 01). المغرب: دار افريقيا الشرق.

103 عبد النبي عبد الله الطيب. (2014). فلسفة ونظريات الإعلام (الإصدار 01). الهرم،مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

104 عزيز حنا داود و تحشين علي حسين. (1992). علم تغيير الاتجاهات النفسية الاجتماعية (الإصدار 01). القاهرة – مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

105 عصام حسن الدليمي، و علي عبد الرحيم صالح. (2014). البحث العلمي اسسه ومناهجه (الإصدار 01). عمان، الاردن: دار الرضوان للنشر والتوزيع.

106 عصام سليمان. (1989). مدخل إلى علم السياسة (الإصدار 02). بيروت– لبنان: دار النضال للطباعة والنشر والتوزيع.

107 علاء محمد مطر. (2018). مبادئ العلوم السياسية (الإصدار 02). غزة، فلسطين: جامعة الإسراء.

108 علي أحمد عبد الله. (23 جويلية, 2022). الوظائف السياسية لوسائل الإعلام 2. الوطن، 1-5.

109 علي عبد الفتاح كنعان. (2014). إدارة المؤسسات الإعلامية (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

110 علي عبد الفتاح كنعان. (2014). الإعلام والمجتمع (الإصدار 01). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

111 علي قسايسية. (2012). جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها. الجزائر: دار الورسم للنشر والتوزيع.

112 علي لفتة العيساوي. (2021). الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي: دراسة وصفية تحليلية. العراق: المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف الأشرف.

113 علي محمد الرباعية. (2008). تحديات الشبكة الدولية الإنترنت ووسائل استخدامها (الإصدار 01). عمان، المملكة الأردنية الهاشمية: دار الفاروق للنشر والتوزيع.

114 عماد عبد الرحيم الزغول. (2012). مبادئ علم النفس التربوي (الإصدار 02). العين – الامارات العربيةالمتحدة: دار الكتاب الجامعي.

115 عمادة تطوير المهارات . (2009). دليل الأستاذ الجامعي. الرياض، السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية ، جامعة الملك سعود.

116 عمادة تطوير المهارات. (2010). نصائح في التدريس الجامعي. المملكة العربية السعودية: جامعة الملك سعود .

117 عمار بوحوش وآخرون. (2019). منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإجتماعية (الإصدار 01). برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.

118 عمر أبو خرمة. (2004). نحو النص نقد النظرية وبناء أخرى (الإصدار 01). الأردن: عالم الكتاب الحديث.

119 عمر خالد المفسري. (2013). الاتصال الجماهيري والإعلام الأمني (الإصدار 01). الأردن، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

120 غالب كاظم جياد الدعمي. (2017). الإعلام الجديد إعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة (الإصدار 01). الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع والطباعة.

121 غريب محمد، و حلمي وجدي. (2019). مناهج البحث الإعلامي الأسس النظرية والتطبيقية (الإصدار 01). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

122 فاضل راضي وسام، و مهند حميد التميمي. (2017). الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية (الإصدار 01). دولة الإمارت العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.

123 فتحي شمس الدين. (2013). شبكات التواصل الإجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر (الإصدار 01). القاهرة مصر: دار النهضة العربية.

124 فريزر كولن، بيرشيل برندان، هاي ديل، و ديوفين جيرارد. (2012). تقديم علم النفس الاجتماعي (الإصدار 01). (فارس حلمي، المترجمون) عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

125 فضيل دليو. (2010). التكنولوجيا الجديدة للإعلام والإتصال(ntic-nict))المفهوم-الإستعمالات-الأفاق (الإصدار 01). الأردن: دارالثقافة للنشرالتوزيع.

126 فضيل دليو. (2018). مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال المفاهيم والنماذج والأنظمة (الإصدار 01). الجزائر: ألفا للوثائق – نشر استيراد وتوزيع كتب.

127 فضيل دليو، الهاشمي لوكيا، و ميلود سفاري. (2001). إشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية (الإصدار 01). الجزائر: منشورات جامعة منتوري بقسنطينة.

128 فهمي النجار. (2005). الحرب النفسية – أضواء إسلامية (الإصدار 01). الرياض، السعودية: دار الفضيلة للنشر والتوزيع.

129 فؤاد الساري. (2015). وسائل الإعلام النشأة والتطور (الإصدار 01). الأردن – عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

130 فوزي شريطي مراد. (2015). التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد (الإصدار 01). الأردن، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

131 فيصل الشنطاوي. (2003). النظم السياسية والقانون (الإصدار 01). الأردن: كلية الحقوق بالجامعة الأردنية.

132 قحطان أحمد سليمان الحمداني. (2004). الأساس في العلوم السياسية (الإصدار 01). عمان: دار مجدلاوي للنشر والطباعة.

133 قطامي نايفة. (2013). نموذج شوارتز وتعلم التفكير (الإصدار 01). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

134 كان ساندرا. (2014). المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة (الإصدار 01). (مدحت محمد أبو النصر، المترجمون) القاهرة، مصر: المركز القومي للترجمة.

135 كمال الحاج. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجمهورية العربية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.

136 كيت ناش. (2013). السوسيولوجيا السياسية المعاصرة العولمة، والسياسة، والسلطة (الإصدار 01). (حيدر حاج اسماعيل، المترجمون) بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

137 كيد وورين، لج كارين، و هراري فليب. (2012). السياسة والسلطة (الإصدار 01). أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية.

138 ليلى أحمد جرار. (2012). الفايسبوك والشباب العربي (الإصدار 01). الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

139 ماجد زكي الجلاد. (2013). تعلم القيم وتعليمها – تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم (الإصدار 04). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

140 ماهر عودة الشمايلية، محمود عزت اللحام، و مصطفى يوسف كافي. (2015). الإعلام الرقمي الجديد (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

141 مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. (2005). القاموس المحيط (الإصدار 08). بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع.

142 مجد الهاشمي. (2012). تكنولوجيا الاتصال الجماهيري – مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة (الإصدار 01). الأردن – عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

143 محس جلوب جبر الكناني. (2012). الإعلام الفضائي والجنس (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

144 محسن علي عطية. (2008). تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

145 محمد جاسم العبيدي، باسم محمد ولي. (2015). المدخل إلى علم النفس الاجتماعي (الإصدار 03). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

146 محمد خليل عباس، محمد بكر نوفل، محمد مصطفى العبسي، و محمد أبو عواد فريال. (2014). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس (الإصدار 05). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

147 محمد سالم دوبل. (2023). ما هو الواتس آب. د، ب،ن: دار سعد .

148 محمد سعود البشير. (2014). نظريات التأثير الإعلامي (الإصدار 01). الرياض، المملكة العربية السعودية: العبيكان للنشر والتوزيع.

149 محمد سليمان أمين علي، و أبو علام رجاء محمود. (2009). القياس والتقويم في العلوم الانسانية أسسه وأدواته وتطبيقاته (الإصدار 01). القاهرة: دار الكتلب الحديث.

150 محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة، مصر: عالم الكتاب، نشر، طباعة، توزيع.

151 محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (الإصدار 02). القاهرة، مصر: عالم الكتاب،نشر، توزيع، طباعة.

152 محمد عبد الحميد. (2007). الاتصال والاعلام على شبكة الإنترنت (الإصدار 01). القاهرة، مصر: عالم الكتاب نشر، توزيع، طباعة.

153 محمد عبد السلام. (2020). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية. القاهرة – مصر: مكتبة نور.

154 محمد عزام. (1998). وجوه الماس البنيات الجذرية في أدب على عقلة– دراسة أدبية– . دمشق، سوريا: منشورات اتحاد الكتاب العرب.

155 محمد فتحي عبد الهادي و أحمد بدر. (2001). المكتبات الجامعية – تنظيمها وإدارتها وخدماتها ودورها في تطوير التعليم الجامعي والبحث العلمي (الإصدار 04). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

156 محمد محمد البادي. (2006). مدخل إلى دراسة الرأي العام (الإصدار 02). المنصورة، مصر: كلية التربية النوعية بدمياط.

157 محمد مرعى جبران القحطاني. (1996). الاتجاهات نحو علم النفس لدى طالب بعض الجامعات السعودية – دراسة وصفية تحليلية مقارنة . مكة المكرمة – السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر.

158 محمود خضر. (2015). الإعلام والمعلومات والإنترنت (الإصدار 01). عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع.

159 محمود طارق هارون. (2017). الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية – النظرية والتطبيق (الإصدار 01). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

160 محمود محمد علي. (2021). الميتافيرس .. ثورة مابعد "فيس بوك" . مصر: جامعة أسيوط .

161 مراد كامل خورشيد. (2014). الإتصال الجماهيري والإعلام (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

162 مركز الحرب الناعمة للدرسات. (2016). شبكات التواصل الإجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة (الإصدار 01). بيروت– لبنان: جمعية المعارف الاسلامية الثقافية.

