الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر – قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم: الاتصال والعلاقات العامة
الرقم التسلسلي: .....
رقم التسجيل: .....

دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة

- دراسة حول عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال
تخصص الاتصال والعلاقات العامة

انجاز:
يسري صيشي

إشراف:
أ.د/ جمال بن زروق

تاريخ المناقشة: 14 /02 / 2019

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
مراد ميلود	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة 03	رئيسا
جمال بن زروق	أستاذ التعليم العالي	جامعة سكيكدة	مشرفا ومقررا
مريم زعتر	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة 03	عضوا مناقشا
حليمة عايش	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة 03	عضوا مناقشا
سهام بلوداني	أستاذ محاضر أ	جامعة عنابة	عضوا مناقشا
عبد الرزاق حموش	أستاذ محاضر أ	جامعة قالمة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2018 / 2019

بسم الله الرحمن الرحيم

صدق الله العظيم

الحمد لله الذي تتمّ بنعمته الصّالحات، حمدا كثيرا طيّبا مباركا فيه، ولمّا كان الاعتراف بالفضل من أقل مراتب ردّ الجميل، فإنّي أتقدم بجزيل الشّكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الفاضل ومشرفي على رسالة الدكتوراه البروفيسور جمال بن زروق على دعمه وسعة صدره وتفهمه وتشجيعه الدّائم لي للمضي قدما في مجال البحث العلمي، وعلى صبره علينا ونصحه لنا كأخ وكمربّي وكأستاذ.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والديّا الكريمين

إلى زوجتي ورفيقة دربي

إلى ابنتي سرين شراز

إلى ابني أحمد ياسين

ملخص

تتناول هذه الدراسة الموسومة بـ " **دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة – دراسة حول عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية –**" واحدة من بين النظريات الإعلامية التي ناقشت تأثير وسائل الإعلام على اهتمامات الجمهور وتوجيهه للتركيز على قضايا دون أخرى، وهي نظرية ترتيب الأولويات التي تعتقد بأن وسائل الإعلام تنجح في وضع أجندة الجمهور من جهة وأجندة السياسات العامة من جهة أخرى، وتتمحور هذه الدراسة حول إعادة اختبار فروض هذه النظرية في سياق مختلف عن السياق الاجتماعي والسياسي والتكنولوجي الذي نشأت فيه، حيث فرض الإعلام الجديد تغييرات جذرية في أشكال الاتصال ونماذجه الكلاسيكية، وأتاح مساحة كبيرة لتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، ولأن صناعة الأخبار تعتبر المسؤول الأول في ترتيب أوليات الجمهور، خاصة حين أصبح يمارس الدور الإخباري جهات عديدة غير رسمية، فقد زاد احتمال تعرض الجمهور لهذه المصادر الإخبارية المستحدثة، وبالتالي احتمال زيادة مساهمتها في تشكيل قائمة اهتماماته، ونخص في هذه الدراسة الجمهور النخبوي ممثلا في الأساتذة الجامعيين بالجامعة الجزائرية كعينة من النخبة الأكاديمية، وذلك لما لهذه الفئة من دور كبير في التأثير ونقل الآراء وتوجيه السلوكات، سواء على الطلبة أو من خلال الملتقيات والندوات العلمية، وهذا ما تسعى هذه الدراسة لاختباره حيث ركزت على المواقع الإخبارية الجزائرية غير الرسمية على شبكة الانترنت، إضافة إلى الصفحات الإخبارية الجزائرية غير الرسمية المنتشرة على شبكة فيسبوك، وذلك من خلال استخراج أهم القضايا السياسية الوطنية والعربية فيها وترتيبها، ثم مقارنتها مع ترتيب ذات القضايا لعينة الدراسة الممثلة في الأساتذة الجامعيين، من هنا فهذه الدراسة تسعى إلى اختبار مدى قدرة هذه المصادر الإخبارية غير الرسمية على ترتيب أولويات النخبة، ويعتبر هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات دقيقة حول أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في متابعة القضايا السياسية الراهنة، اضافة إلى معرفة استخدامات وأنماط تعرض الأساتذة

الجامعيون للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية، وتتناول الدراسة شقين نظري من خلال محاولة مسح الأدبيات المتعلقة بالموضوع وتطبيقي نسعى من خلاله إلى استخراج أهم القضايا السياسية الراهنة وترتيبها ضمن المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك الإخبارية الجزائرية، ثم استخراج ترتيب ذات القضايا لدى الأساتذة الجامعيين لمقارنتها بغية الوصول إلى نتائج تتيح فهم آلية عمل نظرية ترتيب الأوليات وفق المتغيرات الجديدة، وبِناءًا عليه اعتمدنا المنهج المسحي في هذه الدراسة مستخدمين الاستبيان كأداة رئيسية، وتحليل المضمون كأداة ثانوية، إضافة إلى توظيف بعض المقاييس الإحصائية مثل اختبار كاي تربيع ومعامل سبيرمان .

هدفت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:" **إلى أي مدى يساهم الإعلام الجديد من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية في ترتيب أولويات الأساتذة الجامعيين بالجزائر تجاه القضايا السياسية الراهنة؟** الذي بدوره يتفرع إلى مجموعة من التساؤلات، يتعلق أولها بالمصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في متابعة القضايا السياسية الراهنة، الجزء الثاني من التساؤلات يتعلق باستخدامات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيون للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية، وأهم القضايا السياسية الراهنة (الوطنية والعربية) التي يتابعها الأساتذة من خلالها، أما الجزء الأخير من التساؤلات فيبحث في مدى تطابق أجندة المواقع الاخبارية الجزائرية مع أجندة صفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الراهنة من جهة ومع أجندة الأساتذة الجامعيين من جهة أخرى، ولاختبار هذا تم صياغة جملة من الفرضيات الصفرية للعلاقة بين ترتيب القضايا السياسية (الوطنية والعربية) الراهنة وبين ترتيب ذات القضايا لدى الأساتذة الجامعين، إضافة إلى فرضيات تتناول تأثير الاتصال الشخصي كعامل وسيط على عملية التريتيب، وذلك بمجموع ست فرضيات.

تنقسم هذه الدراسة إلى مقدمة وقسمين وخاتمة، حيث يتمثل القسم الأول في الإطار المنهجي والنظري للدراسة ويحتوي على ثلاثة فصول، الفصل الأول يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة موضحا فيه جميع الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية إضافة إلى الجانب المفاهيمي والدراسات السابقة، أما الفصل الثاني فيحوي شرح مفصل لنظرية ترتيب الأولويات، من حيث جانبها التاريخي وما طرأ عليها من تغييرات في السياق الحالي لهذه الدراسة، الفصل الثالث تناول الإعلام الجديد وعلاقته بترتيب الأولويات وأهم الإشكاليات المنهجية المرتبطة به، وفي الأخير القسم الثاني الذي يحتوي على الفصل الرابع، أين تم عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار فروضها واستخلاص نتائجها العامة.

لقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية الوطنية والعربية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية، أيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية والعربية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك، كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير للاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا الوطنية والعربية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية.

RÉSUMÉ

Cette recherche, intitulée : "Le rôle des nouveaux médias dans la hiérarchie des priorités de l'élite à l'égard des questions politiques actuelles - Une étude d'un échantillon d'enseignants à l'université algérienne», traite l'une des théories médiatiques ayant discuté de l'impact des médias sur l'intérêt du public et son orientation vers d'autres questions. La théorie de la hiérarchie des priorités (ou la théorie de l'agenda setting) qui suppose que les médias réussissent à définir l'agenda du public d'une part et l'agenda politique de l'autre part. Cette étude se concentre sur la revérification des hypothèses de cette théorie dans un contexte différent du contexte social, politique et technologique dont elle est originaire. Les nouveaux médias ont imposé des modifications rationnelles sur les formes et modèles de communication classiques ; et ont fourni un grand espace pour l'échange de rôles entre l'émetteur et le récepteur. C'est parce que l'industrie des informations demeure le principal responsable dans la hiérarchie des priorités de l'intérêt du public, notamment quand le rôle d'informer est désormais pratiqué par un certain nombre d'organisations informelles, la probabilité de l'exposition du public à ces nouvelles sources d'informations a accru ; et donc la possibilité d'accroître leur contribution à la formation de la liste de ces intérêts. Nous nous focalisons dans cette étude sur le public de l'élite représenté par des enseignants universitaires exerçants dans l'Université algérienne comme échantillon de l'élite académique et ce, en raison du rôle important de cette catégorie dans l'influence, le transfert de opinions et l'orientation des comportements, qu'il soit sur les étudiants ou lors des manifestations et rencontres scientifiques. Et c'est ce que cette étude cherche à vérifier, en mettant l'accent sur les sites web d'actualité algériens officieux, informels, en plus des pages d'actualités algériennes diffusées sur le réseau social Facebook. Cela se fera à travers l'extraction et la sélection des questions politiques nationales et arabes les plus importantes et la hiérarchiser, puis les comparer à la hiérarchie des mêmes questions chez l'échantillon de l'étude représentée par les enseignants universitaires. Cette étude vise à déterminer dans quelle mesure ces sources informelles d'information peuvent donner la priorité à l'élite. Cette étude est l'une des études descriptives. Ce qui vise à obtenir des informations précises sur les sources d'informations les plus importantes auxquels les enseignants optent pour suivre les questions politiques actuelles. De plus, elle vise à connaître les utilisations et les profils

d'exposition des professeurs au service d'informations à travers les sites d'actualités et les pages Facebook Algériens. L'étude traite de deux parties à savoir théoriques à travers une tentative d'examiner la littérature relative au sujet; et pratique à travers laquelle nous cherchons à extraire les questions politiques actuelles et à les ordonner dans les sites d'actualités et les pages Facebook de l'actualité algériennes, puis extraire l'ordre des mêmes questions chez les enseignants universitaires pour les comparer afin d'atteindre les résultats permettant de comprendre le mécanisme de la théorie de la hiérarchie des priorité suivant les nouvelles variables. En conséquence, nous avons adopté la méthode d'enquête dans cette étude en utilisant le questionnaire comme outil principal, et l'analyse de contenu comme outil secondaire, en plus d'utiliser des tests statistiques telles que le test de Khi deux et le coefficient de Spearman.

L'étude visait à répondre à la question principale suivante : "Dans quelle mesure les nouveaux médias contribuent à travers les sites d'informations et les pages Facebook algériennes, à la hiérarchisation des priorités des enseignants universitaires en Algérie à l'égard des questions politiques actuelles? Qui est à son tour divisé en une série de questionnements. La première question est relative aux sources de l'information sur lesquelles s'appuient les enseignants universitaires pour suivre les questions politiques actuelles. Quant à la deuxième partie de la question, elle concerne les usages et les profils de l'exposition des professeurs universitaires au service des informations à travers les sites d'actualités, les pages Facebook de l'actualité algérienne ainsi que les questions de la politique actuelle (nationale et arabe) les plus importantes que les professeurs suivent. La dernière partie de la question cherche dans quelle mesure l'agenda des sites d'actualité algériens correspond à l'agenda des pages d'actualités algériennes Facebook sur les questions politiques actuelles d'un côté et l'agenda des professeurs universitaires de l'autre côté. Pour vérifier ce qui précède, une série d'hypothèses nulles a été formulée concernant la relation entre la hiérarchisation des questions politiques (nationales et arabes) actuelles et entre la hiérarchisation des mêmes questions chez les enseignants universitaires. De plus, il est des hypothèses qui traitent de l’impact de la communication personnelle en tant que facteur médiateur sur le processus de la hiérarchisation, avec un total de six hypothèses.

Cette étude se subdivise en une introduction, deux grandes parties et une conclusion. La première partie traite du cadre méthodologique et théorique de l'étude et contient trois chapitres : le premier chapitre traite de l'aspect méthodologique de l'étude, expliquant toutes les étapes méthodologiques de l'étude menées sur le terrain de recherche, en plus de l'aspect conceptuel et des travaux de recherches similaires précédentes.

Le deuxième chapitre contient une explication détaillée de la théorie de l'agenda setting du point de vue historique et des es changements qu'elle a subie dans le contexte actuel de cette étude. Par ailleurs le troisième chapitre traite des nouveaux médias et de leur relation avec la hiérarchie des priorités et des problématiques méthodologiques les plus importants qui s'y rattachent. Enfin la deuxième partie, qui contient le quatrième chapitre dans lequel ont été exposés et analysés les résultats de l'étude ainsi que la vérification et le test des hypothèses et l'extraction de ses résultats généraux.

L'étude a été couronnée par un certain nombre de résultats, dont le plus important est l'existence d'une relation statistiquement significative entre la hiérarchie des questions politiques nationales actuelles chez les enseignants universitaires en Algérie et la hiérarchie de ces mêmes questions dans les sites d'actualités et les pages d'actualités. De même, il existe une relation statiquement significative entre la hiérarchie des questions politiques actuelles nationales et arabes dans les sites d’infirmations et la hiérarchie des questions politiques dans les pages d'actualités algériennes sur Facebook. L'étude a également trouvé un impact de la communication personnelle dans le degré de corrélation entre le classement des questions nationales et arabes chez les professeurs universitaires et sa hiérarchie sur les sites Web et des pages d'actualités.

ABSTRACT

This research, titled "The role of new media in the hierarchy of elite priorities in current political issues - A study of a sample of professors at the Algerian university", deals with one of the media theories that discussed the impact of the media on public interest and its focus on other issues. The theory of the hierarchy of priorities (or the theory of the agenda setting) which presupposes that the media succeed in defining the agenda of the public on the one hand and the political agenda on the other. This study focuses on the re-verification of the hypotheses of this theory in a context different from the social, political and technological context from which it originates. New media imposed rational changes on traditional forms and models of communication; and provided a large space for role exchange between the transmitter and the receiver. This is because the information industry remains the primary responsibility in the hierarchy of public interest priorities, especially when the informing role is now practiced by a number of informal organizations, public exposure to these new sources of information has increased; and thus the possibility of increasing their contribution to the formation of the list of these interests. In this study, we focus on the public of the elite represented by university professors practicing in the Algerian University as a sample of the academic elite, because of the important role of this category in influencing, transferring opinions and behavioral patterns, whether on students or at scientific events. And this is what this study seeks to verify, focusing on informal Algerian news websites, in addition to the Algerian news pages on the social network Facebook. This will be done by extracting and selecting the most important national and Arab political issues and prioritizing it, and then comparing them to the hierarchy of the same questions in the sample of the study represented by university professors.

This study aims to determine the extent to which these informal sources of information can give priority to the elite. This study is one of the descriptive studies. This is aimed at obtaining precise information on the most important sources of information that professors choose to follow current political issues. In addition, it aims to know the uses and profiles of the professors' exposure to the information service through the news sites and the Algerian Facebook pages. The study deals with two theoretical parts through an attempt to examine

the literature on the subject; and practice through which we seek to extract the current political issues and to order them in the news sites and the Facebook pages of the Algerian news, and then extract the order of the same questions from the university professors to compare them in order to to achieve the results which make it possible to understand the mechanism of the theory of the hierarchy of priorities according to the new variables. As a result, we adopted the survey methodology in this study using the questionnaire as a primary tool, and content analysis as a secondary tool, in addition to using statistical tests such as the Chi-square test and the coefficient of Spearman.

The study sought to answer the main question: "To what extent new media contribute through Algerian news sites and Facebook pages, prioritization of academic professors in Algeria on political issues which is in turn divided into a series of questions. The first question relates to the sources of information used by university professors to monitor current political issues. As for the second part of the question, it concerns uses and forms of exposure of university professors to the news service through the news sites and the Facebook pages, And the most important current political issues (national and Arab), which are followed by professors. The last part of the question seeks to what extent the agenda of Algerian news websites corresponds to the agenda of the Algerian Facebook pages on current political issues on the one hand and the agenda of university professors of the " other side.

In order to verify the above, a series of null hypotheses has been formulated concerning the relationship between the hierarchy of current political issues (national and Arab) and between the hierarchy of the same questions among university professors. In addition, there are assumptions that address the impact of personal communication as a mediating factor on the process of hierarchization, with a total of Six Hypotheses. This study is subdivided into an introduction, two major parts and conclusion. The first part deals with the methodological and theoretical framework of the study and contains three chapters: the first chapter deals with the methodological aspect of the study, explaining all the methodological steps of the study carried out in the research field, the conceptual aspect and similar previous research work.

The second chapter contains a detailed explanation of the theory of the agenda setting from the historical point of view and the changes it has undergone in the current context of this study. In addition, the third chapter deals with the new media and their relationship with the hierarchy of priorities and the most

important methodological issues related to them. Finally, the second part contains the fourth chapter in which the results of the study were exposed and analyzed, as well as the verification and testing of hypotheses and the extraction of its general results.

The study was crowned by a number of results, the most important of which is the existence of a statistically significant relationship between the hierarchy of current national political issues among university professors in Algeria and the hierarchy of these same questions in the news sites and news pages. There is also a statically significant relationship between the hierarchy of current national and Arab political issues in the news sites and the hierarchy of political issues in the Algerian news pages on Facebook. The study also found an impact of personal communication in the degree of correlation between the hierarchy of national and Arab questions among university professors and its hierarchy on websites and news pages.

فهرس المحتويات	الصفحة
شكر	
إهداء	
ملخص الدراسة	
مقدمة	أ- ج
القسم الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	
الفصل الأول: مشكلة البحث ومنهجه	
1.1 الإشكالية	2
2.1 تساؤلات وفروض الدراسة	5
1.2.1 تساؤلات الدراسة	5
2.2.1 فروض الدراسة	6
3.1 أهداف الدراسة	7
4.1 المفاهيم الرئيسية للدراسة	7
5.1 الدراسات السابقة	10
1.5.1 دراسات تتناول الإعلام الجديد وتأثيراته.	11
2.5.1 دراسات تتناول ترتيب الأولويات.	15
3.5.1 دراسات تتناول النخبة.	27
4.5.1 التعليق على الدراسات السابقة	33
6.1 منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.	36
1.6.1 منهج الدراسة	37
2.6.1 أدوات جمع البيانات	38
7.1 مجتمع البحث وعينة الدراسة.	43
الفصل الثاني: نظرية ترتيب الأولويات	50
تمهيد	51
1.2 مدخل إلى نظرية ترتيب الأولويات	52
1.1.2 بدايات نظرية ترتيب الأولويات	52
2.1.2 علاقة نظرية ترتيب الأولويات بالقضايا السياسية	57
3.1.2 نظرية ترتيب الأولويات والنخبة المثقفة.	60

2.2 التيارات الجديدة في نظرية ترتيب الأولويات	64
1.2.2 ترتيب أولويات الجمهور.	64
2.2.2 ترتيب أولويات وسائل الإعلام.	68
3.2.2 ترتيب أولويات السياسة العامة.	72
3.2 القضايا والإشكاليات المنهجية في الدراسات الجديدة لنظرية ترتيب الأولويات	73
1.3.2 المرحلة الأولى.	73
2.3.2 المرحلة الثانية.	74
3.3.2 المرحلة الثالثة.	74
4.3.2 نظرية ترتيب الأولويات ونموذج الانتقال عبر مرحلتين.	76
الفصل الثالث: الاعلام الجديد والقضايا السياسية	80
تمهيد	81
1.3 مدخل إلى أبحاث الإعلام الجديد	82
1.1.3 الإعلام الجديد ونظرية ترتيب الأولويات	82
2.1.3 الإعلام الجديد وإشكالية المضمون والجمهور	85
3.1.3 الاتجاهات البحثية والصعوبات المنهجية.	88
2.3 الإعلام الجديد والسياسية	94
1.2.3 الإعلام الجديد والعملية السياسية.	94
2.2.3 التوظيف السياسي للإعلام الجديد.	103
3.2.3 تأثير الإعلام الجديد في التعبئة والمشاركة السياسية	109
3.3 الإعلام الجديد والديمقراطية	115
1.3.3 الديمقراطية والفضاء العمومي.	115
2.3.3 شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير السياسي.	123
3.3.3 الأدوار السياسية لإعلام المواطن.	131
القسم الثاني:الإطار التطبيقي للدراسة	142
الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالنخبة (الأساتذة الجامعيين)	142
تمهيد	143

1.4 عرض بيانات عينة الدراسة.	144
2.4 المصادر الاخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون	148
3.4 استخدامات وأنماط تعرض المبحوثين للخدمة الإخبارية	153
4.4 تقييم المبحوثين للأخبار من خلال وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالمواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية	173
5.4 أهم القضايا السياسية الراهنة التي يتابعها المبحوثون	180
6.4 العلاقات والارتباطات	189
7.4 نتائج اختبار الفرضيات	192
8.4 النتائج العامة للدراسة	204
خاتمة	209
قائمة المراجع	211
الملاحق	

فهرس الأشكال والجداول

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	العلاقة بين أولويات صناع القرار السياسي وأوليات الإعلام	58
02	العلاقة بين أولويات النخبة ووسائل الإعلام والنظام السياسي والجمهور	61
	عنوان الجدول	
01	المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية	44
02	أولويات المواقع الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة	45
03	أولويات المواقع الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة	45
04	أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة	46
05	أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة	46
06	توزيع عينة الدراسة على أساس الناحية الجامعة التي تنتمي إليها	48
07	تجربة وانج	83
08	تلخيص نموذج السيد بخيت في الإعلام الجديد	90
09	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس	144
10	عينة الدراسة وفقا للجنس والسن	144
11	توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس والتخصص	145
12	وفقا للجنس والرتبة العلمية	147
13	المصادر الإخبارية الأساسية التي تتلقى منها عينة الدراسة المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة، الوطنية والعربية	148
14	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية المختارة	151
15	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما	153
16	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ودرجة استخدام منصات الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة	154
17	يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية التي تتابعها	155
18	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى متابعتها للمواقع الاخبارية الجزائرية التي	157

	قامت باختيارها	
19	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأهم الصفحات الإخبارية الجزائرية في فايس بوك التي تتابع من خلالها الأخبار حول القضايا السياسية الراهنة	158
20	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى متابعتها للصفحات الإخبارية التي قامت باختيارها	161
21	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وطبيعة القضية التي تتابعها ضمن المواقع الاخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيسبوك	162
22	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى حرصها على معرفة مصادر الأخبار التي تقرأها	163
23	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وسلوكها المعتاد في متابعة الأخبار	165
24	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والفترة المفضلة لديهم لمتابعة الأخبار	167
25	يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والطريقة التي تستخدمها أكثر من أجل تصفح الأخبار من خلال شبكة الانترنت	168
26	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومكان متابعتها للأخبار	169
27	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأسباب متابعتها للأخبار	170
28	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والمواد الاخبارية التي تتابعها	171
29	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها	172
30	توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومتابعتها للاخبار من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفيسبوك او وسائل الاعلام التقليدية	173
31	مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين	174
32	مستويات الاستجابة للمحور المتعلق ب مستوى الأخبار في المواقع والصفحات	176
33	المتوسط العام لكل الفقرات المتعلق ب مستوى الأخبار في المواقع والصفحات	176
34	مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية من وجهة نظر المبحوثين	177
35	مستويات الاستجابة للمحور المتعلق ب مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية	179
36	المتوسط العام لكل الفقرات ب مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية	179
37	ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين	181
38	ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين	182
39	مدى مناقشة عينة الدراسة للقضايا المهمة مع الآخرين	184

40	مدى التعرض إلى قضايا تم طرحها بداية في المواقع والصفحات الإخبارية ثم تناولتها وسائل الاعلام التقليدية	185
41	الأطراف التي يناقش معها الأساتذة الجامعيون القضايا التي تهمهم	186
42	وجهة نظر الأساتذة الجامعيين في مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية عليهم	187
43	رأي الأساتذة الجامعيين في كون القضايا المطروحة في المواقع والصفحات الإخبارية هي نفسها المهمة في الواقع	188
44	العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للمواقع الاخبارية الجزائرية	189
45	العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك	190
46	العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ونوع المصدر الذي تحرص على متابعة الأخبار منه	191
47	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الأساتذة للقضايا الوطنية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا	192
48	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الأساتذة للقضايا العربية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا	194
49	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية الوطنية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا	196
50	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية العربية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا	198
51	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس تأثير الاتصال الشخصي في مستوى الارتباط بين ترتيب الأساتذة للقضايا الوطنية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا	200
52	اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس تأثير الاتصال الشخصي في مستوى الارتباط بين ترتيب الأساتذة للقضايا العربية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا	202

مقدمة

أدى التّطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات إلى دفع المجتمعات إلى حقبة وسائل الإعلام الدّيمقراطية، التي يتمكن فيها كل فرد من الحصول على المعلومات بصفة فورية، وذلك اعتمادا على ما يصطلح عليه بالإعلام الجديد بمفهومه الحديث، ذلك أن هناك اختلافات كبيرة في التنظير للإعلام الجديد، فالتّحولات والتّغيرات التي فرضها التّطور التكنولوجي عبر مراحل عديدة تعتبر أساس دورة حياة الإعلام والاتصال، والإعلام أصلا جديد في كل أطواره، فقد كان جديدا مع ظهور الطباعة، ومع تطور الصحافة المكتوبة، ومع ظهور الإذاعة وكذا التلفزيون، ففي كل مرة كان الباحثون يتساءلون عن مصير القديم بحلول الجديد، حيث نوقش سابقا مستقبل الصحافة المكتوبة أمام الدّور الإعلامي الذي حقّقته الإذاعة في بداية القرن العشرين، وبعدها عن تهديد مكانة الإذاعة أمام الشّعبية الكبيرة التي نالها التلفزيون أواخر النصف الأول من القرن ذاته، وذلك لأن طبيعة التحولات التي تفرضها التقنية، سواء في المجال العلمي أو التكنولوجي، هي حصيلة ما سماه ماكلوهان بالحتمية التكنولوجية.

بالرّغم من صعوبة الاتفاق على معالم واضحة للإعلام الجديد، بسبب حالته الديناميكية والمتطورة، إلا أن هذا لا ينفي أن قوالبا وأنماطا اتصالية جديدة بدأت تفرض نفسها، وتستقطب أعداد متزايدة من المستخدمين لشبكة الانترنت، هذه الأخيرة التي وصلت إلى دمج الوسائل الاتصالية المختلفة، القديمة والحديثة في بيئة واحدة، وغيرت العديد من المفاهيم والنظريات الإعلامية التي استقرت لسنوات عند الباحثين والأكاديميين، وأدت إلى تغيير الأدوار المتعارف عليها في العملية الاتصالية.

سمح الإعلام الجديد بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل كطرفين أساسيين في العملية الاتصالية، هذا التبادل ليس فقط على مستوى عملية رجع الصدى التي يمارسها المستقبل فيتحول إلى مرسل، ولكن امتد ليشمل إنتاج الرسائل وبثها فأحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي، مما استوجب الوقوف أمام هذه التغيرات لتحديد أبعادها ودراسة تأثيراتها، هذه الأخيرة التي ظهرت على مستوى الممارسات الاتصالية والاعلامية من

جهة، وأخذت ملامحها تظهر تدريجيا على المستوى النظري والأكاديمي للأدبيات الكلاسيكية التي قام عليها الإعلام والاتصال من جهة أخرى، فقد واجهت عديد النظريات إشكاليات منهجية وأخرى على مستوى فروضها ضمن البيئة التي أنتجتها وسائط الإعلام الجديد، حيث بدأت الأبحاث تتجه صوب تراجع نظرية حارس البوابة ولولب الصمت وغيرها من النظريات، وتأتي هذه الدراسة لتتناول إحدى هذه النظريات ألا وهي نظرية ترتيب الأولويات أو ما تعرف – بالأجندة سيتينغ – لمحاولة اختبار فروضها في ظل المتغيرات الجديدة على مستوى الشكل والمضمون، ولأن مضامين الإعلام الجديد شديدة التنوع تم الاعتماد في هذه الدراسة على نمطين شائعين هما المواقع الإخبارية وقد تم اختيار الجزائرية منها وكذلك صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية أيضا، وذلك لمعرفة أهم القضايا السياسية المطروحة ضمن أولياتها، ثم مقارنتها مع أهم القضايا السياسية التي تحتل قائمة أوليات عينة الدراسة الميدانية، والتي اعتمدت فيها الدراسة على النخبة الأكاديمية ممثلة في الأساتذة الجامعيين، لما لهم من دور أساسي في عملية صناعة القرار من جهة، وفي توجيه وتشكيل آراء شريحة كبيرة من الشباب تجاه عديد القضايا السياسية والاجتماعية على المستوى الوطني والدولي من جهة أخرى.

جاءت الدراسة مقسمة إلى مقدمة وقسمين وخاتمة، القسم الأول يتمثل في الإطار المنهجي والنظري للدراسة ويحتوي على ثلاثة فصول، ثم القسم الثاني الممثل في الإطار التطبيقي للدراسة ويحتوي على فصل واحد، بالنسبة للفصل الأول من القسم الأول فهو يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة، وفيه تم تناول إشكالية الدراسة وتساؤلها الرئيسي، ثم التطرق إلى تساؤلات الدراسة وفرضياتها، حيث تم الاعتماد على مجموعة من الفرضيات التي تم اختبارها والوقوف عند مدى صحتها، بعد ذلك تم تناول أهداف الدراسة، ثم عرض مفصل للدّراسات السابقة التي تم تقسيمها بين الدراسات التي تناولت ترتيب الأولويات والتي تناولت الاعلام الجديد وأخرى تناولت النخبة، بعد ذلك تم تناول منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات أين تم الاعتماد على أداتي تحليل المضمون والاستبيان وأخيرا تم تناول شرح لعينة البحث ومجتمع الدراسة.

الفصل الثاني تم فيه طرح مفصل لنظرية ترتيب الأولويات، وقد تم التطرق في الجزء الأول منه لنقاط أساسية، بدءا من الطرح التاريخي إلى علاقة النظرية بالنخبة وبالقضايا السياسية، أما الجزء الثاني فقد تناول التيارات الفكرية الجديدة في نظرية ترتيب الأولويات، ثم الجزء الثالث الذي تناول القضايا والاشكاليات المنهجية في الدراسات الجديدة لنظرية ترتيب الأوليات.

الفصل الثالث أيضا تناول نقاط أساسية أولها التعرض لمدخل إلى أبحاث الاعلام الجديد من حيث علاقته بنظرية ترتيب الأوليات، وكذلك التغيرات المنهجية الجديدة التي يواجهها الباحثون على مستوى المضمون والجمهور وأهم الصعوبات المنهجية التي طرأت، أما النقطة الثانية التي تمت مناقشتها فتتعلق بعلاقة الإعلام الجديد بالسياسة أين تم تحليل كيفية توظيفه في العملية السياسية وشرح آليات الحشد والتعبئة من خلالها، وصولا للنقطة الثالثة أين تم التطرق لعلاقة الإعلام الجديد بالديمقراطية وتحليل فكرة الفضاء العمومي، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي باعتبارها أحد الأعمدة التي ترتكز عليها الدراسة، وفي الأخير الحديث عن الأدوار السياسية لما يعرف بإعلام المواطن.

في الأخير القسم الثاني الذي يتضمن الفصل الرابع، أين تم عرض وتحليل نتائج الدراسة وتفسيرها في ضوء متغيرات الدراسة وظروف إجرائها، وقرائتها في ظل السياق السياسي والاجتماعي الذي مرت به الجزائر خلال فترة الدراسة، بعد ذلك تم اختبار فروض الدراسة واستخلاص النتائج العامة.

القسم الأول

الإطار المنهجي والنظري للدراسة

الفصل الأول

مشكلة البحث ومنهجه

1.1 الإشكالية

برزت وسائط الإعلام الجديد في صور عديدة، مهّدت لكافة المجتمعات والأفراد فرصة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرّغبات، وباتت الوسيلة الأكثر استخداما لتحقيق التواصل، لما لها من خصائص جعلتها فاعلة ومؤثرة في التغيير خاصة بعد موجة الأحداث المتتابعة في الساحة العربية من الشعوب ضدّ أنظمتها، وتمكّنت من تشكيل رأي عام انطلاقا من قلب الجمهور العام نفسه، فنجد الصحف الإلكترونية التي توفّر للمستخدم إمكانية النّشر أو كتابة الردود على المواضيع المنشورة، وهناك المدونات التي يدون فيها أصحابها يومياتهم واهتماماتهم، وهناك مواقع المحادثة (الدردشة)، ومواقع القنوات الفضائية، حتى ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت تبادل ومشاركة المعلومات والملفات ومقاطع الفيديو، والصور وإجراء المحادثات الفورية، والتفاعل المباشر بين مستخدميها، الشيء الذي أدى إلى كسر حالة احتكار المعلومة والخبر، إضافة إلى أنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسئولين عن طريق بروز تجمعات وتكتلات بين الأفراد داخل هذه الشبكات تحمل أفكارا ورؤى متقاربة وأحيانا موحدة.

لقد تطور دور هذه الشبكات من مجرد مصدر للمعلومات والتسوق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار، لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم، فبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر الفيديوهات واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدوَّنات، فقد فتح الإعلام الجديد المجال الحر لتدفق المعلومات والأخبار الجارية، وخاصة أثناء الحروب والنّزاعات السّياسية، وقد أوجد اختلاف الأخبار والمعلومات على الانترنت، تنافسا بين مزودي الأخبار وخلق تحديات للأنماط التقليدية للإعلام والإخبار مع تكنولوجيا الاتصالات الجديدة.

أدت هذه المنافسة إلى دفع وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة إلى إنشاء مواقع الكترونية تواكب هذه النقلة وتتماشى مع إمكانات الانترنت في القدرة على التحديث والإضافة على الأخبار والتقارير الصادرة على مدار الساعة، من هنا فإن هذا الكم الهائل من التدفّق المعلوماتي والإخباري، بات يساهم في تشكيل قائمة بالموضوعات المهمّة لدى الأفراد انطلاقا من مقاربة أن المواضيع التي يتعرض لها الفرد من خلال وسائل الإعلام، إنّما تتحكم فيها معايير انتقائية من قبل هذه الوسائل، عن طريق أساليب إبرازها أو طمسها لموضوعات دون أخرى، وتحريكها صعوداً وهبوطاً ليس فقط لاستهداف إثارة اهتمام الجمهور العام، إنما هي عملية تستهدف –أيضاً– لفت أنظار صانعي القرار السياسي والتشريعي إلى ما يدور في أذهان العامة، وما يشكل محور أحاديثهم اليومية وهذا ضمن مقاربة ترتيب الأولويات .

تعتبر دراسة (ترتيب الأولويات) دراسة لتأثير الإعلام على الرأي العام، وهناك من النظريات ما يؤكد على أن الرأي العام ليس إلا رأي النّخبة المثقفة المؤثرة، وأن الرأي غير المثقف قلما يؤثر في مجريات الأمور لعدم وعيه، غير أن جلّ هذه الدراسات جاءت في الفترة التي كانت تسود فيها وسائل الإعلام التقليدية، حيث كانت العملية الاتصالية الإعلامية، تخضع لجهات تابعة ومركزية وأيديولوجية سياسية في التسيير تبعا للأنظمة، هذا الشيء الذي غاب في ظلّ الإعلام الجديد، حيث انقلبت الأدوار بين المرسل والمستقبل، وتفكّكت المعايير المتعارف عليها والتي تحكم العملية الاتصالية، ففي الدول الديمقراطية فإن وسائل الاتصال تركّز وتعطي الأولوية لمشكلات معينة، وهي بذلك تضع (الأجندة) للقيادات السياسية كما تضعها للجمهور العام، وقد يزيد هذا التأثير بزيادة المصادر الإخبارية المتاحة أمام الفرد في ظل وسائط الإعلام الجديد، فقد انتشرت على شبكة الانترنت المواقع الإخبارية الرسمية وغير الرسمية التي تعمل على بث الأخبار الجديدة أولا، وبالتالي لم يصبح نشر الأخبار حكرا على وسائل الإعلام التقليدية، أيضا أصبحت الصفحات الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار متزايد، وعلى الرغم من ضبابية الرؤية حول مالكيها أو مموليها إلا أنها تتميز بنسب متابعة عالية جدا تجعلنا نتساءل حول دورها كمصدر إخباري يتم الاعتماد عليه في

تشكيل الآراء حول قضايا سياسية معينة، وقد سايرت المواقع الإخبارية الجزائرية موجة الاعلام الإخباري هذه، إضافة إلى الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، وفرضت نفسها كمصدر إخباري ليس فقط بالنسبة لمستخدمي الانترنت ولكن حتى بالنسبة لباقي وسائل الإعلام التي تلجأ في كثير من الأحيان إلى هذه المواقع والصفحات كمصدر أساسي وحصري في قضايا عديدة.

إن الفرض الأساسي لمقاربة الأجندة هو وجود علاقة قوية بين تغطية وسائل الإعلام لموضوعات محدّدة، وبين اهتمام الجمهور بالموضوعات نفسها وبالترتيب ذاته من الأهمية، حيث أنها تمارس تأثيرها على الجمهور عن طريق تركيزها على قضايا معينة، وإهمال أخرى مما ينتج عنه زيادة تركيز الجمهور وإدراكه لتلك القضايا ووضعها في أولوياته بنفس الترتيب، ولأن من أبرز خصائص الإعلام الجديد، هو قدرة الأفراد على القيام بأدوار ضلت على امتداد أجيال حكرا على المؤسسات الإعلامية التقليدية، فقد تحرر المستخدمون من قيود الرقابة ومن ضوابط الإنتاج والنقل والتبادل، وأصبح المتلقي السابق يمارس دور توجيه القرار والتأثير فيه واتخاذه، فالرسائل الإعلامية والأخبار الموجهة بغرض معين والمعدة بطريقة خاصة، لتحقيق أغراض بذاتها أصبح يقابلها تدفق فائق لرسائل متحررة من قيود التحرير والكتابة، والحرية النسبية أصبح يقابلها في الإعلام الجديد حرية مطلقة تمارس في فضاء افتراضي.

من هنا تبلورت لدى الباحث فكرة الدّراسة، في إطار اختبار نظرية ترتيب الأولويات في ظل الإعلام الجديد، فهل يمكن الكلام عن ترتيب الأوليات في ظل المتغيرات الجديدة في عصر أصبح الكل فيه مرسل وناشر ومراسل، وأصبح الجميع مشارك في صناعة المعلومات والأخبار، وبما أن مقاربة ترتيب الأولويات تتبنى اتجاهات بحثية كثيرة، فقد اخترنا قياس دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات نخبة من المجتمع الجزائري تجاه قضايا معينة دون أخرى، وبهذا الصدد اخترنا الأساتذة الجامعيين بالجامعة الجزائرية كعنصر نخبوي أساسي له دور هام في تشكيل الآراء وصناعة القرار في المجتمع الجزائري، وقد اخترنا القضايا السياسية الراهنة .

وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل التالي:

إلى أي مدى يساهم الإعلام الجديد من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية في ترتيب أولويات الأساتذة الجامعيين بالجزائر تجاه القضايا السياسية الراهنة؟

2.1 تساؤلات وفروض الدراسة

1.2.1 تساؤلات الدراسة:

1- ما هي أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في متابعة القضايا السياسية الراهنة؟

2- ما هي استخدامات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيون للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية؟

3- ما هي أهم القضايا السياسية الراهنة (الوطنية والعربية) التي يتابعها الأساتذة الجامعييون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية؟

4- إلى أي مدى تتطابق أجندة المواقع الاخبارية الجزائرية مع أجندة صفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الراهنة؟

5- إلى أي مدى تتطابق أجندة المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية مع أجندة الأساتذة الجامعيين تجاه القضايا السياسية الراهنة؟

2.2.1 فروض الدراسة :

1) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية الوطنية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية.

2) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية العربية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية .

3) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية على فيسبوك .

4) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية على فيسبوك.

5) لا يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا الوطنية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية الجزائرية.

6) لا يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا العربية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية الجزائرية.

3.1 أهداف الدراسة

- التعرف على أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في متابعة القضايا السياسية الراهنة.
- التعرف على استخدامات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيون للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية.
- التعرف على أهم القضايا السياسية الراهنة (الوطنية والعربية) التي يتابعها الأساتذة الجامعيون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية.
- التعرف على مدى تطابق أجندة المواقع الاخبارية الجزائرية مع أجندة صفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الراهنة.
- التعرف على مدى تطابق أجندة المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية مع أجندة الأساتذة الجامعيين تجاه القضايا السياسية الراهنة.

4.1 المفاهيم الرئيسية للدراسة

1- الإعلام الجديد (New Media):

لم تتضح معالم الإعلام الجديد بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتليفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية. فيعرفه أياد الدليمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي

الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع"[1].

ونتيجة للتباين والاختلاف في تعريفات ومفاهيم الإعلام الجديد رغم أنها تصب في بوتقة واحدة، فإن مصطفى عباس صادق يرى فيها عملية: "التزاوج (Convergence) ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكومبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات"[2].

ويضيف صادق عباس تعريفاً آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلي أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكومبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة"[3].

التعريف الإجرائي:

يتمثل الاعلام الجديد في دراستنا في المواقع الإخبارية الجزائرية غير التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة أو عمومية، إضافة إلى الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك غير التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة أو عمومية.

---

[1]- إياد الدليمي ،الإعلام الجديد– **ثورة وثروة**– مقال في صحيفة العرب القطرية ، في 18–05–2013
http://www.alarab.qa/details.php?issueId=1447&artid=161413

[2]– عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة**"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، السنة 2007 ، ص 182

[3] – المرجع نفسه، ص 184

2- النخبة ELITE:

أ- لغة:

النخبة ويقال الصفوة إشارة إلى جماعة أو فئة من الأفراد لديهم مكانة اجتماعية متميزة تؤثر على بعض أو كل شرائح المجتمع الأخرى.[1]

ولعل هذا المعنى قدر تكرر وإن كان بصور اخرى في عديد التعاريف، فنجد من يعرف النخبة بأنها: " جماع مهنية أساسا لها مكانة عالية" ، أيضا تعرف على أنها : " طائفة من الأفراد تتوفر فيهم صفات ذات قيمة، كالقدرة الفكرية والوضعية الإدارية العالية والقوة العسكرية والسلطة الادبية، ولهم هيبة ونفوذ واسع الانتشار"[2]

إن أوائل المعجميين العرب كانوا قد وظفوا مفهوم "النُّخبة" فيما وضعوه من معاجم كانت في خطابها الفكري والمعرفي نتاجاً لحركة المجتمع الثقافية، انعكاساً لطبيعة العقلية العربية ولتركيبتها المفاهيمية في كل المراحل الثقافية والأدبية التي مرَّت على المجتمع العربي والإسلامي، مثل: معجم "العين" للخليل بن أحمد الفراهيدي (100 . 175 هـ) الذي تداول هذا المفهوم كمصطلح وليس كلفظ أو اسم أو فعل فقط. قال الفراهيدي: النُّخْبةُ هم خِيارُ الناس، ويقال: انتخَبْتُ أفضلهم نُخْبَةً وانتَخَبْتُ نُخْبَتَهم، كما أورد في سياق تعريفاته المعجمية مصطلحات مركَّبة تدلُّ على المفهوم من الناحية التداولية، مثل: مفهوم "نخبةُ القوم"، ومفهوم "نخبة السُّلطان"، و"جماعة من نُخْبة الناسِ وخِيارِهم[3] ."

وهي تعني أيضا الأقلية المنتخبة أو المنتقاة من مجموعة اجتماعية) مجتمع أو دولة أو طائفة دينية أو حزب سياسي (تمارس نفوذا غالبا في تلك المجموعة عادة بفضل مواهبها الفعلية أو الخاصة المفترضة.

---

[1]- عبد الهادي الجوهري، **قاموس علم الاجتماع، القاهرة**، مكتبة نهضة الشرق، 1983، ص 133

[2]- المرجع نفسه، ص 133.

[3]- اقرأ المزيد : مفهوم النُّخبة - 1 - - جريدة الاتحاد
http://www.alittihad.ae/details.php?id=159064&y=2007#ixzz28A74oELq

ب- اصطلاحا:

تعتبر النخبة إحدى فئات المجتمع المتميزة في مجال ما فكريا أو تعليميا أو وظيفيا، الأمر الذي يؤهلها للقيام بأدوار قيادية وذات مسؤولية في المجتمع، وهي أكثر الفئات المجتمعية تأثيرا في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار[1] .

أيضا هي مجموعة من الأفراد مثقة وواعية، تتميز باطلاعها وخبراتها وحسن تصرفها، تقود الرأي العام في عدة مجالات ما يعطيها أهمية كبيرة في المجتمع[2]

لا يمكننا الحديث عن النخبة إلا في داخل أحد فروع النشاط فثمة إذن عدد من النخب بقدر ما يكون لدينا من فروع للنشاطات، وتدعى النخبة التي تمارس نفوذا في أي مجموعة بنخبة المجموعة النخبة الاجتماعية، النخبة الدينية، النخبة السياسية.

ج- التعريف الإجرائي

وفي دراستنا هذه سوف نركز على النخبة الأكاديمية، المتمثلة في الأساتذة الجامعيين بالجامعة الجزائرية، بوصفهم لهم دور في توجيه الآراء وصناعة الاتجاهات، والمساهمة في صناعة القرار، من خلال تدريسهم للطلبة ومشاركاتهم في الفعاليات العلمية والثقافية.

5.1 الدراسات السابقة

يعتبر الإعلام الجديد ظاهرة لا تزال حديثة النشأة وفي طور التكوين، لذلك تتباين الدّراسات حولها نظرا للتّسارع الكبير الذي يمسّ هذا النمط الاعلامي، حيث لا تتّسم متغيّرات هذه الظاهرة الاتصالية بنمط معيّن يمكن التّركيز عليه وتتبّع العلاقة بين متغيّراته بدرجة محدّدة من الدّقة، لذلك وبعد تقصي الأدبيات التي نشرت حول هذا الموضوع وجدنا أن كثيرا من الباحثين قد اختار جوانب مختلفة لتسليط الضوء عليها وقد حاولنا جمع ما يمكن منها، وبالتّرابط مع طبيعة بحثنا هذا وجدنا أن ثلاثية تحدّد أساس ومنطلقه وهي الاعلام الجديد وترتيب الأولويات والنخبة.

---

[1]- حنان جنيد ، **دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب**، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية، جامعة الازهر، عدد18، أكتوبر 2002، ص440.

[2]- رضا عبد الواحد أمين، **الصحافة الالكترونية، القاهرة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص27.

1.5.1 دراسات تتناول الاعلام الجديد وتاثيراته

1-دراسة عباس مصطفى صادق 2007: "الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة":

هدفت الدراسة الى مناقشة مفهوم وجوانب الاعلام الجديد، حيث استعرضت مجموعة واسعة من التعريفات المتاحة، ضمن الدراسات الأجنبية المبكرة إضافة لما كتبته الموسوعات والقواميس المتخصصة في التكنولوجيا، ثم انتهت الدراسة الى استعراض عدد من الرؤى النظرية المختلفة حول الموضوع، اعتمد فيها طرح مفهوم الإعلام الجديد باعتباره تطوراً كبيراً له أبعاد مختلفة ومتشعبة، ويعتبر في هذا السياق أن التعريفات التي قدمها العديد من المتخصصين في الإعلام وتقنياته الحديثة وتطبيقاته هي بمثابة تعريفات حذرة بسبب التطور المستمر لهذا النوع من الإعلام، لقد تناول الباحث العديد من التعريفات للإعلام الجديد من مصادر مختلفة، ومن أهم التعريفات التي تناولتها الدراسة هي: تعريف نيكولاس نيغروبونتي **Nicholas Negroponte**)، وكذلك تعريفات (جون بافلك **Pavlik John** وفين كروسبي **Vin Crosbie** وستيف جونز **Steve Jones**)، درات كلها حول مفهوم الإعلام الجديد وتطوراته التي أحدثت ثورة في وسائل الاتصال الحديثة.

ومما يلخص لنا رؤية الباحث في هذا المجال قوله: "يجب علينا أن نقر إن تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً...، وأن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة، عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام، كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية هنا تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكومبيوتر وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم"[1].

[1] – عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 178.

2- دراسة لشركة (Digital Surgeons): "الفيس بوك وتويتر خلال (2010)"[1]:

قامت شركة (**Digital Surgeons**) 2010 ، المتخصصة بتسويق العلامات التجارية على الشبكات الاجتماعية بدراسة تحليلية لمستخدمي (الفيس بوك وتويتر)، وتوصلت إلى ان هناك أكثر من (500) مليون مستخدم للفيس بوك وهناك أكثر من (100) مليون مستخدم لتوتير ولكنها تساءلت حول طبيعة سلوك هؤلاء المستخدمين من حيث درجة وطريقة ووقت الاستخدام وغيرها من النقاط التي أثارتها نظرية الاستخدامات والحاجات.

وقد تمت الإشارة إلى أن معظم الدراسة قامت علي دراسة سلوك وتركيبة المستخدمين داخل الولايات المتحدة، وبالرغم من وجود اختلافات وفروق في طبيعة الاستخدام بين (الفيس بوك وتويتر)، إلا أن الدراسة تعطي مؤشرات على مدى قوة الشبكات الاجتماعية وجذبها لطبقات المجتمع المختلفة.

وقد توصلت الدراسة عدة نتائج أهمها:

بالنسبة للفيس بوك: كانت نسبة المستخدمين للفيس بوك بشكل دائم ويومي 41%، ومستخدمي الفيس بوك عبر الهواتف 30%، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية 40%، **أما** نسبة المستخدمين الذين يقومون بتحديث حساباتهم الشخصية يوميا 12%، **و**نسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (70%).

بالنسبة لتويتر: كانت نسبة المستخدمين بشكل دائم ويومي27، ومستخدمي التوتير عبر الهواتف 37%، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية 25%، **أما** نسبة المستخدمين الذين يقومون بتحديث حساباتهم الشخصية يوميا 67%، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة 60%.

[1]- تيدوز (التقنية بالعربية)، أيمن فكري، الفيس بوك وتويتر خلال2010، في 25-10-2013
http://www.teedoz.com/2010/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%88%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%842010

3- دراسة جامعة واشنطن (2011): "دور الإعلام الإجتماعي في تفعيل الثورات العربية"

وهي دراسة قامت بها من خلال باحثين متخصصين من أجل دراسة دور وسائل الإعلام الاجتماعية مثل: (تويتر والفيس بوك) في تفعيل الثورات العربية المختلفة، ولقد اعتمدت الدراسة على تحليل محتوى ثلاثة ملايين تعليق (تويتر)، وساعات طويلة من أشرطة فيديو (يوتيوب) وكذلك محملة من المواقع الشخصية، بهدف معرفة واستكشاف ما إذا كانت الشبكة العنكبوتية والخدمات الاجتماعية (تويتر، الفيس بوك، ووسائل الإعلام) قد كانت حقا مساهمة في اندلاع هذه الثورات.

ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة، فإن الحديث عن الثورة قد بدأ فعليا قبل قيامها، وأن الناس استفادت كثيراً من المشاركة في الشبكات الاجتماعية في سعيها لتحقيق الديمقراطية، حيث استفاد المستخدمون من حرية التعليقات وإبداء الرأي حول المستجدات، ما شكل تحديا كبيرا أمام الحكومات [1].

4-دراسة سعد بن محارب المحارب (2011): " الإعلام الجديد في السعودية":[2]

وهي عبارة عن دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، كمحاولة لفهم الإعلام الجديد من منظور جديد، حيث يسعى الباحث شرح تأثير الرسائل النصية القصيرة عبر الهاتف النقال، على صياغة الأخبار التي توزع عبرها، خصوصا من حيث طبيعة المحتوى الإخباري، ويتمثل الهدف الأساسي للدراسة في معرفة التأثير الذي أحدثه استخدام تقنية الرسائل النصية القصيرة عبر الهاتف النقال في توزيع الأخبار، وخصوصا ما يتعلق ببناء النص الإخباري.

---

[1] – موقع أخبار الساعة، دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية، في 05-11-2014
http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-

[2] – سعد بن محارب المحارب، **الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة**، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2011.

وقد اعتمد الباحث على نظريتين كمدخل نظري لفهم التطبيق الحديث للإعلام الجديد، وهما نظرية حارس البوابة ونظرية مارشال ماكلوهان، أما في الإطار التطبيقي فقد قام بتحليل الرسائل التي يتم توزيعها عبر الخدمات الإخبارية التابعة للمؤسسات الإعلامية، من خلال تقنية الرسائل النصية القصيرة (SMS) في المملكة العربية السعودية، والتي يقدر عددها بحوالي 30 خدمة إخبارية، تمتلك قنوات متعددة، بمتوسط خمس قنوات لكل خدمة، تبعث ما لا يقل عن 3 رسائل يوميا، أي ما يقدر ب 2250 رسالة قصيرة في اليوم الواحد، وقد توصل الباحث بعد تحليل 185 رسالة نصية قصيرة تم بثها إلى الجمهور عن طريق خمس مؤسسات إعلامية، إلى أنه يمكن إجمال أهم سمات المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة في النقاط التالية:

- القصر: فقد بلغ أقصى طول للرّسالة ضمن العينة 490 عنصر.
- غياب العنوان والمصادر: خلت أغلبية الرسائل من الإشارة إلى المصدر، أو استخدام عنوان للخبر.
- " ماذا ومن ": كانت الإجابة عن هاذين السؤالين ظاهرة غالبة في الرسائل، مقابل تدني الإجابة عن السؤالين " لماذا وكيف".
- الارتباط والمتابعة: وهما أكثر قيمتين احتوتهما الرسائل التي تم تحليلها.

5- دراسة موقع بيت كوم2011 غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدردشة[1]

لقد أظهرت الدّراسة أن غالبية مستخدمي الأنترنت في الدّول العربية يستخدمونها للدّردشة مع أصدقائهم أو العثور على أصدقاء جدد مقارنة بمستخدمي الأنترنت من الدّول الأجنبية الذين يستغلّونها بنسبة أعلى لأغراض أخرى مثل التّعلم عن بعد أو التّسوق الإلكتروني أو البحث عن الوظائف، وقد ذكرت الدّراسة التي قام بها موقع بيت كوم أن الدّافع الرئيسي

[1]- موقع سي أن أن بالعربية، غالبية العرب يتخدمون الانترنت في الدردشة، في 14-04-2014
/http://archive.arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab

لاستخدام الانترنت: من قبل المنطقة العربية هو المشاركة في النشاطات الاجتماعية بمعدل 3 ساعات فأكثر يوميا وكشفت نتائج الدراسة ما يلي:

1- 67% ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الانترنت في التواصل الاجتماعي.
2- 36% يتواصلون يوميا مع اصدقائهم عبر البريد الالكتروني.
3- 31% يتواصلون عبر موقعي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر.
4- مشاهدة الفيديو والاستماع الى الموسيقى من أكثر الأمور شعبية بين الأوساط .
5- 36% يستخدمونها لغرض البحث عن وظيفة .
6- 40 % يستخدمونها للألعاب الالكترونية.
7- 37% يستخدمونها لرفع مقاطع الفيديو .
8- 32% يستخدمونها لتحميل الصور.

2.5.1 دراسات تناولت ترتيب الأولويات

حتى وقت قريب كانت الافتراضات الشائعة أن من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في علاقتها بالنظام السياسي هو أنّها تدعم شرعيته من حيث انها تدعم النظام السياسي الاجتماعي القائم وتقاوم التغيرات الردكالية من هنا فهي تميل لحماية القيم والافكار الموجودة، لكن مع ظهور الإعلام الجديد انكسر هذا الحاجز، حيث بات الإعلام منفذا للحركات التغيرية في شتّى المجالات للتعبير والمطالبة بالتغيير، وأصبح من الصّعب ممارسة الرقابة على ما يقال[1] .

[1]- بسيوني حمادة، **دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1991، ص71.

1- دراسة جلبرج 1980[1]:

جاءت هذه الدّراسة حول خطاب الرئيس الأمريكي عن حالة الاتحاد وعلاقته بأجندة الصحف 1980م والوم أ وذلك من أجل معرفة من يقوم بترتيب أولويات القضايا هل الرّئيس أم الصّحف، وذلك على اعتبار الخطاب الرئيس خطابا رئاسيا سنويا يتعرض فيه لأهم القضايا المثارة على مستوى الوم أ، وقد أظهرت هذه الدّراسة كنتيجة أساسيّة أن للرّئيس دور كبير في وضع أجندة الصّحف، حيث وجدت أن القضايا التي تلقى تأييدا وتأكيدا متزايدا من وسائل الإعلام هي نفسها التي يتم تناولها كأولويات مطروحة في خطاب الرئيس.

2- دراسة وانتا 1989[2] :

تشبه هذه الدّراسة سابقتها كونها تبحث في كيفية تأثير خطاب الرّئيس في الأجندة الخبرية لوسائل الإعلام، حيث قامت الباحثة بقياس مدى تأثير خطاب الرئيس في الأجندة الصحفية وذلك عن طريق قياس حجم الاهتمام الممنوح للقضايا في خطاب الرّئيس بناءا على معيار حجم المساحة التي تحتلها كل قضية، وكذا حسب عدد المواضيع الخبرية الخاصة بكل قضية، مع تحديد وترتيب أولويات القضايا المقدمة في عيّنة الدّراسة التي شملت أربعة خطابات لأربعة رؤساء وقد توصّلت النتائج إلى:

- تأثير الخطابات في الأجندة الصحفية للقضايا يختلف باختلاف شخصية كل رئيس مع اختلاف السياق التاريخي للفترة الرئاسية، لكون أن بعض الظروف يمكن أن تعط أولوية لبعض القضايا دون غيرها، ممّا يجعلها ذات أهمية للمجتمع بأكمله وبالتالي فالقضية تفرض نفسها مع الخطاب الرئاسي والأجندة الصحفية معا.

[1] -Sheldon Gilberg, et al, (1980). The **State of the Union Address and The Press Agenda**, Journalism Quarterly. Vol. 57, No. 3. Winter,P584-588

[2] -Wayne Wanta, et al, (1989). **How President's State of Union Talk Influenced News Media Agenda**. Journalism Quarterly,Vol. 66. No.3. Autumn,P537-541

3- دراسة هشام محمد عبد الغفار 1999[1]:

جاءت هذه الدّراسة للبحث حول العلاقة بين الخطاب الرّئاسي والمضامين الصحفية، وهي دراسة تحليلية قامت على تحليل القضايا اليومية في الفترة من 1954 الى 1970م اعتمدت على المنهجين التاريخي والمقارن إضافة إلى إجراء مسح شامل على عيّنة من الصحف المصرية وخطاب الرئيس الرّاحل جمال عبد الناصر وقد توصلت النتائج إلى :

1- دور المضامين الصّحفية بالنّسبة للخطاب الرئاسي كان يستهدف نيل موافقة الجماهير على القرارات والسّياسات التّي ستعلن في الخطاب .

2- ظهر الدور النقدي الذي مارسته المضامين الصّحفية في إطار نمطين أساسيّن:

أ- انمط النقدي الصريح الإيجابي ب- النمط النقدي السلبي المسكوت عنه.

وفي المحصّلة لهذين النمطين جاء الدّور النّقدي الذي مارسته المضامين الصّحفية دورا نقديا محدود التأثير بالنسبة للخطاب الرّئاسي، في حين كان هذا الدّور مهمّا من أجل امتصاص غضب الجماهير والتّنفيس عنهم على إثر هزيمة 1967.

4 - دراسة دينس2000[2]:

هي دراسة مقارنة بين 38 دولة بحثا عن المحدّدات الرّئيسية للتّغطية الإخبارية العالمية وقد تم فيها إجراء تحليل محتوى الأخبار العالمية المنشورة والمذاعة في الدول الدّاخلة في فترة الدّراسة، إضافة إلى دراسة تأثير بعض المتغيرات على التغطية الإخبارية مثل خصائص الدولة ومقدار الحرية الإعلامية وقد شملت الدراسة: 17 دولة أوروبية /4 ولايات أمريكية/ 6 دول آسيوية / 7 من دول أفريقيا و4 دول من الشّرق الأوسط أي بمعدل 12 دولة متقدمة و26 دولة نامية وقد توصّلت الدراسة إلى:

---

[1]- هشام محمد عبد الغفار، **علاقة الخطاب الرئاسي بالمضامين الصحفية :دراسة تحليلية للقضايا القومية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر،1999م.

[2]- Denis H. W, (2000). **Systemic Determinates of International News Coverge: A Comparison of 38 Countries**, Journal of Communication, Vol.50.No.2,p110-128

- الدّول الّتي تنعدم فيها حريّة الإعلام يزيد الاهتمام بنشر أخبارها من قبل وسائل الإعلام الأخرى.
- الدّول النامية تميل إلى تغطية أخبار الدّول المجاورة لها.
- تحتلّ الوم أ الصّدارة في تغطية أخبارها تليها فرنسا وروسيا.

5- دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه[1] 1997م

هدفت الدّراسة إلى معرفة دور التّلفزيون اليمني في تزويد الشّباب بالمعلومات السّياسية، حيث ناقشت الدّراسة الدّور السّياسي للتّلفزيون اليمني من خلال ما يقدّمه من مادة إخبارية وسياسيّة اعتمادا على نظريّة ترتيب الأولويّات وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لجميع نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية، وجميع البرامج السّياسية وجلسات البرلمان اليومية، إضافة إلى دراسة عيّنة من جمهور الشّباب اليمني ما بين 20-35سنة.

وقد توصلت الدراسة إلى:

- نسبة مشاهدي التلفزيون اليمني بلغت 83.7%.
- نسبة مشاهدي النشرة والبرامج الإخبارية 97%.
- ترتيب وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات السّياسية: التلفزيون اليمني في المرتبة الأولى ثم الرّاديو اليمني في المرتبة الثانية، ثم التلفزيونات العربية ثالثا ثم الإذاعات الأجنبية رابعا.
- جاء ترتيب أولويّات القضايا بالنّسبة للشباب اليمني كالتّالي:

1- القضايا السياسية اليمنية. 2- القضايا الاقتصادية المحلية. 3-القضايا الاجتماعية.

- تزيد قدرة التّلفزيون اليمني في وضع أولويات الشّباب تجّاه القضايا الوطنيّة والعربيّة أكثر من القضايا الدّولية.
- لم تؤثر المتغيّرات الدّيمغرافية في وظيفة وضع الأولويّات أو في قوّة العلاقة الارتباطية بين قائمة أولويّات التلفزيون وأولويّات الشّباب بالنّسبة للقضايا العامّة .

[1]- محمد عبد الوهاب الفقيه، **دور التليفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية** :دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1997، ص ص186-190.

6- -دراسة بسيوني ابراهيم حمادة 1986[1]:

جاءت الدّراسة لتقويم العلاقة المتبادلة بين وسائل الاعلام والجماهير في إثارة وتحديد أولويّات القضايا العامّة في مصر، وقد هدفت إلى اختبار الفرض العام كنظرية الأجندة والعوامل المؤثرة فيه وتوصلت إلى:

- تأثير ترتيب الأولويّات بالنّسبة للقضايا القوميّة أقوى عنه في القضايا الدّولية.
- تأثير ترتيب الأولويّات بالنّسبة للقضايا الطّارئة أقوى بالنّسبة للقضايا المستمرّة .
- لم تثبت أهميّة المتغيّرات الديموغرافية كعامل أساسي يتوسّط العلاقة بين أجندة الصّحف وأجندة القراء.

7- دراسة خالد صلاح الدين علي 1997 [1]:

بحثت الدراسة عن دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر1997، وهي دراسة ميدانية تحليلية هدفت إلى قياس الارتباط بين أجندة وسائل الاعلام وأجندة الجمهور مستخدمة المسح التحليلي لاختبار العلاقات بين متغيرات الدّراسة وفروضها وقد أشارت نتائجها إلى:

1- احتلت الموضوعات السياسية رأس قائمة الموضوعات التى ركزت عليها وسائل الاعلام خلال فترة الدراسة بنسبة 36.2% ، يليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة 21.4% ، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الأمنية بنسبة 17.6%.
2- وجود ارتباط ضعيف بين الموضوعات التى عالجتها صحف الدّراسة وبين المساحة المخصصة للموضوعات ذاتها .
3- بلغت نسبة مشاهدي النشرات الإخبارية 91.2 % .

---

[1]– بسيوني حمادة، **العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في مصر**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1986م.

[1]– خالد صلاح الدين علي، **دور التليفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر ، 1997م.

4- بلغت نسبة مشاهدي البرامج الاخبارية 37.3% .

5- جاء التلفزيون في المرتبة الأولى بوصفه المصدر الأول لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة والراديو في المرتبة الثانية، ثم الصحف في المرتبة الثالثة.

6- وجود ارتباط إيجابي بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة المبحوثين على مستوى القضايا.

8- دراسة عبد الحافظ صلوي 1996م [1]

هي دراسة بحثت تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات الجمهور بالقضايا الخارجية، وقد قامت الدراسة على المقارنة بين أولويات وسائل الاعلام السعودية وأولويات الجمهور وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمها:

1- لدى وسائل الاعلام السعودية شخصية مستقلة ومعايير خاصة في تحديد أولويات اهتمامها بالقضايا الخارجية.

2- استطاعت وسائل الإعلام السعودية إبراز قضايا الأمة ذات العلاقة الوطيدة بالمجتمع السعودي.

3- يعتمد المجتمع السعودي بشكل كبير على وسائل الإعلام الجماهيرية، وفي مقدمتها الصحافة المكتوبة السعودية وهذا بعد الإذاعات الأجنبية.

4- أكبر دوافع المجتمع السعودي لمتابعة القضايا الخارجية هو ارتباط هذه القضايا بالمسلمين.

[1]- عبد الحافظ صلوي، **تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1996، ص 516-521.

9- دراسة ماكلور وبيترسون[2] 1979 :

اهتمت الدراسة باختبار فرض وضع الأجندة لكل من الصحف والتلفزيون، وذلك عن طريق متابعة حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1972، حيث تم إجراء مقابلات مع الناخبين خلال ثلاث فترات زمنية وفي كل مرة كان يطلب منهم ترتيب قضايا الحملة الرئسية، ومن أجل قياس حجم تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا أجرى الباحثان تحليلا لمضمون لنشرات الشبكات التلفزيونية والصحف المحلية.

وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

1- ركزت نشرات الشبكات على قضيتين هما: فيتنام والفساد السياسي، بينما ركزت الصحف المحلية إلى جانب هاتين القضيتين على قضية الإنفاق الحكومي.
2- لعينة الصحف دورا مباشرة في وضع الأجندة السياسية.
3- توسط دور التلفزيون متغيرات أخرى مثل تفضيل الناخبين لمرشح بعينه و ومستوى اهتمامهم السياسي.

10- دراسة لوماكس كوك وآخرون 1983[1]

تناولت الدراسة وسائل الإعلام ووضع الأجندة والتأثيرات على الجمهور وقادة جماعات المصالح وصناع السياسة والسياسة العامة 1983، استخدم فيها الباحثون الأسلوب التجريبي من خلال القياس القبلي والبعدي للمجموعتين، إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة، كما تناولت الدراسة تغطية التلفزيون لقضية (التّسيب وسوء الاستخدام) في برنامج الرعاية الصحية المنزلية الذي تموله الحكومة، وقد طرحت هذه القضية في تحقيق إخباري ضمن فقرات المجلة الإخبارية بشبكة التلفزيون الامريكية NBC.

---

[2] -Robert D. McClure & Tomas E. Patterson, (1976). **Setting the Political Agenda: Print Vs. Network News**, Journal of Communication, Vol. 26, No. 2. Spring,P23-28

[1] - Lomax Cook, et al, (1983**). Media and Agenda- Setting: Effects on the Public Interest**, Group Leaders, Policy. Makers, and Policy. Public Opinion Quarterly, Vol. 47, No.1. Spring,P16-35

وقد أكّدت نتائج الدراسة صحة فرض وضع الأجندة حيث رتّب المبحوثون في المجموعة التّجريبية قضية الإهمال والتّسيب في برنامج الرعاية المنزلية في المرتبة الراهنة من حيث الأهمية من بين القضايا الاجتماعية الأخرى، قبل التعرض للتّحقيق الإخباري، بينما رتّب المبحوثون بعد ذلك القضية ذاتها في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بين القضايا الأخرى، كما أشار المبحوثون في المجموعة التجريبية إلى أن برنامج الرعاية الصحية المنزلية يعدّ برنامجا ذو أهمية بالغة، كما أن التّسيب والإهمال يعدّان مشكلة خطيرة داخل البرنامج.

كما توصلت النتائج أيضا إلى أن التّحقيق الإخباري قد أثّر على الصّفوة من صنّاع القرار بالحكومة دون الصّفوة من جماعات المصالح، فالّذين شاهدوا التّحقيق من صنّاع القرار بالحكومة أكّدوا على أهميّة برنامج الرعاية المنزلية وخطورة مشكلة الفساد داخل هذا البرنامج الخدمي، وكانوا أكثر تقديرا لآراء الجمهور العام بشأن أهمية المشكلة ذاتها، كما أكّدوا على ضرورة العمل السياسي لمعالجتها وذلك مقارنة بالّذين لم يشاهدوا التّحقيق الإخباري.

11- دراسة محمد بن علي القعاري 1430 هـ[1]:

وهي دراسة ميدانية تحليلية تناولت نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين الذي يعدّ أحد الاتّجاهات البحثية الحديثة التى ظهرت في إطار نظرية ترتيب الأولويات حيث بحثت الدراسة في جذور نظرية ترتيب الأولويات ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين لإبراز جوانب الاتفاق والاختلاف بينهما، أما تطبيقيا قام الباحث بدراسة العلاقة بين أولويات كلّ من الصّحف اليمنية وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن، وقد تمّ اختيار عيّنة من سبع 07 صحف و1000 مفردة من قادة الرأي والجمهور من منطقتي صنعاء وريمة، وقد اتبعت الدّراسة المنهج الوصفي الذي هدف إلى معرفة العلاقة بين الصّحف اليمنية بمختلف اتجاهاتها وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن

[1]– محمد بن علي القعاري، **العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1430هـ..

أثناء الانتخابات الرئاسية والمحلية عن طريق مقارنة أولويات الصحف للقضايا ومقارنتها بأولويات قادة الرأي وأولويات الجمهور وقد توصّلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1- استطاعت الصّحف الحزبية قبل الانتخابات أن تجذب اهتمامات قادة الرأي بعد الانتخابات، وأن تؤثّر فيه وترتّب أولوياته على المدى البعيد.
2- كشفت الدراسة أن قادة الرأي هم القوّة المؤثرة في المجتمع اليمني وقد استطاعوا التأثير على الجمهور وترتيب أولوياته على المدى البعيد.
3- لم تنجح صحف الدراسة في التأثير على الجمهور وترتيب أولويات المحلية.

12- دراسة خالد الصواعي 2005 م[1] :

لقد استهدفت الدراسة بحث العلاقة الارتباطية بين ترتيب قائمة القضايا المحلية البارزة ضمن الصحافة العمانية من ناحية، وترتيب هذه القضايا لدى الرأي العام العماني والنخبة من ناحية أخرى، كما هدفت إلى التعرف على المتغيرات الوسيطة التي تقوي أو تضعف العلاقة السابقة واستخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي والمقارن وذلك عن طريق توظيف أداة تحليل المضمون والإستبيان والمقابلة والملاحظة.

-طبق الباحث دراسته على عينة عشوائية طبقية مكونة من 291 مفردة، بالإضافة إلى 32 مفردة من قادة الرأي ، وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- وجود ارتباط إيجابي قوي بين ترتيب القضايا المحلية في الدراسة والرأي العام.
- غياب الفروق الدالة إحصائيا فيما يخص معدل النقاش والمستويات العمرية.
- وجود قدر من الاتفاق بين صحف الدراسة والرأي العام والنخبة.

[1]- خالد بن سعيد بن عامر الصواعي، **دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات اهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005م.

13- دراسة محسن فارس [1] 2004 :

هدفت الدراسة الكشف عن دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الشباب في منطقة الصعيد بالقضايا البيئية، وقد استخدم الباحث المسح بالعينة لصحيفتي الأهرام وصوت المنيا وعينة من برامج البيئة في القناة الثانية والقناة السابعة،أما في الدراسة الميدانية فقد تم التطبيق على عينة من الشباب مكونة من 400 مفردة موزعة على مدينتي المنيا وسوهاج تم اختيارهم حسب أسلوب العينة العشوائية المنتظمة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطيه بين أجندة وسائل الإعلام ، وأجندة الشباب.
- وجود علاقة ارتباط إيجابية بين أولويات قضايا البيئة وأجندة الصحافة وأجندة التليفزيون.
- ثبت أن وسائل الإعلام أكثر فاعلية في وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا العامة عن القضايا الذاتية.

14- دراسة عبد الله محمد عليان جبر 2003 [2] :

هدفت الدراسة الكشف عن دور الصحافة الأردنية في ترتيب أولويات اهتمام الرأي العام المحلي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وقد تم تحديد عينة الدّراسة التحليلية لصحف الرأي والسبيل والمجد، وتحديد مجتمع الدراسة الميدانية لمدينة عمان العاصمة الأردنية واختار عينة الجمهور باختيار عينة طبقية عشوائية لكونها الأفضل في بحوث واستطلاعات الرأي العام لاتفاق ذلك مع الاتجاه الحديث في دراسات وضع الأجندة

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود ارتباط إيجابي ضعيف الشدة بين أجندة الرأي العام الأردني وكل من الصحف.
- وجود ارتباط بين أجندة الصحف الأسبوعية، أكثر من الارتباط مع أجندة الصحف اليومية.

---

[1]- محسن محمود فارس، **دور التليفزيون والصحافة في ترتيب أولويات قضايا البيئة لدى الشباب في إقليم الصعيد**، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة أسيوط، مصر، 2004م.

[2]- عبد الله محمد عليان جبر، **دور الصحافة الأردنية في ترتيب أولويات اهتمام الرأي العام المحلي بقضايا الصراع العربي الاسرائيلي**، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الدول العربية معهد البحوث والدراسات العربية ، 2003م.

15- دراسة سالم عيسى بلحاج 2003[1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام الليبية وما تطرحه من قضايا خارجية، وإدراك جمهور تلك الوسائل للقضايا المطروحة، مستخدمة الصحف والتليفزيون، بالإضافة إلى بحث مدى تأثير المتغيرات الوسيطة في قوة العلاقة أو ضعفها.

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- مثل التليفزيون أهم مصدر معلومات يعتمد عليه الجمهور الليبي في عينة الدراسة
- وجود فروق ذات دلالات معنوية بين ارتباط أجندة الجمهور العام مع أجندة وسائل الإعلام من جهة ، وارتباط أجندة الجمهور مع أجندة قادة الرأي من جهة أخرى.
- من أهم القضايا التي يرغب الجمهور العام في التركيز عليها من قبل وسائل الإعلام على المستوى العربي هي توضيح أسباب العداء الأمريكي والغربي للعرب والمسلمين.

16- دراسة بركات عبد العزيز محمد 2002 [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التليفزيون الوطني على أبناء الوطن خارج الحدود، حيث تم اختيار عينة عشوائية قومها 1218 مفردة من المصريين المقيمين بدولة الكويت، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتوصلت إلى النتائج التالية:

- جاءت القنوات الفضائية المصرية في مقدمة القنوات التليفزيونية التى تشاهدها العينة للحصول على معلومات حول الانتخابات في مصر بنسبة 71.1 % ، تلتها قناة الجزيرة بنسبة 50.1% ,، القنوات التليفزيونية الكويتية 48 % ، القنوات التليفزيونية العربية الأخرى45.6 % ، القنوات التليفزيونية الأجنبية 34.3%
- ثبت أن ذوي نسب المشاهدة المرتفعة والأصغر سنا هم الأكثر معرفة بالانتخابات مقارنة ببقية المجموعات.

---

[1]- سالم عيسى بالحاج، **دور التليفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2003م.

[1] - بركات عبد العزيز محمد، **التليفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بانتخابات البرلمانية في مصر : دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الخامس عشر ، أبريل – يونيو 2002م.

17- دراسة سها مصطفى فاضل 2002 [2] :

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الأدوار التي تلعبها الصحافة المصرية في التأثير على جمهور القراء لبعض الصحف حول ترتيب القضايا الدينية بالنسبة له، وقد اختارت الباحثة جريدة الأهرام القومية وجريدة الوفد الحزبية، وتم سحب عينة عشوائية طبقية مكونة من 300 مفردة من محافظة القاهرة ، كما استخدمت المنهج الوصفي وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- وجود ارتباط إيجابي معتدل بين أجندة القضايا الدينية بكل من صحيفتي الأهرام والوفد.
- وجود ارتباط إيجابي معتدل بين أجندة القضايا الدينية في الصحف المصرية، وأجندة الجمهور المصري.
- أثبتت الدراسة فعالية الاتصال الشخصي، حيث ثبت أنه كلما زادت درجة الاتصال الشخصي، زادت درجة الارتباط بين أجندة الصحافة المصرية، وأجندة الجمهور المصري
- القضايا التي أثيرت بالدراسة كانت من القضايا التي شغلت الرأي العام أصلا في هذا الوقت وتمثلت في : سماحة الدين الإسلامي، مقاومة العنف والإرهاب، الوحدة الوطنية.

18- دراسة صفا عثمان 2002 [1]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور قناة النيل للأخبار في التأثير على طلاب الجامعات المصرية نحو مجموعة من القضايا السياسية، وحددت الدراسة التحليلية في نشرة بانوراما النيل لمدة دورة تليفزيونية امتدت من يناير إلى مارس 2002 م، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وقد طبقت الباحثة دراستها الميدانية على عينة حصصية غير احتمالية قوامها 400 مفردة من طلبة الجامعات المصرية.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

---

[2] – سها مصطفى فاضل، **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور : دراسة تحليلية ميدانية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع عشر، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، مارس 2002 م.

[1] – صفا محمود عثمان، **دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات نحو القضايا السياسية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002م.

– وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين ترتيب أولويات القضايا السياسية حسب طرح قناة النيل للأخبار، والقضايا السياسية لدى عينة طلبة الجامعات.