163 مركز المحتسب للاستشارات. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب – تويتر نموذجا– (الإصدار 01). الرياض، المملكة العربية السعودية: دار المحتسب للنشر والتوزيع.

164 مسعود جبران. (1992). الرائد معجم لغوي عصري (الإصدار 07). بيروت، لبنان: دار العلم للملايين مؤسسة ثقافية للتأليف والترجمة والنشر

165 مصطفى يوسف كافي. (2015). الرأي العام ونظريات الإتصال (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

166 مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان. (2022). انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي (الإصدار 01). برلين- ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية، والإقتصادية.

167 ممدوح محمد عارف الشياب. (2015). الدعوى الدستورية بين الرقابة السياسية والرقابة القضائية – دراسة مقارنة- . عمان، الأردن: قسم القانون العام بجامعة الشرق الأوسط.

168 منال هلال المزاهرة. (2012). ظريات الاتصال (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الفجر للنشر والتوزيع.

169 منذر صالح جاسم الزبيدي. (2013). دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي (الإصدار 01). الأردن، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

170 مننهى الكيلاني. (2019). دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي – دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط .

171 مها عبد المجيد صلاح. (2012). الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية. الملتقى العلمي الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات (الصفحات 01-27). عمان، الاردن: كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية – جامعة عجمان.

172 موراد مرداسي. (2009). مواضيع علم النفس وعلم النفس الاجتماعي تآليف نظرية ومنهجية (الإصدار 02). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

173 مورلينو ليوناردو، شلوسر ديرك بيرج، و بديع برتراند. (2018). علم السياسة (منظور عالمي). (محمد فاضل، ومحمد الطناحي، المترجمون) القاهرة: الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، مصر.

174 مولود ديدان. (2016). مباحث في القانون الدستوري والنظم السياسية على ضوء التعديل الدستوري الأخير في 06 مارس 2016 (الإصدار 01). الجزائر: دار بلقيس للنشر والتوزيع.

175 مؤيد نصيف جاسم السعدي. (2016). الوظيفة الإتصالية لموقع التواصل الإجتماعي دراسة في موقع فيسبوك (الإصدار 01). قسنطينة، الجزائر: ألفا للوثائق نشر وإستيرد وتوزيع الكتب.

176 نادية سعيد عيشور. (2021). أشغال الملتقى الدولي التعليم عن بعد في الجامعات الجزائرية في مواجهة تحديات جائحة كورونا. الجزائر: دار سوهام للنشر والتوزيع.

177 ناظم عبد الواحد الجاسور. (2008). مجموعة المصطلحات السياسية والفلسفية والدولية (الإصدار 01). بيروت: دار النهضة العربية.

178 نبيهة صالح السامراني. (2007). علم النفس الإعلامي – مفاهيم – نظريات – تطبيقات (الإصدار 01). عمان – الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

179 نجلاء محمد جابر. (2015). دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.

180 نصير بوعلي. (2009). قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام فكر إعلامي (1). قسنطينة الجزائر: منشورات مكتبة اقرأ.

181 نعمه أنطوان، عصام مدور، عجيل لويس، و شماس متري. (2001). المنجد في اللغة العربية المعاصرة (الإصدار 02). بيروت، لبنان: دار المشرق.

182 هاني الجزار. (2011). علم النفس الإعلامي والثقافي (الإصدار 01). القاهرة- مصر: صرح للنشر والتوزيع.

183 وسام بوقلمون، و عائشة كريكط. (30 12, 2019). آليات التربية الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة – موقع اليوتيوب أنموذجا. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 06(04)، الصفحات 21-33.

184 وفاء محمد البرعي. (2002). دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري (الإصدار 01). الأزاريطة الاسكندرية – جمهورية مصر العربية: دار المعرفة الجامعية.

185 وليم و. لامبرت و ولاس إ. لامبرت. (1993). علم النفس الاجتماعي (الإصدار 02). (سلوى الملا، المترجمون) القاهرة – مصر: دار الشروق.

186 ياس خضير البياتي. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.

187 يوسف محمود قطامي. (2009). مبادئ علم النفس التربوي (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الفكر ناشرون وموزعون.

الرسائل الجامعية:

188 ابراهيم موصللي. (2015). دور محددات اتجاهات العملاء نحو الإعلانات عبرشبكة الأنترنت في سلوكهم الاستجابي– دراسة ميدانية " عملاء الأسواق التجارية عبر الشبكة الاجتماعية Facebook. *أطروحة دكتوراه*. حلب، قسم ادارة الأعمال، سوريا: جامعة حلب.

189 أحمد أمين فورار. (2010–2011). أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي– دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين. *مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال: كلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر3.

190 أحمد زرزور. (2005–2006). تقييم تطبيق الإصلاح الجامعي الجديد نظام "ليسانس، ماستر، دكتوراه" في ضوء تحضير الطلبة إلى عالم الشغل– دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة والمركز الجامعي بأم البواقي. *مذكرة ماجستير*. الجزائر، علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، قسنطينة: كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية.

191 أسماء عميرة. (2012–2013). إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي – دراسة حالة جامعة جيجل. *مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسيير الموارد البشرية*. الجزائر، قسم علوم التسيير، قسنطينة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة قسنطينة 02.

192 بسام أحمد شريف. (2016–2017). وسائط الاتصال الجديدة ودورها في التغيير السياسي في الدول العربية، دراسة وصفية تحليلية لاتجاهات عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في عملية التغيير. *أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال*. الجزائر، قسم علوم الإعلام: كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 03.

193 جمال الدين رابحي، و موسى تارش. (2016). الرأي العام بين وسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد: دراسة مسحية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال وقسم العلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح – ورقلة. *رسالة ماجستير*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاصال، ورقلة: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية – جامعة ورقلة.

194 حسن قطيم طماح المطيري. (13 05, 2013). الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي. *دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير* . الأردن، قسم الإعلام: كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط.

195 حسين سالم مرجين. (2018). الأستاذ الجامعي ومعايير الجودة والاغتماد الليبية بين عراقيل الواقع الراهن وآفاق المستقبل " جامعة طرابلس أنموذجا". *الملتقي المغاربي الثالث حول إصلاح التعليم راهن جودة الأداء التدريسي للمدرس في بلدان المغرب العربي وإمكانات التطوير* (الصفحات 1–15). طرابلس: قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة طرابلس.

196 الخامسة رمضان. (2011– 2012). استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي– دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر – بسكرة. *مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير*. الجزائر، قسم العلوم الانسانية، بسكرة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية – بجامعة محمد خيضر – بسكرة.

197 خولاء غانم المري. (22 05, 2016). تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية. *رسالة مقدمة لنيل متطلبات الحصول على درجة الماجستير*. الأردن، قسم الإعلام: كلية الإعلم، جامعة الشرق الأوسط.

198 رابح عمار. (2016–2017). الصحافة الألكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية. *أطروحة دكتوراه*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة أحمد بن بلة بوهران.

199 زواوي الحاج سعد. (2012–2013). اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة – دراسة ميدانية أجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة. *مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع الاتصال*. قسم العلوم الاجتماعية، بسكرة– الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية – جامعة محمد خيضر بسكرة.

200 سلطان خلف المطيري. (2015). شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي. *رسالة ماجستر*. الرياض، السعودية، العلوم الإسترتيجية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

201 سهام بوقلوف. (2017–2018). استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية – دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايس بوك. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث*. الجزائر، قسم علوم الاتصال: كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

202 سهيلة بوعمر. (2013–2014). الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي " فيسبوك". *مذكرة ماجستير*. قسم العلم الاجتماعية / علم النفس الاجتماعي، بسكرة – الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.

203 سوهيلة بضياف. (2009 – 2010). المدونات الإلكترونية في الجزائر – دراسة في الاستخدمات والاشباعات. *مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، باتنة: جامعة الحاج لخضر – باتنة.

204 شرحبيل غالب حميد أبو سويلم. (27 01, 2015). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على اللأخبار والمعلومات – دراسة مسحية تحليلية –. *رسالة ماجستير*. عمان، الأردن، كلية الإعلام: جامعة الشرق الأوسط.

205 عبد السلام غرابي. (2021–2022). صناعة المضامين ال'لامية في البيئة الجديدة وأدوار مستخدميها – دراسة تحليلية لموقع الجزيرة الإلكتروني. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة محمد بوضياف المسيلة.

206 عبدالله ممدوح مبارك الرعود. (08 03, 2011–2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . *رسالة مقدنة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام*. الأردن: كلية الإعلام– جامعة الشرق الأوسط.

207 عبلة بوساحة. (2006–2007). اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق النموذج الثقافي التنظيمي للنظرية z – دراسة ميدلنية بكلية الآداب والعلوم الانسانية – عنابة. *مذكرة ماجستير*. الجزائر، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوغرافيا، عنابة: كلية الآداب والغلوم الانسانية – جامعة منتوري قسنطينة.