– عدم وجود تأثير لمتغير طبيعة أو نوع القضية على قوة العلاقة بين أجندة قناة النيل للأخبار للقضايا السياسية، وأجندة القضايا السياسية لدى الجمهور.

– عدم وجود تأثير لمتغير مصداقية الوسيلة على قوة العلاقة بين أجندة قناة النيل للأخبار، وأجندة اهتمامات الجمهور.

3.5.1 دراسات تتناول النخبة:

1– دراسة حنان يوسف : المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي سي أن ان الأمريكية وأورو نيوز الأوروبية، دراسة مسحية مقارنة 2001[1]:

حاولت هذه الدراسة رصد وتحليل المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي سي أن أن وأورو نيوز الأوربية وإثبات فرضية التحيز أو نفيها في أداء الشبكتين مع مقارنة حجم الإيجابية والسلبية فيما بين الشبكتين، إلى جانب دراسة مدى اعتماد واتجاهات جمهور النخبة العربية نحو أداء الشّبكتين في معالجة القضايا العربية، ولقد قامت الباحثة بإجراء دراستين الأولى تحليلية لمضمون عينة من المادة الأخبارية المقدمة في الشبكتين، أما الثانية فهي دراسة ميدانية على عينة مكونة من 200 مفردة من النخبة العربية وكانت أهم النتائج: أكدت الدراسة أن حجم الاعتماد على هذه الخدمات كمصدر للأخبار غير منتظم أو دائم، وإنما يتوقف على متغيرات أخرى أبرزها الأحداث الجارية ودوافع هذا الاعتماد.

- درجة الاعتماد تختلف وفقاً لغياب المصادر الأخرى للمعلومات والرغبة في فهم أبعاد حدث ما بعد الأحداث الطارئة.
- أكّدت الدّراسة زيادة الاعتماد على شبكتي CNN و Euro News في حالة الأزمات.
- وتفوقت شبكة Euro News الأوربية في معدل المشاهدة عن شبكة CNN الأمريكية.

[1]- حنان محمد يوسف، **المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي السي إن إن CNN الأمريكية واليورونيوز EURONEWS الأوروبية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، 2001 م.

2- دراسة سوزان القليني: مدي اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات، دراسة حادث الأقصر 1998[1]

استهدفت هذه الدّراسة التعرف على مدي اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون المصري خاصة في أوقات الأزمات ذات الطابع (المحلي . الدولي)، وإلى أي مدي استطاع التليفزيون المصري من خلال تغطيته لحادث الأقصر جذب أفراد الصفوة المصرية إليه، ولقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 125 مفردة تمثل الصفوة السياسية والإعلامية، وتم استخدام أسلوب المسح الميداني على العينة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر:

- وجود علاقة ارتباطية قوية بين الصفوة الإعلامية بشقيها الأكاديمي والممارس والاعتماد على التليفزيون الوطني خلال حادث الأقصر
- وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين الصفوة السياسية والاعتماد على التليفزيون الوطني خلال الحادث.
- وجود علاقة ارتباطية قوية طردية بين اعتماد الصفوة على التليفزيون خلال حادث الأقصر وعمق التغطية الإعلامية للحادث وشمولها.

3- دراسة رضا عبد الواحد أمين :استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية 2007[1]

لقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح بنظام العينة لأعضاء النخب واعتمد في جمع بياناته من مجتمع الدراسة على استمارة الاستبيان بحيث قام بتوزيعها على النخبة المصرية والتي تتكون من 400 مفردة من الذين يستخدمون الانترنيت، وقد اعتمد الباحث على أسلوبين من المعاينة، حيث استند على الأسلوب العمدي في اختيار النخبة التي تمثل المجتمع

[1] - سوزان يوسف القليني، **مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات:** دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 4 ، القاهرة: 1998م.

[1] - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره.

التي مثلها الباحث في (النخبة الأكاديمية، النخبة الإعلامية، النخبة السياسية، النخبة الدينية)، وبعدها قام باختيار مفردات العينة من كل نخبة باستخدام السحب العشوائي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- نسبة 3.5 % قد أحجمت عن قراءة الصحف الورقية بعد تعرضهم للصحف الإلكترونية والإنترنت.
- بالرغم من قراءة الصحف الإلكترونية والتعرض للإنترنت إلا أن النسبة الأكبر من عينة البحث لم تمتنع عن قراءة الصحف الورقية، بدافع التعود على قراءتها، ولأنها أفضل للعين من الصحف الإلكترونية.
- يرى 41.25 % من العينة أن الصحف الإلكترونية لا تؤثر في الوقت الراهن على الصحف الورقية، وذلك لحداثة ظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر نسبيا، وعدم وضوح الرؤية بالقدر الكافي أمام المبحوثين.

4- دراسة حنان أحمد سليم: اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية 2008[1]:

اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإخبارية ومدخل إدارة الصراع، حيث تندرج الدراسة ضمن البحوث الكمية كما استعانت الباحثة بمنهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، تضمنت الدراسة رصداً لاتجاهات عينة من الصفوة الألمانية، واعتمدت الباحثة في سحب العينة على أسلوب العينة المتاحة ويعتمد هذا الأسلوب بشكل أساسي على سحب الوحدات المتاحة الممثلة لخصائص مجتمع البحث، وقد بلغت العينة 150 مفردة من النخبة الألمانية (الأكاديمية والإعلامية والسياسية).

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- قدرة القنوات الإخبارية الأجنبية على توفير المعلومات عن الأحداث والأزمات وتقديم خلفيات متعمقة حول كافة الموضوعات.

[1] – حنان أحمد سليم، **اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 30، إبريل-يونيو 2008، ص ص 1-47.

- قدرة القنوات الإخبارية الأجنبية على تشكيل اتجاهات الرأي العام الألماني نحو العديد من الأزمات العربية.
- القنوات الإخبارية الأجنبية الخمس قد طرحت أطر إخبارية مغايرة للأطر الإخبارية المطروحة في القنوات الإخبارية العربية في إدارتها للأزمة اللبنانية.
- توجد فروق بين المجموعات البحثية الثلاث للنخبة الألمانية (الأكاديميون، والسياسيون والإعلاميون) من حيث تقييمهم لمدى مصداقية القنوات الأجنبية في إدارتها للأزمات العربية.

5- محمد الفاتح حمدي: استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أستاذة جامعة- باتنة أنموذجا- 2010[1]:

هدفت الدراسة إلى قياس درجة تعرض النخبة الجامعية الجزائرية للصحافة الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية، أيضا التعرف على التعرف على دوافع وأسباب استخدامهم لها والاشباعات المحققة منها، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على مدخل نشر الأفكار المستحدثة في المجتمعات، من خلال التعرض لعناصر هذا المدخل وكيفية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة في المجتمع الجزائري ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- كشفت الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بسن الشباب جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل في استخدام النخبة الجامعية للإنترنت.
- أظهرت الدراسة أن نخبة جامعة باتنة " الأساتذة" تقبل بحجم كبير على شبكة الإنترنت وذلك بنسبة(95.44 %) من المبحوثين.

[1] - محمد الفاتح حمدي، **استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أستاذة جامعة- باتنة أنموذجا-** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010م.

- ❖ بينت الدراسة أن من الأسباب الجوهرية في استخدام أعضاء النخبة الجامعية لشبكة الإنترنت تتمثل بالدرجة الأولي في الإستفادة منها في حياتهم العلمية من خلال إعداد البحوث والحصول على المعلومات والبيانات من المواقع المتنوعة والمنتديات.
- ❖ أظهرت الدراسة أن أعضاء النخبة الجامعية " أساتذة جامعة باتنة " يتعرضون بحجم كبير لمواقع الصحافة الإلكترونية وذلك بنسبة (75.94 %) من المبحوثين ذكورا وإناثا.
- ❖ كشفت الدراسة أن من أكثر الصحف الإلكترونية الجزائرية تصفحا لدى النخبة الجامعية نجد في المرتبة الأولي "جريدة الشروق اليومي".

6- دراسة بشار عبد الرحمن أحمد مطهر: دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية 2007 [1]

هدفت هذه الدراسة لمعرفة العلاقة بين طبيعة معالجة القنوات الفضائية العربية والراديو الدولي للقضايا السياسية العربية والدولية البارزة، وأطر التناول الإخباري لهذه القضايا، وإدراك النخبة اليمنية لبروزها وتقييمها لها فضلاً عن دراسة العوامل والمتغيرات التي تدعم أو تضعف تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية العربية والدولية، في فترة زمنية محددة والمتمثلة في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام والانتماء الحزبي ونوعه والخصائص الديمغرافية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب أولويات القضايا السياسية البارزة في وسائل الإعلام وترتيب أولويات هذه القضايا لدى المبحوثين .
- وجود اختلافات في اتجاهات المبحوثين نحو القضايا السياسية البارزة باختلاف أطر المعالجة الخبرية لهذه القضايا بكل من القنوات الفضائية العربية والإذاعات الدولية.

[1] - بشار عبد الرحمن أحمد مطهر، **دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007م.

– ضعف اعتماد النخبة الفكرية اليمنية على وسائل الإعلام اليمنية – سواء التليفزيون أو الإذاعة أوالصحف المحلية – في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية البارزة.

– جاءت قناة الجزيرة الإخبارية على رأس قائمة القنوات الفضائية الإخبارية العربية التي تثق فيها النخبة الفكرية اليمنية واحتلت الترتيب الأول.

7– مروة شبل عجيزة: تقييم النخبة لدور وسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل الراي العام نحو الثورة المصرية 2012 [1] :

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي مارسته وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أحداث 25 يناير، من خلال تقييم توجهات النخبة لهذا الدور، وذلك استنادا إلى نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، ولقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من النخبة المصرية السياسية والاعلامية والأكاديمية، موظفة المنهج المسحي لدراسة رؤية النخبة المصرية وتقييمهم للدور الاعلامي والسياسي لوسائل الاتصل الالكترونية، ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

– يتابع المبحوثون من النخبة وسائل الاتصال الالكترونية دائما بنسبة 73%.

– استطاعت وسائل الاتصال الالكترونية تنظيم الأحداث من خلال الصفحات التي تم فيها الدعوة للتظاهر والتنسيق في مختلف الأحداث.

– احتل الفيسبوك المكانة الأولى من بين وسائل الاتصال الالكترونية التي استخدمت في أحداث 25 يناير.

– احتلت القنوات الأجنبية المرتبة الأولى في متابعة احداث الثورة، ثم مواقع القنوات التلفزيونية على شبكة الأنترنت، ثم المدونات.

[1] – مروة شبل عجيزة: **تقييم النخبة لدور وسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل الرأي العام نحو الثورة المصرية**، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد الثامن، خريف 2012، ص ص 22–48.

4.5.1 التعليق على الدراسات السابقة

إن اعتماد الباحث على الدراسات السابقة في مجال بحثه يمكنه من بناء تصور أكثر وضوحا على موضوعه، إضافة إلى تجنب الوقوع في بعض الأخطاء وتداركها مسبقا، فالدراسات السابقة بمثابة دليل للباحث في رحلته البحثية مع موضوعه الذي قام باختياره، وبالنسبة لموضوع هذه الدراسة فقد تم تقسيم الدراسات السابقة وفق ثلاثة متغيرات، من حيث الدراسات التي تناولت الاعلام الجديد، والتي تناولت ترتيب الأولويات إضافة إلى التي تناولت النخبة، وبعد عرض مختلف الدراسات التي تمكن الباحث من الحصول عليها في فترة البحث، نحاول فيما يلي قراءة أهم الملاحظات بشأنها إضافة إلى أوجه الإستفادة منها، وسنورد الملاحظات بناءا على التقسيم ذاته للدراسات كالتالي:

ملاحظات تتعلق بالدراسات التي تناولت الإعلام الجديد:

لقد جاءت أغلب الدراسات ميدانية ركزت على دراسة عينة من الجمهور أو تحليلية من خلال تحليل محتوى مادة إعلامية، وبهذا الشأن فقد تعددت الأساليب المستخدمة فيها، بين تحليل المحتوى ودراسة الجمهور كأسلوبين أساسيين، باستثناء دراسة عباس صادق الذي اعتمد على المنهج النقدي والتحليلي من المستوى الأول أين قام بالبحث في الادبيات الأساسية للظاهرة وتقديم رؤية شاملة ونقدية لمحتواها، كما اختلفت المداخل النظرية التي تم اعتمادها ولكن أغلبها كان ضمن نطاق نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية حارس البوابة، أما من ناحية المحتويات التي تم تحليلها فقد لاحظنا تنوع في الأفكار المطروحة، مثل دراسة جامعة واشنطن التي قامت على تحليل محتوى تعليقات شبكة التواصل الاجتماعي تويتر، في حين دراسة سعد محارب الذي كانت موجهة لتحليل المحتوى الإخباري للرسائل النصية الإخبارية التابعة للمؤسسات الإعلامية، وقد تم الاستفادة من هذه الدراسات خاصة فيما يخص ضبط المفاهيم الإجرائية المتعلقة بمفهوم الاعلام الجديد في كل منها، خاصة مع وجود أكثر من زاوية لتناول هذا المفهوم.

ملاحظات تتعلق بالدراسات التي تناولت ترتيب الأولويات:

يعتبر هذا الجزء من الدراسات السابقة بالغ الأهمية في دراستنا لأنه يطرح مختلف الأفكار التي عالجت نظرية ترتيب الأولويات، ومن خلال تشخيصنا للدراسات التي تم تناولها وجدنا أن البدايات التاريخية لهذا النمط من الدراسات تركز حول دراسة العلاقة بين اولويات الخطابات الرئاسية من جهة وأولويات الصحف من جهة أخرى، كما في دراسة جليبرج ودراسة وانتا، هذا الاخير الذي اختلف عن سابقه في اعتماده لأكثر من خطاب وأكثر من صحيفة عكس الأول الذي ركز على خطاب رئاسي واحد مقابل صحيفة واحدة، وهو النهج ذاته الذي اتبعه هشام محمد عبد الغفار في دراسته، من هنا نلاحظ ان البدايات ارتبطت بالصحف كونها الوسيلة الاعلامية المسيطرة آنذاك، وقد ظهر بعد ذلك توجه لدراسة تأثير أولويات أكثر من وسيلتين معا على الجمهور، كما هو الحال مع دراسة خالد صلاح الدين الذين قام بدراسة تأثير الصحافة والتلفزيون على أولويات الجمهور، ودراسة عبد الحافظ حول تأثير وسائل الاعلام السعودية على اولويات الجمهور.

ركزت أغلب الدراسات على المزاوجة بين المنهج الوصفي والتحليلي، أو المنهج التاريخي مع المقارن، كما أن هناك من الدراسات التي ركزت على الأسلوب التجريبي عن طريق استخدام المجموعات ظابطة واخرى تجريبية، وقد كانت أغلب الدراسات الميدانية ضمنها موجهة للجمهور العامن باستثناء دراسة لوماكس التي استهدفت قادة الرأي وصناع القرار، وكذا دراسة خالد الصواي الذي زاوج بين الجمهور العام والنخبة في اختباره لتأثير أولويات الصحافة العمانية عليهم، أما من ناحية الفترات الزمنية فجلها كانت ضمن فترة واحد، باستثناء دراسة ماكلور التي قام بها على ثلاث فترات وعلى العينة ذاتها.

لقد جاءت أغلب القضايا التي تناولتها الدراسات السابقة تتعلق بأولويات القضايا العامة أو السياسية، باستثناء دراسة محسن فارس الذي تناول القضايا البيئية، ودراسة سها مصطفى التي اهتمت بالقضايا الدينية، من ناحية اخرى اهتمت أغلب الدراسات بدارسة ترتيب أولويات وسائل الإعلام لمجموعة من القضايا، باستثناء دراسة عبد الله محمد عليان الذي

تناول قضية واحدة تعلقت بالصراع العربي الإسرائيلي، وبالنسبة لطبيعة مدى مزامنة الدراسات لفترة حدوث القضايا نجد أن جزءا كبيرا منها اعتمد على المنهج التاريخي في معرفة أولويات وسيلة ما خلال فترة سابقة، ومن جهة أخرى كانت الدراسات الميدانية موجهة للجمهور الداخلي للوطن باستثناء دراسة بركات عبد العزيز التي كانت موجهة لمعرفة أولويات الجالية بالخارج.

بالنظر إلى أنظمة المعاينة المستخدمة في الدراسات السابقة وجدنا أنها توزعت على ثلاثة أنظمة أساسية، تنقسم بين المعاينة الاحتمالية وغير الاحتمالية، هذه الاخيرة التي اعتمدت عليها دراسة صفا عثمان باستخدامها للعينة الحصصية، في حين استخدمت سها وعبد الله محمد عليان وخالد الصواعي المعاينة الاحتمالية باختيارهم العينة الطبقية، أما محسن فارس فاستخدم العينة العشوائية المنتظمة، وقد ساعد معرفة طرق المعاينة المتبعة في هذه الدراسات تحديد نظام المعاينة المناسبة لدراستنا، رغم ما يوجد من مشاكل تتعلق بطبيعة المادة التحليلية لدراستنا التي تمثلت في المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك، في حين أغلب الدراسات السابقة ركزت على وسائل الاعلام التقليدية .

ملاحظات تتعلق بالدراسات التي تناولت النخبة:

اعتمدت كل الدراسات السابقة التي اوردناها سلفا على المزاوجة بين المنهج الوصفي والتحليلي، مرتكزة على نظريتين أساسيتين هما نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد، موجهة نحو دراسة وسائل الاتصال التقليدية باستثناء دراسة مروة شبل التي استهدفت وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة، كما جاءت أغلب الدراسات موجهة لأنماط مختلفة من النخبة، مثل دراسة سوزان القليني التي تناولت النخبة السياسية والاعلامية، ودراسة رضا عبد الواحد التي تناولت كل من النخبة الأكاديمية والاعلامية، والسياسية والدينية، وبالحديث عن المعاينة فكلها اعتمدت إما على العينة المتاحة أو العمدية، أين استخدمت أغلبها التساؤلات باستثناء دراستا سوزان القليني وحنان أحمد سليم اللتان استخدمتا الفرضيات.

6.1 منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

تعتبر هذه الدّراسة من الدّراسات الوصفية التي تعنى باستهداف مجالات بحثية مختلفة، فنجد منها ما يركّز على معرفة خصائص ظاهرة معينة، وهناك ما يستهدف التنبؤ باتجاهات أو أحداث معينة، أو الكشف عن العلاقات التي تربط بين متغيرات ما[1]، وموضوع دراستنا يندرج ضمن الصنف الذي يستهدف وصف الأحداث والمواقف، وجمع الحقائق المتعلقة بها من أجل رسم صورة دقيقة للظاهرة وفق معايير واقعية وموضوعية.

تعتمد هذه الدراسة على اختبار العلاقات السببية بين متغيرات الفروض، غير أنها تصطدم بواقع منهجي من حيث الاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، ففي بحثنا المتعلق بالاعلام الجديد الذي يعتبر مجالا بحثيا في طور التكوين سواء على المستوى المفاهيمي أو على مستوى التأثيرات المتبادلة، جعل من الضرورة الملحة إعادة قراءة كل الأدبيات الكلاسيكية التي قدمت تفسيرات للظاهرة الإعلامية والاتصالية وخاصة منها التي ظهرت في القرن الماضي في سياقات اجتماعية وسياسية مختلفة كليا عن الوضع المعاش اليوم، ما تطلب القيام بمحاولات تجديد للأطر النظرية المفسرة للإعلام وفق المعايير المستجدة، فعملية النقد هذه من شانها تنقيح وتعديل بعض الأطر التي قد لا تتلاءم مع المعطيات الجديدة، وإرساء أسس وقواعد منهجية تستجيب للإشكاليات المطروحة اليوم والتي باتت تشكل فراغا منهجيا لدراسة الإعلام الجديد بأدوات ومقاييس واضحة ومحددة.

تعتبر نظرية ترتيب الأولويات من بين النظريات التي لازمت وسائل الإعلام التقليدية لفترة طويلة من الزمن، ولكنها تعرضت للنقد شأنها شأن الكثير من النظريات والنماذج المفسرة للإعلام، خاصة وان المتلقي اليوم تحرر كثيرا من الحواجز والقيود التي كان يمارسها الخطاب الإعلامي الدعائي الخطي، ففي الوقت الراهن أصبح بإمكان الجمهور المشاركة والتفاعل وتبادل الآراء وصناعة القرار، مما يجعل الفرضيات لاتي قامت عليها نظرية ترتيب الاولويات على المحك.

[1] – سمير حسين، **تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام**، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1991، ص98.

1.6.1 منهج الدراسة:

يعد المنهج الاستراتيجية التي يعتمدها الباحث من أجل تحقيق أهداف معينة وفق اتباع خطوات محددة مسبقا[1]، تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام عن طريق جمع المعلومات عن الافراد وسلوكهم ومشاعرهم وإدراكهم واتجاهاتهم[2]، كما يعتبر المنهج المسحي الأكثر استخداما في بحوث الإعلام لتحقيق أهداف يمكن ان تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية.

تقوم الدراسات المسحية على فروع مختلفة نذكر منها: مسح الرأي العام، مسح أساليب الممارسة الإعلامية، مسح المحتوى، هذا الأخير الذي تستخدمه هذه الدراسة، إضافة إلى مسح الجمهور، وقد استخدم الباحث هذا المنهج في هذه الدراسة لعدة أسباب منها:

- ✓ النقص في البيانات والمعلومات التفصيلية عن البنية الأساسية للإعلام الجديد بمختلف منصاته.
- ✓ التسارع الكبير والتغييرات المتتالية في مجال الإعلام الجديد مقارنة بالبطئ الشديد على المستوى التنظيري المواكب له، ما يجعل من إجراء مثل هذه الدّراسات أمرا حتميا.
- ✓ تميّز مجال البحث في الإعلام الجديد بالحداثة ما يجعل التركيز على الاستكشاف من خلال الدراسات الوصفية للحصول على توصيف أدنى للظّاهرة.
- ✓ ارتباط رواج وشيوع استخدام الاعلام الجديد بالمتغيّرات السّياسيّة المتلاحقة في الفترة السّابقة، سواء وطنيا أو دوليا.
- ✓ التّنوع الكبير في الجماهير التي تستخدم الإعلام الجديد واختلاف أهوائهم وتوجهاتهم، ما يستدعي ضرورة إجراء دراسات مسحية للحصول على تصنيفات أدق للجمهور تساهم في تفسير الظاهرة.

[1]– Lindolf , Thomas R ,**Qualitative Communication Research Method**. (London : Sage Publications, 1995) P94.

[2] – محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب، 2000م، ص158.

يبين راسم محمد الجمال في كتابه (مناهج البحث في الدراسات الإعلامية)، بأنه يستخدم في: "البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، ولكن على الرغم من أن منهج الوصف يلعب دوراً وصفياً، إلا أنه يمكن أن يلعب دوراً تفسيرياً بشرح الأحداث أو الظواهر التي تدرس.. ويستخدم أيضاً في الدراسات التجريبية وشبه التجريبية، ويستخدم منهج المسح علاوة على ذلك في اختبار متغيرات شديدة التعقيد"[1].

2.6.1 أدوات جمع البيانات

إن تحديد الأدوات البحثية المناسبة يتوقّف على مدى إدراك الباحث وتحكّمه بأدوات البحث العلمي من جهة، وفهمه لأهداف موضوعه من جهة أخرى، مما يساعده على اختيار الأنسب منها، التي تمكنه من الوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد وتكاليف[2]، وانطلاقا من طبيعة هذه الدّراسة المدرجة ضمن دراسات ترتيب الأولويات، كان لزاما الأخذ بأداتين أساسيّتين يخدمان جانبين من جوانب الدّراسة.

- **الجانب التحليلي(أداة تحليل المضمون)**

من خلال تحليل محتوى الصفحات عينة الدراسة واستخراج أهم القضايا السياسية المطروحة خلال الفترة الزمنية المحددة لها وكيفية ترتيبها.

- **الجانب الميداني(أداة الاستمارة)**

من خلال التّعرف على خصائص المبحوثين عيّنة الدّراسة من النخبة الأكاديمية (الأساتذة الجامعيون) الذين يستخدمون ويتابعون الأخبار السّياسية من خلال المواقع والصّفحات عيّنة الدّراسة التّحليلية وذلك عن طريق استمارة استقصاء.

---

[1]– راسم محمد الجمال، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، الفصل السادس، القاهرة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، 1999، ص ص 143– 144.

[2]– محمد شفيق، البحث العلمي – **الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث ، 1998 ، ص 186.

أولا: الدراسة التحليلية

تعتمد الدراسة التحليلية على أداة تحليل المحتوى، الذي يعرفه كيرلينجر Kerlinger على أنه إجراء كمي منظم وموضوعي لفحص محتوى المعلومات المسجلة من وسائل الإعلام[1]، كما يعرفه بيرلسون على أنه أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهر من مواد الاتصال.[2]

يعتبر تحليل المحتوى أداة مكملة للاستمارة خاصّة في هذه الدّراسة حيث يسمح باستخراج ترتيب القضايا من عينة البحث التحليلية وذلك لمقارنتها فيما بعد بنتائج الدّراسة الميدانية التي تخصّ ترتيب الأساتذة لأولويات القضايا، لذلك يعدّ من الأدوات الشّائعة الاستخدام في دراسات ترتيب الأولويّات، حيث تعتبر المرحلة الأولى للتعرف على أجندة وسائل الإعلام.

1-فئات التحليل

إنّ نجاح الباحث في تحديد فئات التّحليل بالشّكل الذي يخدم البحث بصورة جيّدة، يتوقّف على مدى معرفته وإدراكه لمختلف جوانب موضوعه، بحيث يقع في فخّ التّوسع في إنشاء ونحت الفئات فتصبح نتائج التّحليل غير ذات جدوى، أو يقوم بالتضييق الشّديد في الفئات فلا تعكس النتائج أهداف البحث[3].

فئات المضمون:

لقد تم الاعتماد في دراستنا على فئة الموضوع، من أجل الكشف عن مراكز الاهتمام في المضمون بالقضايا والمواضيع التي تم نشرها في المواقع والصفحات عينة البحث، نظرا لما تتيحه من إمكانية لقياس حجم أهمية هذه المواضيع والقضايا.

---

[1] - Wimmer , Roger D & Dominick , Joseph R . **Mass Media Research: An Introduction**, Seventh Edition.(USA: Thomson Wadsworth, 2003) P.140

[2]- رشدي طعيمة، **تحليل المحتوى في العلوم الانسانية**، القاهرة: دار الفكر، 1987، ص23.

[3]- حسن عماد، **مداخل دراسة الأخبار الإذاعية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى** في: مجلة بحوث الاتصال، العدد السابع، 1992، ص ص 18- 19.

2-وحدات التحليل:

تم اعتماد وحدة التحليل نفسها فئة الموضوع، لأنها الأنسب في حالة الدراسة التي تتطلب احتساب تكرار النشر كوسيلة أساسية للعدّ والقياس، من هنا فالموضوع في بحثنا هو وحدة تحليل إلى جانب كونه وحدة تصنيف[1].

إنه وبناءا على طبيعة نشر وتداول المضامين الإلكترونية ضمن المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية، فقد تم اعتماد تحليل المضمون كأداة مساعدة للدراسة وذلك عن طريق مراجعة محتوى هذه المواقع والصفحات ضمن الإطار الزمني للدّراسة واستخراج القضايا السياسية الوطنية والعربية التي تم التعرض لها، والاعتماد على القضايا السياسية المشتركة فيما بينها، ثم ترتيبها حسب الأهمية استنادا إلى تكرار نشر وتناول كل قضية كمؤشر للأهمية، وقد تم التعامل مع النتائج وفق المجموع الكلي لتكرار معالجة قضية ما ضمن قراءة طولية في المواقع والصفحات، من أجل استخراج ترتيب عام للقضايا المطروحة للمواقع الإلكترونية من جهة، وترتيب عام للقضايا المطروحة في الصفحات الإخبارية الجزائرية من جهة أخرى.

ثانيا: الدراسة الميدانية

تعتبر الاستمارة من أكثر أدوات البحث العلمي انتشارا في البحوث المسحية، وذلك لأنها تتيح إمكانية جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول موضوع معين، من خلال عدد كبير من الأفراد، بطريقة منهجية ومقننة، للحصول على حقائق مرتبطة بالدراسة وأهدافها[2].

لقد مرت الاستمارة في هذه الدّراسة بمجموعة من الخطوات الأساسيّة نذكرها:

أ- تحديد محاور الاستمارة.

لقد تم بناء الاستمارة في شكل خمسة محاور أساسية كالتالي:

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

المحور الثاني: المصادر الاخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون في استقاء المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة.

---

[1]- محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر**: ديوان المطبوعات الجامعية، 1985، ص 122.

[2]- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص33.

المحور الثالث: استخدامات وأنماط تعرض المبحوثين للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية.

المحور الرابع: تقييم المبحوثين للأخبار من خلال وسائل الإعلام التقليدية مقارنة المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

المحور الخامس: أهم القضايا السياسية الراهنة التي يتابعها المبحوثون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

ب-إعداد الإستمارة في شكلها الأولي

حيث تم صياغة الأسئلة التي تتدرج تحت كل محور، فقد تضمنت الاستمارة في شكلها المبدئي 40 سؤالا تم فيها استخدام أنواع مختلفة من الأسئلة المغلقة والمتعددة الخيارات وكذلك استخدام مقياس ليكرت الثلاثي.

ت- تحكيم الاستمارة

تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين[1]، حيث تعبر هذه الخطوة ضرورية لما تحققه من مزايا عديدة نذكر منها:

- ✓ معاينة الشكل العام للاستمارة.
- ✓ تحديد مدى موافقة وملائمة الأسئلة لأهداف الدراسة.
- ✓ مراجعة الترتيب المنطقي للأسئلة الواردة فيها.
- ✓ التدقيق في الخيارات المدرجة كبدائل في الأسئلة من حيث كفايتها وملائمتها.
- ✓ مراجعة البناء اللغوي والدلالي للأسئلة من اجل تجنب التأويل والإيحاء أو الغموض.

[1]- الأساتذة المشرفون على تحكيم الاستمارة:

- أ.د نصر الدين لعياضي أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- د حموش عبد الرزاق أستاذ محاضر بقسم علوم الاعلام والاتصال جامعة 08 ماي 1945 – قالمة.
- د عبدلي أحمد استاذ محاضر بجامعة الأمير عبد القادر قسنطينة تخصص الدعوة والإعلام والاتصال .
- د بن ادريس أحمد أستاذ محاضر بجامعة وهران تخصص الإعلام والاتصال.

بعد الحصول على رد الأساتذة المحكمين تمت دراسة ملاحظاتهم بدقة وجدولتها من أجل سهولة قراءتها، وقد تراوحت الملاحظات بين المتعلقة بالترتيب المنطقي للأسئلة، وبين أخطاء الصياغة، وكذلك الإشارة إلى حذف بعض الاسئلة، وهناك أيضا ملاحظات تتعلق بإضافة أسئلة جديدة، ودمج أسئلة مع بعضها تفاديا للتكرار إلى غيرها من الملاحظات التي كانت تصب في البناء الصحيح للاستمارة، وقد تم الأخذ بعين الاعتبار كافة هذه الملاحظات وإدخال التعديلات على الشكل الأولي، الذي انتهى بتقليص عدد الأسئلة إلى 32 سؤالا بعد أن كانت تتضمن 40 سؤالا.

ث-الاختبار القبلي للاستمارة

يتم ذلك من خلال تطبيق الاستمارة على جزء من العينة الأصلية، وألا يقل حجمها عن 10%[1]، وذلك من أجل اختبار مدى وضوح الأسئلة ومدى فهمها لدى المبحوثين وتدارك وتصحيح ما يمكن قبل توزيعها بشكل نهائي، وفي هذا الإطار قمنا بتوزيع الاستمارة على مجموعة من الأساتذة بلغ عددهم 30 أستاذ، وبناءا على ردود أفعالهم وتعليقاتهم على بعض الأسئلة – كانت تعليقات قليلة وبسيطة- قمنا بإجراء تعديلات بسيطة على الإستمارة.

ج-إعداد الاستمارة في شكلها النهائي

بعد إجراء التعديلات اللازمة التي أشار إليها المحكمون، والتعديلات التي كشف عنها الاختبار القبلي، تم بناء الاستمارة وصياغة أسئلتها في شكلها النهائي إلكترونيا[1]، عن طريق خدمة غوغل درايف التي تقدم خدم تصميم وتوزيع الاستمارة إلكترونيا، وهذا من أجل تسهيل عملية توزيعها واسترجاعها.

[1]- Naughton , Glenda Mac And Others. Op-Cit.p157

[1]- للاطلاع على الاستمارة إلكترونيا يرجى زيارة الرابط التالي:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSel5WrkO29aTXWOnJ95UYxIJiRfNRY6Qlse8rY5VTY_BJJSDg/viewform

7.1 مجتمع البحث وعينة الدراسة

أولا : الدراسة التحليلية

1- مجتمع الدراسة التحليلية:

يمثل مجتمع الدّراسة التّحليلية في هذه الدّراسة مجموعة المواقع الإخبارية الجزائرية غير التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة أو عمومية، إضافة إلى الصّفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

2- عينة الدراسة التحليلية:

اعتمد الباحث على اختيار المواقع والصفحات الأكثر رواجا وشعبية، استنادا إلى نسبة المتابعين والمعجبين بهذه المواقع والصفحات كمؤشر للترتيب فيما بينها، وقد توصل الباحث إلى سبعة مواقع إخبارية جزائرية، إضافة إلى سبعة صفحات فيسبوك إخبارية جزائرية أساسية من حيث اعتماد الجمهور الجزائري عليها كمصدر إخباري، وهذا استنادا إلى نسب المتابعين لها.(انظر الجدول **رقم 01)**

إن استخدام تحليل المضمون في هذه الدراسة لم يكن بغرض المناقشة الكمية والكيفية معا، ولكن كان فقط بغرض استخراج البيانات الكمية لترتيب القضايا، كأرضية يتم استخدامها في المقارنة مع ترتيب ذات القضايا لدى عينة البحث، بالتالي لم يتم إدراج نتائج الجزء التحليلي ضمن الجانب التطبيقي، لأننا سنتوقف عند حدود الترتيب دون الدخول في قراءات وتأويلات وتفسيرات لأسبابه، وانطلاقا من هذا تم استخلاص النتائج في جداول توضح ترتيب القضايا السياسية الوطنية والدولية في كل من المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية .(انظر الجدول رقم **02)**

جدول 01 يوضح المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية

المواقع الإخبارية الجزائرية	صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية
موقع الجزائر تايمز www.algeriatimes.net	صفحة تحيا الجزائر Viva l'Algérie 1.2.3 /https://www.facebook.com/123vivalalgeri
موقع الجزائر والعالم www.algeriaworld.net	صفحة DZ Video /https://www.facebook.com/dzvideo93
موقع كل شيء عن الجزائر TSA Tous sur l'Algérie www.tsa-algerie.com	صفحة المراقب /https://www.facebook.com/almorakeb
موقع www.algerie1.com	صفحة الولايات الجزائرية https://www.facebook.com/Dzstates
موقع www.algerie-focus.com	صفحة أنا صحفي إذن أنا موجود /https://www.facebook.com/anasohofi
موقع algerie360 www.algerie360.com	صفحة الأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية والرياضية في الجزائر https://www.facebook.com/groups/awda3.siyassiya.iktissadia.ijtima3ia.leljaza2ir/?fref=nf
موقع مواطن www.mouwatin.com	صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين https://www.facebook.com/pages/المنظمة-الجزائرية-لمناهضة-الشيتة-والشياتين/211063138919611

لقد قام الباحث بالمسح الشامل للصفحات المختارة كعينة خلال الفترة الممتدة من 1 جانفي 2016 م إلى31 ديسمبر 2016 م.

1- أولويات المواقع الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة

الترتيب	القضايا السياسية الوطنية الراهنة
1	انهيار أسعار النفط وتداعياته
2	قانون المالية الجديد وسياسة التقشف
3	الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات
4	قضية تعديل الدستور
5	عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل
6	إلغاء التقاعد النسبي
7	قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات
8	وفاة الصحفي محمد تامالت
9	استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني

جدول 02 يوضح أولويات المواقع الإخبارية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة

2-أولويات المواقع الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة

الترتيب	القضايا السياسية العربية الراهنة
1	الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي
2	تنظيم داعش الإرهابي
3	الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار
4	قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة
5	الصراع في اليمن
6	تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية
7	قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية
8	انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية

جدول 03 يوضح أولويات المواقع الإخبارية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة.

3-أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة

الترتيب	القضايا السياسية الوطنية الراهنة
1	عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل
2	انهيار أسعار النفط وتداعياته
3	قانون المالية الجديد وسياسة التقشف
4	الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات
5	إلغاء التقاعد النسبي
6	قضية تعديل الدستور
7	استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني
8	قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات
9	وفاة الصحفي محمد تامالت

جدول 04 يوضح أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة

4- أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة

الترتيب	القضايا السياسية العربية الراهنة
1	تنظيم داعش الإرهابي
2	الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي
3	الصراع في اليمن
4	الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار
5	قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة
6	تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية
7	قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية
8	انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية

جدول 05 يوضح أولويات صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تجاه القضايا السياسية العربية الراهنة

ثانيا: الدراسة الميدانية

1-مجتمع الدراسة:

يمثل الجمهور المستهدف الذي يسعى الباحث لدراسته ثم تعميم نتائج دراسته على كل المفردات[1]، وفي الغالب يكون من الصّعب الوصول إلى مجتمع الدراسة الكلي فيتم التّركيز على المجتمع المتاح الممكن الوصول إليه ثم اختيار العينة منه[2]، ويتمثل مجتمع دراستنا في الأساتذة الجامعيين بالجامعة الجزائرية الذين يستخدمون الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار بخصوص القضايا السياسية الوطنية والعربية.

2-عينة الدراسة الميدانية:

إن أسلوب المعاينة هو اختيار جزء من مفردات المجتمع الكلي بأسلوب يضمن تمثيل الجزء للكل، ولقد استخدم نظام المعاينة في البحوث الاعلامية لما له من فائدة في توفير الوقت والجهد والنفقات خاصة إذا ما تمت بعملية ممنهجة، وهناك عدة عوامل يجب مراعاتها عند اختيار نوع العينة المناسبة للدراسة، منها أهداف الدراسة والزمن المتاح لإجرائها، إضافة إلى التكلفة، ولقد تم اختيار عينة الدراسة من العينات غير الاحتمالية التي يزداد استخدامها حين نريد الوصول لجمهور له خصائص معينة[3]، من هنا كان اختيارنا للعينة العمدية التي توفّر معلومات كثيرة من بينها إعطاء الدّراسة أبعاد ومعالم أكثر وضوحا، إضافة إلى أنها تكشف لنا عن مؤشرات تفسّر علاقة بعض فئات المجتمع بوسائل الإعلام محل الدراسة[4]، كما يعرفها ويمر وروجر، بأنها تحوي مفردات تم اختيارها نظرا لتوافر خصائص معينة بها ويستخدم على مجال واسع في دراسات الجمهور حول الفضائيات وشبكة الانترنت[5].