208 عدنان أحمد أبو جبر. (2014). دور أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية بغزة في تعزيز مبدأ الوسطية لدى طلبتهم وسبل تفعيله. *مذكرة ماجستير*. أصول التربية، التربية الإسلامية، غزة: كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.

209 عمر أحمد رمضان. (2012–2013). دور الصحافة الالكترونية الكوردية في تشكيل الاتجاهات السياسية لأساتذة جامعة السليمانية – دراسة ميدانية – . *أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه* . العراق، قسم الإعلام، السليمانية: جامعة السليمانية سكول العلوم الإنسانية.

210 فريد صالح أشرف عصام. (18 05, 2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. *رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام*. الأردن، قسم الإعلام: كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط.

211 فريدة صغير عباس. (2019–2020). تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك بولاية عين الدفلى –. *أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه LMD*. الجزائر، قسم الاتصال: كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3.

212 لامية صابر. (2017–2018). وسائط الإعلام الجديدة ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري – دراسة استطلاعية –. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال: كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر –3–.

213 محمد جلال اكريم السعايدة. (25 04, 2015). مهارات التدريس الجامعي التي ينبغي توافرها لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة البلقاء التطبيقية من وجهة نظر طلبتهم . *رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير تخصص المناهج وطرائق التدريس*. عمان، الأردن: كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط.

214 محمد فتحي عمرو. (20 06, 2019). استخدامات الشباب الجامعي تطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والاشباعات المتحققة. *مذكرة ماحستير*. عمان – الأردن، قسم الإعلام: كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط.

215 منى بن عون. (2016–2017). الشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري – دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي – جامعة تبسة أنموذجا –. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم*. الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، عنابة: كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة باجي محتار عنابة.

216 ميساء محمد مصطفى أحمد حمزة. (2017). أثر استخدام بعض تطبيقات ويب 0.2 في مقرر تكنولوجيا التعليم على تنمية بعض المهارات الحياتية لدى طلاب الفرقة الثانية شعبة الفلسفة والاجتماع بكلية التربية. مصر: قسم المناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة بنها.

217 نصر الدين غراف. (2010–2011). التعليم الإلكتروني مستقبل الجامعة الجزائرية – دراسة في المفاهيم والنماذج –. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم المكتبات*. الجزائر، قسم علم المكتبات، قسنطينة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة منتوري – قسنطينة. تاريخ الاسترداد 22 11, 2023، من https://aawsat.com/home/article/190701

218 نهى حلمي السيد أحمد. (30 04, 2022). دور الإعلام الجديد كأحد أطر التنشئة السياسية في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي – بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة دكتوراه فلسفة. *مجلة دراسات تربوية واجتماعية، 28*(2.4)، الصفحات 179–228.

219 هدى بعوش. (2011–2012). اتجاهات الطلبة المعلمين نحو مهنة التعليم – دراسة ميدانية على عينة من طلبة المدرسة العليا للاساتذة بقسنطينة. *مذكرة ماجستبر تخصص علم اجتماع التربية*. قسم علم الاجتماع، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.

المجلات العلمية والدوريات:

220 ابراهيم يوسف فوزي. (03, 1989). مقياس الاتجاهات النفسية لطلبة وطالبات الجامعة نحو المشاركة في خدمة البيئة بناء المقياس والتقنين. المجلة التربوية – مصر، 4، الصفحات 153-205.

221 أحمد خليفة زواري. (01 09, 2017). استخدام الشبكة العنكبوتية الإنترنت وسط المراهقين المتمدرسين بين التهويل والتقليل. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 09(30)، الصفحات 527-538.

222 أحمد ضيف، و محمد بن موسى. (31 07, 2013). الحكومة الإلكترونية، السياق التاريخي، تقويم المسعى وتحدي التفعيل. مجلة الإستراتيجية والتمنية، 03(05)، الصفحات 139- 163.

223 أحمد فلوح. (09 03, 2016). دور الجامعة في خدمة المجتمع. مجلة علوم الانسان والمجتمع، 5(1)، الصفحات 213-236.

224 أحمد محمد علي سليمان. (01 12, 2019). التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد. مجلة جامعة الوصل للدراسات الإسلامية والعربية(58)، الصفحات 05- 77.

225 أشواق بنت عبد الله السحيم. (03 10, 2021). واقع استخدام معلمات الحاسب الآلي لمجتمعات التعليم عبر تطبيق التليجرام في دعم نموهن المهني في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، 13(3)، الصفحات 35-61.

226 آلاء حسين عبد. (2022). فيسبوك واستخداماته المعرفية في تجويد التعليم الإلكتروني. المؤتمر الدولي الثاني – التعليم بعد جائحة كورونا التحديات والمعالجات. 16-02، الصفحات 375- 382. العراق: مجلة الجامعة العراقية.

227 أمال نميسي. (09 04, 2023). وظائف المحتوى الإعلامي الجزائري – جريدة الشروق اليومي نموذجا-. مجلة دراسات، 14(01)، الصفحات 349- 371.

228 أمجد وحيد الدين أحمد. (01 12, 2022). الضبط الاجتماعي ودعم النسق القرابي. مجلة أسوان للعلوم الإنسانية، 02(02)، الصفحات 64- 69.

229 إيمان جابر حسن شومان. (04, 2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسة – دراسة ميدانية على عينة من الشباب في المجتمع المصري. حوليات آداب عين شمس، 49، الصفحات 390-441.

230 إيمان دني، و أمين البار. (01 01, 2020). الاشتشراف في الدراسات السياسية والاستراتيجية. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، 09(16)، الصفحات 84-97.

231 أيوب رقاتي. (15 03, 2022). الأساليب الإحصائية في تقدير أحجام العينات في علوم الإعلام والاتصال. مجلة المعيار، 26(02)، الصفحات 1088-1101.

232 باديس بوشامة. (29 06, 2018). المشاركة السياسية وإشكالية المفهوم. مجلة العلوم الانسانية، 05(01)، الصفحات 41-50.

233 بسام محمد أحمد الصرفندي. (19 03, 2017). اتجاهات النخبة السياسية والاعلامية نحو الأداء الدبلوماسي الفلسطيني. فلسطين، الدبلوماسية والعلاقات الدولية: اكاديمية الادارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى.

234 بلخيري الحواس. (01 06, 2021). الخطاب المنطوق والخطاب المكتوب من منظور تداولي. الممارسات اللغوية، 12(02)، الصفحات 353-375.

235 بواب رضوان. (01 12, 2015). الآداء الوظيفي والاجتماعي للأستاذ الجامعي في نظام الألمدي L M D. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 7(21)، الصفحات 71-86.

236 توفيق محمد الفيل خالد، و أحمد إسماعيل أبو سالم. (31 12, 2018). دراسة تأثير إستخدام الشباب للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. مجلة المنوفية للعلوم الزراعية والاقتصادية والاجتماعية، 03(06)، الصفحات 523-539.

237 الجريدة الرسمية الجزائرية. (13 03, 2024). الجريدة الرسمية اتفاقات دولية ، قوانين، ومراسيم، قرارات وآراء، مقررات، مناشير، إعلانات وبلاغات. الجريدة الرسمية الجزائرية، 61(18)، الصفحات 01-31.

238 جمال الزرن. (01 08, 2007). المدونات الإلكترونية و "سلطة التدوين". مجلة شؤون عربية، 01(130)، الصفحات 160- 187.

239 جهاد الغرام. (01 07, 2016). الدور الإقليمي للجزائر في إفريقيا- المحددات والأبعاد. مجلة أفاق لعلم الاجتماع، 06(1)، الصفحات 161-178.

240 حسينة أقراد. (30 06, 2023). مخاطر التطبيقات المستحدثة عبر الويب 0.2 على الشباب من متعة التسلية إلى مواجهة خظر الموت تحديات – التيك توك" أنموذجا. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والغنسانية، 15(02)، الصفحات 138-147.

241 حمد بن صالح بن عبد العزيز الغنيم. (30 04, 2018). واقع استخدام أدوات الويب 0.2 في التعليم من وجهة نظر الطالب المعلم في ضوء بعض المتغيرات. مجلة كلية التربية ببنها، 2(114)، الصفحات 77-130.

242 حمزة هواري. (01 09, 2015). مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي. محلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 07(20)، الصفحات 221-232.

243 حميد شهيد جفات. (15 10, 2021). الإعلام الجديد ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام العراقي. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، 32(32)، الصفحات 1093-1110.

244 خديجة شرفية، و عبد الرحمان بن مبارك وغدود. (22 01, 2021). تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي _ دراسة تحليلية لصفحة انستغرام Constantine.dz . مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، 03(01)، الصفحات 92-100.

245 خديجة عبد العزيز علي ابراهيم. (01 06, 2014). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر (دراسة ميدانية). العلوم التربوية، 22، الصفحات 413-476.

246 دحمان بريني. (09, 2018). دور الجامعة في خدمة المجتمع. مجلة أفاق للعلوم، 04(13)، الصفحات 164-174.