---

[1]- فرج الكامل، **تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية**، القاهرة: دار الفكر العربي، 1985، ص 123.

[2]- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص 130.

[3] - Naughton , Glenda Mac And Others. **Doing Early Childhood research**.(USA Open University Press, 2001) P 156

[4] - Newbold , Chris And Others. **The Media Book**, (London :Arnold Publishers, 2002) P 63.

[5] - Wimmer , Roger D & Dominick , Joseph R, Op-Cit.p88

إن طبيعة هذه الدراسة التي تستدعي ضرورة كون الأساتذة الجامعيين عينة الدراسة من المستخدمين الدائمين لشبكة الانترنت عموما ولشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، دفعنا إلى اللجوء إلى توزيع الاستمارة إلكترونيا من خلال نشر رابط الاستمارة في مجموعات الأساتذة الجامعيين على شبكة الفيسبوك، وكذلك نشره ضمن الصفحات التي أنشأها الأساتذة، ولضمان أكبر تغطية لمختلف جامعات الوطن قمنا باللجوء إلى الإحصاءات التي توفرها وزارة التعليم العالي[1]، من أجل معرفة تقسيم الجامعات الجزائرية وبناءا على المعطيات المتحصل عليها، قمنا باستهداف الصفحات والمجموعات في مختلف الجامعات، وقد كان حجم الاستمارات المسترجعة – والتي تمثل عدد الأساتذة الذين أجابوا عن الاستمارة– يقدر ب 350 استمارة مسترجعة تم اعتمادها في الجانب التطبيقي للدراسة، وفيما يلي توزيع الأساتذة عينة الدراسة على أساس الجامعات[*]:

جدول رقم 06 يوضح توزيع عينة الدراسة على أساس الناحية الجامعة التي تنتمي إليها

التكرارات والنسب / الجامعات	ك	%
جامعات ناحية الشرق	136	38.9
جامعات ناحية الغرب	101	28.9
جامعات ناحية الوسط	113	32.3
المجموع	350	100

[1]- للاطلاع على التقسيم الوزاري للجامعات الجزائرية يرجى زيارة الرابط:

https://www.mesrs.dz/ar/universites

[*] انظر إلى الملحقات للاطلاع على الجامعات التي تنتمي لكل ناحية .

3-الإطار الزماني للدراسة الميدانية:

لقد تم إعداد الاستمارة في شكلها الأولي وتحكيمها وصولا إلى الشكل النهائي لها في الفترة الممتدة بين أكتوبر 2016 حتى 25 فيفري 2017، بعد ذلك تم توزيعها إلكترونيا خلال الفترة بين 26 فيفري 2017 حتى 15 مارس 2017، ثم البدء في تفريغ البيانات وإعداد الجانب التطبيقي في الفترة بين 16 مارس 2017 حتى 30 أفريل 2017.

4- الأساليب الإحصائية المستخدمة

من أجل قراءة النتائج إحصائيا تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المساعدة في ذلك، وهي كالتالي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل كاي تربيع.
- معامل ارتباط الرتب سبيرمان **Spearman Correlation Coefficien** لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الرتبة واتجاهها.

الفصل الثاني

نظرية ترتيب الأولويات

تمهيد

لقد أدى اهتمام الباحثين بالتأثير غير المباشر لوسائل الإعلام إلى دراسة كيفية تغطية مختلف هذه الوسائل للقضايا والمواضيع، وكيفية بروز قضايا معينة على حساب قضايا أخرى وهذا ما يعرف في الأدبيات البحثية بنظرية ترتيب الأولويات، هذه الأخيرة التي تسعى إلى معرفة الآليات التي تتمكن من خلالها وسائل الإعلام من بناء أجندات الجمهور، والبحث في الأسس التي تعتمد عليها لتحقيق هذا الغرض، وإن كانت مقصودة أو تحدث فقط نتيجة استجابة الجمهور للمضامين التي يتلقاها.

رغم ارتباط نشأة النظرية بالدراسات التي تم إجراؤها في فترة الصحافة المكتوبة والراديو، إلا أنها مرت بمراحل عديدة شهدت من خلالها تغيرات متعددة في الظروف السياسية والاجتماعية وحتى الأكاديمية، وصولا للوضع الحالي من تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتعدد المصادر الإعلامية واختلاف القيم الإخبارية والإعلامية السائدة، ومن أجل فهم أعمق لأهم المتغيرات المستجدة في النظرية، كان لزاما تتبع مسارها التاريخي وقراءته وفق سياقاته المزامنة له، وفي هذا الفصل محاولة لتتبع أبرز المحطات التي مرت بها منذ النشأة، ووقوفا عند أهم التيارات الجديدة في تطبيق النظرية، وصولا إلى عرض أهم الإشكاليات المنهجية التي رافقت هذه البحوث الجديدة لنظرية ترتيب الأولويات.

1.2 مدخل إلى نظرية ترتيب الأولويات

1.1.2 بدايات نظرية ترتيب الأولويات

تعتبر نظريّة ترتيب الأولويّات من أبرز النّظريات الّتي اهتمّت بصفة خاصّة بالقضايا والمواضيع السّياسية، حيث تفترض هذه النّظرية وجود علاقة قويّة بين طريقة عرض وسائل الاعلام وتغطيتها لمجريات حملة سياسية وبين ترتيب أهميّة القضايا نفسها بالنّسبة للجمهور المتابع لهذه الوسائل، ما يعزّز وجود علاقة طردية حيث كلما زاد تركيز وسائل الاعلام على قضيّة معنية، كلما زاد اهتمام الجمهور بهذه القضّية واعتبرها مهمّة له [1] .

رغم الدّور الذي تؤدّيه وسائل الاعلام في تحديث ما تقدّمه كما ونوعا إلاّ أنّه لا يمكنها تقديم كل الموضوعات الجديدة دفعة واحدة، ما يحتّم عليها ضرورة اختيار موضوعات وقضايا يتم التّركيز عليها دون غيرها، هذا إضافة الى عرضها بطرق تعكس في الغالب السّياسة التّحريرية للوسيلة الإعلامية ما ينتج عنه إثارة اهتمام الجمهور تدريجيا تجاه هذه الموضوعات مقارنة بالمواضيع التي لم تركز عليها وسائل الاعلام أو لم تعرضها أصلا رغم كونها قضايا ذات قيمة حقيقية ووزن كبير في الواقع الفعلي، فلقد أجريت أغلب بحوث ترتيب الأولويّات خلال فترات الحملات السّياسية، ذلك لأن المادة التي تجمع من خلال هذه الحملات عادة ما تصمم لوضع الأجندات، هذه الأخيرة التي يؤكد من خلالها السّاسة على قضايا معينة[2].

لقد مرّت نظرية ترتيب الأولويات بمراحل عديدة حتى تشكلت وفق الصورة المعروفة بها حاليا، غير نقطة الفصل في تناول بداياتها تاريخيا تستند إلى أن كثيرا من الباحثين الأوائل قد تطرقوا لها من حيث المعنى دون وضعها في قالب وإطار واضح، على عكس المتأخرين منهم الذين تحدوثوا عنها ضمن سياق واضح ومحدد الأبعاد، وفيما يلي سنتناول أهم المحطات التي مرت بها:

---

[1]– سعد آل سعود، **العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد ابن سعود الإسلامية، الرياض،1998م، ص 113.

[2]– صفا عثمان، **دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2002م ، ص 53.

1- والتر ليبمان WALTER LIPPMAN [1] 1922:

إن الحديث عن العشرينيات من القرن الماضي يستوجب استحضار السياق السياسي والاجتماعي والاعلامي للمرحلة، فقد كان العالم قد انتهى قبل سنوات قليلة من الحرب العالمية الأولى، وكان الإعلام وقتها يرتكز على الصحافة المكتوبة بالدرجة الأولى، نظرا لأن الراديو كان حديث النشأة وقتها ولم تكن الخدمات الإذاعية قد تهيكلت بالدرجة التي تتيح لها ممارسة دورها مثل الصحافة المكتوبة، بالرغم من ذلك فقد تحدث ليبمان في كتابه "الرأي العام" عن دور وسائل الإعلام في الربط بين الأحداث التي تقع فعليا في العالم الخارجي وبين الصور التي تتشكل في أذهان الناس عنها، حيث أشار إلى أن السياسات العامة هي عبارة عن صور ذهنية يتم نقلها للجمهور عن طريق وسائل الإعلام، وهذه الصور هي أيضا أحداث تقع دون أن يدركها معظم هذا الجمهور[2] ، رغم أن ليبمان اعتبر أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية بتقديم بيئات زائفة للجماهير، إلا أنه تم تجاهل هذه النظرية ولم يعترف بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام خلال الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي.

2- بيرنارد بيرلسون BERNARD BERLSON 1948:

يختلف الوضع في هذه المرحلة، خاصة وأن الأبحاث في مجال اختراع جهاز التلفزيون قد قطعت أشواطا عديدة، والعالم أصبح على مشارف اختراع التلفزيون الملون، وتبلورت الخدمة الإذاعية بشكل كبير وتم توظيفها في الحملات السياسية، واقتناع أغلب الدول بالدور الدعائي لوسائل الإعلام، خاصة في ظل الحرب العالمية الثانية وما بعدها، فقد نشر بيرلسون مقالا بعنوان" الاتصالات والرأي العام" الذي يرى فيه بان وسائل الإعلام تقوم بإرشاد وتعليم الناس عما يتحدثون عنه، وفقا لاعتبارات هذه الوسائل، فالجمهور لا يتلقى فقط القضايا والموضوعات بل أيضا يتعلم حجم أهمية القضايا[3] .

---

[1] - Maxwell M Combs and Donald Show, **The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty Five Years in The Marketplace of Ideas**, Journal of Communication, Vol 4, PP 703-711

[2]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998م، ص 288

[3]- صالح خليل أبو الأصبع، **الاتصال الجماهيري**، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 1999م، ص 219.

3- وايت WHITE 1950:

لقد اتخذ وايت زاوية أكثر تفصيلا لتناول الموضوع، حيث انطلق من البحث حول العوامل التي تتدخل في قرارات محرّري القصص الخبرية في الجرائد الأمريكية بخصوص البرقيات الواردة من وكالات الأنباء، وأيها سيتم اختيارها لتكون المادة الخبرية الأهم للجريدة، لذلك يعتبر كثير من الباحثين أن أبحاث وايت تعد هي الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة لبحوث ترتيب الأولويات[1].

4-برنارد كوهين COHEN BERNARD 1963:

تحدث في كتابه " الصحافة والسياسة الخارجية" عن القوة التي تتمتع بها وسائل الإعلام في تحديد القضايا التي يهتم بها المجتمع، ويعتبر ان الصحافة قد نجحت في تزويد الناس بالأشياء التي يفكرون بها.

5-ماكومبس ودونالد شو MC Combs and Donald Show 1972-1992:

تعتبر سنة 1972 هي الميلاد الحقيقي لنظرية ترتيب الأولويات، عبر أول دراسة إمبريقية في هذا المجال، حيث نقل ماكومبس وشو البحث في هذا السياق من مجرد الإشارة والمعنى إلى البحث واختبار الفرضيات، وفي عام 1992 نشر الباحثان أول دراسة عن ترتيب الأولويات، ومما جاء فيها أن المجالات البحثية لنظرية ترتيب الأولويات تتوسع يوما بعد يوم ويتزايد التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي، وهذا نتيجة لاستكشاف الأدوار الفاعلية التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في الحياة السياسية والاجتماعية للجمهور[2]، وقد كان فيها بداية الاعتراف بدور الجمهور في ترتيب أولويات وسائل الإعلام، حيث تعتبر عملية ترتيب أولويات وسائل الإعلام أكثر تعقيدا من ترتيب اولويات الجمهور[3]، ومما تشير إليه هذه

---

[1]- السعيد بومعيزة، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب**، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص 85.

[2] - MC Combs Maxwell, **Explorers and Surveyors: Expanding strategies for Setting Research**, Journalism Quarterly, vol 69, N°: 4, 1992, p13.

[3]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997، ص 347.

النظرية ان وسائل الإعلام تؤدي دورا كبيرا في تحديد القضايا العامة اليومية، ولكن ليست محدّدة لأولويات الجمهور[1] .

6-بروسيوس وويمان Brosius And Wiemann أواخر 1999[2]:

لقد كان أهم نتائج الباحثان هو التوصل إلى دمج نموذج الانتقال عبر مرحلتين ونظرية ترتيب الأولويات، محاولة لتأكيد التفاعل بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، ويعتبر هذا الطرح محفزا للإجابة على العديد من علامات الاستفهام المتعلقة بقادة الرأي، من حيث كونهم بوق دعاية لأجندة وسائل الإعلام، أم أن الأمر يحدث مصادفة حين يمارس قادة الرأي دورهم في قضايا معينة.

إن التّحول الذي شهدته الدّراسات الاعلامية في الفترة ما بين الأربعينات والستينات من القرن الماضي، من التركيز على دور وسائل الاعلام في تغيير الاتجاهات والأراء إلى التركيز على دورها في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور، كان عاملا رئيسيا في نشأة نظرية ترتيب الأولويات حيث أنها لا تركز على الإقناع وتغيير المواقف بقدر ما تركّز على بروز قضايا وموضوعات هامة في مستويات عديدة[3]:

- ✓ بروز قضايا ترتبط بأجندة الوسيلة الاعلامية .
- ✓ بروز قضايا ترتبط بأجندة الجمهور .
- ✓ بروز قضايا ترتبط بأجندة صناع القرار السياسي[4].

---

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سبق ذكره، ص 288

[2]- لمزيد من المعلومات والتفاصيل أنظر:

Brosius, Hans et al (1992), **Beyond Agenda-Setting: The Influence of Partisanship and Television Reporting on the Electorate's Voting Intention**, Journalism Quarterly, Vol, 69, No, 4

[3]- محمد فوزي شهاب الدين، **دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السّياسية لدى الجمهور البحريني**، سلسلة دراسات، معهد البحرين للتنمية السياسية، 2017، ص33.

[4]- عربي الطوخي، **دور مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 1999م ، ص 88.

أدى هذا النمط الجديد للتأثير غير المباشر لوسائل الإعلام إلى اهتمام الباحثين واتجاههم الى دراسة كيفية تغطية ومعالجة الوسيلة الإعلامية لقضية معينة، والبحث عن العوامل التي تؤثر في بروز هذا الموضوع، وهذا يختلف عما كان سائدا من قبل حيث كان التركيز على التأثير المباشر للوسيلة الإعلامية 1949، في حين تبلور مفهوم ترتيب الأولويات على يد " ماكومبس و شو " 1972[1].

هذا اضافة الى العديد من الفروض الحديثة التي تناولت تأثير وسائل الإعلام منها:

- تقوم وسائل الإعلام بإثارة الانتباه نحو بعض القضايا وتجاهل البعض الأخر عمدا .
- توجيه الرأي العام، فالناس يدركون الواقع ويتعلمون من القضايا المختلفة المطروحة طريقة ترتيبها وفقا لأهميتها، حيث تملك وسائل الاعلام القدرة على صنع أولويات القضايا لدى الجمهور مرتبة بالدرجة نفسها من الأهمية الفعلية للقضيةّ، أو وفق الترتيب الذي يخدم جهة معينة[2] .

هناك جملة من المتغيرات والعوامل التي تؤثر في تحديد أولويات القضايا والموضوعات وفق لما تطرحه هذه النظرية نذكر منها[3] :

- ✓ حاجة الفرد الى التكيف مع الظروف المحيطة وتبني توجه سياسي .
- ✓ معدل المناقشات الشخصية التي يخوضها الفرد يوميا بعد تعرضه لوسائل الاعلام
- ✓ درجة التعرض للوسيلة الاعلامية وكثافتها .
- ✓ المركز الاجتماعي للفرد ومكانته بالنسبة لاتخاذ القرار الانتخابي .
- ✓ طبيعة القضية وحجمها، وأهميتها إنّ أهميّة القضية لدى الجمهور من المتغيرات التي تؤثر في ترتيب الأولويات، فقد افترض كارترز وزملاؤه"، أن هناك علاقة ايجابية تربط بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وبين أولوياته الشخصية فمثلا يتابع الجمهور

---

[1]- دنيس مكويل، **الإعلام وتأثيراته :دراسة في بناء النظرية الإعلامية**، تعريب عثمان العربي، الرياض :دار الشبل للنشر والتوزيع، 1992م، ص 179.

[2] - Mcquail, Denis & Sven Windahl, (1981). **Communication Models :For the Study of Mass Communication**, New York, Longman Inc.p 62.

[3]- محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط1، الفرزدق للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، ص 271.

المواضيع التي تشكل تهديدا مباشرا له، مثل خبر انتشار وباء ما غير أنه يبتعد عن متابعة القضايا التي ليس لها تهديد مباشر عليه، مثل الخوف ذوبان القطب الشمالي[1].

- ✓ مستوى النظام السياسي الذي تنشط فيه الوسيلة الاعلامية .
- ✓ المجال الزمني للدراسة، أما بالنسبة للبعد الزمني الذي يعتبر من المتغيرات المؤثرة في ترتيب الأولويات، فقد اشترك الباحثون في أن تأثيرات وسائل الإعلام ليست ذات طبيعة فورية، بل تتطلب فترة زمنية تطول أو تقصر مع مراعاة الفروق الفردية، ولفت" هوفلاند "إلى انه بعد فترة من الزمن ينسى المتلقي مصدر الرسالة في حين يذكر مضمونها، غير أن هذا المضمون قد يتلاشى بعد فترة وجيزة في ظل زيادة عدد القضايا التي يتلقاها الفرد أو بعد مرور فترة زمنية عليها وهذا ما أطلق علية التأثير النائم[2].

يرى ماكومبس أن المدة الزمنية المثلى لترتيب الأولويات تتراوح مابين شهر وستة أشهر لكن ما يؤخذ عليه أنه لم يأخذ بعين الاعتبار متغير أهمية القضية بالنسبة للجمهور وطبيعتها، بالمقابل أكدت دراسة" وإنتا وشو "على أن تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة لترتيب أولويات الجمهور خلال فترة زمنية قصيرة، تظهر في التلفزيون أسرع من الصحف والمجلات التي تتطلب مدة زمنية أطول لترتيب أولويات الجمهور[3] .

2.1.2 علاقة نظرية ترتيب الأولويات بالقضايا السياسية

تتمتّع وسائل الاعلام والاتصال في الأنظمة السّياسيّة الدّيمقراطية بمستوى جيد من حرية التّعبير عن القضايا التي تهم المجتمع، حيث تمارس هذه الوسائل دور المرآة العاكسة لهذه القضايا لتؤدي بذلك دور الوسيط بين المجتمع وصناع القرار السياسي، من هنا فإن وسائل الاعلام تساهم في صياغة القضايا السياسية من جهة، وردود الفعل المجتمعية (المواطنون أو رجال السياسية) هو انعكاس لما صاغته وسائل الاعلام حول هذه القضايا[4].

---

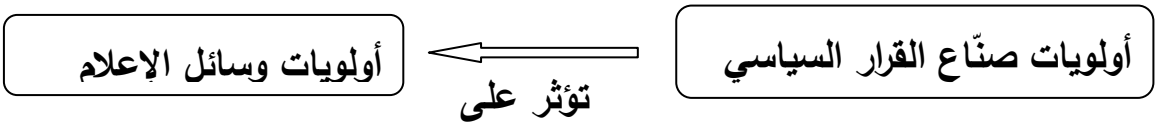
[1]– حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 294

[2]– المرجع نفسه، ص 297.

[3]- سالم بلحاج، **الإعلام والرأي العام :دراسة تحليلية في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي** .القاهرة :دار الفكر العربي، 2003م، ص115

[4]- محمد البشر، **إسهامات وسائل الإعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي** . مجلة الحرس الوطني، الرياض :العدد 198،1997 م، ص ص 39-40

إنّ العلاقة التي تطرحها نظرية ترتيب الأولويّات تشير إلى أن هناك تأثير لأجندة السّياسيين على أجندة وسائل الاعلام، ويبرز هذا التأثير على القيم السياسية التي تتضمنها هذه الأجندة، فهذه العلاقة المتبادلة تبين بأن اهتمامات الجمهور تتشكل حول القضية المطروحة عن طريق عاملين أساسيين، هما النخبة السياسية من جهة، ووسائل الإعلام من جهة أخرى[1].



شكل[*] رقم 01 يوضح العلاقة بين أولويات صناع القرار السياسي وأوليات الإعلام

تهتم نظريّة ترتيب الأولويّات بالقضايا والأخبار السّياسية مقارنة بالقضايا والمواضيع الأخرى التي تتناولها وسائل الإعلام وقد أكّدت الدّراسات على وجود درجة عالية من التشابه بين مستوى الاهتمام الذي توليه وسائل الاعلام لقضيّة معيّنة وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور، وهنا لا نعني بذلك الحكم بالتأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور، ولكن لها قدرة على دفعه الى اعتبار بعض القضايا أكثر أهمية من القضايا الأخرى[2].

تملك وسائل الإعلام القدرة على ترتيب أولويّات الجمهور نحو القضايا الخارجية أكثر من القضايا المحلية، و ذلك بحكم عدم ارتباطها بصورة مباشرة بالجمهور الداخلي، ما يجعل وسائل الاعلام تصبح أهم مصدر للجمهور في الحصول على المعلومات حول هذه القضيّة، ذلك أن الأحداث الخارجية تقع خارج محيط الجمهور ما يعطيها صفة الغموض بالنّسبة له، الأمر الذي يؤدي به إلى زيادة الاعتماد على وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات[3].

---

[1] - Marcus Brewer and Maxell Mc Combs, (1996). **"Setting The Community Agenda"** Journal of Mass Communication Quarterly. Spring.p8

[*] - الشكل من إعداد الباحث.

[2] - عزيزة عبده، **الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات**، القاهرة:دار النشر والتوزيع، 2004م، ص 106.

[3] - سالم بالحاج، **دور التليفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2003م، ص 55.

لقد بيّنت العديد من الدّراسات الاعلامية أن البحوث التي قامت بدراسة العلاقة بين وسائل الاعلام من جهة واهتمامات النخبة المثقفة من جهة أخرى تعتبر في حدّ ذاتها تطورّا في دراسات ترتيب الأولويّات والاتصال السّياسي، غير أن مثل هذه الدّراسات قليلة جدا، وانصب أغلبها على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الاعلام وأجندة الرأي العام[1] .

إن المتتبّع للأدبيات التي تناولت تاريخ نظرية ترتيب الأولويّات يجد أن أغلب الباحثين يرجعون أصل النظرية الى الباحثين Me . combs and D . show . وهذا طرح منطقي اذا ما استندنا الى كونهما من وضعا تسمية النظرية وقاما باستخدام أدوات منهجية دقيقة في دراستها وتحليلها، إلا أن هناك من يرى أن التأريخ لهذه الظاهرة قد بدأ قبلا ولو لم يكن بمسمّى، فقد اختلفت السّياقات السّياسيّة والتاريخية والاجتماعية والتكنولوجية التي ظهرت فيها، لكن ما يمكن ملاحظته أن في الغالب تمت دراسات ترتيب الأولويات في أنظمة ديمقراطية مفتوحة[2].

يرجع اهتمام المجتمعات الدّيمقراطية بدراسات ترتيب الأولويات الى أن هذه الأنظمة تعطى مقدارا كبيرا من الأهميّة لاهتمامات الرّأي العام وأرائه وتوجّهاته كأحد ركائز صناعة القرار والتخطيط ووضع السّياسات، أما بالنسبة للدّول غير الدّيمقراطية فيختلف سبب اهتمامها بهذه الدراسات، اذ لا تميل الى إشراك الرأي العام كسابقتها بل من باب إحكام السّيطرة عليه، عن طريق تركيز اهتمامه حول قضايا بعينها وصرف انتباهه عن قضايا أخرى لا يرغب له أن يفكر فيها[3].

ارتبط ظهور هذه النظرية بالحملات الانتخابية، حيث تم تسجيل تكرار ظاهرة أن الأشخاص خلال فترة الحملة يعتمدون أساسا على وسائل الاتصال الجماهرية كمصدر للمعلومات التي من خلالها يشكلون ادراكهم لما يحيط بهم في هذه الفترة، وقد أثبت هذا خلال الحملة الانتخابية سنة 1968 وبعدها سنة 1972 ولعل ما قاله برنارد كوهين bernard

[1]- بسيوني إبراهيم حمادة، **وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات**، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996م، ص 24

[2]- بومعيزة السعيد، **مرجع سبق ذكره**، ص85

[3]- بسيوني إبراهيم حمادة، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008م، ص 208.

cohen يوضح مبدأ عمل هذه النظرية ((قد لا تنجح وسائل الاتصال الجماهرية معظم الوقت في تحديد ما يعتقده الجمهور، ولكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر حوله هذا الجمهور))[1]، ما يجب التنويه اليه أن وسائل الاعلام لا تجعل من القضايا ذات أهمية بطريقة مباشرة كأن تعلن عن أهميتها، لكن مجرد نشرها في وقت معين، يجعل منها بالنسبة للجمهور مهمة .

3.1.2 نظرية ترتيب الأولويات والنخبة المثقفة.

لقد برزت أهمية النخبة المثقفة في ترتيب الأولويات منذ البدايات الأولى للنظرية[2]، إلاّ أن نمط العلاقة آنذاك بين وسائل الإعلام والمثقف والجمهور كان موجها ومنفصلا بحيث تؤثر وسائل الإعلام على المثقف وهو بدوره يؤثر على الجمهور، لكن البحوث الحديثة أدخلت البعد التفاعلي[3] في هذه العلاقة الثلاثية، وأصبح المثقف يلعب دورا مبني على العلاقات المتبادلة.

إن الشكل رقم 02 يوضح مكانة المثقف في النسق العام الذي يتضمن النظام السياسي ووسائل الإعلام والرأي العام، فهو حسب هذا الفرض يؤدي وظيفة مباشرة في وضع أولويات وسائل الإعلام والرأي العام والنظام السياسي بطريقة مباشرة وغير مباشرة، ويمكن لهذه الوظيفة أن تنافس باقي وسائل الإعلام الأخرى[4]، دون إغفال التأثير المتبادل للعلاقات بين مختلف الأنظمة الفرعية، تجب الإشارة إلى أن هذا التفاعل جزء كبير منه فرضتة تطورات تكنلوجيات المعلومات من جهة، وانفتاح الأنظمة السياسية من جهة أخرى، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الضغوطات السياسية الخارجية التى تفرض قرارتها على الأنظمة الداخلية بمنطق المسرح الدولي الذي تحكمه قوى معينة، وبالتالي في مثل هذه القضايا تضعف استجابة هذه

---

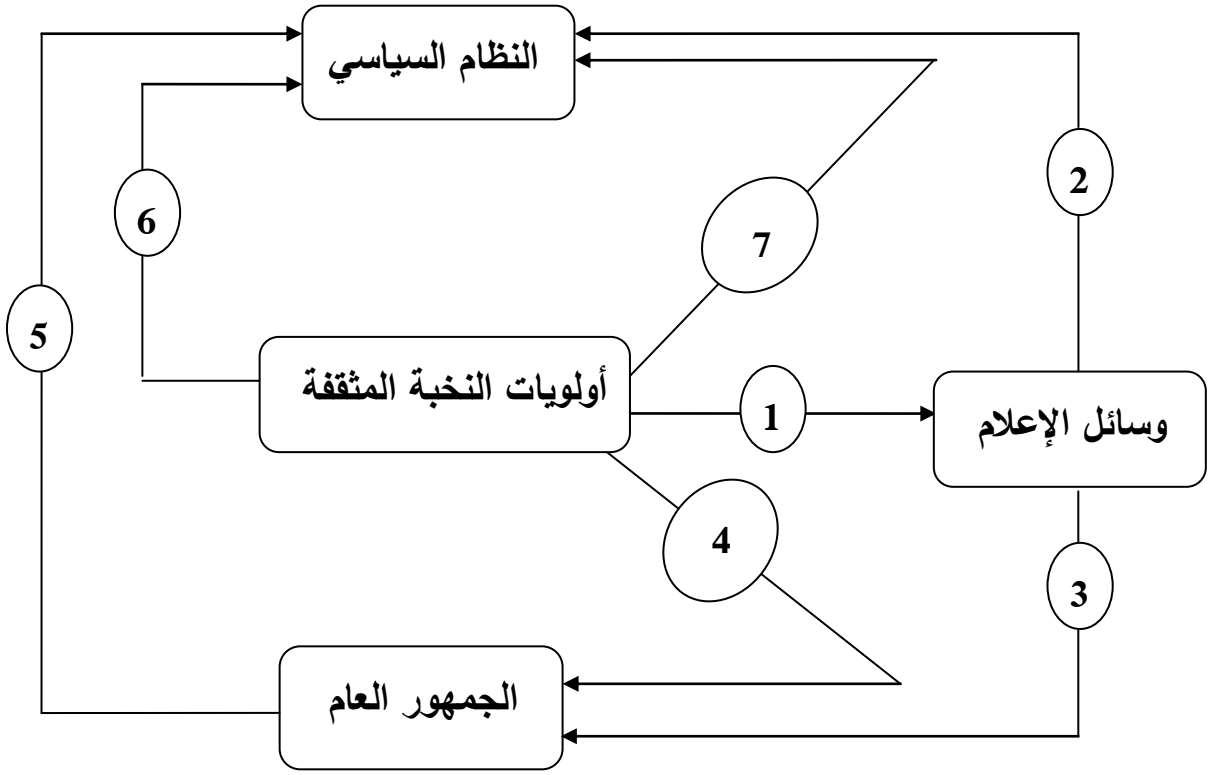
[1]- عزيز لعبان، **إشكالية التأثير :من الأثر المؤكد إلى الأثر المحتمل**، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الحادي عشر، دار هومة للنشر، الجزائر، 2005م، ص 13

[2]- بسيوني إبراهيم حمادة، **وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات**، مرجع سبق ذكره، ص 24.

[3]- للمزيد أنظر: سي موسى عبد الله، **بحوث وضع الأجندة (ترتيب الأولويات) من سنة 1922 إلى يومنا هذا**، صفحة مدونتي الجامعية، 6 جانفي 2013، متاح بتاريخ 12 فيفري 2015 على الرابط:
https://www.facebook.com/125892527563135/posts/147219755430412/

[4]– أماني فهمي، **الاتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، 1998م، ص341

الأنظمة لأولويات وسائل الاعلام والمثقف، عموما وفق هذا الافتراض فالتوازن في تفاعلات وضع الأجندة يكون واضحا في الدول الديمقراطية على عكس الدول غير الديمقراطية.[1]



شكل[*] رقم 02 يوضح العلاقة بين أولويات النخبة ووسائل الإعلام والنظام السياسي والجمهور

لقد راج هذا الطرح خاصة فيما يتعلق بالأنظمة الفرعية غير أنه تم إعطاء تقسيم آخر مبني على فكرة أخرى أو ما يطلق عليها نظرية المجموع الصفري حيث يقوم افتراضها على أن عملية ترتيب الأولويات ما هي مبارة صفرية[2]، حيث يؤدي ظهور قضية جديدة إلى اختفاء قضية قديمة فوسائل الإعلام لا تستطيع عكس جميع قضايا الأنظمة الفرعية وبالتالي فهي تختار بعضها، وحسب هذه النظرية فإن الأنظمة الفرعية تنقسم إلى[3]:

[1]– للمزيد أنظر : سي موسى عبد الله، مرجع سبق ذكره

[*] – الشكل من إعداد الباحث.

[2] - Manheim Garol, **A Model of Agenda dynamics, in McLaughlin Margaret**, Ed Communication Year Book, New Delhi, 1987 ،P503

[3]– للمزيد أنظر: بسيوني إبراهيم حمادة، **الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 4، ديسمبر 1998، ص ص 319-348.

1- أولويات وسائل الاعلام

إن التطورات التى يشهدها عصر تكنولوجيا المعلومات لم يكن لها تأثير على عدد وحجم القضايا التى تعطيها وسائل الاعلام أولوية، حيث اختلفت أنواع القضايا وشكلها في الفترة السابقة عن الحالية، لكن حجمها لم يتأثر وقد أثبتت دراسات كثيرة في الإعلام السياسي بأن الرأي العام مهما اختلفت الفترة الزمنية ومهما اختلف السياق السياسي والاجتماعي والتكنولوجي، فإن اهتماماته تبقى محصورة بين خمسة إلى ثمانية قضايا كحد أقصى، بينما يكون الفرق والاختلاف في نوعية وطبيعة هذه القضايا[1].

2- أولويات الجمهور

تتأثر أولويات واهتمامات الجمهور بثلاث عوامل أساسية هي: الوقت، الوسيلة الإعلامية المتوفرة والحالة النفسية، حيث يمكن للفرد حيث يتعرض لوسيلة معينة في وقت معين أن يقّل تعرّضه الى وسيلة أخرى، فالأفراد حين يصلون إلى حالة تشبع من القضايا المعروفة يكونون أمام مخرجين إما التّوقف تماما عن متابعة القضايا الجديدة، وإما مواصلة المتابعة مع تناقص أهمية القضية الحالية مقارنة بالجديدة بالنسبة له.

أما نفسيا فتحتل القضايا التي تتوافق مع تركيبة الفرد النفسية مكانة أعلى من مثيلاتها التي لا تعن له شيئا من الناحية العاطفية، حتى ولو كانت مهمة للآخرين فبالتالي يتحكم العامل النفسي هنا في تحديد المهم من المهمش، فوسائل الإعلام لها دور كبير في ترتيب أوليات الجماهير كما تعتبر إحدى العوامل الأولى المساهمة في تحديد أبرز المواضيع التي يتحدث عنها الناس.[2]

[1]-: بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره.

[2] - Winner, J.S, & Taukaud,J (1982) **Communication Theories Origins Method**, Uses.(New York: Hosting House Puplishers)P245.

3- أولويات النظام السياسي

تتأثر أولويات وسائل الإعلام بالقيود نفسها للجمهور، فالنظام العام هنا يتفاعل مع سلوك الاتباع لدى الجمهور تجاه قضايا عديدة، ونجد هذا واضح المعالم في الدراسات الأولى لوضع الأجندة حيث وضعوا بعين الإعتبار هذه العوامل وغيرها ما أدى في أغلبها إلى دراسة بعض القضايا فقط[1] .

بالمقابل ظهر تيار آخر يؤمن بالعلاقة السببية وابتكروا أسلوب تحليل السلسلة الزمنية T.S.A بتتبع علاقة السبب ونتيجة في قضية واحدة، ونلاحظ هنا ان هذا الاتجاه يتعارض مع نظرية المجموع الصفري فالقضية الواحدة إذا طال تتبعها قد يكون ظهر أثنائها قضايا كثيرة جديدة وقد اشارت دراسة إلى أن أولويات الجماهير تتبادل المواقع من فترة لأخرى[2].

4- أولويات جماعات المصالح

تظهر بوضوح في الأنظمة الديمقراطية التى تتمتع بحرية في مجال الرأي، وتشغل ساحتها السياسية نخب سياسية، أحزاب ومعارضة التى تتنافس فيما بينها لتحظ باهتمام الجماهير .
لقد أثبتت الدراسات وجود علاقة تأثير متبادل بين اهتمامات الجمهور ووسائل الإعلام فحراس البوابة يحدّدون ما يهتم به الجمهور مما ينعكس على أجندة وسائل الإعلام، إلا أن البحث عن العلاقة السببية بين متغيرات العملية لا يمكن أن تتم عبر فترة زمنية واحدة، ومن هنا ظهر اتجاه بحثي حديث يدرس أجندة الإعلام والجماهير عبر أكثر من فترة زمنية واحدة[3].

---

[1]- بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره.

[2] -Weaver David, Zhu Hua Jain, and Willant Lars, **The Bridging Function of Interpersonal Communication in Agenda setting**, Journalism Quarterly, Vol 69, N°: 02, 1992, P830

[3]- حمادة، بسيوني، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، مرجع سبق ذكره، ص195

2.2 التيارات الجديدة في نظرية ترتيب الأولويات

1.2.2 ترتيب أولويات الجمهور

أ- ترتيب الأولويات والاتجاه نحو القضايا

لقد كان الطرح السائد فيما يتعلق بنظرية ترتيب الأولويات يفترض بأن وسائل الاعلام ينجح في ترتيب أولويات القضايا للجماهير، ولكنها لا تستطيع أن تعلمهم كيف يفكرون فيها لكن الدراسات الحديثة ترى عكس ذلك، حيث ترى بأن وسائل الاعلام يمكنها الوصول الى أبعد من ترتيب الأولويات، فإضافة إلى وضع أولويات الجمهور فهي تضع معايير الحكم عليها[1].

في سنة 1988 تمّ تبنّى مفهوم مناهض يقوم على ضرورة تحليل مضمون القضايا التي تطرحها وسائل الاعلام، دون الاكتفاء بالعدّ سواء من ناحية المساحة التى تشغلها في الصحافة أو الوقت الممنوح لها في الاذاعة والتلفزيون، كما يرى بأنه ليس كل القضايا قابلة للدراسة، بل هناك جملة من الشروط الواجب توفرها في القضية أهمها أن تكون قضية رأي عام تلتف حولها أراء التأييد والمعارضة، ومن الدراسات التى لقيت اهتماما من الباحثين هي دراسة أنتون وفريزي Aenton and Frazier 1976 ولو بطريقة غير مباشرة تناولت ثلاث مستويات للقضايا[2]:

1- أسماء القضايا.

2- الأسباب والحلول.

3- الجماعات التى طرحت الحلول.

[1] - Yagada, Aileen, and Dozier, David, (1990), **The Media Agenda-Setting Effects of Concrete Versus Abstract Issues**, Journalism Quarterly, Vol. 67,No, 2.pp3-9

[2] - Weiss, Hans, (1992), **Public Issues and Argumentation Structures: An Approach to the Study of the Contents of Media Agenda-Setting**, in Deety, Stanley, "ed" Communication Yearbook, No, 15, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.pp377-378.

ب- ترتيب الاولويات والتأثيرات الناتجة عنها

لفترة من الزمن سادت تفسيرات تقول بأن ترتيب الأولويات للجماهير تسهم في خلق رأي عام إيجابي أو سلبي، وفي هذا السياق قامت أبحاث اهتمت بدراسة النتائج التي تفرزها ترتيب أولويات الجماهير، في إطار العلاقة بين الأجندة والرأي العام ومن أهم ما توصلت إليه[1]:

- ❖ هناك علاقة ارتباطية إيجابية يثير اهتمام الجمهور بقضايا معينة واتجاهه الإيجابي نحو ذات القضايا .
- ❖ هناك قضايا معينة أدّى الاهتمام الايجابي بها الى تكوين اتجاه سلبي .

من هنا فقد ألقي عاتق اللّوم على اتجاه مضمون القضايا التى تعرضها وسائل الإعلام وليس على الأجندة في حد ذاتها، فالمطلوب عدم الاكتفاء بالكشف عن حجم التغطية لقضية معينة حتى نتنبأ باتجاه الرأي العام، بل المهم كيفية معالجتها.