247 دهبية آيت قاسي. (30 12, 2021). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضمن السياقات السوسيوثقافية للأسرة الجزائرية (دراسة في الأنماط ، المحددات، والضوابط). مجلة آفاق فكرية، 09(03)، الصفحات 265-286.

248 رضوان بواب. (12, 2015). الأداء الوظيفي والإجتماعي للأستاذ الجامعي في نظام الألمدي L M D. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية(21)، الصفحات 71-86.

249 رضوان بواب، و فتيحة حنك. (30 06, 2020). الهجرة غير الشرعية لدى الشباب الجزائري – تشخيص للأسباب، الانعكاسات، الحلول-. مجلة الأكاديمية في العلوم الاجتماعية، 01(02)، الصفحات 389-407.

250 ريان مبارك. (27 10, 2020). الإشكاليات المنهجية في تحليل محتوى الويب. المجلة الجزائرية للاتصال، 22(01)، الصفحات 78-91.

251 ريم بن دعاس، و ياسين قرناني. (11 05, 2020). دور الإدارة الالكترونية في تفعيل سيايات الاتصال العمومي- دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الداخلي بولاية سطيف. مجلة الدراسات الإعلامية(11)، الصفحات 216- 236.

252 ريم هند. (08 12, 2021). التجارة الإلكترونية. مجلة البصائر للدراسات القانونية والإقتصادية، 01(03)، الصفحات 170 - 184.

253 ريهام عاصم غنيم. (01 09, 2015). اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي : دراسة استكشافية تحليلية. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، 02، الصفحات 57-83.

254 زكي حسين الوردي. (01 06, 2007). صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت عرض وتحليل. مجلة الباحث الإعلامي، 01(03)، الصفحات 11-18.

255 سامية مهدي. (01 12, 2016). مواقع الشبكات الاجتماعية – قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 04(06)، الصفحات 162-174.

256 سعد بن عبد الله الراشد. (30 جوان, 2014). إدمان الإنترنت لدى طلاب الجامعة في المملكة العربية السعودية – دراسة اختبارية للاستبيان التشخيصي ل "كيمبيرلي يونج". مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 11(01)، الصفحات 01-30.

257 سعيدة خيرة بن عمار، و ريحانة بلوطي. (25 12, 2021). إشكالية استخدام المنهج الكيفي في بحوث الإعلام الجديد. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 07(02)، الصفحات 540-552.

258 سفيان رقيق، و عز الدين علي. (25 12, 2016). تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون من منظور تكنولوجيا الإنترنت. مجلة البديل الإقتصادي، 03(02)، الصفحات 245-264.

259 سمير صالحي، و عبيدة صبطي. (30 06, 2024). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة- تطبيق التيك توك أنموذجا. مجلة آفاق علم الاجتماع، 14(01)، الصفحات 132- 146.

260 سميرة شيخاني. (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق(01+02)، الصفحات 435-480.

261 سهيل شراد، و سميرة بوشعالة. (01 07, 2023). لينكدإن: تانشأة والخصائص، قراءة تحليلية ومقارنة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 10(02)، الصفحات 217- 241.

262 سهيلة بوعمر، نصر الدين جابر، و محمد العادل. (15 07, 2021). شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 13(3)، الصفحات 181-192.

263 السيد صلاح الصاوي. (30 11, 2012). سمات الويب 0.2 على مواقع الأرشيفات والمكتبات الرئاسية على الإنترنت. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، 18، الصفحات 215- 248.

264 سيلية أمعوش، و صافية مقدم. (24 06, 2022). التعليم عن بعد: مفاهيم نظرية. مجلة العَدوى للسانيات العرفنية وتعليمية اللغات، 02(01)، الصفحات 39-104.

265 سيهام حداد، و محمد عبد الهادي. (10 06, 2021). تطبيقات الويب 0.2 واستخداماتها في مكتبات مؤسسات التعليم العالي: دراسة ميدانية بمكتبة جامعة الجزائر 01 – بن يوسف بن خدة. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 10(02)، الصفحات 691- 721.

266 شمس ضيات خلفلاوي. (01 01, 2018). التسويق السياسي بين المفهوم والأسس. دفاتر السياسة والقانون، 10(18)، الصفحات 279-288.

267 شمس ضيات خلفلاوي. (08 06, 2015). الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 04(02)، الصفحات 291-320.

268 شيماء بخوش، و أسماء رتيمي. (05 06, 2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجا). مجلة آفاق لعلم الاجتماع، 12(01)، الصفحات 202- 220.

269 صفية خليفة محمد بن مسعود. (01 09, 2017). المدونات النشأة والتطور. مجلة الأستذ، 01(13)، الصفحات 181-191.

270 صونيا قاسمي. (15 06, 2020). الضوابط المنهجية في توظيف الدراسات السابقة في البحث الأكاديمي. مجلة المعيار، 24(03)، الصفحات 806-822.

271 طه يسين طاهري، و أحمد مصنوعة. (31 03, 2022). استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية – دراسة حالة : وكالة أماكن للسياحة بالجلفة. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 07(01)، الصفحات 335- 349.

272 عبد الرزاق بوهلال، و دوش الهادي. (15 05, 2021). مساهمة المواطن في تسيير الشأن العام المحلي: دراسة من منظور الديمقراطية التشاركية. دفاتر السياسة والقانون، 13(02)، الصفحات 299-312.

273 عبد الرؤوف مسعودي. (07 01, 2024). التنشئة السياسية وأثرها على واقع المشاركة السياسية في الجزائر. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، 08(02)، الصفحات 318-340.

274 عبد الرؤوف مشري. (30 06, 2022). شبكة الفيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر – دراسة استطلاعية عاى عينة من طلاب جامعة قسنطينة. مجلة العوم الاجتماعية والإنسانية، 23(01)، الصفحات 343-360.

275 عبد السيد كياس. (31 12, 2023). موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباعات. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، 17(02)، الصفحات 73-100.

276 عبد القادر خليل، و فتيحة كون. (30 06, 2020). دراسة تحليلية لمستوى المعيشة بالجزائر خلال الفترة (2001- 2018). المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 08(1)، الصفحات 282-304.

277 عبد الله مكاوي ممدوح، جوده مؤيد هيثم، و أحمد عثمان إسلام. (01 جانفي, 2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي- نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الاعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية، 02(56)، الصفحات 527- 584.

278 عبد ربه عبد القادر العنزي. (9 11, 2016). تأثير وسائل الإعلام الجديد على المجال العام والتسويق السياسي. مجلة جامعة الأزهر – غزة- سلسلة العلوم الإنسانية، 18(2)، الصفحات 301-332.

279 عطية الحاج سالم. (29 03, 2018). الإعلام الجديد، مبادئ المفهوم. حوليات جامعة الجزائر 1، 32(1)، الصفحات 298-310.

280 علي ساحي، و أمال كزيز. (15 09, 2017). تأثير الفيسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية. مجلة العلوم الإنسانية، 02(01)، الصفحات 116-134.

281 علي فواز طلال العدوان. (15 09, 2022). مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي وخصائصها وأنواعها. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، 36، الصفحات 27- 55.

282 عيساوي عطية، زيراح سعيدة، و عطاء الله النوعي. (31 12, 2021). تأثير صناع المحتوى علىالطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي. مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، 5(2)، الصفحات 242-264.

283 فاطمة الزهراء تنيو. (31 03, 2020). الإعلام الجديد يخلق هويات بديلة: الافتراضي يحاصر الحقيقي. المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، 02، الصفحات 86-105.

284 فاطمة عبد الكاظم، و حنان حيدر. (31 03, 2018). التسويق السياسي وتشكيل اتجاهات الرأي العام. مجلة الباحث الإعلامي(39)، الصفحات 181-202.

285 فتيحة زايدي، عبد الباسط هويدي. (12, 2016). المؤسسة الجامعية فضاء لإنتاج المعرفة العلمية – وضعية مخابر البحث العلمي والكفاءات البحثية بالجامعة الجزائرية –. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية(27)، الصفحات 479- 488.

286 فوزية بوموس. (14 05, 2023). تقدير الذات وعلاقته باضطراب الهوية الجنسية لدى المراهقات مستخدمات برنامج التيك توك – دراسة ميدانية على عينة من مراهقات مستخدمات ومدمنات برنامج التيك توك. مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 07(02)، الصفحات 784-805.

287 فوزية محمدي. (09 03, 2011). استخدام الإنترنت في التعليم الجامعي. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، 03(6)، الصفحات 118- 129.

288 كمال جغروري. (15 09, 2020). التكوين الجامعي والكفاية الوظيفية: أي مواءمة؟ مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12(05)، الصفحات 357-372.

289 كمال عويسي. (15 03, 2021). خصائص وأدوار الأستاذ الجامعي في ظل معايير الجودة. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، 01، الصفحات 521-529.

290 لعبادلة سهام. (15 03, 2024). وسائل التواصل الاجتماعي وتفشي ظاهرة التلوث المعلوماتي علاقة تأثير أم تأثر. مجلة المعيار، 28(02)، الصفحات 278- 259.

291 ماجد عبد الفتاح محمد بخاري. (30 08, 2018). أسباب سوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر أنموذجا). المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 04(01)، الصفحات 57-74.

292 محمد أحمد حسن ربابعة. (30 06, 2018). ترشيد إستخدام الإعلام الجديد في ضوء التصور الإسلامي رؤية مقترحة من وجهة نظر النخب الدينية،، 2009، ص ص 32-. مجلة كلية الشريعة والقانون بتفهنا الأشرف- دقهلية، 20(03)، الصفحات 2009- 2090.

293 محمد رضا العيفة. (15 06, 2024). اتجاه مستخدمات موقع انستغرام في الجزائر نحو الإفصاح عن الخصوصية الرقمية – دراسة استطلاعية على عينة من المستخدمات –. مجلة المعيار، 04(28)، الصفحات 521- 542.

294 محمد زكريا خراب. (31 12, 2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 02(02)، الصفحات 444-458.

295 محمد سعدي لفتة. (31 12, 2012). المهارات اللازمة للتدريس الجامعي الناجح. مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، 202، الصفحات 447-462.

296 محمد شاعة. (10 10, 2018). الأدوار الإقليمية للسياسة الخارجية الجزائرية : مراجعة المصادر والأداء. مجلة البحوث السياسية والإدارية، 7، الصفحات 349-363.

297 محمد علاوة. (30 06, 2017). الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 01(02)، الصفحات 159-188.

298 محمود علي أحمد السيد. (03, 2009). الإفراط في استخدام الإنترنت وبعض متغيرات الشخصية لدى طلاب الجامعة (المصريين والسعوديين). دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 03(2)، الصفحات 173- 219.

299 مراد قريبيز، و لعزيز أحمد حبيرش. (15 04, 2020). الجهود الوطنية والدولية لحماية الطفل من مخاطر الإنترنت. مجلة التراث، 10(01)، الصفحات 211- 230.

300 المرسوم التنفيذي 08-130. (03 05, 2008). القانون الأساسي الخاص بالأستاذ الباحث. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية(23)، 18-28.

301 مسرين محمد صادق أبو النور. (15 01, 2022). الآثار السلبية لاستخدام الهواتف المحمولة الذكية على العلاقات الاجتماعية والدينية (دراسة ميدانية). مجلة كلية اللآداب جامعة بور سعيد، 01(19)، الصفحات 793-857.

302 منصور بن علي الغريب. (01 04, 2023). إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي ادى الشباب السعودي. مجلة العلوم الإنسانية والإدارية(31)، الصفحات 151-190.

303 منى عبد الفضيل الألفي. (2010). قدرات ومهارات الأستاذ الجامعي بين الواقع والمأمول في عصر العولمة. المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 27(52)، الصفحات 121-184.

304 مها محمد فتحي. (15 09, 2021). تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20(03)، الصفحات 373-443.

305 ميمي محمد عبد المنعم توفيق. (أفريل, 2018). شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير). مجلة كلية التربية في العلوم الانسانية والأدبية، 24(02)، الصفحات 193-237

306 نادية غلاب. (25 12, 2019). الإعلام الجديد ...في ظل مجتمع المعرفة قراءة في المفهوم والخصائص. مجلة أنثروبولوجيا، 05(02)، الصفحات 199-215.

307 النعاس صديقي، و خالد بن الوليد نهار. (15 12, 2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديث الأنشطة التسويقية – موقع الفيس بوك نموذجا –. مجلة البديل الإقتصادي، 04(02)، الصفحات 253-268.

308 نور الدين قوالي. (15 12, 2018). تطبيقات الويب 0.2 و المكتبة 0.2. *مجلة علم المكتبات، 10*(02)، الصفحات 86-114.

309 هاجيرة سبع. (01 06, 2017). مميزات الأستاذ الجامعي من وجهة نظر الطالب الجامعي. مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، 01(01)، 245-254.

310 هشام محمد أبو عمرة، و كامل عليوة. (31 12, 2017). الرقابة الإدارية على الصفقات العمومية في التشريع الجزائري. مجلة العلوم الإدارية والمالية، 01(01)، الصفحات 74-88.

311 وداد سميشي. (27 12, 2021). صورة الذات عبر شبكة انستقرام: منظور تحليلي. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 04(02)، الصفحات 100-111.

312 وسام بوقلمون، و عائشة كريكط. (30 12, 2019). آليات التربية الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة – موقع اليوتيوب أنموذجا. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 06(04)، الصفحات 21-33.

313 ولاء محمد علي حسين و يسرى خالد ابراهيم. (01, 2018). اتجاهات طلبة الجامعات إزاء تصريحات النخب السياسية العراقية – دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي في بغداد. مجلة الباحث الإعلامي، 39، الصفحات 55-76.

314 وليد بن عبو. (19 03, 2020). الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل. مجلة الراصد العلمي، 07(01)، الصفحات 24-47.

315 يعقوب المسوس. (01 06, 2024). تقييم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند الطلبة. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 10(01)، الصفحات 378- 387.

316 يوسف بن نافلة. (15 06, 2019). النشر الالكتروني وأهميته في تحقيق البحوث العلمية والتعليمية. مجلة أدابيات، 01(01)، الصفحات 58-74.

317 يوسف تمار. (03 01, 2023). الأخطاء المنهجية في الدراسات الاستطلاعية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والاتصال والرأي العام، 06(01)، الصفحات 16-23.

318 حسان ثابت ثابت، و أنس إحسان شاكر. (2019). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على توليد المعرفة وتعزيز الإبداع الوظيفي. المؤتمر العلمي الأول للدراسات الإنسانية والإدارية والقانونية (الصفحات 01-23). العراق: كلية دجلة ببغداد.

319 حسن محمد حسن منصور. (2021). نحو نظرية اتصالية في التوازن الوظيفي فرضيات جديدة في بيئة الإعلام الجديد. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات التكامل والمنافسة. 26، الصفحات 751-779. القاهرة مصر: كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

320 رحيمة الطيب عيساني. (2013). اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد؛ الإنترنت وتطبيقاتها أنموذجا. المؤتمر الدولي للغة العربية (الصفحات 01-26). دبي: المنظمات والهيئات العربية والدولية أعضاء المجلس الدولي للغة العربية.

المواقع الالكترونية:

321 ابراهيم العبيدي. (20 09, 2021). *سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي*. تاريخ الاسترداد 20 07, 2024، من موضوع: https://mawdoo3.com/

322 أحمد عبد النبي زكريا. (31 10, 2021). *بوابة أخبار اليوم*. تاريخ الاسترداد 2024 07, 06، من https://akhbarelyom.com: https://akhbarelyom.com/news/newdetails/3554191/1/

323 أحمد مصطفى. (27 03, 2022). *ما قصة تويتر وكيف بدأ وتطور في سنوات قليلة*. تاريخ الاسترداد 17 07, 2024، من INDEPENDENT عربية: https://www.independentarabia.com/node/325601

324 أيوب رغيد. (31 01, 2024). *إكس خلفا لتويتر.. قصة تحول أشهر منصات التواصل الاجتماعي*. تاريخ الاسترداد 31 01, 2024، من الجزيرة: https://www.aljazeera.net/tech/

325 جيهان عادل حجاجة. (10 01, 2021). *سلبيات وإيجابيات التويتر*. تاريخ الاسترداد 17 07, 2024، من موضوع: https://mawdoo3.com/سلبيات -وايجابيات- تويتر

326 ريام عبد الهادي. (11 04, 2021). *ما هو الانستغرام – مميزات الانستغرام التي جعلته مختلفا 2021*. تاريخ الاسترداد 18 07, 2024، من سماء سكاي: https://www.skytechtech.com/

327 السيد هبة. (07 07, 2023). *كل ما تريد معرفته عن تطبيق Threads في 11 معلومة*. تاريخ الاسترداد 20 07, 2024، من اليوم السابع: https://www.youm7.com/story/2023/7/7/

328 شركة خبراء التسويق. (2024). *https://tasweeq.expert*. تاريخ الاسترداد 12 07, 2024، من tasweeq.expert/ (أنواع المدونات: تعرف على أهمية المدونات وأنواعها المختلفة) كتابة المحتوى : https://tasweeq.expert/كتابة المحتوى

329 ضياء رشوان. (24 01, 2023). *ستعجبك بالتأكيد.. 7 مزايا قد لا تعرفها عن واتساب*. تاريخ الاسترداد 18 07, 2024، من العربية: https://www.alarabiya.net/technology/2023/01/24/

330 عبد الله علي الزلب. (12 04, 2023). *العوامل الرئيسية وراء ظهور الإعلام الجديد*. تاريخ الاسترداد 28 07, 2024، من المرجع الإلكتروني المعلوماتي: https://almerja.com/more.php?idm=200296