ج- ترتيب الاولويات والعوامل الخارجية

رغم الاختلافات الكثيرة بين الدّراسات التى تناولت ترتيب الأولويات، إلاّ أن أغلبها كان يبحث في علاقة تبادلية بين أجندة وسائل الإعلام والجماهير، تناول بعضها العوامل الخارجية المؤثرة ولكن بتأثير محدود، وقد توالت البحوث إلى أن توصّلت إلى طرح مغاير مفاده فرضية انه لا توجد علاقة بين أولويات وسائل الاعلام والجمهور وأنه لا أحد منهما مسبب للآخر، ولكنهما يحدثان بفعل متغير ثالث هو العامل الخارجي نفسه .

يأخذ هذا الاتجاه بقوة الواقعة أو القضية ذاتها، فهي تفرض نفسها ثم يستجيب لها الإعلام والجمهور تلقائيا، بينما نجد هنا تجاهلا لدور الإعلام في لفت الانتباه للقضية من خلال أساليب المعالجة وطرق العرض والتحليل، وهنا تبدء العلاقة السببية بين الإعلام والجمهور، وقد كانت هناك محاولات على إثر الرأي الذي ينفي هذه السّببية من أجل إثباتها ومنها:

[1] -McCombs, Maxwell, Einsiedel, Enda , and Weaver, David, (1991),**Contemporary Public Opinion: Issues and News**, New Jersey, London,Lawrance Eirbaum Associate Publishers.p15

دراسة SALUEU عدم ترتيب الاولويات حيث تم اختيار قضية لم تلق اهتمامات من وسائل الاعلام، (التلوث السمعي) محاولا الكشف عن ترتيبها في اهتمامات الجمهور، وقد خلصت الدراسة إلى غيابها ضمن قائمة أولوياته.[1]

مهّدت الدّراسة لإعادة التفكير في عدم ترتيب الأولويات من أجل إدراك أكبر لعملية الترتيب، لكن ما يجب التنوية إليه أنه لا يمكن أن تنسحب هذه القاعدة على كل المجتمعات، فهناك أنظمة إعلامية تتعمّد طمس وإخفاء وعدم معالجة بعض القضايا والتى لا يمكن اعتبارها هامشية بالنسبة للمتلقي، وإنما تهمش بدافع مصالح سياسية، وبالرغم من أنها لا تنال مساحة كافية وسائل الاعلام، إلا أن الجمهور يبقي يفكر فيها وتبقى ضمن أولوياته، فهنا تبنّى الجمهور هذه القضايا ضمن قائمة أولوياته على الرغم من أنّها لم تكن ضمن قائمة الإعلام .

د- أصناف البحوث المتعلقة بترتيب أولويات الجماهير:

تنقسم البحوث في هذا المجال إلى أربعة أصناف كما أشار إليها بسيوني إبراهيم حمادة كالتالي[2]:

الصنف الأول: البحث ضمن جمهور عام

النتيجة المتوصل إليها ضمن هذا النوع من البحوث تمثل رأي مجموعة الدراسة كحالة واحدة، دون أن تبيّن بالضبط الاهتمامات الفردية، بحيث يتم الاستقصاء حول القضايا التي تهتم بها مجموعة البحث لفترة زمنية معينة، ثم تؤخذ الإجابات لتُرتّب حسب تكراراها، ومن أهم نتائج هذه البحوث أنه توجد علاقة ارتباطية بين أولويات وسائل الإعلام والجماهير، ويزيد هذا الارتباط قوة حين يتعلق الأمر بالقضايا التي تمثل وسائل الإعلام المصدر الوحيد للمعلومات حولها، وبحدث التأثير من الوسائل نحو الجمهور وليس العكس[3].

---

[1] - Rogers, Everett, and Dearing, James, (1988), **Agenda-Setting Research: Where is it going?,** in Anderson, James "ed",Communication Yearbook, No.11, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.p562

[2]- بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره.

[3] - Rogers Evertt, **The Anatomy of Agenda Setting Research** Journal of Communication, Vol 43, N°: 3, P70

الصنف الثاني: البحث على مستوى كل فرد لوحده

الافتراض الأساسي هنا هو أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة يؤدي بالضرورة إلى الترتيب ذاته للقضايا نفسها لدى كل الأفراد، ويتمّ هنا الاعتماد على تحليل مضمون وسائل الإعلام وبالمقابل معرفة أولويات كل فرد والقيام بالمطابقة فيما بعد.

الصنف الثالث: البحث ضمن قضية واحدة

يتعلق الأمر هنا بدراسة قضية واحدة في كل وسائل الإعلام ومطابقتها مع ترتيب أولويات الجمهور، وقد توصلت نتائج أغلب البحوث إلى وجود علاقة قوية بين ترتيب أولويات الجمهور والإعلام[1].

الصنف الرابع: البحث ضمن مجموعة قضايا

بالطريقة نفسها في الصنف السابق ولكن مع مقاطعتها لترتيب الاولويات على المستوى الفردي إن الأصناف السابقة ركزت على نقاط معينة ما أدى بها إلى إغفال العوامل الوسيطة في المؤثرة في عملية ترتيب الأولويات، ما دفع إلى ظهور بعض الأساليب التي تناولت هذا البعد الجديد ونذكر منها:

1- يأخذ أصحاب هذا التيار العوامل الوسيطة بعين الاعتبار مثل طبيعة القضية، من حيث هي ملموسة أو مجردة، فالملموسة هي القضايا المباشرة والتي تمثل خبرة مباشرة للأفراد، بينما المجردة فهي التي لا تكون للأفراد صلة مباشرة بها[2]، أيضا الخصائص الديمغرافية كعامل وسيط، حيث أشارت دراسات إلى وجود علاقة ارتباطية بين الخصائص الديمغرافية وترتيب الأولويات، خاصة متغير التعليم الذي يلعب دورا مهما في ترتيب الأولويات نحو القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام، حيث تزيد قدرة الوسائل في ترتيب أولويات الأفراد

[1]- بسيوني إبراهيم حمادة، **الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة**، مرجع سبق ذكره.

[2]- ميرفت محمد الطرابيشي، **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياحية لدى الجمهور المصري**، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، يوليو 1999م، العدد 11، ص 95.

المتعلمين مقارنة بغير المتعلمين، وتقوم أبحاث هذا التيار على اختبار مدى الارتباط بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات الجمهور إضافة إلى الكشف عن العوامل الوسيطة التي يمكن أن تقوي أو تضعف العلاقة بين المتغيرات[1].

2-الافتراض الأساسي هو أن ترتيب الأولويات لا يتحقق بالدرجة نفسها لكل الأفراد، ولكن يتعلق بمدى حاجة الفرد إلى التوجيه السياسي، خاصة إذا تعلق الأمر بمرحلة يكون فيها الفرد بحاجة إلى معلومات لتقرير الخطوة القادمة، أي في المراحل الأولى لصنع القرار، وهنا يكون بحاجة أكبر للتعرض لوسائل الإعلام وبالتالي زيادة احتمال تبنّيه لأجندتها.

3-مدى مقاومة الفرد للرسائل الإعلامية وحاججتها ومدى اختلاف استجابات الأفراد لها، يعتبر عاملا مهما لجعل هذه الفئة هي الأقل تأثرا بأولويات الوسائل الإعلامية، خاصة إذا كان هؤلاء الأفراد ذو وعي وثقافة بالقضايا المُثارة إضافة لكونهم مشاركين في الحياة السياسية[2].

2.2.2 ترتيب أولويات وسائل الإعلام

1-مدخل

إن الفهم الجيد لنظرية ترتيب الأولويات، يتطلب تمعنا كبيرا في كرونولوجيا هذه الأخيرة، كما يجب التدقيق في الإشكاليات التى طرحت في كل فترة وقراءتها جيدا في السياق الذي وردت فيه، حتى نتمكن فيما بعد من اسقاطها على مراحل أخرى، فقد بدأت الدراسات الأولى بمحاولة الإجابة على إشكالية من يقوم بترتيب أولويات الجماهير؟ فكان اهتمامهم منصبا على تحليل الجمهور ضمن نسق تفاعلي مرة وفي اتجاه أحادي مرة أخرى، إلى أن أقرت الدراسات المتأخرة بضرورة البحث من زاوية أخرى فطرحوا السؤال من وجهة نظر وسائل الإعلام من يقوم بترتيب أولويات وسائل الاعلام؟

[1] - Winter J, **Agenda-Setting for The Civil Rights Issue**, Public Opinion Quarterly, Vol 45, PP 376-383
[2] - Patterson R and MC clure R, **Print Vs netwonk New**, Journal of Communication, Vol 26, N° 1, 1976, PP 23-28

تعد كل هذه الرؤى السابقة منطقية طالما نتكلم وفق نسق تفاعلي، لكن البحث وفق هذا المنظور يحتم إدخال متغيرات جديدة للمعادلة، فلا يمكن الكشف على أولويات وسائل الاعلام دون إشراك العلوم السياسية الى جانب الاتصال الجماهيري، كما يجب تحليل كافة العوامل المتدخلة في ترتيب الأولويات الثقافية، الإدارية، المهنية والاجتماعية، فلقد تميزت هذه المرحلة باختلاف تخصصات دارسيها، فلم يعد الأمر حكرا على باحثي الاتصال الجماهيري، بل استقطبت اهتمام علماء السياسة والنفس والاجتماع وكذا الصحافة والإعلام، وهذا لم يكن موجودا في بحوث ترتيب أولويات الجماهير، فالبحث في الجماهير يختلف عنه في وسائل الإعلام، والتنقيب في أجندة الاعلام يؤدي الى طرح تساؤلات معيارية وأيديولوجية، بحثا عن القيم التى تنشر بكثرة والأخرى التى يتم التعتيم عليها، ايضا هو بحث في القوى السياسية التى تؤثر والتى لا تؤثر[1] .

مهما اختلفت الاتجاهات التى تبحث في ترتيب الأولويات سواء في الجماهير أو وسائل الإعلام، فكلاهما يعتبر مطلبا ضروريا لفهم الاخر، خاصة البحوث المزدوجة التى تبحث فيها معا حيث تعتبر مصدرا جيدا لمعرفة وتحديد كيفية صناعة القرار السياسي، والعوامل المتحكمة فيه، وفي هذا السياق أشارت دراسة إلى أن البحث في العوامل المؤثرة في وضع أولويات قضايا الاعلام سوف تسمح ببناء منظور للتعامل مع تأثيرات وسائل الاعلام[2] .

لقد طُرح التساؤل المتعلق بترتيب أولويات وسائل الاعلام أول مرة على يد لازار سفيلد وميرتون Lazar Sfeld And Merton سنة 1984، حيث افترضا أن أولويات وسائل الاعلام ما هي إلا نتيجة القوى الاجتماعية السائدة، كما أشار الى هذا بلومر وغيورفيتش Blumer And Gurvitch ، حيث اعتبرا أن المضمون الاعلامي يعد تعبيرا عن القواعد الاجتماعية والممارسات المهنية للصحفيين والإعلامين أكثر منه يعبر عن الأحداث وقضايا

[1] - Reese, Stephen, (1991), **Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective**, in Anderson, James "ed", Communication Yearbook, No.11, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.p111

[2] - Mcleod, J, and Kosicki, G, (1991), **Understanding and Misunderstanding Media Effects, in Curran and Gurevitch "eds"**,Mass Media and Society, London, Edward Arnold.p140

المجتمع[1] ، أشارت بعض الدّراسات إلى أن الوظيفة الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات، لا ترتبط بزيادة التعرض للوسائل الإعلامية، بقدر ما ترتبط بالوسيلة التي يتم التعرض لها[2]، حيث قام كل من تبتون و فرازير بتقسيم ترتيب الأولويات إلى مستويات ثلاث:

المستوى الأول: وضع قائمة واسعة من القضايا والموضوعات.
المستوى الثاني: قضايا وموضوعات خاصة وأكثر تخصصا من المستوى الأول.
المستوى الثالث: معلومات أكثر تخصصا حول القضايا المحدّدة ضمن المستوى الثاني.
وحسب الباحثان فإن الجرائد تُقدّم للقارئ المستويات الثلاثة، في حين التلفزيون يميل إلى المستوى الاول بسبب عوامل كثيرة منها العامل الزمني[3]، وتشير دراسة إلى أنّ الجرائد تقدّم للقارئ المستويات الثلاث، في حين التلفزيون يميل إلى المستوى الأول، وذلك حسبها يرجع لعوامل عديدة أهمها المدى الزمني[4]، هذا الأخير الذي يختلف تبعا لنوع الوسيلة الإعلامية[5].

2- المداخل الأساسية لدراسة أولويات وسائل الاعلام

من أجل توضيح أهم المداخل الأساسية لدراسة أولويات وسائل الإعلام وفهم منطلقاتها سوف نعتمد على التصنيف الذي أورده بسيوني أحمد حمادة كالتالي[6]:

أ- المدخل السلطوي

إن الجدل الذي يطرحه هذا المدخل يكمن فيما اذا كانت وسائل الاعلام مجرد مرآة للقوى السياسية، أم أنها تشكل قوة سياسية في حد ذاتها، فقد تنقل وسائل الإعلام خطابا لرئيس الجمهورية أو مظاهرة كبرى ضد نظام ما، وحقق هذا النقل تأثيرا في الجمهور، فإلى من يرجع هذا التأثير؟ الى الرئيس والمتظاهرين أم إلى وسائل الإعلام، فأصحاب هذا المدخل يفترضون

[1] - Blumler, J, and Gurevitch, M, (1981), **Politicians and the Press: An Essay on Role Relationships, in Nimmo, D, and Sunders**, K, "eds", Handbook of Political Communication.p470
[2] - Wayne Wanta & Wy- Wei Hum **time, log, differences in The Agenda process**, Op. Cit, P.228-229.
[3] - Wayne Wanta, **The Public and The National Agenda : how people learn about important issues communication abstracts**, Vol. 20, N0..G, December, 1997,P.840-841.
[4] - Ibid, P.840-841
[5] - Salmol, Chanem, Wayue Wanta, **Agenda-Selting and Spanich Cable News**, Journal of Broodcasting and Electronic Madia, Spring 2001, P.281.
[6] - بسيوني إبراهيم حمادة، **الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة**، مرجع سبق ذكره.

بأن أولويات وسائل الاعلام تبنى على أساس اهتمامات مراكز القوة في المجتمع، فهي انعكاس لمختلف هذه القوى[1].

ب- المدخل التنظيمي

يعتبر هذا المدخل أن أهداف المؤسسات الصحفية وقواعد العمل داخلها، هو المصدر الرئيسي لأولويات المؤسسة حيث يمثل الصحفي مصدر القوة الأساس وفي هذا نقد لنظرية حراسة البوابة التى تختصر مصادر القوة في أشخاص لا في منظومة.

ج- مدخل القوى المتبادلة

يقوم على فكرة علاقة المؤسسات الاعلامية ببعضها البعض ضمن ما تطرحه نظرية الاعتماد من علاقة بين وسائل الاعلام من جهة ومختلف الأنظمة الاجتماعية من جهة أخرى، ويتحقق الاعتماد المتبادل بينها حين تتحق المصالح المشتركة بينهما، لكن وسائل الاعلام تتفاوت من حيث القوة، فالوسيلة الأضعف تتبع الأقوى، من هنا فترتيب الأولويات يبنى من الأقوى الى الأضعف بوصفها مركز قوة [2] .

يمكن تلخيص بعض أنماط التّبادل بين وسائل الإعلام كالتّالي:

- ✓ بين الصّحف وبعضها
- ✓ بين المجلاّت وبعضها
- ✓ القنوات التّلفزيونية وبعضها
- ✓ بين الصّحافة والتلفزيون
- ✓ بين الصّحف الدّولية ذات المكانة والصّحف العربية

[1] - Reese, Stephen, (1991), **Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective**, Ibid, p 317
[2] -Ibid, p324

بناءا على هذا الطرح فكُبريات وكالات الأنباء التى تسيطر على العالم وتمثل المصدر الاساسي لكثير من وسائل الإعلام تساهم بشكل أو بآخر في وضع اجندة الوسائل الإعلامية رغم أن الوضع قد نقص تأثيره في الوقت الراهن نظرا للإمكانيات التكنولوجية الهائلة التى أصبحت تمتلكها وسائل الاعلام.

3.2.2 ترتيب أولويات السياسة العامة

تعرف أولويات السياسة العامة بأنها قائمة القضايا التي قبلها صانعوا القرار على أنها أهم القضايا التى تستحق اتخاد قرار أو وضع سياسة بشأنها[1]، فاهتمامات السياسة العامة تختلف لما لها من خصوصية شمولية، حيث تتضمن السياسات والقرارات والتشريعات والقضايا الخطيرة التى تواجه المجتمع، وغيرها من المتغيرات التى تتضارب في كثير من الأحيان مع اهتمامات وسائل الاعلام من جهة والجماهير من جهة أخرى، والجدير بالذكر هو أن عملية صنع السياسة العامة في أي مجتمع تتطلب إرضاء مختلف النخب السياسية، ولعل أبرز المحاولات لاختبار العلاقة بين أولويات وسائل الاعلام والجمهور والسياسة العامة كانت دراسة كوك وآخرون التى انتهت إلى أن الصحافة تضع أولويات أصحاب القرار السياسي و الجمهور معا[2].

[1] - Cobb, R, and Ross, J, (1976), Agenda –**Setting as A Comparative Political Process**, American Political Science Review, Vol 32, No 3.p 182

[2] - Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R, et al. 1983). **Media and agenda setting: Effects on the public**,in interest group leaders, policy makers, and policy. Public Opinion Quarterly, 4,p 25

3.2 القضايا والإشكاليات المنهجية في الدراسات الجديدة لنظرية ترتيب الأولويات

في البدء كانت دراسات ترتيب الأولويات تعتمد على القياس المباشر لتأثير اهتمامات وسائل الاعلام على اهتمامات الجماهير، ثم انتقلت من مجرد فكرة أن وسائل الإعلام ترتب أولويات الجمهور فقط إلى فكرة أنها تتحكم في اتجاهاته نحوها، حتى وصلت للمزاوجة بين ترتيب الأولويات وقيادة الرأي لمحاولة طرح نظرية جديدة مبنية على انتقال أولويات المعلومات عبر مرحلتين.

1.3.2 المرحلة الأولى[1]

- ❖ في قضايا استطلاعات الرأي العام وتحليل المضمون لا تزال البحوث تعتمد على تحليل المحتوى أولا ثم القيام بإجراء مسح ميداني للتأكد من رؤية الجمهور للقضايا المهمة مع استخدام معامل سبيرمان لمعرفة مدى التوافق مع الاجندة.
- ❖ قضية الفارق الزمني، الوقت الأمثل الذي ينبغي أن تغطى فيه قضية ما قبل أن تصبح ذات أهمية لدى الجمهور، فقد حددت البحوث فوراق زمنية مختلفة لقضايا مختلفة سواء كانت محلية او دولية، كلما زاد الوقت زاد تأثير الوسيلة على الجمهور .
- ❖ قضية قياس بروز سمة أو كائن ما[2]، وكيفية تحديد أهم مشكلة يراها الجمهور لكن نتائجها لم تتواصل الى فوارق ذات دلالة سواء:

– الطريقة التقليدية– الاسئلة المقترحة– اختيار أهم قضايا من بين قائمة .

– وضع اسئلة باستخدام مقياس من 5 نقاط لتحديد اهم قضية

[1] -Renita Coleman H. Denis Wu **Advancing Agenda-Setting Theory: The Comparative Strength and New Contingent Conditions of the Two Levels of Agenda-Setting Effects**Journalism & Mass Communication Quarterly December 2009 86: 147-157

[2] - ZHU Jian Hua, **Issue Competion and Attention Distraction: Sun Theory of Agenda Setting**, Journalism Quartely, Vol 69, N°: 04 ،1992 ،P101

2.3.2 المرحلة الثانية:

1- استكشاف العوامل التى تضعف أو تقوي تأثيرات ترتيب الأولويات

2- استخدام بعض المفاهيم السيكولوجية في وصف الفروق الفردية بين الجمهور من خلال ما يعرف بالحاجة للتوجيه[1].

3- دراسة القضايا التطفلية التى تقع في مجال الخبرة المباشرة للجمهور، حيث لا يحتاج لمعلومات عنها من وسائل الاعلام.

4- تأثير ترتيب الأولويات على مجالات أخرى وليس فقط على الانتخابات والحملات السياسية، مثل الأخبار الاقتصادية، الدين، العلاقات الخارجية، الشؤون الصحية[2].

5- كان السائد دراسة نصوص وسائل الاعلام لكن هنا بدأ الاهتمام بالصور والفيديو لما لهما من تأثير على ترتيب الأولويات.

6-تحويل الاهتمام من معرفة ما هي القضايا التى تغطيها وسائل الإعلام إلى معرفة كيفية تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا.

3.3.2 المرحلة الثالثة.

هناك عوامل عديدة ظهرت

- بدأت وسائل الإعلام تفقد دورها التقليدي في وضع الأجندة.
- صعوبة تذكر الفرد لنوع المصادر والوسائل الإعلامية التى حصل منها على معلوماته حول قضية معينة .
- صعوبة تحليل مضمون وسائل الاعلام لمعرفة أثرها في وضع الأجندة .

[1] -Weimann, Gbriel, and Brosius, Hans, (1994), **Is There a Two-Step Flow of Agenda-Setting**, International Journal of Public Opinion, Vol,6, No, 4,p225

[2] - Show, Donald, and Martin, Shannon, (1992), The Function of Mass Media Agenda-Setting, Journalism Quarterly, Vol, 69, No, 4,pp902-905.

- انتشار الأنترنت والأشكال الاتصالية الجديدة زاد صعوبة تأثيرها على أجندة الجمهور وهنا يرى أحد الباحثين أن تعدد مصادر المعلومات والأخبار على الأنترنت لا يساعد على تحقيق الإجماع حول قضايا معينة.
- هناك اختلاف حول دور الأنواع الصحفية الجديدة في صنع الأجندة فهناك[1]:
  - ✓ دراسات تثبت اعتماد البلوجرز على الصحف وأن الصحف الكبرى تساهم في وضع الأجندة رغم تراجع مقروئيها.
  - ✓ وسائل الإعلام التقليدية تزود الجمهور بالمعلومات التى يستخدمها في النقاشات الالكترونية .
  - ✓ استخدام الانترنت لم يفقد وضع الأجندة تأثيراتها .
- ظهور ما يعرف بدمج الاجندة agenda melding نتيجة لاستخدام الويب والمصادر الإخبارية الأخرى من قبل عدد كبير من جمهور وسائل الاعلام لاستكمال معلوماتهم عن الأحداث، فإن هذا الجمهور يقوم بدمج وربط الأجندات في إطار ما يتفق مع قيمه، فوسائل الإعلام تضع الأجندات والجمهور يدمج بينها لتتوافق مع قيمه[2].
- قام مجموعة من الباحثين بالتعاون مع ماكمبوس وشو بمراجعة بحوث وضع الأجندة في البيئة الإعلامية الجديدة، من خلال المقارنة بين الواقع والواقع المختار من طرف وسائل الإعلام وتأثيره على تصورات الجمهور وذلك باستخدام ثلاثة مداخل[3]:

– المدخل الاول agend sehing مدخل وضع الأجندة

يهتم بالعلاقة بين بروز قضية ما وبين المدى الذي يعتقد فيه الجمهور بأهمية هذه القضية.

[1] - Coleman and et al., **Agenda Setting, In Jorgensen and Hanitzsch**, 2009, the handbook of journalism studies, Routledge, New York, pp, 147-157.

[2] - ibid., pp.147-157

[3] - لمزيد من المعلومات أنظر البحوث التي قام بها فريق Media Tenor Researchers
http://www.agendasetting.com/agenda-setting-research

– المدخل الثاني agend catting مدخل قطع الأجندة

الجمهور لا يعتبر بعض الموضوعات مهمة وقد لا يدرك حتى وجودها إذا لم يكن على صلة مباشرة بها، لو لم تقم وسائل الإعلام بإبرازها.

– المدخل الثالث agend sufring مدخل تصفح الأجندة

اتباع وسائل الاعلام لموجة الاهتمامات التى تضعها وسائل الاعلام الأخرى البارزة.

- تطوير مفاهيم متعلقة ببناء الأجندة الإلكترونية لدراسة مدى قدرة الجمهور على بناء الاجندة باستخدام مقاربة[1].

4.3.2 نظرية ترتيب الأولويات ونموذج الانتقال عبر مرحلتين.

إن طبيعة المرحلة واختلاف السياقات التاريخية والاتصالية التي ولدت فيها عديد النظريات الإعلامية، قد جعلت من دراسة الظواهر السابقة تتم بطريقة مستقلة، حيث لا تحتاج الظاهرة الاتصالية أو الاعلامية في الغالب إلا لنظرية واحدة تسقط عليها وتفسرها، ويتم تبنيها إلى حين بروز ظاهرة أخرى بمتغيرات جديدة تفرض بذل جهد علمي جديد ونظرية جديدة وهكذا.

ساد هذا النمط في البدايات من القرن الماضي وذلك لبطئ وتيرة تطور وسائل وتكنولوجيات الاتصال، وبالتالي عدم وجود تسارع في ظهور وتراكم الظواهر الاتصالية والإعلامية، حيث هناك مجالات زمنية واضحة تفصل بينها، غير أن هذا الأمر لا ينطبق في عصرنا اليوم، فالتطورات التكنولوجية وخاصة في مجال الاتصالات جعلت الأقدمية تقاس بالثواني، فالإصدرات الجديدة للأجهزة والتحديثات الآنية للتطبيقات باتت هي الحكم، من هنا فإن استجابة الوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي لهذه المتغيرات سيكون غير واضح المعالم كما كان سابقا، فقد أصبح من الصعوبة بمكان فلترة العامل المؤثر في ظل وجود كم هائل من المتغيرات التى تشكل الظاهرة الاتصالية، فلم يعد الأمر يتطلب مجرد نموذج

[1] - Boczkowski, P. ,**The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms**.Journal of Communication, (Vol. 54,2008) pp 197-213.

أو نظرية يتم إسقاطها وتفسير الظاهرة وفقها، بل يتطلب الأمر جهدا بحثيا كبيرا، وإعادة نظر فيما تقدم من أدبيات، وتحديثها بما يتلاءم مع السياق الحالي، وقياس التأثيرات الجديدة بمدخلات محدثة.

لقد كان للباحثين بروسيوس وويمان في أواخر التسعينات من القرن الماضي محاولة في هذا المجال، حيث قاما بتقديم تفسير يعتمد على دمج كل من نظرية ترتيب الأولويات ونموذج انتقال المعلومات على مرحلتين، وقد جاء هذا الطرح انطلاقا من أن الاتصال الشخصي يعتبر قاسما مشتركا بينها، حيث انه في نظرية ترتيب الأولويات يعتبر عاملا مؤثرا على وضع الأجندة، وفي نموذج انتقال المعلومات فرضا أساسيا، وقد أطلق على هذا النموذج الجديد اسم " **تدفق أولويات المعلومات على مرحلتين**"[1] الذي يمكن اعتباره مثلثا أضلاعه وسائل الإعلام، قادة الرأي والجمهور[2].

لقد اعتُمد في هذا النموذج المزدوج على مقياس قوة الشخصية، الذي يطبق على قادة الرأي لقياس مدى قيادة الرأي العام، باعتبارهم يتلقون أولويات المعلومات من وسائل الاعلام ويمرّرونها للجمهور، وهنا يكون التأثير في أولويات الجمهور كما أثبتت نتائج اختبارات المقياس في كل من الو.م.أ– والمانيا، وقد أفرزت هذه النتائج الى بروز نموذجين[3] :

النموذج الأول: المنافسة

ينطلق من فكرة مفادها أن أصل العلاقة بين وسائل الإعلام وقادة الرأي هي المنافسة، حيث يتسابق كل منهما إلى ترتيب أولويات الجمهور.

النموذج الثاني: الفروقات الفردية

يفترض أن الأساس في وضع الأجندة هو الاختلافات بين الأفراد في كل من المجالات السياسية والاجتماعية، وينفي هذا الإفتراض التأثير المتساوي لوسائل الإعلام على كل الأفراد،

[1]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سبق ذكره، ص 177.
[2]- محمد بن سعد البشر، **نظريات التأثير الإعلامي**، العبيكان، 2014، ص 112.
[3]- بسيوني إبراهيم حمادة ، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، مرجع سبق ذكره، ص 209

وقد مهّد لهذا الطرح كل من ماكومبس ودونالدشو بتطرقهما إلى الدّور الفعّال الذي يلعبه الجمهور في ترتيب أولويات وسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق بالقضايا اليومية[1].

وفق هذا الطرح فإن لوسائل الإعلام القدرة على مخاطبة الجماهير وتكرار عرض القضايا والمواضيع، وهنا تختلف القضايا التى تطرحها كل وسيلة تبعا لأجندتها الخاصة، من الناحية الأخرى يستقبل الجمهور أجندات مختلفة قد تتشابه وقد تختلف، لكن في النهاية يجد نفسه مجبرا أمام عامل التكرار على القبول والتسليم بمجموعة القضايا المطروحة على أنها هي الأهّم، وبالتالي تكون وسائل الإعلام قد نجحت في وضع أولوياته، لكن يبقى للفرد الحرية في طريقة التفكير في هذه القضية، وتبني الاتجاه الذي يتماشى مع مدركاته ومعارفه، بالتالي وسائل الإعلام تستطيع ترتيب أولويات القضايا لكنها لا تحدد طريقة التفكير فيها.

من بين الإنتقادات التي وجهت لهذه النظرية أنه نظريا يمكن أن يحدث التأثير التراكمي المبني على عملية تكرار العرض للقضايا والمواضيع، لكن من ناحية أخرى ينقص هذا التأثير في حال المجتمع الذي يعيش تطورا وتنوعا في وسائل الإعلام، حيث لا يكون للفرد مصادر ثابتة يتلقى منها الرسائل الإعلامية، وبالتالي هذا التنوع يجعل من فرص تعرض الفرد للتكرارات من المصدر نفسه ضعيفة، من جهة أخرى الفرد هو المتحكم في استخدامه وتعرضه للإعلام فهو خيار شخصي، وبالتالي يمكن أن يتكرر العرض لكن لا يتكرر التعرض، وهنا أيضا تقل فرصة ترتيب الأولويات.

يبقى هذا الطرح طموح ومثاليا، فالانتقادات السابقة يعلمها أصحابها، ولكنهم يفترضون أن دور وسائل الإعلام هو نقل الواقع الى الجمهور، ويفترض بالمتلقي أن يقبل به على أنه هو الواقع الاجتماعي الحقيقي، وبالتالي لا حاجة لاستخدام أساليب الإقناع والاستمالات من أجل توجيه الرأي العام للتفكير بطريقة موجهة حيال قضية ما، فبالنسبة لفرضها فإن نقلهم للواقع سوف يجعل المتلقى في النهاية يتبنى الاتجاه المطلوب.

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سبق ذكره، ص 288.

يساهم الاتصال الشخصي في انتقال ترتيب الأولويات للقضايا من وسائل الإعلام إلى الجمهور العام، حيث يعتبر حلقة الوصل بين الإدراك الذاتي لأهمية القضايا وإدراك أهميتها على المستوى العام[1] ، لكن إذا ما عمقنا التفكير في هذه النظرية نجد أن فيها إحياء للنظرة الأولى إلى أن جمهور وسائل الإعلام سلبي يتأثر بالدرجة نفسها، وهناك إسقاط واضح لعامل الاتصال الشخصي الذي بنيت عليه الفكرة الأصلية، فحسب ما ورد إما أن يكون الجمهور تابعا للأجندة التى يتلقاها من قادة الرأي وكأنهم المصدر الوحيد للاتصال الشخصي مع الجمهور، وإما أن يكون الجمهور تابعا في النهاية لأجندة وسائل الاعلام بغرض حتمية تبنيه لأجندتها بعد تكرارات العرض.

[1]- حسن عماد مكاوي، **دور تلفزيون سلطنة عمان في وضع أولويات القضايا الإخبارية لجمهور المشاهدين**، دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعة في سلطنة عمان، مجلة بحوث الاتصال، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، كانون الأول، 1991، ص 121.

الفصل الثالث

الاعلام الجديد والقضايا السياسية

تمهيد

تنطلق هذه الدراسة من خلال شقين أساسيّن هما نظرية ترتيب الأولويات والإعلام الجديد، ورغم الخلاف العلمي والأكاديمي الكبير حول استخدام مصطلح الإعلام الجديد دون إعلام الوسائط الجديدة، إلا أننا لم ندخل في هذه الجدلية بقدر ما حولنا التركيز على المفهوم العام وليس على المصطلح، فقمنا بتناوله على أساس ظاهرة لها أبعاد كثيرة تشكل ملامحها الأساسية، خاصة وأن مفرزاتها باتت ملاحظة على الصعيد السياسي وطنيا ودوليا، مع تزايد أعداد مستخدمي مختلف وسائط الإعلام الجديد بوتيرة متسارعة جدا، سواء مستخدمي الانترنت عموما أو مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات وباق الفضاءات خصوصا.

يتناول هذا الفصل الاعلام الجديد من زوايا مختلفة، فضلنا فيه منح المساحة الأكبر فيه لتحليل أهم المتغيرات المرتبطة به، عوضا عن الخوض في الجانب التاريخي والمفاهيمي لمكوناته، ومن هذا المنطلق كانت بداية الفصل بعرض العلاقة بين الاعلام الجديد ونظرية ترتيب الاولويات، من حيث أوجه الإضافة لها و وأنماط الاستفادة منه، وهنا عرضنا لأهم الإشكاليات المتعلقة بمضمون وجمهور وسائط الإعلام الجديد، وكذلك الصعوبات والتحديات المنهجية التي طرأت، بعد ذلك تتناول الدراسة جزءا يتعلق بعلاقة الإعلام الجديد بالممارسة السياسية، من خلال تبيان دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية السياسية، وكيفية استغلال الاحزاب السياسية لها، وفي الأخير محاولة التطرق إلى الإعلام الجديد وعلاقته بالديمقراطية والفضاء العمومي، كونها الأساس الذي يقوم عليه تفعيل دور المستخدم إلى مشارك حقيقي في الحياة السياسية.

1.3 مدخل إلى أبحاث الإعلام الجديد

1.1.3 الإعلام الجديد ونظرية ترتيب الاولويات

لقد نشأت نظرية ترتيب الأولويات في ظل وسائل الإعلام التقليدية، حيث كانت الأبحاث في ظل هذا المجال واضحة المعالم إلى غاية بداية وسائل الإعلام الحديثة، التي دفعت الباحثين للتساؤل حول مدى إمكانيتها في ترتيب أولويات الجمهور، واعتمدوا في ذلك فرضيات عديدة تراوحت بين نفي قدرتها على الترتيب نظرا لتفتيت وتجزئة الجمهور المستخدم لها من جهة، وبين من يرى أن هناك شروطا تمكن من ترتيب الأولويات بطريقة قوية وموجهة.

تعتبر دراسة يون 1998 من الدراسات الأولى التي دعمت فرضية إمكانية الإعلام الجديد من ترتيب الأوليات، حيث انصبت دراسته بشقيها الميداني والتحليلي على عينة من الطلبة الكوريين الدارسين بجامعة تكساس، وذلك بتحديد مدى استخدامهم للصحف الكورية الإلكترونية وانعكاس ذلك على ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية الكورية لديهم، وقد لجأ الباحث إلى تحليل المضمون لثلاثة أكبر صحف إلكترونية كورية، وبالتحديد القسم الإقتصادي كمرجعية لمقارنة أولويات المواقع مع أولويات الطلبة بالنسبة للقضايا الإقتصادية، وقد توصلت الدراسة إلى وجود توافق كبير بين القضايا التي حازت على الأهمية الكبرى لدى الطلاب تماما كما في الصحف عينة الدراسة[1] .

إن الأدوات المتاحة في الإعلام الجديد جعلت من التكيف ضرورة ملحة تستدعي تحديث أدوات القياس المنهجية بما يتناسب مع طبيعة المضامين الإلكترونية، وفي هذا الاتجاه كانت هناك محاولات لتحديد أهم خصائص النشر الإلكتروني التي تلعب دورا أساسيا في إبراز قضية ما دون غيرها، ولعل دراسة وانج [2] 1999 لقياس تأثير الروابط التشعّبية في زيادة أهمية قضية ما عند الجمهور هي الأولى من نوعها في هذا السياق، حيث اعتمدت الباحثة على

[1] -For more look: Yoon, M. (1998). « **Testing the agenda-setting function of World Wide Web newspapers»**. University of Texas at Austin, 1998.

[2] - Tai –Li Wang, (1999), « **Agenda setting online: An experiment testing the effects of hyperlinks»**, In Online newspapers,Southwestern Mass Communication Journal,Vol15,No2,pp59-70.

المجموعات التجريبية، حيث عرضت عليهم موضوع عن التمييز العنصري من خلال أربع نماذج لموقع إخباري على شبكة الانترنت كالتالي[*]:

المجموعة 1	نموذج الموقع لا يحتوي على أية قضية عن التمييز العنصري.
المجموعة 2	نموذج الموقع به قصّة بسيطة عن التمييز العنصري دون روابط تشعبية.
المجموعة 3	نموذج الموقع به قصّة مفصلة حول جريمة عنصرية مع رابط تشعبي واحد.
المجموعة 4	نموذج الموقع به القصة السابقة ذاتها مع عدة روابط تشعبية.

– جدول رقم 07 يوضح تجربة وانج–

بعد عرض كل مجموعة على النموذج من الموقع الذي تم إعداده مسبقا، طُلب منهم ترتيب ثمانية قضايا من حيث الأهمية، ومن بين هذه القضايا التمييز العنصري وقد كانت النتائج مؤكدة لافتراض الباحثة، حيث أعطت المجموعة التي تعرضت للمحتوى مع روابط تشعبية اهمية كبرى للعنصرية كقضية، تقل عند المجموعة التي تعرضت لرابط تشعبي واحد، وأقل منها بكثير عند التي ليس بها روابط، وفي هذا مؤشر على أن المستخدم يعتبر الرابط التشعبي دليلا على أهمية قضية ما دون غيرها.

من الدراسات التي تبنّت وجهة النظر القائلة بعدم وجود ترتيب الأولويات مع وسائل الإعلام الجديدة نذكر دراسة ويليامز وكاربيني[1] 2004، وقد كان بحثهما تزامنا مع قصة الرئيس الأمريكي السابق كلينتون مع مونيكا لوينسكي، وتوصلا إلى أن وسائل الإعلام الجديدة كانت منفذا ضد الحجب والتعتيم حول المعلومات السياسية، متيحة مصادر لا متناهية، وبالتالي تعطيل دور حراسة البوابة[2] في حين يختلف الأمر حول القضايا التي تنشأ لدى المواطنين ولا تعيرها الأنظمة اهتماما، فهنا تلعب وسائل الإعلام الجديدة دورا هاما في إبراز قضايا معينة،

[*] جدول توضيحي من إعداد الباحث.

[1]- Bruce A. W. and Michael X. D. (2004). **«Monica and Bill All the Time and Every where the Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment»,**American Behavioral Scientist vol. 47 no. 9 1208-1230. doi: 10.1177/0002764203262344

[2]- ماكس ماكومز، لانس هولبرت، سبيرو كيوسيس، واين وانتا، **الأخبار والرأي العام : تأثير الاعلام على الحياة المدنية**، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص45.

وقد أثبت يونغ[1] 2007 هذا في دراسته حول دور المواقع الإخبارية المستقلة في ترتيب أولويات التظاهرات المناهظة للولايات المتحدة الأمريكية في كوريا الجنوبية، ولإثبات ذلك قارن نتائجه بترتيب أولويات القضية نفسها ضمن الصحف العادية، وقد توصل إلى أن المواقع الإخبارية كانت عاملا أساسيا في ترتيب أولويات الجمهور.

مما لا شك فيه أن وسائل الإعلام الجديد قد غيرت كثيرا الأطر الكلاسيكية التي قامت عليها نظرية ترتيب الأولويات، فظهرت أنماط جديدة مثل العلاقة الإيجابية بين أولويات العلامة التجارية وجمهورها على شبكة الأنترنت، والعلاقة العكسية بالنسبة لأولويات جمهور وسائل الإعلام التقليدي وأولويات جمهور العلامة التجارية الإفتراضي[2].

يعتبر الفرض القائل بترتيب الاولويات الجماعي من بين الفروض التي تم اختبارها، حيث أثبتت دراسة – في وآخرون–[3] 2004 أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات القضايا في وسائل الإعلام المختلفة في الفترة الممتدة بين 2007–2011 ، معتمدين على تقارير معهد بيو واستطلاعات معهد جالوب للرأي العام، في حين ركزت دراسات أخرى على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على ترتيب اولويات الصحفيين وبالتالي أولويات الجمهور فيما يخص القضايا السياسية[4].

[1] - Song, Y. (2007). **« Internet news media and issue development: a case study on the roles of independent online news services as agenda builders for anti-US protests in South Korea»**. New Media & Society. vol. 9 no. 1 71-92. doi: 10.1177/1461444807072222

[2] - Matthew W. Ragas and Marilyn S. Roberts . (2009). **«Agenda setting and agenda melding in an age of horizontal and vertical media: a new theoretical lens for virtual brand communities»**. Journalism & Mass Communication Quarterly. vol. 86 no.1 45-64. doi: 10.1177/107769900908600104

[3] - Hong, T. V, L. Guo, and M. E. McCombs (2014). **« Exploring "the World Outside and the Pictures in Our Heads": A Network Agenda-Setting Study»**. Journalism & Mass Communication Quarterly. Vol. 91(4) 669–686. DOI: 10.1177/1077699014550090

[4] - Parmelee, John H (2014). **«The agenda-building function of political tweets»**. New Media & Society. vol. 16 no.3 434-450. doi:10.1177/1461444813487955

2.1.3 الإعلام الجديد وإشكالية المضمون والجمهور

1-دراسة تحليل المضمون في ظل الإعلام الجديد

يعرف قاموس أوكسفورد[1] تطبيقات الإعلام الجديد بأنها: " هي التطبيقات التي تمكن مستخدميها من إنتاج مضمون ومشاركته مع الآخرين و/أو الاندماج والانضمام لمختلف الشبكات الاجتماعية"، ولقد أدى التنوع في هذه التطبيقات واستخدامها إلى بروز مشاكل عديدة تواجه الباحثين خاصة حين يتم دراستها بمقاربات كلاسيكية.

هناك اختلاف كبير بين المضامين في الإعلام الجديد وفي وسائل الاعلام التقليدية، وهذا يطرح تحديا في الأدوات المستخدمة في التحليل من حيث كونها مناسبة، فالمضامين الجديدة مليئة بالوسائط المعلوماتية، سواء نصوص أو مواد سمعبصرية، إضافة إلى خاصيتي الروابط التشعبية والتفاعلية[2]، كما أن مضامين مختلف منصات الإعلام الجديد تتميز بالتجدد والتحديث المستمر، إما بالحذف أو التطوير أو الإنقاص، وهذا في حد ذاته عائق أمام نظام المعاينة المتعارف عليه من جهة، وأمام التطبيق الصحيح لاختبارات الصدق والثبات[3]، حيث أن مشكلة المعاينة لا تتوقف فقط عند الاختيار بل تبدأ أساسا من عدم إمكانية ضبط غطار واضح لمجتمع البحث يمكن من استخراج العينة منه، حتى المواقع والمضامين المتاحة عن طريق محركات البحث تعتمد الاختيار والترشيح بناءا على وجود روابط بينها، وبالتالي نسبة كبيرة لن تظهر وهنا تتقى انظمة المعاينة بعيدة عن العينات العشوائية، وتلجأ فقط للعينات غير العشوائية وبالتالي استحالة تعميم النتائج[4].

---

[1] - oxford dictionaries,2013.

[2] - Susan C. Herring. (2004). **«Content Analysis for New Media: Rethinking the Paradigm»**. New Research for New Media: Innovative Research Methodologies Symposium Working Papers and Readings, pp. 47-66

[3] - Natalie Jomini Stroud and Vanessa de Macedo Higgins. (2009). **«Content Analysis»**. Article published online on: https://www.academia.edu/607916/Content_analysis

[4]- مها عبد المجيد صلاح، **الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الإجتماعي- رؤية تحليلية** - ، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 ص5.

إن عملية استخدام البرامج الإحصائية والتحليلة في تحليل مضامين الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، لا تأخذ في الحسبان السياق الثقافي والاجتماعي الذي أنتجت فيه هذه المضامين وهذا سوف يؤدي إلى نتائج مضللة في النهاية[1]، فالمؤشرات الإحصائية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو، من نسب المشاهدة وعدد المعجبين لا توفر بيانات دقيقة عن درجة الاستخدام الحقيقية وكثافة المشاهدة والتعرض أو درجة التفاعل، وبالتالي لايمكن الاستناد إليها كليا في البحث العلمي.

إن الاعتماد على المنظور الوظيفي في دراسة مضامين الاعلام الجديد والاقتصار على تحديد ماذا قيل وكيف قيل، لا يتماشى وطبيعة هذه المضامين[2] ، فالأدوات البحثية التي لها علاقة بشبكة الانترنت بحاجة لتحديد أكبر لوحدات التحليل ليتسى ضبط فئات التحليل بصورة دقيقة، وضرورة تعدي البحث لفئتي ماذا قيل وكيف قيل لدراسة لماذا قيل وبأي طريقة تم طرحه، من خلال اللجوء للدراسات التقويمية التي تتجاوز الوقوف عند السلبيات والإيجابيات وتقدم حلولا بديلة .[3]

2- دراسة جمهور وسائل الإعلام الجديد

إن مختلف منصات الإعلام الجديد تتيح للمستخدم إمكانية الولوج باسم مستعار دون التصريح بهويته، ما يعزز انتشار الهويات المزيفة وغير الصادقة من حيث البيانات السوسيوديمغرافية المتاحة على صفحاتهم، وبالتالي زيادة نسبة الخطأ في العينة إذا كانت هذه الأخيرة التي استند عليها الباحث عبارة عن بيانات غير صحيحة، إضافة لظاهرة سرقة الهوية

---

[1] - Jim Macnamara. (2005). «**Media content analysis: Its uses, benefits and Best Practice Methodology**». Asia Pacific Public Relations Journal, 6(1), 1– 34. Retrieved 13/12/2014 from: http://amecorg.com/wp-content/uploads/2011/10/Media-Content-Analysis-Paper.pdf

[2]– عزة عبد العظيم، **الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني دراسة من منظور تحليلي نقدي**، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض، 24/23 الاثنين جمادى الأولى 1433 هـ، الموافق 15 – 16 أبريل 2012 م.

[3]– حلمي محمود محسب، **التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت :بالتطبيق علي عينة من المجلات المصرية والأمريكية**، بحث متوفر على الرابط:
http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/2014/03/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D8%A7%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA.pdf

ووجود حسابات غير رسمية لجهات معينة قد يعتمد عليها الباحث دون إدراك ذلك، وكما هو الحال في تحليل مضامين الإعلام الجديد، ينطبق الأمر على الجمهور من حيث صعوبة ضبط إطار عام لمجتمع البحث فحين يتعلق الأمر بدراسة اتجاهات أو آراء جمهور حول إحدى القضايا المطروحة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي يكون مستحيلا ضبط مجتمع البحث وبالتالي اللجوء للعينات القصدية[1].

ضمن البحوث في مجال الإعلام التقليدي لطالما بقيت البيانات المتاحة من قبل المبحوثين محل سرية وخصوصية، لكن في الاعلام الجديد وعلى الرغم من أنه لا يتم طلب الإفصاح عن الهوية من قبل المبحوثين من رواد الإعلام الجديد إلا أن منشوراتهم أو تعليقاتهم وغيرها من المواد التي يمكن أن يدرجها الباحث ضمن بحثه ستؤدي إلى التعرف على صاحبها بمجرد البحث عنها في محركات البحث، ناهيك عن مسألة موافقة أصحاب المنشورات على استخدام موادهم ضمن البحوث العلمية.[2]

3- تكييف أدوات البحث ضمن الإعلام الجديد

إن عملية جمع البيانات سواء من خلال مضامين الإعلام الجديد أو من خلال مستخدميه، طرح العديد من العقبات التي فرضتها خصوصية المحتوى والمستخدم المختلف كليا عن سابقيه في الإعلام التقليدي، إلا أن هذا الأمر قد دفع بالباحثين إلى التعامل كل بطريقته مع هذا الوضع، فقد ظهر اتجاهان إحداهما اكتفى باستخدام الأدوات التقليدية المتعارف عليها من استمارة أو مقابلة أو تحليل مضمون، وذهب اتجاه آخر لاستحداث أدوات جديدة من شأنها التأقلم مع البيئة الإعلامية الجديدة.

[1]- مها عبد المجيد صلاح، مرجع سبق ذكره، ص6

[2] - Kelsey Beninger, Alexandra Fry, Natalie Jago, Hayley Lepps, Laura Nass and Hannah Silvester. (2014). **Research Using Social Media.** Retrieved 05/07/2015 from: http://www.natcen.ac.uk/media/282288/p0639-research-using-social-media-report-final-190214.pdf

لقد برزت أدوات جديدة لم تكن مستخدمة في هذا المجال من قبل، مثل التحليل الشبكي والتحليل النصي وكذا تحليل المحتوى المرئي، إضافة إلى أساليب الدراسات التتبعية والبحث المستقبلي والتركيز على جماعات النقاش البؤرية والنمذجة الرياضية[1]، في محاولات جادة لفهم ماهية مختلف أشكال الإعلام الجديد، كما لجأ صنف آخر من الدارسين إلى استعارة أساليب أدوات بحثية من علوم أخرى خاصة الإنسانية منها وإسقاطها وتطبيقها في التعامل مع مضمون وجمهور وسائل الإعلام الجديدة، ونذكر في هذا الشأن بحوث التحليل الأسلوبي والسردي والدلالي المستمدة من علوم اللغة العربية، ومقاييس الاختبارات السيكومترية والسوسيومترية من علم النفس، كما تم الاستعانة بنماذج التحليل السياسي والثقافي والأورجونومي، وتحليل المحادثات والتحليل البلاغي وتحليل السياق وتحليل المستوى الثاني.[2]

3.1.3 الاتجاهات البحثية والصعوبات المنهجية

1- الاتجاهات البحثية في الاعلام الجديد:

إن الإرتكاز الأول للبحوث العلمية في مجال الإعلام الجديد ووسائل الاتصال الحديثة كان وفق نموذجين أساسيين، يطرح النموذج الأول مفهوم الحتمية التكنولوجية في نظرة تفاؤلية تعظم من دور التكنولوجيا في تغيير الواقع الاجتماعي، وترى فيها خطوة أساسية لتحقيق الاتصال الديمقراطي واستئصال النظرة التشاؤمية الرامية إلى ان التكنولوجيا ما هي إلا أداة للهيمنة والسيطرة وتفكيك العلاقات الاجتماعية[3]، فيما يتناول النموذج الثاني مفهوم الحتمية الاجتماعية التي تعزز من دور وقدرة البنى الاجتماعية في التحكم في التكنولوجيا بمختلف مظاهرها، فمالكي وسائل الاعلام هم من يحددون محتواها، غير أن البحوث النوعية المعمقة ترفض تبني أيا من المفهومين السابقين، لأنها ترى بأن شرط الحتمية التكنولوجية والاجتماعية

---

[1]- حسام إلهامي وآخرون، **مناهج البحث في الإعلام الجديد**، شركة الوابل الصيب، القاهرة، 2013م، ص ص 95-111

[2]- وائل عبد الباري، **تكنولوجيا الاتصال والتغير الاجتماعي: الأبعاد التنموية للمعلوماتية**، المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، مارس 2009 ص ص50-79

[3]- نصر الدين لعياضي، "**الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية**"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، ص18

هو اكتمال بناء الظاهرة، ولكن ما يبّينه الواقع أن التكنولوجيا والبنى الاجتماعية يتمتعان بصفة ديناميكية متغيرة غير مستقرة خاصة إذا تعلق الأمر بالمنطقة العربية.[1]

أ- تحليل منصة واحدة من منصات الاعلام الجديد

يعتمد هذا الاتجاه على اختيار وسيلة او منصة واحدة للإعلام الجديد، مثل شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وتحليلها من خلال تفكيك العلاقات التي تتم عبره وتبيان آراء الأفراد حول سلوكاتهم من خلاله، إضافة إلى تحليل الرسائل المتبادلة عبره، أيضا تحليل كيفية استخدامه باعتباره وسيلة اجتماعية، وتتبع الأنماط اللغوية المستخدمة، وقياس معدلات التحديث للحالة ودرجة المحافظة على الأصدقاء ومدى الانخراط في المشاركة السياسية[2]، وذلك عن طريق: جمع المعلومات من المستخدمين، وتحليل خطابهم على المواقع، اضافة لاستخدام بعض المقاييس لتحديد مفاهيم معينة خاصبة بشبكة الفيسبوك مثل مقياس تجهيل الشخص لهويته ومقياس مدى مشاركته مع الآخرين ..الخ.

ب- تطوير المنظومة التعليمية[3] :

يميل هذا الاتجاه إلى تتبع مجال الاستخدام الخاص لوسائل الاعلام الجديد ضمن المنظومة التعليمية، من خلال ترقية المقررات الدراسية بما يتلاءم مع طبيعة الاستخدامات الجديدة لهذه الوسائل[4]، والبحث في تأثيرات اللغة المستخدمة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي على التفكير والتواصل[5]، إضافة إلى دراسة توظيف واستخدام الجامعات لشبكات التواصل مثل الفيسبوك.[6]

---

[1] – – نصر الدين لعياضي، "**الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية**"، مرجع سبق ذكره، ص19.

[2] - Webb, L., et al., (2014) , **«Facebook: How College Students Work it, in Hana Al Deen and J. Hendricks»**, Social Media, Lexington Books, UK,pp3-22

[3] - Tia, Tyree, (2014) **« Using Social Media and Creating Social Media Courses»**, in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK

[4] - Jennifer B Cox, (2014), **« Twitter, Facebook, Blogs, and Media Sharing Sites in the Classroom»**, in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK.

[5] -- Kehbuma Langmia and Stella Monica Mpandde, (2014), **« Social Media and Critical Pedagogy»,** in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK

[6] - Webb, L., et al., (2014), op cit. pp3-22

ت- دراسة الإعلام الجديد انطلاقا من النماذج التقليدية للإعلام:

وذلك اعتمادا على مختلف النظريات الكلاسيكية لدراسة ظاهرة الاعلام الجديد، كتوظيف مدخل الاستخدامات والإشباعات لمعرفة معدلات التعرض ودوافعه واشباعاته[1]، فالاعتقاد السائد هنا أن الفرد يستخدم شبكة الانترنت والكمبيوتر لاشباع حاجات شخصية مثل السيطرة والاسترخاء والهروب وغيرها[2]، هذا من الناحية النظرية أما منهجيا فقد تم تكييف ذات الأدوات التقليدية لتتلاءم مع المتغيرات الجديدة فاستخدم البريد الإلكتروني والاستبيان الإلكتروني وتحليل المضمون الإلكتروني، إضافة إلى اختلاف وحدات التحليل والترميز ضمن تحليل شبكات ومواقع الانترنت.[3]

ث- تطوير نماذج جديدة انطلاقا من النماذج الكلاسيكية:

يعتبر نموذج السيد بخيت[4] من أوائل النماذج العربية التي تم طرحها في هذا المجال ويعتمد على الجمع بين عدة نماذج كالتالي:

المعلوماتي	مدى نشر شبكات التواصل للمعلومات أكثر من باق المهام الاتصالية
التواصلي	مدى التركيز على التواصل أكثر من نشر المعلومات
التفاعلي	درجة تفعيل التواصل بين الأعضاء باستخدام الأدوات المتاحة
الشبكي	درجة ربط الشبكة معلوماتيا وتواصليا وتفاعليا مع الشبكات الاخرى ومع المحيط الاجتماعي العام ودرجة تجسيد هذا التفاعل على أرض الواقع.

- جدول رقم 08 يلخص نموذج السيد بخيت-

[1] - B., Cristina Maria; Balaban. Delia , 2010 , **«Criticism Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students, A Qualitative Approach»** ,Journal of Media Research, Vol. 3 Issue 1 ,p p67-74

[2]- عزة مصطفى الكحكي، "**استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر**"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، من ص269 الى ص272.

[3]- ثريا أحمد البدوي، **المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي: رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة**، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، - 19 - 20 / 5 / 1436 - 10 - 11 مارس 2015م، ص15.

[4]- السيد بخيت، **تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، مؤشرات ونموذج مقترح**، مؤتمر الاعلام الجديد، جامعة الملك سعود، 2009م.

ج- دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية:

هناك العديد من المواضيع التي تم تناولها في إطار دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، مثل التعرف على أنماط توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل إعلامية ومدى مصداقيتها، وقياس الاتجاهات نحو صحافة المواطن[1]، أيضا التعرف على استخدامات وسائل الاعلام التقليدية لوسائل التواصل الاجتماعي[2]، وكذا استخدام الصحفيين والإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي ودراسة دورها في الترويج لهم، إضافة لكيفية حصول الجمهور على المعلومات من خلالها في أوقات الأزمات.[3]

2- الاعلام الجديد والصعوبات المنهجية

إن طبيعة نضج العلوم واستقلاليتها بأساليب بحثية ونظريات خاصة بها، يقتضي تراكما معرفيا عبر مدة زمنية يحصل فيها اختبار ودراسة كل أبعاد الظاهرة المتاحة والوصول إلى مرحلة التحكم فيها، هذا الأمر الذي بات صعبا جدا مع التسارع الكبير في تطور الإعلام الجديد مقارنة ببطئ مواكبة الأبحاث لهذه الظاهرة الحديثة نسيبا، والمتتبع للسياق الزمني لها يجد أنها مرت بمحطات قصيرة بدءا من الانبهار بالأمكانيات التكنولوجية وانتشارها، وعلى اعتبار هذه المرحلة هي الاستكشافية فقد اتجهت الدراسات إلى مناقشة سلبيات وإيجابيات هذه المستحدثات دون التركيز على العمق وطبيعة العلاقات، ثم جاءت موجة الحراك السياسي والاجتماعي التي أعطت بعدا سياسيا للإعلام الجديد واتجهت الابحاث لدراسة استخداماته في العمل السياسي والمطالبة بحرية التعبير ومناقشة قضايا اجتماعية نفسية مثل تفكك العلاقات والقيم والعزلة وغيرها.

---

[1]- نهى السيد عبد المعطي أحمد، **اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2013م.

[2] - Rosenberry Jack, (2013**), «Circulation**, **Population Factor into Social Media Use»**, Newspaper Research Journal, Vol.34.No.3, Sum.

[3] - look : - Boyle K. and Zuegner Carol, (2012) , **«News Staffs Use Twitter to interact with Readers»**, Newspaper Research Journal, Vol.33, No.4, Fall - Schultz B and Sheffer Mary, (2012), **«Personal Branding Still in Future for Most Newspaper Reporters»**, Newspaper Research Journal, Vol. 33, No.4, Fall - Austin Lucinda, et al., (2010), **«How audiences seek out crisis information: Exploring the social-Mediated Crisis Communication Model»**, Journal of Applied Communication Research, Vol.40, No.22, May, pp188-207

لقد فرض تغير مسار الأحداث الذي اوردناه سابقا ضرورة لمراجعة الأطر المنهجية والنظرية لبحوث وسائل التواصل الجديدة لتستجيب لتفرعات البحوث والقضايا التي نتجت عنها، إلا أن تعامل وتفاعل الباحثين مع هذا كان متباينا، فهناك من استمر في دراسة الإعلام التقليدي على اعتبار الاعلام الجديد ظاهرة عابرة، في حين ذهب آخرون إلى الاهتمام ببحوث الصحافة الإلكترونية وإعلام المواطن وغيرها من المفاهيم ولكن سطحيا دون الخوض في تحليل وتفكيك وسائل التواصل الاجتماعي نظريا ومنهجيا، بينما خاض آخرون مناطق أكثر عمقا ولكن من خلال دراستها بأدوات الإعلام التقليدي ذاتها على أساس أنها جزء منها وليست كيانا مستقلا، أما الباقون فقد حاولوا التعامل معها كظاهرة مستقلة تستدعي تسخير نماذج وأطر نظرية خاصة بها وأدوات منهجية صالحة للتعامل معها واستخلاص البيانات منها، إلا أن هذا الاتجاه يشوبه الكثير من العقبات والمشاكل والتحديات.[1]

إن صعوبة مواكبة بحوث الإعلام الجديد لتطور استخداماته وتطبيقاته جعل هناك عدم اتفاق بين الباحثين حول المداخل والمقاربات المناسبة لدراسته، كما أن صعوبة تطبيق الأساليب البحثية الكلاسيكية دفع بهم إلى ضرورة تطبيق أساليب جديدة، هذه الأخيرة وإن كانت قد ساعدت الباحثين كثيرا إلا أن الأمر لا يخلو من الكثير من الإشكاليات نورد أهمها:

- ✓ عدم وجود تراكم معرفي يمكن الاستناد إليه لتحليل وتفسير الظواهر الجديدة، سواء نماذج أو نظريات أو حتى مفاهيم واضحة متفق عليها، هذا ما جعل أغلب الدراسات تتوقف عند حدود الوصف، وإن كان هناك اتجاه واضح لتراكم الدراسات حول الاعلام الجديدة في مختلف الظروف والسياقات السياسية والاجتماعية والثقافية التي ستشكل مجتمعة في مرحلة لاحقة قيمة تراثية لاستقلال الاعلام الجديد بنظرياته الخاصة.
- ✓ ديناميكية الظاهرة بكل مفرداتها من المضمون إلى الجمهور جعل الأمر صعبا في البداية أثناء دراستها وفي النهاية عند تعميم النتائج.

[1]- السيد بخيت، **الإشكاليات المنهجية فى بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: مداخل جديدة**، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 - 20 / 5 / 1436 – 10 - 11 مارس 2015 ص ص2-4

- ✓ عدم قدرة النظريات المستعارة من مجالات أخرى على استيعاب وتفسير ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أن توظيف المداخل النظرية التقليدية دون مراجعات يبقى أمرا قاصرا.[1]
- ✓ صعوبة تحديد معايير دراسة جمهور الاعلام الجديد خاصة فيما يتعلق بمعيار النطاق الجغرافي الرقمي ومعيار الجمهور الرقمي، كما أن استخدام المسح شامل غير ممكن واستخدام العينة يطرح مشاكل أخرى.[2]
- ✓ غلبة البحوث الكمية التي تحلل وسائل الاعلام الجديد على حساب البحوث الكيفية، التي تمهد الطريق لاستخلاص المفاهيم والنظريات ضمن هذا المجال.[3]

[1]– السيد بخيت، **الإشكاليات المنهجية فى بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: مداخل جديدة**، مرجع سبق ذكره، ص 16

[2]– عبد الوهاب الرامي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

[3]– حسني محمد نصر، **اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة**، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 ص6.

2.3 الإعلام الجديد والسياسية

1.2.3 الإعلام الجديد والعملية السياسية

1-التأثيرات السياسية للإعلام الجديد:

يشكل الإعلام الجديد قوة ضاغطة سياسية ذو منحى ديمقراطي، يضمن المشاركة الشعبية على مستوى عال، حيث دفع بالحكومات إلى تكييف وتعديل وتغيير سياساتها تناسبا مع تغيير آلية بناء الرأي العام، فقد أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على طبيعة وطريقة وتكوين جماعات الضغط السياسي وكذا تشكيل الأحزاب السياسية[1]، كما ساهمت في القضاء على المشاركة الجماهيرية السلبية التي أورثتها وسائل الإعلام الفضائية، وذلك من خلال تجسيد الفعل السياسي والاجتماعي الناتج عن كثافة البث الفضائي[2].

لقد عمل الإعلام الجديد على تمكين التيارات الفكرية والدينية من مخاطبة جمهور اكثر اتساعا لا يقف عند حدود النخبة كما كان سابقا، حيث كانت هذه التيارات تتعامل بنشر الكتب للترويج لأفكارها[3]، هذا المجال الجديد ساهم في انتشار ما يسمى بعدوى التغيير خارج الحدود الجغرافية للدول، سواء على مستوى المواقف الشعبية من حكوماتها، وصولا إلى آليات التغيير والتخطيط والتنفيذ في حالة الحراك الاجتماعي، الأمر الذي زاد من شعبية بعض الأطياف المعارضة في الدول التي استغلت هذا الفضاء لتدويل مطالبها، وإعطاء القضايا الداخلية صبغة حقوق الإنسان، وهناك من هذه الفئات من كان تجسيده الأول والفعلي افتراضيا، كما استفاد صانعوا القرار وواضعوا السياسات والخطط من مختلف وسائل التواصل الاجتماعي في تهيئة الرأي العام إلكترونيا لاستقبال قراراتهم سواء بالتأييد أو بالرفض.

---

[1]- مي العبد الله، **الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة**، ط2، لبنان: دار النهظة العربية ، 2001، ص245.

[2]- خالد الحروب، **الاعلام الفضائي والتغيير الاجتماعي في العالم العربي، في : الاعلام العربي في عصر المعلومات، دولة الغمارات العربية المتحدة**، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2006ص 111.

[3]- فاروق أبو زيد، **الإعلام والديمقراطية**، مصر، عالم الكتب، 2010، ص235.

إن أهم مفرزات الإعلام الجديد على المستوى السياسي هو إضعاف تحكم وبيروقراطية الدول وزيادة ضغط مختلف القوى السياسية ومؤسسات المجتمع المدني، هذه الأخيرة التي أدركت قوة الإعلام الجديد كآلية تعبير يصعب التحكم فيها، فقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في انتهاء حقبة الإعلام الموجه واحتكار المعلومات، وأصبحت مساحة الحرية المتاحة أكبر، حرية النشر وتعدد الادوار وحرية الاستقبال والتلقي دون حواجز، ما أدى إلى استحداث مظاهر لم يألفها الجمهور سابقا من أهمها[1]:

- إتاحة المعلومات للجمهور مباشرة دون رقابة مسبقة على نشها من طرف الأنظمة، وهذا في حد ذاته عامل تهديد لسيادة الحكومات على شعوبها.
- تناقص دور حارس البوابة الذي كان يمارسه مالكي وسائل الإعلام، وتمكن المرسل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من إيصال الرسالة التي يريدها دون تغيير .
- الفورية في الحصول على المعلومات من مصادرها المباشرة.

إن التطور السريع للإعلام الجديد جعله في أحيان كثيرة يتفوق على الصحافة المكتوبة وعلى الإعلام المرئي، ومن الأسباب التي نعتبرها أساسا لاحتلال هذه المكانة نذكر:

- اختصار الوقت والجهد والتكاليف، حيث يمكن الاطلاع على اكبر كمية من المعلومات من مختلف المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم مجانا.
- تعدد الرؤى والأطروحات التي تتيح للمستخدم اتخاذ قرار نهائي خاص به، بعيد عن الرؤية الأحادية التي تفرضها الحكومات والشركات المالكة لوسائل الإعلام.
- إمكانية اختيار المادة الإعلامية بدقة والاطلاع عليها في الوقت الذي يلائم المستخدم.
- تجاوز قيود الزمان والمكان وبالتالي زيادة استقطاب المستخدمين الجدد عن طريق الإحصاءات المدرجة ضمن إمكانيات المواقع مثل عدد الزوار والقراء لمواضيع معينة دون أخرى، ما يساعد على بناء المضمون الذي يلبي احتياجات القراء من جهة ويزيد من عددهم من جهة أخرى.

[1]– حسين عبد الجبار، **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008م، ص89.

إن ارتباط انتعاش الوضع السياسي وانتشار الديمقراطية بتطور وسائل الإعلام لهو طرح تاريخي متجدد، فلطالما صاحب ظهور وسيلة اتصال جديدة مظاهر سياسية لم تكن معروفة سابقا أو كانت محظورة، لكن ما تميزت به حقبة الانترنت عامة ومرحلة الاعلام الجديد خاصة هو السرعة الكبيرة في تبادل ونشر المعلومات في كل الاتجاهات، وتفعيل المشاركة الحقيقية للأفراد في مختلف القضايا والقرارات السياسية، خاصة مع ما تعيشه المنطقة العربية حاليا من أزمة جدية في الشرعية، فبعد الأحداث التي قلبت المسرح السياسي والمسرح الدولي رأسا على عقب، فقدت الشعوب العربية ثقتها في أنظمتها الحاكمة من جهة وفي وسائل إعلامها من جهة أخرى.

انعكست الأوضاع السابقة سلبا على حجم المشاركة في الانتخابات وعزوف الشباب عن العمل السياسي، وانتشرت موجة السخرية من رجال السياسة بين المواطنين، ما دفع بهم إلى الإلتفاف حول الإعلام الجديد من مواقع للفيديو التشاركي، وشبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم، ونقد السياسات القائمة ونشر كل ما لا تبثه وسائل الإعلام الرسمية وحتى الخاصة، فقد أصبحت فضاءات التواصل الاجتماعي تشهد بروز تنظيمات ذاتية، وجماعات افتراضية لها تأثير بالغ على السياسات العامة، ما أدى إلى شيوع مفهوم الديمقراطية الإلكترونية من خلال ما تمارسه الحكومات من دعاية وتسويق سياسي واستفتاءات عبر شبكة الانترنت.[1]

[1] - Pierre Levy**, Cyberculture**, Réseaux , Vol16, No 88 , pp 224-225.

2- دور الإعلام الجديد في صنع القرار السياسي

إن تحقيق التأثير السياسي عن طريق الإعلام الجديد يرجع أساسا إلى مدى وجود هامش حرية في تناول الأحداث، حيث يوفر مناخا مساعدا على توجيه صاحب القرار نحو مختلف القضايا المهمة بالنسبة للمجتمع، ليقوم بتكوين مواقف الجمهور عن الأحداث[1]، غير أن هذا الرأي يمكن أن ينطبق على الصحف الإلكترونية التابعة لوسائل اعلام رسمية أو خاصة، أو على المواقع الإلكترونية التابعة لها، نظرا لأن سياستها التحريرية ضمن الشبكة تكون في الغالب امتدادا لسياستها في الوسيلة الإعلامية الأصلية، لكن إذا ما تعلق الأمر بإعلام المواطن والمضامين المنتجة من قبل المستخدم، مثل المدونات والمواقع الإخبارية غير الرسمية، فإن هامش الحرية غير محدود وإن كان متبوعا في كثير من الأحيان بأشكال رقابية حديثة، وهذا ما يزيد من فرص التأثير على صاحب القرار وبالتالي الجمهور.

لقد تفطن أصحاب القرار السياسي للقدرة التي تمتلكها وسائل الإعلام الجديدة على إبراز قضايا دون غيرها، وقاموا باستغلالها لإيصال ما يرغبون به خاصة مع علمهم بتأثيرها الكبير على الجمهور العادي وكذلك على الفئات المنتمية سياسيا[2]، فلقد أثبتت دراسات كثيرة أن وسائل الإعلام لها قوة كبيرة في تأدية الأدوار السياسية وفي عملية صناعة القرار السياسي، ذلك أن الإعلام السياسي يعتبر المادة الإعلامية التي لها علاقة بمضمون سياسي ما أو أيا كان من المواضيع ذات الدلالة السياسية، ستقوم وسائل الإعلام بنشره بغض النظر عن طبيعة القضية طارئة كانت أو مؤقتة أو مستمرة[3]، وبالنظر إلى سرعة انتشار الخبر وطرح القضايا اليوم عبر منصات الإعلام الجديد، وكذا إمكانية تداولها عبر نطاق واسع جدا وفترة زمنية قياسية، سنجد أن كثيرا من القضايا سيتم تغطيتها عبر المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي حتى قبل تناولها عبر وسائل الإعلام التقليدية، مما يحفز عملية رجع الصدى وإبداء المواقف حول القضية، كما يزيد من صعوبة التحكم في ردود الأفعال تجاهها واحتوائها

[1]- محمد حمدان المصالحة، **الاتصال السياسي**، عمان: دار وائل للنشر، ص80.

[2]- فيليب برو، **علم الاجتماع السياسي**، ترجمة صايلا، محمد عرب، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ص 246

[3]- عزيزة عبده، **الإعلام السياسي والرأي العام**، ط1، القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م، ص126

ما يدفع بالمسؤولين وأصحاب القرار بضرورة التكيف مع هذه الوضعية والاستعداد لمواجهة الرأي العام بطريقة تختلف عن السابق ففاعلية الخطاب في هذه الحالة تتعلق بالزمن.

إن العلاقة بين كلا النظامين الإعلام والسياسي توصف بأنها علاقة تأثر متبادل، يختلف حجمه وفقا لطبيعة العلاقة بينهما، وكذلك تبعا لشكل النظام السياسي ومدى وجود ديمقراطية حقيقية، إضافة إلى هامش الحرية السياسية التي يتمتع بها الإعلام في معالجة القضايا السياسية، ومستوى استجابة الأنظمة السياسية لانتقادات وسائل الإعلام تجاه القضايا[1]، وبالحديث عن المنطقة العربية نجد أن الوضع الإعلامي السياسي الذي كان سائدا قبيل 2010 بداية الحراك السياسي، قد ساهم في زيادة إقبال الأفراد على وسائل الإعلام الجديدة، لما كانت تتميز به الساحة العربية من الانحسار والانغلاق الاعلامي والسياسي وعدم فتح باب المشاركة للأفراد، الأمر الذي توفر بقوة في الإعلام الجديد حيث حرية التعبير بحرية عن الأوضاع وإيصال آرائهم وأحوالهم داخليا وخارجيا حول مختلف القضايا، هذا ما دفع بحركة التدوين إلى البروز بكثافة في هذه الفترة، كما طرحت الكثير من القضايا المسكوت عنها[2].

إن العلاقة بين الإعلام والسياسة تعتبر من الأدوار والوظائف العديدة التي تؤديها وسائل الإعلام خدمة للنظام السياسي، لتطرح علاقة ترابطية بين النظم السياسية ووسائل الإعلام، من جهة أخرى سيستقبل الفرد المتلقي رسائل متنوعة من معلومات ومعارف سياسية، تساعده في بناء فكره السياسي وتشكيل آرائه ومعتقداته واتجاهاته ليتحدد فيما بعد سلوكه القياسي، فوسائل الإعلام والاتصال تحتل منطقة وسطى بين الجمهور والأنشطة السياسية وباق المصادر الأيديولوجية الأخرى.[3]

---

[1]– عادل عبد الغفار، **الاعلام والمشاركة السياسية للمرأة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009م، ص116.

[2]– حسن علي، **المدونات والمدونون** في محمد سيد محمد وآخرون، **وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت**، القاهرة: دار الفكر العربي، 2009م، ص272.

[3]– حنان يوسف، **الاعلام والسياسة: مقاربة ارتباطية**، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط1، 2006م، ص 71–72.

إن العملية السياسة تقوم على جملة من الوسائل والآليات، وتعتبر وسائل الإعلام من بين الأدوات الاستراتيجية لتحقيق هذا، حيث لا يقتصر دورها على تمرير الرسائل والمعلومات من المؤسسات السياسية للجمهور فقط، بل تعمل على إضفاء صبغة أيديولوجية على هذه المعلومات من خلال أنماط المعالجة المختلفة، من تحليل وتفسير وتأويل وطرق عرض وغيرها، فوسائل الإعلام ليست فقط ناقلة للنشاط السياسي بل هي جزء أساسي منه، فقادة الرأي والسياسيين يعتمدون عليها في رصد ردود أفعال الجمهور تجاه سياساتهم وبالتالي إتاحة الفرصة لهم لتعديل قراراتهم وفقها[1] من جهة ولإضفاء الشرعية والمصداقية على النظام السياسي وتدعيم المؤسسات السياسية القائمة من جهة أخرى[2].

3- نماذج في تأثير الاعلام الجديد على العملية السياسية

إن المتتبع للبحوث العربية التي تطرقت لدور الإعلام الجديد في عملية صنع القرار السياسي والاجتماعي، يجد أنها ركزت على النماذج القريبة إقليميا وتاريخيا وزمنيا، فنجد التجربة التونسية والمصرية حاضرة بقوة وهذا يحتسب لهما، ولكن هناك تجارب أخرى كان تأثيرها بالغ القوة في الوقت ذاته الذي كانت فيه الدول العربية تعيش مرحلة الاستخدام التواصلي الترفيهي لشبكات التواصل وغيرها من المواقع، وفي هذا الصدد نحاول عرض بعض التجارب الأخرى متبعين الترتيب الزمني لحدوثها:

أ- **حالة صربيا 2000:** لقد قامت حركة أوتبور المتمثلة في طلاب جامعة بلغراد بصربيا عام 2000، باستخدام شبكة الانترنت للاتصال فيما بينهم والإعلام والتعبئة للدعوة إلى التغيير الديمقراطي وإسقاط الرئيس " سلوبودان ميلوسوفيتش" خاصة وهو متهم بجرائم ضد الإنسانية وقد نجحت هذه الحركة في إسقاطه وتقديمه للمحاكمة خلال 2001.

[1]- صفوت العالم، **دور وسائل الإعلام في الإصلاح السياسي بعد الانتخابات الرئاسية والبرلمانية 2005**، الأهرام، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، 2005 ص4

[2] -Dominique Walton, **« Political Communication : the construction of a model»**, European Journal of Communication, Vol 5, N9, 1990,pp9-10

ب- **حالة الفلبين 2001:** ترجع حيثيات القضية إلى توجيه اتهامات للرئيس الفلبيني " جوزيف استرادا" مقترنة بأدلة ملموسة، هذه الأخيرة التي تم التصويت على تجاهلها في الكونغرس الفلبيني من قبل الموالين له، الأمر الذي أثار الفلبينيين بعد إعلان القرار، فقاموا بالترتيب للاحتجاج، بداية بتوزيع رسالة نصية مفادها" ارتد الأسود واذهب إلى أسدا"، تمكنت هذه الرسالة النصية من حث أكثر من مليون شخص في ميدان إيبافنيو دي لوس سانتوس ، أين تسببوا في شلل حركة المرور، انتهت باعتقاله من قبل الشرطة الفليبينية، خاصة بعد صدور قرار المحكمة بالقبض عليه بتهمة نهب الاقتصاد.[1]

ت- **حالة الصين 2003:** لقد أدى وفاة الشاب سون جيغانغ 27 سنة على إثر تعذيبه من قبل الشرطة، إلى تأجيج الرأي العام الصيني، وقامت المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل بتداوله ونشره والتعليق عليه، ما حول غرف المحادثة ونشرات الأخبار إلى ساحات لرأي عام غاضب، وبدأت تنشر قصص أخرى من قبل أشخاص تم اعتقالهم مسبقا كتعاطف معه، الأمر الذي دفع صناع القرار السياسي نهاية إلى إغلاق أكثر من 800 مركز اعتقال عام 2003.[2]

ث- **حالة اسبانيا 2004:** لقد كانت مواقف رئيس الوزراء الاسباني خوسي ماريا إزنار من مشاركته في التحالف ضد العراق سنة 2003 مع الوم أ وبريطانيا، عاملا أساسيا في زيادة نسبة المعارضة الشعبية له، وفي عام 2004 وبعد تفجيرات مدريد التي اتهم فيها مباشرة الباسك الانفصاليين، تسبب في غليان الشارع الذي نظم مظاهرات حاشدة تم التنسيق لها عن طريق الرسائل النصية، الأمر الذي عجل بالإطاحة به، وعودة الاشتراكيين للحكم تحت قيادة خوسيه لويس ثاباتيرو.