331 عبد الله علي الزلب. (18 04, 2023). *أنواع المدونات الإلكترونية*. تاريخ الاسترداد 12 07, 2024، من المرجع الالكتروني: https://mail.almerja.com/reading.php?idm=200785

332 فتحي ملحس. (04 08, 2021). *تطبيق فايبر: أهم مميزاته وسلبياته*. تاريخ الاسترداد 20 07, 2024، من تطبيقات: https://tatbeekat.com/b/

333 محمد السيد النجار. (2013). *تقنية الويب 0.3 مفهومها ومكوناتها وأدواتها*. تاريخ الاسترداد 26 06, 2024، من جامعة المنصورة: http://emag.mans.edu.eg/media/pdf/30/7.pdf

334 محمد ايمان. (04 02, 2024). *عربي BBC News*. تاريخ الاسترداد 2024 07, 07، من العربي نيوز: https://www.bbc.com/arabic/articles/crgkzvv5ke8o

335 محمد جابر خلف الله. (2015). *توظيف تطبيقات الويب 2.0 في التعليم*. تاريخ الاسترداد 16 07, 2024، من azhar2015.blogspot.com: https://azhar2015.blogspot.com/p/blog-page_66.html

336 محمد مروان. (17 01, 2018). *ماهو لينكدإن*. تاريخ الاسترداد 0718, 2024، من موضوع: https://mawdoo3.com/

337 الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة تبسة. (2024). تاريخ الاسترداد 01 03, 2024، من موقع جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي: https://www.univ-tebessa.dz/arab/ult-at-a-glancear/

338 الموقع الرسمي لجامعة تبسة. (2023). تاريخ الاسترداد 21 11, 2023، من www.univ-tebessa.dz

339 هاجر قصبي. (27 05, 2024). *بحث علمي عن اليوتيوب - إقرأ*. تاريخ الاسترداد 15 07, 2024، من iqqrae.com: https://iqqrae.com/بحث علمي عن اليوتيوب/خصائص- موقع اليوتيوب

340 الهاشمي شادي. (29 11, 2017). *6 مميزات يوفرها تويتر لمن لا يملكون حسابا*. تاريخ الاسترداد 17 07, 2024، من العين الاخبارية: https://al-ain.com/article/6-features-provided-by-twitter-account-on-it

341 Mr LinkedIn. (08 10, 2023). *مميزات لينكدإن*. تاريخ الاسترداد 19 07, 2024، من Mr. LinkedIn | Newsletter: https://www.linkedin.com/pulse/

342 REVERSO. (04 01, 2024). *reverso.net*. تاريخ الاسترداد 04 01, 2024، من https://context.reverso.net: https://context.reverso.net/traduction/francais-arabe/vers

343 Site Helpernt. (30 12, 2016). *شرح الواجهة الرئيسية للصفحة الرئيسية للفيس بوك*. تاريخ الاسترداد 07 07, 2024، من helpernt.com: https://www.helpernt.com/vb/showthread.php?t=5416

344 Team Mamoon. (28 04, 2023). *أهم إحصائيات اليوتيوب التي يجب عليك متابعتها*. تاريخ الاسترداد 15 07, 2024، من mamoonalsabbagh.com: https://mamoonalsabbagh.com/

المراجع باللغة الأجنبية:

345 Bashayer Dhafr Al-Qahtani.(2023 ,06 30) .The Effect of social media on Values System Among Intermediate School Female Students in Tabuk from their Parents' Point of View (Tik Tok as a model .(*Journal of Educational and Psychological Sciences (JEPS* ،(24)*07* ، pages (45- 66).

346 Bassel Al Khateeb .(2018) .*Web Application Development* .Syrian Arab Republic: Publication Of The Syrian Virtual University.

347 Collot Michel .(1988) .Le Théme selon la critique thématique .*communications*،(47) pages (79-91).

348 Evans Kimweri .(2024 ,06 21) .Role of Social Media in Shaping Political Opinion among Young Adults in Tanzania .*American Journal of Communication* ،(3)*16* ، pages (37 -48).

349 Guy Schleffer و ،Miller Benjamin .(2021) .The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types .*Texas National Security Review* ،(03)*04* ،pages (77-103).

350 hachette .(2000) .*dictionnaire hachette encyclopédique* . paris: edition 2000.

351 Hanspcter Kriesi .(2011) .*Social Movement In:Daniele Caramani (Editor),Comparative Polities*) ed3 rd .(U.S.A: Oxford University Press.

352 intermetsociety.org .(2020) .*The Internet Way of Networking Defining the critical properties of the internet* . cc by-nc-sa 4.0 internet society.

353 Ivan Chew .(2008) .*Web 2.0 and library services for young adults: An introduction for librarians* .S.C: IFLA.

354 jasem Zakaria .(2018) .*Introduction to Political Science* ED 01 Syrian Arab Republic: Publications of Syrian Virtual University -svu.-

355 Kamal Alhaj .(2020) .*Media and Communication Theory* .Syrian Arab Republic: Puplished Syrian Virtual University.

356 Kamel Terchi .(2017 ,01 01) .What is Politics? By Hannah Arendt .*SIYASAT ARABIA Journal of political science and international relatons* ،(24) pages (157-161).

357 Lev Manouvich .(2001) .*The Language Of New Media* ED 01 Usa: LIBRARY of Congress Caraloging-in-Publication.

358 Martin Lister [et al .(2009) .[*New media a critical introduction* ED 2 – nd ed .(London :British Library Cataloguing in Publication Data.

359 Muayed Alsaady .(2019) .*Integration Of Communication In New Media* ED 01 constantine- algeria: AlphaDoc.

360 ouafia Benferhat et Rezki Kettaf .(2023 ,12 31) .The Impact of the Use of Social Media on Religious Values in Young People" Tik Tok as a Model ."*Journal of AL- shamel for Educational and social sciences* ، ،(02)*06*pages (209-2019).

361 philipe Auzou و ،le roy ladurie Emmanuel .(2004) .*dictionnaire encyclopédique* .paris: editions auzou juillet 2003.

362 Poul Levinson .(2013) .*New New Media (Penguin Academics*) ED 2 nd, London: Pearson Plc.

363 Sami Dhibyan .(1990) .*Dictionary of politicol.economic and sociological terms* ED 01 London: Riad EL-Rayyes Books L T D.

ملاحق الدراسة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة-
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

القـــــسم: قسم علوم الإعلام والاتصـال

المستـــوى: السنـة الرابعة دكتوراه

التخصص: الاتصـال في التنظيمـات

استمارة استبيان حول موضوع:

اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي التبسي -تبسة

إعداد الطالب: **إشراف: أ. د هارون منصر**

ربيع فراد **المشرف المساعد: د. مسعودي بدرالدين**

مفهوم الميديا الجديدة : ونعني بالميديا الجديدة في هذه الدراسة مجموعة التطبيقات التي تمنح للأستاذ الجامعي فرصة التواجد على شبكة الانترنت والوصول إلى المعلومات والمضامين الاعلامية المتعلقة بالمواضيع السياسية وكذلك التقنيات الالكترونية الحديثة المزودة بالمعالجات الفائقة السرعة ثابتة أو محمولة والتي تسمح للفرد بدمج الصورة والصوت والكتابة والحصول على المعلومات السياسية وتخزينها واسترجاعها بالشكل المطلوب والوقت المحدد.

- نرجو من سيادتكم التعاون معنا ومساعدتنا بالإجابة على كل الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة.
- تأكدوا أن المعلومات التي ستدلون بها لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.
- ضع العلامة (X) في الاختيار المناسب أو الاختيارات المناسبة.

السنة الجامعية : 2024- 2025

البيانات الشخصية :

1- النوع:

ذكر ☐

أنثى ☐

2- الشهادة المتحصل عليها:

دكتوراه علوم ☐

دكتوراه LMD ☐

ماجستير ☐

3- الكلية أو المعهد:

كلية الآداب واللغات ☐

كلية العلوم والتكنولوجيا ☐

كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة ☐

كلية الحقوق والعلوم السياسية ☐

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ☐

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ☐

معهد المناجم ☐

معهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية ☐

4- التخصص: .....

.....

.....

5- الرتبة العلمية:

أستاذ تعليم عالي ☐

أستاذ محاضر - أ - ☐

أستاذ محاضر -ب- ☐

أستاذ مساعد -أ- ☐

أستاذ مساعد - ب- ☐

6- الخبرة المهنية:

أقل من (05) سنوات ☐

من (05) إلى (10) سنوات ☐

من(11) إلى (15) سنة ☐

أكثر من (15)سنة ☐

المحورالأول : عادات و أنماط استخدام أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة - للميديا الجديدة في المواضيع السياسية

1- ما هي أشكال الميديا الجديدة التي تستخدمها ؟ (يمكن اختيارأكثرمن إجابة)

الفيسبوك ☐ تيك توك ☐

تويتر ☐ واتساب ☐

اليوتيوب ☐ فايبر ☐

إنستغرام ☐ لينكدان ☐

المدونات ☐

التيليغرام ☐

أخرى تذكر: .....