ج-**حالة أوكرانيا 2004:** لقد أدى تزوير الانتخابات الاوكرانية عام 2004 إلى غضب المعارضة واتهامها لحكومتها بتزويرها للانتخابات، أين قاموا بتنظيم احتجاجات عن طريق التعبئة السياسية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وركزا على استخدام الرسائل

[1] Shirky , C .(2011*).* **«The Political Power of Social Media, foreign affairs»**,America.
Retrieved 17/09/2014 from : http://www.gpia.info/files/u1392/Shirky_Political_Poewr_of_Social_Media.pdf
[2]- Diamond .L .(2010). **«Liberation Technology»**, Journal Democracy,Vol21, No3
Retrieved 01/11/2015 from: http://www.journalofdemocracy.org/articles/gratis/Diamond-21-3.pdf

النصية لتنظيم المواطنين في ميدان التظاهر بالتناوب لصعوبة تواجدهم في وقت واحد[1]، أتاحت هذه الاحتجاجات للمعارضين فرصة للحصول على الأصوات التي مكنتهم من اختبار رئيس جديد إضافة إلى تعديل الدستور.[2]

ح- **حالة سوريا 2005:** كانت هناك مطالب لسوريا بانهاء تواجدها العسكري في لبنان، أين تلقى حوالي مليون شخص رسالة نصية تدعوهم إلى التجمع لتحقيق هذا المطلب، الذي انتهى فعلا بمغادرة 14 ألف جندي سوري من لبنان.[3]

خ- **حالة استراليا 2007:** تعتبر الانتخابات الاسترالية لعام 2007 نموذجا للحملات الالكترونية، حيث استخدمت شبكات التواصل الاجتماعي بفعالية لتعميم الأخبار والمعلومات ورصد رجع الصدى، ما زاد بشكل ملحوظ من نسب التصويت وتفعيل مشاركة الأحزاب السياسية في الانتخابات، أين تم تخصيص صفحات خاصة للسياسيين والتواصل مع النشطاء من خلالها[4]، هذا إضافة إلى الاستخدام المكثف لموقع اليوتيوب لنشر مقاطع لمرشحي السياسة فرادى ومناظرات ما عمل على زيادة نسبة المتابعة والمشاركة.[5]

د- **حالة كولومبيا 2008:** لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا أساسيا في حملة "مليون صوت" ضد قوات كولومبيا المسلحة، ما أدىّ إلى استجابة الرأي العام العالمي ضد التنظيم الكولومبي الموصوف بالإرهاب[6].

---

[1] -Vila, S .(2011). **« The orange revolution in Ukraine»** , MOVEMENTS.ORG Retrieved 08/08/2015 from: http://www.movements.org/case-study/entry/the-orangerevolution-in-ukraine

[2]- Barry, E. (2009),**«Protests in Moldova explode, with help of twitter»,** THE NEW YOURK TIMES Retrieved 11/12/2015 from :http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html

[3] - Butler ,P. (2007) ,**«New technology, new voices media making change »,**Jonathan Margolis, , EJOURNAL USA , Vol. 12 , No. 12 ,Retrieved 11/12/2015 from: http://guangzhou.usembassychina.org.cn/uploads/images/MrQJ0OJ7ICzfoEeVoOa6ow/ijge1207.pdf

[4]- Gibson .R and McAllister. I.(2011**),«A Net Gain? Web 2.0 Campaigning in the Australian 2010 Election»,** Paper prepared for presentation at the 2011 Annual Meeting of the American Political Science Association, Seattle, WA, Retrieved 11/12/2015 from :http://drupals.humanities.manchester.ac.uk/ipol/sites/default/files/newdocs/McAllister-Gibson-apsa2011.pdf

[5] - Macnamara, J (2008), **« E-Electioneering: Use of new media in the 2007 Australian federal election»,** University of Technology,Retrieved 11/12/2015 from: http://www.massey.ac.nz/massey/fms/Colleges/College%20of%20Business/Communication%20and%20Journalism/ANZCA%202008/Refereed%20Papers/Macnamara_ANZCA08.pdf

[6] - Kufman, S.(2010**), «Social networking experiment shows effects of mass mobilization»**, IIPDIDITAL (On-Line), eatures the latest from the U.S. Department of State's Bureau of International Information Programs. Retrieved 11/12/2015 from: http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2010/01/20100120140653esnamfuak0.4658777.html#axzz1XUPk5Emx

ذ- **حالة تايلاند 2010:** شهدت تايلاند احتجاجات كبيرة عام 2010 قام بها ما يعرفون بأصحاب القمصان الحمر" وهم مناصرون للجبهة المتحدة للديمقراطية ضد الديكتاتورية، في حملة لمناصرة الرئيس السابق الذي تعرض للانقلاب عام 2006، وهو تاكسين شينا واترا، تزكية لسياساته الشعبية التي كان يمارسها إبان فترة حكمه، ولقد تم إدارة الاحتجاجات عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي والإذاعات والقنوات التلفزيونية الموالية له[1]، كما لعب موقع اليوتيوب دورا مهما ووسيطا أساسيا في نقل المعلومات في هذه الأحداث، حيث تم نشر صور الجنود وهم يطلقون النار على المتظاهرين وغيرها من الممارسات.

لم تعد وسائل الإعلام الجديد تخاطب الجمهور فحسب بدفق الرسائل اللامتناهية دون سابق إنذار، قد تكون أخبار أو قضايا محلية أو دولية، في عملية شبيهة بوكالة أنباء فورية، وإنما باتت موجهة بطرق مباشرة وغير مباشرة لصناع القرار، هذا الأخير الذي أصبح متلقيا ومستخدما حتميا للإعلام الجديد من أجل ضبط المعلومات التي يحتاجها لصناعة السياسة، من خلال العملية المتبادلة بين القيادات والرأي العام، من هنا نجد ان موقف صانعي القرارات من الإعلام الجديد متناقض وحذر، فهو بالنسبة لهم إيجابي طالما يمدهم بالحيثيات آنيا ويسهل قبول سياساتهم، وحذر لأنه يفتح الأبواب للإعلام المضاد والمعارض والجماعات الضاغطة على نحو يجعله غير قادر على ضبط القرار.[2]

لقد تمكن الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة من الضغط على الأنظمة الدولية والعربية وإجبارها على الإلتفات إلى قضايا مجتمعية لم تكن تصل إلى دائرة الاهتمام في السابق، بل وقد تمكن من طرح قضايا جزئية ودفع بالحكومات إلى اتخاذ إجراءات وتدابير فورية للاهتمام بها، وفي أحيانا كثيرة تمكن من دفعها إلى التراجع عن قرارات كانت قد اتخذتها فعلا، ولعل من أسباب هذه القوة، هو تمكنه من تدويل العديد من القضايا المحلية والوطنية وإعطاءها صبغة عالمية.

---

[1] - Carthew, A . (2010). «**Thaksin's Twitter revolution — How the Red Shirts protests 23 increase the use of social media in Thailand»** in Behnke, P. Social Media and Politics: Online social networking and political communication in Asia (Konrad Adenauer Foundation: Singapore),Retrieved 06/04/2015 from : http://www.kas.de/wf/doc/kas_21591-1522-2-30.pdf?110214074217

[2] - نهاوند القادري عيسى، **المجتمع المدني حقل مناورة باسم الرأي العام**، ضمن مؤلف جماعي بعنوان **المجتمع المدني العربي والتحدي الديمقراطي**، تجمع الباحثات اللبنانيات، 2004، ص8.

2.2.3 التوظيف السياسي للإعلام الجديد

1- الأنظمة السياسية والإعلام الجديد

لقد شكلت مختلف منصات الإعلام الجديد منبرا استراتيجيا للأفراد والمنظمات للتعبير عن مواقفهم واتجاهاتهم حول القضايا التي تهمهم، وقد ساعد هذا بصورة كبيرة في إيصال أصواتهم إلى قادة الرأي من مختلف الطوائف السياسية، وذلك عن طريق الكم الهائل من المعلومات الذي تم تداوله ونشره في هذه المنصات، ما جعلها تتحول إلى أداة ضغط سياسي تستخدمها المعارضة في إبراز مواقفها تجاه الأنظمة السائدة وكسر الهيمنة الإعلامية التي سادت لفترات طويلة في ظل الأنظمة السلطوية.

إن التوجه الحالي إلى الإعلام سواء لمعرفة ما يدور من أحداث أو للمساهمة في نشر المواقف المختلفة تجاه القضايا الراهنة، زاد من سرعة الاستجابة للأحداث السياسية الأمر الذي سهل عملية الحشد الجماهيري بسرعة قياسية، بداية من البيانات المرسلة والمنشورة على ملايين المواقع الإلكترونية، وصولا إلى رصد ردود الأفعال الفورية من المعارضة والمساندة وإيصالها إلى أصحاب القرار، فقد اختلف الأمر عن السابق حيث كانت تصرف المبالغ الطائلة من أجل التسويق السياسي لحدث معين، فاليوم يختص الأمر بالتعبئة والاستنفار من خلال الرسائل والشعارات التي تطلق في مواقع التواصل الاجتماعي، ما يمكن من اطلاع الملايين عليها في زمن قصير جدا[1].

لعل أبرز مظاهر القوة للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ما ظهر بقوة في مختلف الدول العربية بعد عام 2010، أثناء موجة الحراك السياسي والاجتماعي، حيث شهدت التجمعات الشعبية سهولة وسرعة في التخطيط والتنسيق بين الأفراد والمجموعات من أجل الاحتجاج والتظاهر وتحديد الوقت والمكان بدقة من أجل دعم قضية ما، أو الوقوف ضدها مالا يتيح فرصة للأنظمة للإحتواء المسبق لمثل هذه الاحتجاجات كما في السابق.

[1]- حسين عبد الجبار، **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م، ص93

إن هذه الإمكانيات دفعت بالمستخدمين إلى ابتكار طرق جديدة لمقاومة ردود فعل الأنظمة تجاه احتجاجاتها، وذلك عن طريق التظاهر الآني في قضايا مختلفة وهذا من أجل تشتيت ومفاجأة الأنظمة الدفاعية للحكومات، وفتح الطريق أمام الأهداف السياسية للمتظاهرين، خاصة وأن أغلب الاحتجاجات الإلكترونية تكون غير واضحة المصدر والأطراف المحركة لها، مما يصعب مهمة الأجهزة الحكومية في تحديد ما إذا كان أفراد أو أحزاب معارضة أو جهات خارجية هي التي وراء هذه الاحتجاجات، ويزداد الأمر صعوبة حين يكون من غير الممكن السيطرة إعلاميا على الوضع وفرض تعتيم داخلي، لأن الأمر حينها يكون قد أخذ بعدا دوليا في شبكات التواصل الاجتماعي، وتكون الأصوات الخارجية المنددة قد بدأت فعلا في التداول، فقد منحت شبكات التواصل الاجتماعي لأصحاب القضايا والاحتجاجات فرصة للتحرر من المقابل الذي كانوا يتنازلون عليه في حالة تدخل أطراف خارجية لدعم قضيتهم، والذي في الغالب يكون متعارضا مع أهدافهم، غير أن هذا الاستغناء لم يمنع من تعاطف أطراف دولية خارجية مع كثي من القضايا ذات الطابع المحلي في شتى أنحاء العالم.

إن الجدلية القائمة منذ قرون بين الإعلام والسياسة، جعلت من العملية السياسية والإعلامية وجهان لعملة واحدة، فمع تطور وسائل الإعلام الذي نشهده اليوم أصبحت الممارسة الإعلامية للسياسة تتعدى مجرد ادائها للوظيفة الإخبارية ليصل الأمر إلى صناعة القرار السياسي، وذلك عن طريق التعرف وقياس اتجاهات الرأي العام حول مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، داخليا وخارجيا وإعادة توجيهه وتشكيله بما يتوافق وسياسات هذه الوسائل من جهة وأجندات الأنظمة من جهة أخرى.

إن إدراك صناع القرار السياسي للدور الذي بات يمارسه الإعلام الجديد في صياغة التوجهات السياسية للمواطنين والتأثير عليها، زاد من الإقبال عليها واستخدامها من طرف الأحزاب والقوى السياسية خاصة وأنها تمتلك القدرة على إبراز قضايا دون أخرى، مما يفسح مجالا أوسع للتأثير على الجمهور العادي والفئات الموالية والمعارضة إضافة إلى القادة السياسيين، فالإعلام جزء لا يتجزء من أبجديات صانعي السياسة[1]

[1]– محمد حمدان المصالحة، مرجع سبق ذكره، ص76.

2- الوظائف السياسية للإعلام الجديد:

لم يعد يقتصر دور وسائل الإعلام اليوم في تقديم المعلومات الفورية عن الأحداث والقضايا الراهنة، بل تعدى ذلك إلى نقل وغرس القيم السياسية التي غالبا ما تنتمي إلى قيم المجتمعات الغربية، وفي هذا إقرار لدورها في تشكيل المعتقدات السياسية[1]، وفيما يلي نتطرق إلى أهم الوظائف السياسية التي تؤديها وسائل الإعلام:

1- تحديد القضايا المهمة ذات الصلة بالحياة السياسية للمواطنين وترتيب أولوياتهم تجاهها.

2- تحريك الجماهير من خلال خلق رأي عام مؤيد ودعمه بكافة الحقائق والمعلومات والأخبار التي تساعده على تكوين رأيه تجاه قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث التي يعايشها أو في موضوع آخر.

3- إلهاء الجمهور عن القضايا الحساسة والمثيرة للمعارضة، وذلك عن طريق أساليب الترغيب والترهيب والتقزيم والتهويل والتهوين وغيرها من أساليب الدعاية[2].

4- التنمية السياسية وذلك عن طريق تخصيص مساحات للتثقيف والتنشئة السياسية، والتركيز على الإعلام السياسي من أجل توعية الجمهور بأهمية المشاركة السياسية واقناعهم بدورهم وضرورة تواجدهم في الساحة السياسية لضمان مشاركتهم في صنع القرار السياسي.[3]

لا تقف وظائف وسائل الإعلام عند الاتصالية والاعلامية منها، بل تتعداها لتشمل الوظيفة السياسية، نظرا للترابط الوثيق بين العملية السياسية والإعلامية من جهة، وبين رجال الإعلام والسياسة من جهة أخرى، فوسائل الإعلام تأخذ على عاتقها مسؤولية رصد اتجاهات الرأي العام ومواقفه تجاه مختلف القضايا، سواء كانت محلية أو دولية[4]، فالجمهور يلجأ لوسائل

---

[1]- جابرييل إيه الموند، جي بنجمهم باول الابن، **السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر**، ترجمة هشام عبد الله، عمان المملكة الاردنية الهاشمية: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، ، 1998، ص 66-67

[2]- محمد البخاري، **الإعلام وتحليل المضمون الإعلامي**، دمشق: دار علاء الدين، ط2، 2008م، ص25.

[3]-محي الدين عبد الحليم، **الاتصال بالجماهير والرأي العام**، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، 1993م، ص23.

[4]- تيسير أبو عرجة، **دراسات في الصحافة والإعلام**، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000م، ص281.

الاعلام من اجل صياغة تصورات وحلول للمشاكل والقضايا التي تواجهه، بما فيها القضايا السياسية، خاصة وأنها تقوم بنقل البرامج السياسية القائمة، حكومية، أحزاب وغيرها، من النخبة إلى الجمهور، هذا الرأي الذي يخالفه آخرون الذين يرون أن إدراك الجمهور للقضايا لا يحدث بتأثير معين بل هو اختياري وانتقائي[1].

لقد عاشت الأنظمة العربية في السنوات الأخيرة حالة من الانفتاح السياسي والاعلامي، كان من أبرز نتائجها تراجع احتكار هذه الأنظمة لمصادر المعلومات، إضافة إلى عدم قدرتها على حجب ومنع التدفق الاعلامي الوافد سواء عبر الانترنت أو الفضائيات، كما يعتبر العامل الأكثر بروزا هو عدم قدرتها على إخفاء ممارساتها الداخلية مع تمكين المعارضة من الاتصال بسهولة مع العالم الخارجي، وضمان حشد رأي عام أوسع ضد قضايا حقوق الانسان التي قد تتورط فيها هذه الأنظمة، من هنا فوسائل الاعلام الجديد أصبحت تؤدي دورا مهما في تدعيم مختلف قوى المجتمع المدني، إضافة إلى نقل تجارب وأفكار وممارسات الجماهير من دولة لأخرى[2].

لقد استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي من قبل التنظيمات السياسية كأداة للتحفيز السياسي، وكسبت مزيدا من الأنصار والمؤيدين، ومناقشة مختلف الأفكار، نظرا إلى ضعف مستوى الرقابة السياسية على محتوى هذه الشبكات والمواقع، كما يشير بعضهم إلى تحول هذه المواقع إلى مركز للمعارضة من خلاله يتم التواصل بين منتسبي الأحزاب والنشطاء السياسيين[3]، وهي بهذا تعطي قيمة مضافة للحياة السياسية فهي ليست السبب في التغيير بقدر ما هي عامل أساسي في تهيئة أرضية التغيير من خلال تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الجمهور، فالمهم هو تغيير الذهنيات من اجل التأقلم مع الأوضاع الجديدة[4].

---

[1]– ثروت مكي، **الاعلام والسياسة:وسائل الاتصال والمشاركة السياسية**، القاهرة:عالم الكتب، 2005م، ص42.

[2]– حسن توفيق إبراهيم، **النظم السياسية العربية: الاتجاهات الحديثة في دراستها**، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005م، ص100.

[3]– علي القرني، **الإعلام الجديد**، الرياض :مكتبة الملك فهد للنشر، 2011م، ص87.

[4]– بشرى جميل الراوي، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، بغداد، ص98.

ما تجدر الإشارة إليه والتأكيد عليه هو أن استخدام الإعلام الجديد لا يقتصر على المنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية، بل هناك تنظيمات مجهولة ومشبوهة، وكذا جماعات إرهابية، وحتى على مستوى الأفراد ذوي الأفكار غير السوية، أصبحوا يتفنون في استخدامه للوصول لأهدافهم من خلال توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والدعاية الخاصة بهم، وأيضا للتخطيط وتنفيذ العمليات الإجرامية والإرهابية، والذين غالبا ما يستخدمون اسماءا مستعارة أو يقومون بانتحال هويات شخصيات معروفة، من اجل غسل دماغ الشباب واستقطابهم، كما يستغلون مواقع الفيديو التشاركي من أجل نشر مقاطع دعائية لهم، ولقد ساعدهم في ذلك صعوبة الرقابة في شبكة الانترنت، وحتى المضامين التي تم تتبعها وحذفها يمكن إنشاء حسابات جديدة فورا وإعادة نشر كل شيء.

3-استخدام التيارات السياسية للاعلام الجديد:

إن الإمكانيات المتاحة عبر شبكة الانترنت، من سهولة للولوج والاستخدام والنشر، دفعت بعدة أطراف غير منتمية مهنيا للصحافة والإعلام لممارسة أدوار إعلامية بشكل مباشر وغير مباشر، وهذا ما دفع بإنشاء كم هائل من المواقع الإلكترونية التابعة لمنظمات وهيئات وتيارات محلية ودولية، منها رسمية وغير رسمية، وكلها تتنافس لتقديم خدمات إعلامية متنوعة، تتضمن الأخبار العاجلة والتقارير والتحقيقات، وهذا ما دفع بالباحثين الأكاديميين للانتقال من مناقشة المواجهة بين الاعلام الرقمي والورقي إلى البحث في طبيعة الإعلام الإلكتروني ومدى تأثيره وانخراطه في الحياة السياسية والاجتماعية[1].

يعتبر الصحفيون والمنظمات غير الحكومية والجمعيات غير الرسمية من أكثر الفئات استخداما لشبكة الانترنت في تحقيق أهدافهم، حيث تمتلك مواقع خاصة بها وصفحات على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل نشر أهدافها وإنجازاتها وحشد الدعم المادي والمعنوي لتحقيقها، كما تلجأ أحزاب المعارضة أيضا للانترنت في محاولة لتنظيم احتجاجات، تصل إلى

[1]- محمد فتحي، **النشر الالكتروني: الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة**، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006م، ص120.

التقاط صور لرجال الشرطة وهم يضربون المتظاهرين وغيرها من تسريبات الصور والفيديو التي تتيح للرأي العام الوطني والدولي فرصة لرؤية الأحداث من زوايا مختلفة.

لقد ساهم الإعلام الجديد بروافده المتعددة في إعادة تنشيط وإحياء العمل الحزبي والنشاط السياسي، حيث لجأت مختلف الأحزاب السياسية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لها، وكذلك صفحات ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، محاولين خلق قنوات اتصال أكثر مرونة بين قياداتها وباق الشرائح المجتمعية معتمدين في ذلك على تبادل الحوار، بما تتيحه خصائص التفاعلية التي تتمتع بها هذه المنصات، فعملية نشر الأخبار وأرضية عمل الحزب وبرنامج السياسي والانتخابي وكذا أهم نشاطاتها تزيد من فرص التفاعل بين زوار هذه المواقع والأحزاب، سواء تعلق الأمر بالثناء أو الانتقاد لآدائها، فإن رجع الصدى المتاح سوف يساهم في بناء وتعديل سياساته، ناهيك عن إمكانية ضم أعضاء جدد ضمن الحزب يتم حشدهم عن طريق هذه المواقع.

تعد المناقشة السابقة لتوظيف الإعلام الجديد من قبل الأحزاب السياسية مرهونة بالبيئة السياسية التي تحيا فيها، فالحديث عن الظاهرة ذاتها في المجتمعات النامية وخاصة الأنظمة العربية التي تعيش توترا سياسيا واجتماعيا وحالة من الاختناق السياسي، أصبحت هذه المواقع وصفحات التواصل ذاتها عاملا أساسيا في كشف الممارسات الخاطئة وضعف الأداء بين هذه الأحزاب، وبالتالي أتاحت للمواطن فرصة لرصد أهم الاختلالات التي تعاني منها من نقد للأداء والتفكك والانقسام ضمن البيئة الأساسية المشكلة لها.

إن الدعم الذي يلقاه الإعلام الجديد بشكل مستمر من كل الاتجاهات، جعل من عملية التفاعل عبر شبكة الانترت تخضع لتغييرات جذرية على مستوى البعد الزمني فالمستخدم لم يعد مضطرا للتواجد أمام جهاز حاسوبه وفي وقت ربما يكون الحدث قد مر عليه فارق زمني قد ينقص من فاعلية التدوين، وقد كان للتطور الحاصل في أجهزة الهاتف المحمول ومختلف الأجهزة الإلكترونية الأخرى التي أتاحت للمستخدمين تشكيلة متنوعة يتمكنون من خلالها إنتاج

ورفع وتحميل محتويات سمعية بصرية، وقد سعت كبريات الشركات في هذا المجال بتزويد وتثبيت برمجيات متنوعة داخل هذه الأجهزة لتسهيل عملية التدوين والنشر.[1]

إن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بشكل مكثف يعتبر مؤشرا لقياس الأهداف التي يصبوا لتحقيقها، مع اختلاف هذه الكثافة تبعا لاختلاف الأنظمة الاجتماعية والاتصالية التي ينتمي إليها الفرد من جهة وإلى الفروق الفردية بين فئات الجمهور من جهة أخرى[2]، فاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات يتزايد في أوقات اللااستقرار خاصة إذا ما تعلق الأمر بالأحداث والقضايا المهمة[3]، فالفاعلون في المجال السياسي أصبحو أكثر ميلا – و إن كان هذا يشهد تدرجا وبطأ في العالم العربي – لاستخدام مختلف أدوات الإعلام الجديد لتأدية مهامهم وفق أجنداتهم الخاصة .

3.2.3 تأثير الاعلام الجديد في التعبئة والمشاركة السياسية:

إن التعرف على الأسباب الحقيقية الدافعة للإقبال على وسائل الإعلام الجديد بهدف المشاركة السياسية، يقتضي منا دراسة استخدامات هذه الشبكات في الحياة السياسية[4]، وقد تراوحت هذه الدراسات في هذا المجال بين التي تم تطبيقها على مستخدمي الأنترنت عموما ممن لديهم اهتمامات سياسية[5]، وبين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لتلبية حاجيات سياسية[6]، وفيما تم التوصل إليه أن أغلب ممارسي الإعلام الجديد ومستخدميه خاصة منتجي المضامين من هم يسعون إلى إشباع حاجات نفسية كالشعور بالسيطرة والتحكم[7]، إضافة إلى الاشباع الذي تحققه ممارسة النشاط في حد ذاته وكذا حاجات الكفاءة وإثبات الذات، والأهم من ذلك أن الأفراد الذين يسعون إلى مراقبة البيئة السياسية وغيرها هم الأكثر ممارسة للأنشطة السياسية.

---

[1] – أيمن الصياد، **الاعلام القادم**، مجلة وجهات نظر،القاهرة، الشركة المصرية للنشر العربي والدولي، العدد 24، ماي 2009م.

[2] – سوزان القليني، **مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر 1998م.

[3] - Kellow, Christine L.; Steeves, H. Leslie, **« The Role of Radio in the Rwandan Genocide»,** Journal of Communication, V48,N3 ,Sum 1998, p28-107

[4] - Danah Boyd, (2008), op cit ,p 112-116.

[5] - Barbara k.Kaye and Thomas J.Johnson, **«Online and in the Know: Uses and Gratifications of theWeb for Political Information»**, journal of broadcasting and electronic media, EBSCO Publishing March 2002,pp54-71

[6] -Raluca Cozma and Monica Ancu, «**MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates»** Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 53, no. 4 (December 2009),pp. 567-583.

[7] - Guosong Shao, **«Understanding the Appeal of User-Generated Media: A Uses and Gratification Perspective»**, Internet Research, vol. 19, no. 1 (2009), pp. 7-25.

1-اتجاهات العلاقة بين وسائل الإعلام والمشاركة السياسية

أ- الاتجاه الأول: أبحاث كورت لانغ

يقوم هذا الافتراض على أن نمط المعالجة الإخبارية التلفزيونية للأحداث يؤثر بنسبة كبيرة في اتجاهات الناخبين نحو المؤسسات العامة، بحيث يوجد ارتباط بين انتشار الشبكات الإخبارية وزيادة نسبة الانقطاع عن العملية السياسية، حيث تقوم هذه المعالجة المكثفة بزيادة الأراء والاتجاهات المتصارعة داخل العملية السياسية، ما يؤدي إلى تغذية روح السخرية لدى الأفراد تجاه هذه القضايا، وفق هذا الاتجاه فإن العزوف السياسي تناسب طرديا مع نشر الأخبار السيئة حول السياسيين والمؤسسات السياسية[1]، وذلك لعدة أسباب:

- اتساع مستخدمي الاعلام الجديد وعدم تجانسهم
- اختلاف توجهات وأيديولوجيات مختلف وسائل الإعلام الجديدة، الذي ينعكس على طريقة التناول والنشر.
- التركيز على السلبيات خاصة إذا تعلق الأمر بخطاب المعارضة.
- تركيز أغلب الشبكات والمواقع الإخبارية على القضايا والمواضيع المرتبطة بالصراع.
- إن سهولة الوصول للأخبار وتوفرها عبر قنوات لا محدودة في وقت واحد، قد يزيد الهوة بين الأفراد والحركات المنادية لأنه يكون ضمن حالة من الضجيج الناتجة عن أعداد كبيرة من الجماعات والقضايا

ب- الاتجاه الثاني: التعبئة السياسية

يرى هذا التيار بإيجابية وسائل الإعلام ودورها الفعال في نشر وترسيخ قيم المشاركة الديمقراطية، وضرورة الفصل بين سلبيات وإيجابيات مختلف وسائل الإعلام على الجمهور، حيث هناك دراسات تشير إلى أن المتابعين المنتظمين للأخبار في وسيلة معينة ترتفع نسبة اهتمامهم وانخراطهم في الشان السياسي، على عكس متابعي البرامج الأخرى الذين تزيد عندهم قيمة الابتعاد والسخرية من الوضع السياسي بدل المشاركة فيه.

[1] - Garcia Luengo, **E-Activism :New Media and Political Participation in Europe**,Confines,2006,pp60-61

إن شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الأخبارية التي تعتبر من الركائز المهمة في وسائل الاتصال الجديدة، أصبحت ملاذا للمنظمات والأفراد لممارسة أنشطة مختلفة في مجال نشر الأخبار والأعمال وبتكلفة أقل، وأصبحت منافسة قوية لوسائل الإعلام الثقيلة التي ظلت مسيطرة لفترة طويلة، حيث زادت فرص تعبئة الجمهور حول قضايا بذاتها وفي زمن قياسي مع إمكانية تجاوز حدود التعبئة من الفضاءات الوطنية إلى الدولية[1].

تعتبر الحملات الإنتخابية المجال الخصب الذي طالما ازدهرت فيه الدراسات والأبحاث الإعلامية السياسية والأرضية التي شهدت اختبار الكثير من النظريات الإعلامية والنماذج الاتصالية، ينطبق هذا الحال اليوم على وسائل الإعلام الجديد التي ساهمت في تفعيل الممارسة السياسية، حيث لجأ مترشحون في الانتخابات خاصة الدول الغربية إلى توظيف شبكة الانترنت بمختلف منصاتها من اجل كسب الأصوات وشرح برامجها السياسية، وكذا جمع الأموال، وفي هذا تجسيد لأشكال جديدة للانخراط الشعبي في السياسة[2].

لقد كان تزايد استخدام الإعلام الجديد عاملا مهما في تغيير الأدوار في العملية السياسية عموما والتعبئة الاجتماعية خصوصا[3]، حيث أصبح هناك ميل كبير إلى استخدامها في مختلف الأنشطة السياسية من احزاب وحكومات[4]، لم يتوقف الأمر عند الهيئات التي تخضع لإطار تنظيمي واضح، بل تعد هذا إلى المجتمع المدني بمختلف شرائحه، الذي أنتج ما يطلق عليه النضال الإلكتروني[5]، مشيرا إلى توظيف تكنولوجيات الاتصال من بريد الكتروني ومواقع وشبكات تواصل اجتماعي في مختلف أنواع النضال، لما تضمنه من سرعة في التواصل وسهولة نشر السائل، فقد شهد هذا الفضاء ميلاد جماعات ضغط غير رسمية لها تأثير قوي على الساحة السياسية.

---

[1] – محمد بن هلال، **الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية**، في: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، عدد 68، 2013، ص 33

[2] -K Rachel.Gibson, **« New Media and The Revitalisation of Politics»**,Representation,Vol45,No3,2009p90

[3] - Garcia Luengo,2006,op cit .pp66-67

[4] - W. Lance Bennett**, «New Media Power : The Internet and Global Activism»**, in Nick Couldry and James curran,eds,contesting, Media Power,Oxford :Rowman and littelfield,London,2003,p15

[5] – علي الوشلي، **ما هو النضال الإلكتروني ونشأته**، متاح في موقع مجتمع عربي مختص بأمن المعلومات على الرابط:

https://www.isecur1ty.org/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B6%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-hacktivism-%D9%88%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%AA%D8%A9-%D8%9F/

.

2-المشاركة السياسية والمجال العام الافتراضي

إن الحديث عن المشاركة السياسية من خلال الإعلام الجديد يعني بالضرورة التطرق إلى مفهوم المجال العام الافتراضي، حيث تناول يونغ young 2005 بأن شبكة الانترنت من خلال أنماط الاتصال المتاحة فيها تعتبر بمثابة فضاء جديد يمهد لتشكيل مجال عام قائم على مجانية تبادل الأفكار والبراء بين مستخدميه – إشارة للمواطنين- فهو فضاء عام رمزي تفاعلي يفتح السبيل لمناهظة الأنظمة الاجتماعية القائمة[1]، في حين يعرف مايس warren mayes المجال العام الافتراضي بأنه فضاء طبيعي تميل الناس فيه ترك مصالحهم والانشغال بالقضايا الاجتماعية العامة من خلال التفاعل العام.[2]

ترى رايسي zizel risis بأن المجال العام الافتراضي عبارة عن مجال يحوي الأفراد المهمشين، والبعيدين عن علاقات القوى، في إشارة إلى اولئك الذين لم يتمكنوا من المشاركة في المجال العام الواقعي[3]، مما سبق يمكن اعتبار أن المشاركة الافتراضية هي التي تتم عبر الشبكات، الممثلة في مجموعة الحزم الاجتماعية من أفراد وجماعات وهيئات[4]، فالمشاركة من خلال الشبكات الاجتماعية اتخذت أشكالا متعددة، فهناك التعاون والاتصال وإدارة المشروعات والاتصال الجماعي، مستفيدة من القدرة العالية على النفاذ وإمكانية اشتراك أكبر عدد ممكن.[5]

3-أشكال المشاركة والتعبئة الإلكترونية:

إن التعبئة الالكترونية من خلال الإعلام الجديد، تعتمد على تجنيد الحركات الاجتماعية من خلال قدرات الأفراد ذاتهم في إنشاء علاقات جديدة، والقيام بالبحث وتبادل النصائح واستقاء التوصيات، من هنا فتحقيق التعبئة ضمن الحركات الاجتماعية الجديدة يرجع إلى غرس القيم والهويات المشتركة ضمن شبكات اجتماعية لامركزية، تستند إلى نشر اهتمامات

[1] - Chang Woo-Young, (2005), **«The Internet, alternative public sphere and political dynamism: Korea's non-gaek (polemist) websites»**, The Pacific review,London, Publisher Routledge,Vol18,No3,september 2005,p393-415.
[2] - Warren Paul MAYES, **Unsettled Post Revolutionaries in The Online Public Sphere**, Sojourn: Journal of Social Issues in Southeast Asia ,Vol. 24, No. 1, (April 2009),p98
[3]-Zizi Papa cherissi, **«The Virtual Sphere : The Internet as public Sphere»**,New Media and Society,Vol4,No1,2002,p51
[4]-Garry Robins,yoshika Shima, Social **Psychology and Social Networks : Individuals and Social Systems»**,Asian Journal of Social Psychology,Vol11,Black well publication,2008,p5
[5] - **«Rise of The Participation Culture»**,2006,p20, Available : http://wsjb.com/RPC/2008_RPC.pdf

الناشطين والوقوف على التمثيل الرمزي للقضايا لإيضاح أبعادها وخلفياتها[1]، ويمكن تلخيص أهم مراحل التعبئة الإلكترونية كالتالي:

- ❖ العمل على التنسيق والربط بين أعضاء جماعة معينة تجمعهم اهتمامات مشتركة، وتشجيع النقاش فيما بينهم، والمشاركة في حل المشاكل المشتركة بينهم.
- ❖ تنظيم الملعومات ووسائل الاتصال المناسبة ووضع جدولة زمنية لها.
- ❖ إشراك أكبر قاعدة من المواطنين يمن فيهم النشطاء الفعليون في الواقع، وقادة الرأي وكذا الجهات المساندة وذلك بطريقة مستمرة.
- ❖ إدماج كل الأعضاء لا سيما ذوي الاحتياجات المادية والنفسية[2].

إن هذا التواجد الإلكتروني المبدئي لا يعني عدم وجودهم على أرض الواقع، بل يحصل تنسيق للإلتقاء خارجا من أجل تحسين وترسيخ العلاقات العامة فيما بينهم، كما أن هذه المجموعات الناشطة إلكترونيا تجاوز المفهوم الجغرافي للدولة، ليأخذا بعدا دوليا فمثلا في حملات عديدة تم تنظيمها مناهضة ليس فقط ضد المؤسسات السياسية، بل حتى ضد الشركات الاقتصادية العالمية في إطار المساءلة الاجتماعية لنشاطاتها، وقد ساعدهم في ذلك البعد عن عين الرقابة ضمن الفضاء الحر أين يتم تبادل أفكارهم وبرمجة مخططاتهم الاحتجاجية بعيدا عن قنوات الاتصال التقليدية [3].

---

[1] – محمد قيراط، **الشبكات الإجتماعية والتعبئة السياسية**، 02مارس 2012، مقال في موقع البيان ، متاح بتاريخ 2015/06/15 في الرابط:

http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-03-02-1.1603047

[2] - Scott Loondon, **« Civic Networks Building Community on The Net»**,Kettering Foundation, March 1997, Retrived 13/01/2015 from : http://www.artefaktum.hu/btk03osz/london.htm

[3] - W. Lance Bennett, op cit ,pp7-8

يقسم جاري روبنز ويوشي كاشيما المشاركة السياسية الافتراضية إلى نوعين[1]:

أ- **البناء العالمي:** ويتعلق بالموضوعات والقضايا العالمية التي لا تختص بجماعة بذاتها أو أقلية معينة ولكن تعتبر موضوعات ذات تفاعل عالمي.

ب- **البناء المحلي:** حيث يبرز دور الجماعات المحلية المنطوية ضمن الجماعات العالمية، ويكون الخطاب فيها مركزا على الموضوعات والقضايا السياسية المحلية، أو التي تخص جماعات بذاتها، ورغم أن المستخدم الحالي لازال في عمومه يمارس نوعا من الكتابة العامة والشكلية ضمن الشبكات الافتراضية، إلا أنه تدريجيا سيتمكن من التأثير الحقيقي في العملية السياسية، وحينها سيصبح الإعلام الجديد أداة اجتماعية مستقلة وليس فقط منبرا سياسيا، وستتضح ملامح الخطاب السياسي أكثر[2].

[1]- Garry Robins,yoshika Shima, op cit ,p5

[2]- السيد بخيت، **نحو صياغة مؤشرات تقييم الادوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي**، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للاعلام والاتصال: الإعلام الجديد – التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض، جامعة الملك سعود 2012.

3.3 الإعلام الجديد والديمقراطية

1.3.3 الديمقراطية والفضاء العمومي

إن ممارسة الدّيمقراطية وفق هذا الاتجاه لا يمكن أن تتمّ إلا بوجود حريّة حقيقيّة تتيح للفرد الإدلاء بآرائه والتّعبير عن رغباته، وانتقاد ما هو موجود دون أي إكراه أو ضغوط ضمن ما يسمّى بالفضاء العمومي، هذا الأخير الذي لا يقتصر على وسائل الإعلام فقط وإنّما يمتدّ ليشمل فضاءات النّقاش المختلفة من متاحف ومكتبات ومقاهي وغيرها من الأماكن التي تتمّ فيها مناقشة الشّأن العام، فالحديث عن الإعلام الجديد في خدمة مسار الدّيمقراطية يقودنا إلى طرح تقسيمين أساسيين، حيث يختلف هذا الدور في المجتمعات الديمقراطية عنه في الأنظمة غير الديمقراطية، ففي السّبعينات من القرن الماضي عملت تكنولوجيا الاعلام على دعم المشاركة السّياسية للمواطنين، وقد ارتفعت نسبة المشاركة مع انتشار الانترنت وازدياد استخدامها في الأداء الحكومي لهذه الدول.