.....

2- ما هي الوسائط التكنولوجية التي تستخدمها ؟ (يمكن اختيارأكثرمن إجابة)

الهاتف الذكي ☐

الساعة الذكية ☐

أجهزة ذكية ثابتة ☐

أجهزة ذكية محمولة ☐

أخرى تذكر: .....

.....

3- ما هي الفترة التي تستخدم فيها الميديا الجديدة ؟

الصباح ☐

منتصف النهار ☐

المساء ☐

الليل ☐

ليس هناك وقت محدد ☐

4- هل تتابع المواضيع السياسية عبرالميديا الجديدة؟

دائما ☐

أحيانا ☐

نادرا ☐

5- ما هي المدة الزمنية التي تستغرقها يوميا في استخدام الميديا الجديدة عند متابعة المواضيع السياسية ؟

أقل من ساعتين ☐

من ساعتين إلى أربع ساعات ☐

أكثر من أربع ساعات ☐

6- كيف تفضل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟

فرديا ☐

جماعيا ☐

7- كيف تستخدم الميديا الجديدة في متابعة المواضيع السياسية؟

بشكل تزامني (آني وفوري) ☐

بشكل غير تزامني (غير آني وغير فوري) ☐

8- ما هي المواضيع السياسية الوطنية التي تتابعها من خلال الميديا الجديدة ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

التحديات الاجتماعية ☐

التحول الديمقراطي السياسي ☐

التحديات الاقتصادية ☐

أخرى تذكر: .....

9- ما هي المواضيع السياسية الإقليمية التي تتابعها من خلال الميديا الجديدة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

النزاعات الإقليمية ☐

العلاقات الدبلوماسية الإقليمية ☐

الهجرة غير الشرعية ☐

أخرى تذكر: .....

10- ما هي المواضيع السياسية الدولية التي تتابعها من خلال الميديا الجديدة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

العلاقات الدبلوماسية مع دول العالم ☐

النزاعات الدولية ☐

الأمن العالمي ☐

التغيرات الاقتصادية العالمية ☐

أخرى تذكر: .....

11- هل تفضل متابعة المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة من خلال: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

متابعة المجموعات الافتراضية ☐

الفاعلين في المواضيع السياسية ☐

صناع المحتوى السياسي ☐

فيديوهات المواضيع السياسية ☐

البث الحي للمواضيع السياسية ☐

المواقع الالكترونية المتخصصة ☐

☐

الإعلام التقليدي عبر الميديا

التطبيقات الإخبارية ☐

أخرى تذكر: .....

12- كيف تفضل التفاعل مع مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

بالملصقات التعبيرية (Emojis) ☐

بالمشاركة (Partager) ☐

بالإعجاب (J'aime) ☐

بالتعليق (Commenter) ☐

صناعة محتوى (Production de contenu) ☐

المتابعة فقط(Suivre) ☐

13- ما هي الوظيفة التي تؤدّيها الميديا الجديدة أثناء عرض المواضيع السياسية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

وظيفة نقل معلومات الأحداث السياسية ☐

وظيفة تقديم الحقائق السياسية ☐

وظيفة الإخبار ☐

وظيفة تشكيل الرأي العام ☐

وظيفة التعبئة الجماهيرية للرأي العام ☐

وظيفة التسويق السياسي للمواضيع السياسية ☐

وظيفة الرقابة السياسية ☐

وظيفة المشاركة السياسية ☐

المحور الثاني : اتجاهات أساتذة العربي التبسي -تبسة - نحو أسباب ودوافع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية.

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
01	سهولة الوصول إلى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة			
02	توفر الميديا الجديدة للأساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية			
03	للأستاذة الجامعين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة			
04	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي			
05	حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة			
06	يمتلك الأساتذة الجامعين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة			
07	تنوع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة			
08	تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بآراء ووجهات نظر مختلفة			

09	للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها			
10	متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار			
11	متابعة التطورات الإقليمية في المواضيع السياسية باستمرار			
12	متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار			
13	تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية			

المحور الثالث : اتجاهات أساتذة جامعة العربي التبسي -تبسة - نحو الإشباعات المحققة من تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
	الإشباعات المعرفية			
01	اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة بشكل مستمر			
02	تثري الميديا الجديدة الرصيد المعرفي في المجال السياسي بشكل متجدد			
03	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي			
04	فهم الرأي العام والتيارات السياسية بشكل واضح			
05	القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناءً على تحليل الأحداث السياسية بشكل منطقي			
	الإشباعات الوجدانية (العاطفية)	**موافق**	**محايد**	**معارض**
01	عرض المواضيع السياسية بواقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك			
02	عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف			
03	الشعور بالتأثير الإيجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشأن السياسي			
04	كثرة التعرض للمواضيع السياسة عبر الميديا الجديدة يزيد من التوتر والقلق			
05	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضاء النفسي			
	الإشباعات السلوكية	**موافق**	**محايد**	**معارض**
01	يشجع استخدام الميديا الجديدة في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية			
02	عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة			
03	تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للأمان والسلم الاجتماعي			
04	استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي			
05	تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمتتبع			
	الإشباعات المرجعية	**موافق**	**محايد**	**معارض**

01	البحث عن القناعات السياسية الجديدة التي تلفت انتباهك			
02	تعزيز القناعة السياسية القائمة لديك			
03	بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة عندك			
04	الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية			

المحور الرابع: المعيقات التي تحد من إشباعات أساتذة جامعة العربي التبسي - تبسة - عند تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة.

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
01	اهتمام الأساتذة الجامعيين بالأعمال العلمية الأكاديمية يحد من تعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة			
02	المعيقات التقنية المختلفة تحد من الإشباعات عند تتبع المواضيع السياسية			
03	التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية			
04	سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحظي آني.			
05	كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها			
06	التهديدات السّبيرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة			
07	انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبيا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية			
08	طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص			
09	صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من متابعتها			
10	عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية			
11	تأثير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب			
12	نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها			
13	تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة			
14	صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تأثير الفلاتر الخوارزمية وكثرة التشويش			

عرض نتائج المحور الأول

```
# Print statistics
print(statistics)
      Min 1st Qu. Median    Mean  3rd Qu.   Max    NA     NA     NA       NA
   4.3800   1.820 62.040 15.6900 42.70000 18.98 33.94 20.442  9.120 14.59000
5. 54.5625  15.230 78.830 41.3375 58.03000 34.49 41.97 23.361 13.320 16.78619
1  64.6000  39.595 85.040 49.9950 73.36000 50.00 50.00 26.280 17.520 19.34307
2  56.9720  42.060 79.998 50.0000 66.66667 50.00 50.00 25.794 24.210 18.97653
5. 68.8850  66.425 86.490 58.6675 78.65000 65.51 58.03 28.470 31.755 21.53341
3  89.4200  87.230 87.590 84.3100 83.94000 81.02 66.06 30.660 45.990 22.63000
         NA       NA      NA
   28.83000 38.32000 13.5100
5. 30.84250 42.97375 29.0175
1  39.96500 57.11500 37.9550
2  41.92625 60.52250 36.5425
5. 49.82000 77.00500 45.8025
```

المعالجة الإحصائية الخاصة بالمحور الثاني:

– حساب تحليل الانحدارANOVA

```
(anova_result <- aov(Agree ~ Neutral + Disagree, data = data <
(summary(anova_result <
(Df Sum Sq Mean Sq F value   Pr(>F
Neutral      1  614.8   614.8   28.38 0.000334
Disagree     1 1262.2  1262.2   58.26 1.77e-05
Residuals   10  216.6    21.7
---------------
< Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

- حساب – t test

```
> # عينة عشوائية لمتغير الاعتمادي لكل مجموعة
> agree <- c(234, 204, 139, 88, 181, 130, 196, 174, 159, 164, 177, 183, 172)
> neutral <- c(36, 55, 94, 104, 66, 105, 53, 171, 85, 83, 70, 64, 79)
> disagree <- c(4, 15, 41, 82, 27, 39, 25, 29, 30, 27, 27, 27, 23)
> # حساب اختبار t بين مجموعتين
> t.test(agree, neutral)
        Welch Two Sample t-test
data:  agree and neutral
t = 6.3839, df = 23.863, p-value = 1.372e-06
```

```
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
  59.12474 115.64449
sample estimates:
mean of x mean of y
169.30769  81.92308
> t.test(agree, disagree)
        Welch Two Sample t-test

data:  agree and disagree
t = 12.375, df = 17.627, p-value = 3.995e-10
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 115.2384 162.4539
sample estimates:
mean of x mean of y
169.30769  30.46154
> t.test(neutral, disagree)
        Welch Two Sample t-test
data:  neutral and disagree
t = 4.8696, df = 18.418, p-value = 0.0001158
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 29.29524 73.62784
sample estimates:
mean of x mean of y
 81.92308  30.46154
```

- **حساب كاي تربيع: X-squared**

```
> data <- data.frame(
Statement = c("
+ "سهولة الوصول الى المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة,"
+ " توفر الميديا الجديدة للاساتذة الجامعيين معلومات متنوعة حول المواضيع السياسية,"
+ " للاساتذة الجامعيين مؤهلات علمية تمكنهم من تحليل المواضيع السياسية بدقة,"
+ " تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية بشكل واقعي,"
+ " حداثة المعلومات السياسية التي تعرضها الميديا الجديدة,"
+ " يمتلك الاساتذة الجامعيين وعيا سياسيا كافيا لفهم المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة
+ " تنوضع مصادر المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة,"
+ " تعرض الميديا الجديدة المواضيع السياسية  باراء ووجهات نظر مختلفة,"
+ " للميديا الجديدة خصائص تقنية متنوعة تلبي حاجات مستخدميها,"
+ " متابعة التطورات الوطنية في المواضيع السياسية باستمرار,"
+ " متابعة التطورات الاقليمية في المواضيع السياسية باستمرار,"
+ " متابعة التطورات الدولية في المواضيع السياسية باستمرار,"
+ " تعزز الميديا الجديدة النقاش والحوار حول المواضيع السياسية,("
+   Agree = c(234, 204, 139, 88, 181, 130, 196, 174, 159, 164, 177, 183, 172),
+   Neutral = c(36, 55, 94, 104, 66, 105, 53, 171, 85, 83, 70, 64, 79),
+   Disagree = c(4, 15, 41, 82, 27, 39, 25, 29, 30, 27, 27, 27, 23)
> # Perform Pearson's chi-squared test
> chi_square_test <- chisq.test(data[, -1])
> # Print the result
> print(chi_square_test)
Pearson's Chi-squared test
data:  data[, -1]
X-squared = 345.06, df = 24, p-value < 2.2e-16
```

- **معايير اللوغاريتم ومعلومات المعايير**

-اللوغاريتم للنموذج المستخدم19.499- :(H0)

-اللوغاريتم للنموذج غير المقيد19.499- :(H1)

- Akaike (AIC): 50.997

- Bayesian (BIC): 48.654

-Sample-size adjusted Bayesian (SABIC): 31.604

المعالجة الإحصائية الخاصة بالمحور الثالث:

- **حساب اختبار t-test**

```
        Welch Two Sample t-test
data:  data$Positive_Influence and data$Negative_Influence
t = 1.2066, df = 7.5884, p-value = 0.2639
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
 95percent confidence interval:
26.950572 8.550572-
sample estimates:
mean of x mean of y
 111.0     120.2
 <print(test_neu_vs_neg(
        Welch Two Sample t-test
data:  data$Neutral and data$Negative_Influence
t = 13.441, df = 4.5504, p-value = 7.777e-05
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
 95percent confidence interval:
298.7907 200.4093
sample estimates:
mean of x mean of y
 111.0     360.6
```

- **اختبار كاي تربيع pearson's xi square**

```
data <- data.frame(
" العبارة"c = "اكتساب معلومات جديدة عن المواضيع السياسية", "تثري الميديا الجديدة الرضيد العرفي في المجال السياسي بشكل متجدد", "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الوعي السياسي", "فهم الراي العام والتيارات السياسية بشكل واضح", "القدرة على اتخاذ قرارات سليمة بناء على تحليل الاحداث السياسية بشكل منطقي", "عرض المواضيع السياسية بةاقعية عبر الميديا الجديدة يحد من مشاعر الشك", "عرض المواضيع السياسية دون تحليل عبر الميديا الجديدة يحرك مشاعر الخوف", "الشعور بالتاصير الايجابي من خلال المساهمة في تحديات ومستجدات الشان السياسي", "كثرة التعرض للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة  يزيد من التوتر والقلق", "تتبع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يرفع من الشعور بالرضى النفسي", "يشجع استخداد الميديا الجديدة  في تتبع المواضيع السياسية على المشاركة السياسية", "عرض المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يعزز قيم المواطنة", "تتبع نوع محدد من المواضيع السياسية ينمي الحاجة للامان والسلم الاجتماعي", "استخدام الميديا الجديدة في المواضيع السياسية يحفز النشاط السياسي المجتمعي", "تتبع المواضيع السياسيةعبر الميديا الجديدة يظهر السلوك السياسي العلني للمجتمع", "البحث عن القناعات السياسية الجديدة", "تعزيز القناعة
```

```
السياسية القائمة لديك", "بناء قناعة مغايرة للقناعات السائدة لديك", "الشعور بالرتابة (الملل) في طرح المواضيع السياسية,("
"موافق " = c(207, 174, 149, 128, 103, 110, 94, 116, 117, 68, 138, 126, 103, 122, 112, 158, 134, 111, 78),
"محايد " = c(49, 82, 91, 113, 121, 109, 135, 125, 109, 149, 98, 110, 127, 107, 113, 83, 111, 118, 144),
"معارض " = c(18, 18, 34, 33, 50, 55, 45, 33, 48, 57, 38, 38, 44, 45, 49, 33, 29, 45, 52)

# أداء اختبار كاي-مربع
chi_square_test <- chisq.test(data[, -1])
# طباعة النتيجة
print(chi_square_test)
    Pearson's Chi-squared test
data:  data[, -1]
X-squared = 345.06, df = 24, p-value < 2.2e-16
```

المعالجة الإحصائية الخاصة بالمحور الرابع

- اختبار **t-test**

```
Welch Two Sample t-test
15
data:  agree and disagree
t = 10.311, df = 23.588, p-value = 3.252e-10
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 66.56762 99.92361
sample estimates:
mean of x mean of y
123.57895  40.33333
>  cat("\n")
>  cat("t-test between 'محايد' and 'معارض':\n")
t-test between 'محايد' and 'معارض':
>  print(t.test(neutral, disagree))
       Welch Two Sample t-test
data:  neutral and disagree
t = 11.37, df = 27.764, p-value = 5.873e-12
```

```
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 57.28323 82.47115
sample estimates:
mean of x mean of y
110.21053  40.33333
```

حساب معامل الارتباط بيرسون

```
> cor_matrix <- cor(data[, -1])
> # عرض معامل الارتباط
> print(cor_matrix)
             Agree     Neutral     Disagree
Agree     1.0000000 -0.83803155 -0.60855791
Neutral  -0.8380315  1.00000000  0.07703468
Disagree -0.6085579  0.07703468  1.00000000
```

حساب اختبار كاي تربيع pearson's xi square

```
> # Create a data frame with the provided data
> data <- data.frame(
  "العبارة" = c("اهتمام الاساتذة الجامعيين بالاعمال العلمية الاكاديمية يحد من نعرضهم للمواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة ",
  "المعيقات التقنية المختلفة تحد من الاشباعات عند تتبع المواضيع السياسية ",
  "التحيز الفردي السياسي يقلل من موضوعية تحليل المواضيع السياسية ",
  "سرعة تدفق المعلومات السياسية وتنوعها تعيق التعرض لها بشكل لحضي اني ",
  "كثرة تطبيقات عرض المواضيع السياسية يضعف من مصداقيتها ",
  "التهديدات السيبرانية تشكل عائقا عند استخدام الميديا الجديدة ",
  "انتشار التضليل الرقمي يؤثر سلبا على المشاركة في تحليل وتفسير المواضيع السياسية ",
  "طرق تقديم مضامين المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة تفتقر للتخصص ",
  "صناعة محتويات المواضيع السياسية من طرف المحترفين عبر الميديا الجديدة ترفع من نسب متابعتها ",
  "عائق صرامة القيود السياسية الحكومية على حرية التعبير عبر الميديا الجديدة يؤثر على نوع المواضيع السياسية ",
  "تاصير بيئة العمل والجماعات المرجعية يحد من استيعاب المواضيع السياسية بالشكل المطلوب ",
  "نقص التفاعل الاجتماعي مع المواضيع السياسية عبر الميديا الجديدة يحد من متابعتها ",
  "تحديات التغيرات الاقتصادية تؤثر على طبيعة الموضوعات السياسية عبر الميديا الجديدة ",
  "صعوبة الوصول لمعلومات المواضيع السياسية بشكل كامل نتيجة تاصير الفلاتر الخوارزميةروكثرة
```

```
"التشويش,(
"   +موافق,(151, 115, 168, 150, 149, 168, 180, 147, 175, 155, 130, 147, 172, 135)c = "
"   +محايد,(71, 107, 78, 87, 78, 75, 72, 98, 76, 87, 110, 85, 74, 113)c = "
"   +معارض(52, 52, 28, 37, 47, 31, 22, 29, 23, 32, 34, 42, 28, 26)c = "
> # Perform Pearson's chi-squared test
> chi_square_test <- chisq.test(data[, -1])
> # Print the result
> print(chi_square_test)
        Pearson's Chi-squared test
data:  data[, -1]
X-squared = 99.759, df = 26, p-value = 1.408e-10
```