لقد ساهم ظهور وسائل الاتصال في كل مرّة في خلق فضاء عمومي كأثر ونتيجة لها[1]، غير أن الانترنت كان لها دور كبير في اتساع الفضاء العمومي، حيث أن الفرد المتلقي يستقبل الآراء والمعلومات بالصورة الصادرة عن أصحابها مباشرة دونما المرور بمراحل التصفية والتنقية المألوفة في الإعلام التقليدي، وبالتالي سقوط الدّور الذي يمارسه الصحفيون كل من منصبه في إقرار ما ينشر وكيف ينشر توافقا مع مصالح شخصية أو ضغوطات علوية[2]، فاستخدام الأفراد والهيئات والجمعيات والأحزاب لشبكة الانترنت يجعل خطابهم مباشرا لا يتخلله تعديل أو تشويه، وهذا يزيد من مساحة حرية التعبير.

[1] - George Éric, 2001**, « La Toile et l'espace public : le projet d'accord multilatéral sur l'investissement (AMI) »,** dans Comprendre les usages d'Internet, Éric Guichard, Paris : éditions de l'École Normale Supérieure de la rue d'Ulm, pp. 225-229

[2] - Pierre Levy,**Cyberdémocratie**, Odile Jacob,2002,p62

ومن اهم مميزاتها:

- ✓ زيادة احتمالية تجمع أغلب المؤسسات الاتصالية الناشطة عبر الانترنت ضمن تكتلات تؤدي على المدى الطويل إلى كبح حرية التعبير، رغم أن هذه الميزة تعرضت للنقد حيث هناك من يرى بأن تجمع المؤسسات وإنتاجها لا يقلّص بالضرورة من التنوع الاعلامي.[1]
- ✓ غياب مختصين في إنتاج وضمان جودة المضمون المتداول في الفضاء العمومي كان عاملا في نشر الرداءة وتسطيح المحتوى والوعي، ما يجعل الوصول إلى الرّسائل القيمة حكرا على النّخبة المثقفة، وهناك من يرى عكس ذلك حيث يعتبر أن ما سبق إنما هو تكريس وإعادة إحياء للرقابة على النشر.
- ✓ الانترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة يشجعان على المشاركة في الفضاء العمومي، ولكن تميل هذه المشاركة إلى الخلاف والتعارض بين وجهات النظر أكثر من كونها أداة لتحقيق إجماع والتفاف الرأي العام حول قضية ما.
- ✓ لقد تعدّت الشّبكات الاجتماعية كونها أداة للتواصل فحسب إلى إتاحة إمكانية الانتاج الجماعي لفضاءات جديدة تحمل هويات وانتماءات مشتركة[2].
- ✓ التبعية السّياسية في هذه الشبكات تتجاوز الفئات المتواجدة سياسيا ضمن الحدود الاقليمية للدول، وبالتالي تشكل رأي عام ضاغط خارجي.
- ✓ رغم قدرتها على استنساخ فضاءات تواصلية جديدة إلا أن هذا لن يغير بالضرورة من اتجاهات المواطنين السائدة حول المشاركة السياسية من زيادة إقبال أو عزوف.

[1] - Pierre Levy,2002, op.cit p64

[2] - Peter Dahlgren : **«l'espace public à l'heure d'Internet»**, in revue "Sciences humaines" "la société du savoir", n°32, Mars-Avril-Mai, 2001. PP70-74.

لقد مارست الحكومات محاولات جادة في فتح قنوات للاتصال مع مواطنيهم بدءا من الجماعات المحلية وحتى الأجهزة العليا في الدولة، لتعزيز مبادئ الديمقراطية التشاركية، وتجديد الحوار بين المنتخبين والمواطنين من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالحياة المحلية، وإشراك المواطنين في القرارات المتعلقة بالقضايا المطروحة، والاستماع إلى انشغالاتهم[1]، لكن رغم هذه التطلعات إلا أنّ التواصل الحقيقي بين الطرفين انعدم مع مرور الوقت، فأغلب المضامين كانت مماثلة للاتصال النازل المكرس في الهياكل الإدارية التنظيمية، وبالتالي تحولت إلى نوع من الاستخدام الدعائي دون وجود إشراك حقيقي يعكس قيم الديمقراطية التشاركية، فالقول بأن الإعلام الجديد سيؤدي حتما إلى تفعيل الاتصال المحلي ويزيد من تكريس الديمقراطية لازال غير مثبت ميدانيا، فالمعطيات تؤكد وجود فجوة بين الإمكانيات النظرية للإعلام الجديد في تحقيق الديمقراطية محليا وبين الواقع الفعلي[2].

1- دور الاعلام الجديد في ممارسة الديمقراطية

لم يكن للإعلام الجديد انعكاسات على الجانب الواقعي فقط، بل تعدى ذلك ليطال الأمر المستوى المفاهيمي، حيث دفعت العلاقة بين الإعلام الجديد والسياسة إلى إعادة تشكيل وطرح الكثير من المفاهيم مثل الخصوصية والعدالة الاجتماعية وقضية الملكية الفكرية، إضافة إلى الديمقراطية نظريا وتطبيقيا، خاصة بعد ولوج الفضاء الحر وبروز ممارسات جديدة للديمقراطية[3].

تشهد الأنظمة السياسية اليوم تحولا تدريجيا إلى الديمقراطية القائمة على المشاركة كبديل للديمقراطية النيابية التقليدية، وهذا بفعل الإعلام الجديد، إضافة إلى دور هذا الأخير في الممارسة السياسية، كاستضافة المرشحين للانتخابات، وتبني عمليات الحشد والتعبئة السياسية، وبسط الطريق أمام الحكومات من أجل أداء وظائفها، ناهيك عن معالجة مختلف

[1]Vedel, Thierry. **«Internet et les pratiques politiques.»** InLa Communication politique : état des savoirs,enjeux et pers pectives, ed. Anne-Marie Gingras, Sainte-Foy: Presses de l'université du Québec, 2003, p189-214

[2] - CORBINEAU (B.), LOISEAU (G.), WOJCIK (S.), 2003, « **L'invariance de la démocratie électronique municipale française** », in Jauréguiberry (F.), Proulx (S.), dir., Internet, un nouvel espace citoyen ?, Paris, L'Harmattan, p81- 106.

[3]- نبيل علي، **محورية الثقافة في مجتمع المعرفة**، في كتاب: الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، كتاب العربي، وزارة الإعلام، الكويت، ج1، 2010م، ص25.

القضايا المحلية والإقليمية والدولية، في ظل ما يسمى بدبلوماسية الإعلام الإلكتروني[1]، فالعملية الإعلامية لم تعد حكرا على هيئة بعينها تتولى نشر المعلومات وتناولها بالطريقة التي تخدم مصالحها، وإنما باتت أكثر ديمقراطية ومتاحة للجميع سواء بالنقد والتعديل أو القبول والرفض.[2]

ذهب باحثون آخرون أمثال ميشيل سينيكال إلى أن تطور العملية الإعلامية وزيادة مساحة التفاعل فيها لا يؤديان بالضرورة إلى نجاح الديمقراطية، حيث يرى بأن مفهوم التفاعلية هنا ارتبط بخطابات رجال الإعلام والسياسيين حين ستخدمون الطرق الإلكترونية، وهدفهم حسبه هو الترويج لمشاريع تجارية وسياسية تحت غطاء التقدم الإعلامي[3]، يجعل هذا من عملية تدويل الإعلام غير مشروط بأن يتبع بالتفاعل وتطوير العملية الديمقراطية، ويكف دليلا أن هناك الكثير من الإمبراطوريات الإعلامية هي ملك رجال أعمال وحكومات ديكتاتورية، فتطور الإعلام بالنسبة لهم يقتصر فقط على التقدم التقني للأساليب المستخدمة، بعيدا عن النضج الحقيقي للديمقراطية السياسية والثقافية[4].

في مرحلة ما لم يعد الأمر متعلقا بمجرد عدم نجاح الديمقراطية في ظلّ الإعلام الجديد، بل امتد لابتكار مصطلحات تصف الظاهرة العكسية مثل" اللاديمقراطية الإلكترونية" ممثلة في الولايات المتحدة الإلكترونية، حيث تحتكر كل ما يتعلق بتكنولوجيات الحاسوب والانترنت، ونذكر هنا مايكروسوفت وغوغل وغيرها، فكلها تمارس سيطرة على عالم الانترنت سواء من ناحية الأجهزة أو البرمجيات، فهي بطريقة غير مباشرة تسيطر على تفكير الإنسان في المجتمعات الجديدة وتحول الفرد العادي إلى رقمي، بتوجه أمريكي أحادي، وغير متوازن بين مجموعة من الدول.[5]

---

[1]– محمود علم الدين، **ثورة المعلومات ووسائل الاتصال: التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال دراسة وصفية**، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، العدد123، 1996م، ص111.

[2]– أحمد أبو زيد، **التكنولوجيا الرقمية والاعلام الجديد**، مجلة العربي، عدد577، ديسمبر، 2006م، ص ص142–147.

[3]– محمد شكري سلام، **ثورة الاتصال والإعلام من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا**، لبنان، مجلة عالم الفكر ع1، م32، 2003 م، ص .84

[4]– المرجع نفسه، ص 85.

[5]– محمد علي رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، عدد 347 ، 2002م، ص 199

هناك العديد من الدراسات المفسرة للعلاقة بين وسائل الإعلام والديمقراطية، تناولت في مجملها ثلاثة اتجاهات كالتالي[1]:

أ- الاتجاه الأول:

يقوم على تزكية دور وسائل الإعلام في عملية التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي، حيث يعتبر الباحثون في هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام هي من الأعمدة الرئيسية لقيام الديمقراطية[2]، وربما يرجع هذا نتيجة للطرح التاريخي الذي تزامن فيه انتشار وسائل الاعلام من الصحف والإذاعات والتلفزيون مع انتشار الديمقراطية في أمريكا وأوروبا، وقد وجد جوزيف باست Josef Paset في بحوثه أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى حرية وسائل الإعلام وعمليات التحول الديمقراطي، وفي سياق أخر طرحت دراسة كاترين فولتمر Katrin Voltmer[3] العلاقة بين وسائل الإعلام ونشر الديمقراطية خاصة في مراحل الانتقال السياسي، حيث تعمل على تشكيل سياق التحول في كافة المناحي السياسية والاجتماعية إضافة إلى إصلاحها لعملية المشاركة وفرض قنوات مختلفة للآراء والاتجاهات[4].

على الرغم من أن وسائل الإعلام قد ساهمت في عملية التحول الديمقراطي عن طريق ضربها لمصداقية الأنظمة غير الديمقراطية، وطرح البدائل السياسية وتنشئة النخبة والجماهير على مبادئ الديمقراطية الحديثة، إلا أنها في أحيان أخرى ساعدت النخبة على البقاء في ظل الأنظمة السلطوية ولو على المدى القصير[5].

ب- الاتجاه الثاني:

يقوم على نقد وسائل الإعلام والتشكيك في قدرتها على التحول الديمقراطي، فمن وجهة نظرهم لا توجد علاقة بين حرية وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي، فالقاسم المشترك بين مؤيدي هذا الاتجاه هو عدم وجود مرجعية فكرية مشتركة بينهم، حيث يستند جزء منهم إلى

---

[1] -Goran Hyden and Charles Okigbo, **« The media and the tow waves of democracy»**,In Goran Hyden, Michael Leslie, and Flou F,Obundiumu eds,Media and Democracy in Africa, Uppsala : Nordiska Afrikainstutet,2002,pp29-50

[2]- صفوت العالم، **دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي: مصر نموذجا**، مركز الجزيرة للدراسات، 2013، ص3

[3] -Katrin voltmer, **«Mass media and Political Communication in new democracy»**, London, Routledge-ECPR Studies in European Political Science,2006,pp235-253

[4] - James curron, **« Mass Media and democracy revisited»**, in James Curron and Michael, Gurevitch, Mass Media and Society, London, Edward Arnold,1996, pp 81-104

[5] - Richard Gunther,Anthiny Mughan, **« The Political Impact of The Media : reassessment»**,in - Richard Gunther and Anthiny Mughan,Democracy and Media, Cambridge University Press, 2000, pp 402-447

النظريات الثقافية التأويلية التي ترجح وقوف وسائل الإعلام إلى جانب صف الأنظمة ضد المجتمع، وتساهم في تقوية هذه السلطة واتساع نفوذها لخدمة فئات خاصة مستفيدة دون غيرها، كما أن هذه الأنظمة أيضا تسعى من خلال نخبها الحاكمة إلى التحكم في وسائل الإعلام والسيطرة على قنوات تدفق المعلومات السياسية للرأي العام، وهذا حسبهم يحدث بالطريقة ذاتها سواء في الأنظمة الديمقراطية أو التي تعيش مرحلة انتقالية، عن طريق كافة أشكال الرقابة القبلية والبعدية[1]، يذهب أصحاب هذا الطرح إلى أبعد من هذا حيث يرون احتمال وجود علاقة سلبية بين وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي، بحجة أن حرية الإعلام ستكون العائق الأول أمام الديمقراطية لأنها ستكرس لأراء كثيرة دون الوصول إلى رأي مشترك، وهذا لا يخدم التحول الديمقراطي[2].

ت- الاتجاه الثالث:

وهي نظرة محايدة تسند للإعلام أدوارا محددة في عملية التحول الديمقراطي، بدعوى أن وسائل الإعلام لا تسهم آليا في كبح الأنظمة السلطوية وعرقلة أدائها، مع دعم بقاء الوضع القائم والأخذ بعين الاعتبار أن إصلاح منظومة وسائل الإعلام ذاتها هو هدف ومرحلة بحد ذاته من مراحل التحول الديمقراطي، ففي مراحل الانتقال تكون الفرص متساوية لتبادل الأدوار واحتمال انتكاس النظام الجديد نحو السلطوية وارد بقوة، وبالتالي وضع يده مرة أخرى على وسائل الإعلام وبطرق مختلفة، ويعتبر هذا تحديا لوسائل الإعلام لإثبات أنها قادرة فعلا على ممارسة دورها تجاه المجتمع وكذا إثبات مدى نضجها إعلاميا[3].

---

[1] - Richard Gunther,Anthiny Mughan,2000,op cit , pp 402-447

[2] - Patrick J . McConnell, and Lee B. Becker **, « The role of the Media in Democratization »,** Paper presented to the Political Communication Section of the intemational Association for Media and Communication Research at the Barcelona Conference, July 2002 . Retrieved 05/11/2015 from: http://www.grady.uga.edu/coxcenter/activities/act_2001_to_2002/materials01-02/democratizationiamcrjuly2002.pdf

[3] - Krishna Kumar, **«Promoting Independent Media : Strategie for democray Assistance»**, CBoulder : Lymne rienner, 2006,p217

2- وظائف الإعلام الديمقراطية

إن الوظائف الأساسية الداعمة لممارسة الديمقراطية حسب Jennings and Thompson تتمثل في[1]:

- ✓ ضمان الحق في المعرفة عن طريق تنويع مصادر الأخبار وتحليلها وتفسيرها، وعرض جميع أوجه النظر حول القضايا.
- ✓ ضمان فعالية ديمقراطية الاتصال عن طريق فتح المجال للطرفين للتعبير سواء الأطياف السياسية أو أراء الجمهور.
- ✓ ضمان تحقيق المشاركة السياسية، وذلك بتوفير كافة المعلومات التي تؤهل الأفراد لاتخاذ قرارات صائبة حول اتجاهاتهم الفكرية والسياسية.
- ✓ ممارسة الدور النقدي لحماية مصالح المجتمع، عن طريق كشف الفساد والانحراف ضمن مؤسسات السلطة.
- ✓ التأثير في الرأي العام، هذا الأخير الذي لا يتحكم فيما يقدم له بقدر ما يستجيب ويتفاعل مع المضامين التي يتلقاها.

لقد وضع دونهو[2] وباحثون آخرون تصنيفا لوظائف وسائل الإعلام في إطار علاقتها بالديمقراطية على النحو التالي:

أ- **وظيفة المراقبة:** تلعب وسائل الإعلام هنا دور المراقب لصالح المجتمع من اجل حمايته من الفساد، من خلال رصد كافة المؤسسات الاجتماعية والسياسية ذات التأثير داخل المجتمع، خاصة من يستغلون صلاحياتهم الرسمية لمآربهم الخاصة، أيضا تقوم بإثارة القضايا ذات الوزن، ويمارس هذا الدور غالبا وسائل الإعلام المستقلة.

[1]- صفوت العالم، **دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي: مصر نموذجا**، مرجع سب ذكره، ص 4-5، وللمزيد من التفاصيل أنظر:

-Jenning Bryant,Susan Thompson, **«Fundamentals of Media effects»**,New York,Mc Grew Hill,2002, pp307-309

[2]- Donohue George,Philip Tichenor and Clarice Olien, **«A Guard Dog Perspective on the Role of Media»**, Journal of Communication,Vol 45,No2,1995,pp32-115

ب- **وظيفة الحراسة:** وتعتبر ممارسة وسائل الإعلام في هذه الحالة انتقائية، حيث تعمل على حراسة المؤسسات ذات النفوذ داخل المجتمع دون غيرها.

ت- **وظيفة المرشد:** من خلال تزويد المواطنين بالمعلومات عن السياسات القائمة وكذلك صانعي السياسات لاتخاذ قراراتهم وتقييم المسؤولين.

ث- **الوظيفة التابعة:** وتعمل هنا فقط على نقل ما تريده المؤسسات الاجتماعية والسياسية للجمهور دون توجيه أي نقد أو مساءلة حول طبيعة السياسات القائمة، فهي بهذه الطريقة غير مستقلة وتابعة أيديولوجيا للنظام، ولا تقوم على تغطية ردود أفعال الجماهير تجاه الحاكمين والمسؤولين.

ج-**الوظيفة القيادية:** وتمارس وسائل الإعلام هنا دورا أساسيا في ترتيب الأولويات على الساحة السياسية قبل تقديمها للجمهور، وتدفع برجال السياسة لمتابعة هذه القضايا التي حددتها كأولوية[1]

مما سبق يمكن القول بأنه لنجاح وسائل الإعلام في ممارسة دورها الديمقراطي لابد من توافر جملة من الشروط [2]:

- ✓ إن الحياة الاجتماعية والسياسية تفرض وجود اتجاهات مختلفة داخل المجتمع، في الأهداف والسياسات والأيديولوجيات، لذلك فمهمة وسائل الإعلام في عكس المجتمع بهذا التنوع تقتضي بها ضمان إتاحة الفرصة لجميع الاتجاهات دون ممارسة أي نوع من الاحتكار من قبل الأفراد أو الجماعات المسيطرة، الأمر الذي يعيق ممارستها لوظائفها الديمقراطية.
- ✓ توفير الإحساس بالحماية لدى الجمهور من خلال ممارستها لدورها الرقابي تجاه السلطة والمجتمع على حد السواء والحرص على توفير المعلومات لهم.
- ✓ ممارسة وظائفها بغية تحقيق الوحدة الاجتماعية من خلال خلق ثقافة مشتركة تساعد على تبني قرارات تصب في خدمة الصالح العام.

[1] - Ellis Krauss and Priscilla Lambert,**«The Press and Japans Attempts at Political and Administrative Reform»**,Havard International Journal of Press and Politics,Vol7,No1,2002,p72

[2] - Jurgen Habermas, **«Structural Transformation of the Public Sphere»**, Combridge,MA : MIT Press,1989,pp171-179

يرتبط دور وسائل الإعلام في دعم الديمقراطية أساسا بفلسفة الأنظمة السياسة القائمة، ومكانتها داخل البناء الاجتماعي، وكذلك بمدى توافر مجموعة من الحقوق المتبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام، من إلغاء كل القيود التي تحول من الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها وإتاحة المناقشة الحرة كمرحلة سابقة للمشاركة الفعالة للمواطنين، والشيء الأهم هو ضمان الاستقلالية عن السلطة بالنسبة لوسائل الإعلام ليتسنى لها تمثيل الجمهور بصفة صحيحة، وتحديد أولوياته وفقا لاهتمامه وليس العكس[1].

2.3.3 شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير السياسي

1- الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

لقد أنتجت شبكات التواصل الاجتماعي نمطا إعلاميا يختلف جذريا عن سابقه التقليدي، ليس فقط على مستوى الخصائص من تفاعل وآنية في نقل الخبر مدعما بالصور الحية ومن مكان حدوثه[2]، بل يتعدى ذلك لابتكار آليات للطرح حيث باتت تمتلك سلطة تؤهلها لتأدية دور بارز في رسم السياسيات المحلية والإقليمية والدولية، حيث أصبحت جزءا رئيسيا من العملية السياسية، أثبتت توفقها على الإعلام الفضائي في النقل المباشر للوقائع والأحداث[3].

ساهمت سرعة انتشار المعلومات والأخبار وقلة تكاليفها وبساطة التواصل، في زيادة الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها مصدرا أساسيا للأخبار، كما جعلها وسيطا عمليا في تحقيق الأهداف ومناصرة مختلف القضايا وتشكيل مجموعات الضغط في وقت قياسي[4]، وهذا ما يؤكد عليه الخبراء في مجال الإعلام الجديد والتقنيات الحديثة حيث يعتبرون

---

[1] -Douglas Kellner, «**The Media and Crisis of democracy in the age of Bush2**»,Communication and Critical/Cultural Studies,Vol1,No1,March 2004,p32-33

[2]- عبد الله الرعود، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين**،(رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن ، 2011/2012م، ص44.

[3]- موسى جاسر، ناصر مهدي، **دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني**، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2010م، ج12، ع2، ص152.

[4]- سمر الدريملي، **أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين**، (رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الأزهر، غزة فلسطين، 2013م، ص49.

أن شبكات التواصل الاجتماعي يزداد تأثيرها بطريقة متسارعة، والدليل على ذلك ما حصل من تعبئة للشعوب ودفعهم للمشاركة في الحياة العامة والسياسية[1].

إن المعادلة التي شهدتها الساحة العربية في السنوات الأخيرة توضح بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت الوسيلة الأساسية في انطلاق موجة الاحتجاجات في مختلف القضايا السياسية، فلجأ الأفراد إلى تنظيم أنفسهم وتنسيق أفكارهم وإيصالها بعيدا عن الرقابة والملاحقات الأمنية، فعملوا على تتبع ونشر ممارسات الأنظمة الحاكمة الحاكمة مقاومة بذلك التعتيم الذي كان ممارسا من قبل السلطة ودفعت بالشباب إلى بداية تشكيل وعي سياسي حقيقي[2]، وقد تغذى هذا الدور بعجز الأنظمة والأحزاب السياسية وأغلب ممثلي المجتمع المدني عن أداء أدوارهم نتيجة للتضييق الممارس عليهم، ما دفعهم صوب الإعلام البديل لتحقيق مطالبهم[3].

برز ما يسمى بالمواطن الإعلامي الذي يقوم بالتصوير والتوثيق بالفيديو والصور لشهادات عامة الناس، عن طريق آلات التصوير أو بواسطة الهواتف المحمولة، ومشاركتها فوريا على شبكات التواصل الاجتماعي، ما دفع بكبريات المؤسسات الإعلامية أمثال CNN و BBC وغيرها إلى اللجوء للمعلومات والفيديوهات المتداولة على هذه الشبكات، وتخصص فقرات يكون المواطن فيها هو الصحفي وصاحب التغطية، من هنا فللإعلام الاجتماعي دور كبير في التأثير على الحياة السياسية، ليس في المجتمعات العربية فحسب، فهذه المنظومة الإعلامية الجديدة ساعدت في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الوعي الاجتماعي والسياسي[4].

---

[1]– رائد نعيرات، **تأثير الإعلام المجتمعي في تشكيل الرأي العام : وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع**، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2014م، ص152.

[2]– طاهر ابو زيد، **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية**، (رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الازهر، غزة ، فلسطين، سبتمبر 2012م، ص54.

[3]– بشرى الراوي، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، كلية الإعلام، ع18، 2012م، ص101.

[4]– انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، **الإعلام الجديد**، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011م، ص57 .

2-الخصائص السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي

- ✓ إتاحة الفرصة للأفراد لإنتاج المضامين السياسية ونشرها وتداولها، مستفيدين من خصائص الهواتف المحمولة من تصوير وتشبيك مستمر على الانترنت، إضافة لمختلف التطبيقات المتاحة.
- ✓ تأصيل مبدأ الفردية في المشاركة انطلاقا من القناعات الشخصية للأفراد، دون تقييد بتوجهات الوسائل الإعلامية
- ✓ قدرة الأفراد على المشاركة السياسية في الزمان والمكان الذي يحددونه تبعا للأحداث ولأماكن تواجدهم آنذاك، ما يعط أسبقية السبق الصحفي لهم.
- ✓ تلجأ العديد من الدول الديمقراطية المتطورة إلى توظيف التصويت الإلكتروني، وتفعيل الحوار بين الناخبين وممثليهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى إجراء الاستطلاعات الإلكترونية للرأي وإنشاء تحالفات سياسية إلكترونيا.
- ✓ تساهم شبكات التواصل في نقد السياسات الحكومية وأداء الجهاز الحكومي، من وزراء ونواب من خلال نشر كل ما هو متعلق بهم، خاصة الجزء الذي لا يودون نشره، فهو الذي يثير شهية المعارضة والمواطنين العاديين.
- ✓ سرعة الانتشار والتكلفة الرخيصة تعتبر عوامل مساعدة ومشجعة للأفراد سواء للإنتاج أو الوصول للمضامين السياسية عبر الشبكات.
- ✓ تتيح فرصا أكبر للتمكين السياسي، فهي تؤدي دورا مفصليا من خلال التحفيز السياسي وزيادة ميل الأفراد للتعبير عن آرائهم، من خلال بناء علاقات ما يدعى بالتشبيك[1]، فالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ويعبر من خلالها تعتبر الجماعة المرجعية الداعمة لرأيه، حتى لو كان يحتسب ضمن رأي الأقلية، كما تزداد ثقة الفرد وحريته في التعبير عن رأيه كلما كان عدد أصدقائه ضمن هذه الشبكات والمجموعات أكبر[2].

[1]- Fei Shen et all, **Online Network Size, Efficacy, and Opinion Expression: Assessing the Impacts of Internet Use in China**, International Journal of Public Opinion Research,Vol21,No4, December 2009,pp451-476

[2] - Kurt_Neuwirth, **Peer and Social Influence on Opinion Expression : Combining the Theories of Planned Behavior and the Spiral of Silence**, Communication Research, Vol31, No6, December 2004, pp 669-703

3- معوقات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية

إن الحرية الظاهرية في التعبير من خلال الإعلام الجديد بمختلف قنواته، من شبكات اجتماعية ومواقع اخبارية وغيرها، لا يمكن قياس نجاعتها إلا من خلال حجم المشاركة السياسية الفعلية على أرض الواقع، هذه الأخيرة التي تظل ضعيفة إلى حد كبير في المنطقة العربية عموما وفي الجزائر خاصة، وذلك لجملة من الأسباب والمعوقات نناقشها على النحو التالي:

- ❖ غياب أهداف سياسية واضحة محددة سواء من جهة النظام أو من جهة الأفراد، ما يعيق تشكل رأي عام حقيقي حول القضايا السياسية والاجتماعية محل الاهتمام.
- ❖ لا تكف الأهداف لوحدها لتفعيل المشاركة السياسية من خلال الإعلام الجديد، بل يجب توفر قدرة لدى الأفراد على التأثير والضغط على النظام السياسي وتحقيق استجابات ملموسة وهذا يشكل تحدي حقيقي في ظل الأنظمة السلطوية، مما يقلل من فرص تحقيق مكاسب سياسية ملموسة تتعدى نطاق العالم الافتراضي.
- ❖ يتميز الطابع التنظيمي لشبكات التواصل الاجتماعي بالفوضى والارتجالية وعدم وجود قوانين محددة لآلية العمل فيه، خاصة وأن الجانب الأكبر منه اليوم أصبح يعتمد على إعلام المواطن، وإن كانت هناك بعض المحاولات المنسقة والمنظمة، ولكن تظل غير كافية لاتخاذ قرارات مصيرية ووضع سياسات يمكن الاعتماد عليها، ما يجعل حجم المشاركة الافتراضية غير ذات جدوى وليس لها تأثير حقيقي في المجال السياسي[1]، ما يتطلب عدم الإفراط في تعظيم دور الإعلام الجديد في تمكين المواطن سياسيا[2].
- ❖ لا زالت المشاركة السياسية في المجتمعات السلطوية أو الديمقراطية حديثة العهد، قاصرة، من ناحية نضج التجربة مع الاعلام الجديد من ناحية، والتكوين السياسي

[1]-Susanne In Der Smitien, **«Political and Capabilities of Online Communities»**,Germen Policy Studies,Vol4,No4,2008,p51

[2] - boyd, danah (2008). **«Can Social Network Sites Enable Political Action?** » In Allison Fine, Micah Sifry, Andrew Rasiej and Josh Levy (Eds.) Rebooting America. Creative Commons.p 112-116.

لمؤسسات الدولة وفق ما تمليه أبجديات الديمقراطية من ناحية أخرى، الأمر الذي يعود بالسلب على فرص التفاعل والمشاركة السياسية[1].

- ❖ تفرض الأنظمة السلطوية قيودا وشروطا كثيرة على مواطنيها لممارسة مشاركة سياسية حقيقية، خاصة التي تنشأ ضمن الإعلام الجديد وتريد الخروج للواقع في شكل مطالب أو مظاهرات أو احتجاجات وغيرها من اشكال التعبير، ولا تقف الأنظمة عند حصار الحيز المكاني الخارجي بل تعمد من خلال الصلاحيات المتاحة لها، على متابعة نقاط التأثير ضمن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية وتضييق الخناق عليها ومتابعة أصحابها قضائيا، واللجوء إلى الطرق القانونية لإيقافها، ما يعزز الميل للعزوف السياسي مع مرور الوقت.
- ❖ على الرغم من تزايد عدد الإئتلافات والجماعات الضاغطة الافتراضية ومحاولتها اختراق الرأي العام وكسب تأييده بما تقدمه من معلومات حصرية حول آداء الحكومة والسياسيين ورجال الأعمال، إلا أنه لا توجد دراسات تثبت العلاقة بين النشاط الافتراضي مباشرة بالمشاركة الفعلية في الواقع[2] .
- ❖ إن انتشار وفعالية وسائل الإعلام الجديد لم تقف عائقا أمام الاعلام التقليدي للمارسة كافة وظائفه المعتادة، فالفضائيات التلفزيونية اليوم بما تمتلكه من شبكات اخبارية محلية ووطنية ودولية، العمومية منها والخاصة لازال لها تأثير قوي على تشكيل وتغيير الرأي العام، خاصة في المجتمعات التي تنتشر فيها الأمية، وبالتالي يبقى الرهان قائما على شريحة كبيرة من المجتمع لا تستخدم الاعلام الجديد.
- ❖ تستخدم المعارضة بمختلف أشكالها وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافها وإثبات وجودها ضمن المعركة السياسية سواء تعلق الأمر بالمعارضة المهيكلة أو المعارضة الافتراضية والممثلة في مجموعات وصفحات ومواقع انترنت، لكن يظل الاعلام

[1]- P.B. Brandtzaeg and J. Heim, **«Why People Use Social Networking Sites**,» in: A. Ant Ozok and Panayiotis Zaphiris, Eds., Online Communities and Social Computing: Third International Conference,OCSC 2009, San Diego, CA. USA, July 19-24, (New York: Springer, 2009), pp. 143-152.

[2] Wael Salah Fahmi, **« Bloggers' Street Movement and the Right to the City. (Re)Claiming Cairo's Real and Virtual «Spaces of Freedom»,** Environment and Urbanization, vol. 21, no. I (April2009), pp. 89-107.

التقليدي من تلفزيون وإذاعة وصحف يقتصر في التغطية على المهيكلة منها مثل متابعة ونشر جديد صفحات الأحزاب السياسية والمعارضة ومواقعهم، دون التطرق لتغطية ونقل ما يتداوله الناشطون السياسيون غير المهيكلين، الذين يتواجدون بأسماء وصفحات ومواقع إخبارية مستقلة، ولا يقتصر هذا التعتيم عنهم ضمن الوسائل الثقيلة على الرسمية منها بل حتى الخاصة تنتهج المعادلة ذاتها.

- ❖ هناك ممارسات إعلامية تتخذ أنماطا مختلفة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي في شكل حملة متواصلة تعتمد على التأثير بعيد المدى، بحيث تعمل على تقديم صورة نمطية سيئة وسلبية عن الناشطين السياسيين في المجال الافتراضي[1]، وإغراق المستخدمين بسيناريوهات مختلفة بين التخويف والمؤامرة الخارجية تارة، والتشكيك في مصداقيتهم تارة أخرى، والتحذير من أن اتباعهم سيؤدي إلى انزلاقات وغيرها من أساليب كبح المشاركة السياسية.
- ❖ حرب المعارضة فيما بينهم وخاصة الافتراضية منها في الجزائر خاصة نشهد فيها تلاسنا واضحا، وتبادل للنعوت السلبية ما يعط صورة لا تشجع على الانخراط معهم خاصة من قبل مستخدمي هذه الفضاءات.
- ❖ إن التوظيف الصحيح للإعلام الجديد من أجل تحقيق مشاركة سياسية فعالة، يستدعي ضرورة إلمام المستخدم بالمهارات اللازمة للتعامل مع هذه الشبكات إضافة إلى إلزامية أن يتوافر لدى الفرد درجة من الاهتمام السياسي ومعدل مقبول من الكفاءة السياسية يؤهله لممارسة النشاط السياسي من خلال الانترنت[2]، وهذا يعتبر مشكلا أساسيا في الجزائر ومختلف الدول التي يعاني أفرادها عموما ومستخدموا الشبكة خاصة عزوفا عن المجال السياسي لأسباب عديدة نفسية واقتصادية واجتماعية.
- ❖ إن تجارب التحول الديمقراطي التي تشهدها المنطقة العربية في السنوات القليلة الماضية، رسخت قيما لدى المواطن الجزائري تضاف لما عاشه إبان فترة التسعينيات(

[1] Douglas M. McLeod, **« Communicating Deviance: The Effects of Television News Coverage of Social Protest**,» Journal of Communication, val. 45 (1995), pp. 3·23.
[2] Corinna di Gennaro and William Dutton, **«The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom,»** Parliamentary Affairs, vol. 59, no. 2 (April 2006),pp. 299-313.

العشرية السوداء) مايجعل فئة كبيرة ممن يمتلكون القدرة على المشاركة السياسية حتى الافتراضين منهم، يقفون عند نقطة التعبير بحرية ضمن الاعلام الجديد دون المبادرة للخروج للواقع الفعلي أو حتى التفكير فيه، وذلك يرجع لمخاوف تتعلق بمواجهة النظام والاصطدام بالأجهزة الأمنية، وقد أثبت هذا دراسات عديدة أكدت أن الأسباب سابقة الذكر تؤدي إلى الانسحاب من المشاركة الفعالة في الحياة السياسية.[1]

- ❖ إن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر متحرر للمعلومات غير خاضع للرقابة الحكومية، لا يمكن النظر إليه فقط من ناحية الأدوار الإيجابية، بل هناك من المحاذير الكثيرة التي تشكل خطرا حقيقيا، فما ينشر ضمنها غير صادر عن مصادر متخصصة أو معروفة – في أغلب الأحيان– وبالنظر إلى طريقة تلقي المستخدمين للمعلومات نجد هناك اتجاه عام إلى عدم تبين وتحري مصداقية المعلومات المتاحة، والتي يمكن أن تتضمن عددا كبيرا من المغالطات والإشاعات التي تؤدي إلى انزلاقات خطيرة اجتماعية وسياسية.
- ❖ شاع لفترة من الزمن الحديث عما يسمى بالفجوة الرقمية للدلالة على القطيعة بين من يملك ومن لا يملك الفرصة للوصول للإنترنت، لكن اليوم بما آلت إليه شبكة الانترنت من انتشار وإتاحة بحيث أصبحت هذه الفجوة شبه منعدمة، تزامن ذلك مع ظهور مفهوم جديد يتعلق بفجوة المشاركة، لقياس مدى قدرة الأفراد في التأثير على السياسات عموما من خلال استخدام الانترنت وشبكات التواصل بالقدر ذاته، خاصة إذا ما تعلق بالتأثير السياسي خارج العالم الافتراضي[2].
- ❖ من العوائق الأساسية التي تواجه افتراض العلاقة الإيجابية بين وسائل الإعلام الجديد والمشاركة السياسية الفعالة في الواقع وإحداث تغيير سياسي حقيقي هي ما يسمى بمعضلة العمل الجماعي، الذي طرح المفكرون مفهوما مواجها له وهو رأس المال

[1] Lars Willnat, Waipeng Lee and Benjamin H. Detenber, **«ndividual-Level Predictors of Public Outspokenness: A Test of Spiral of Silence Theory in Singapore»,** International Journal of Public Opinion Research, vol. 14, no. 4 (2002), pp. 391-412.

[2] -Cindy Royal,User-Generated Content : **How Social Networking Translate to Social Capital»**,Paper presented at The Annual Meeting of The Association for Education in Journalism and Mass Communication,Marriott Dountown,Chicago,IL,2008p27

الاجتماعي الذي يشير إلى مستوى الثقة بين الأفراد في ظل العلاقات التي تنشأ بينهم، لكن يظل الحكم على مدى وسائل الاعلام في بناء وتعزيز رأس المال الاجتماعي في إطار الدراسة وغير مثبت علميا[1]، إلا فيما يتعلق ببعض الدراسات التي أجريت في مجتمعات ديمقراطية بمستوى واضح من حرية التعبير.

إن الفصل بين الجانب الاجتماعي والسياسي بات أمرا صعبا اليوم لما هناك من تداخل في علاقات التأثير بينهما، لذلك لا يمكن إهمال دور شبكات التواصل الاجتماعي على هذا الصعيد وإسهامها في تطور الوضع الاجتماعي، متجاوزة القوالب الجامدة تدريجيا ضمن العلاقات الاجتماعية السائدة دون إحداث فجوة من شأنها خلخلة البنية الاجتماعية[2]، تمهيدا لأفراد يمكنهم تبني توجهات سياسية ناضجة، فالتطور الذي حدث بسبب هذه الشبكات ليس إعلاميا فقط، بل يمس بالدرجة الأولى حياة الافراد على المستويات الشخصية والاجتماعية والسياسية، كذلك فتحت الباب أمام التنظيمات والتجمعات المختلفة للتعبير بحرية[3]، الأمر الذي جعل من الشأن السياسي عاما يقوم بممارسته مختلف الأفراد غير محتكر على فئة دون غيرها، لما لهذه الشبكات من قدرة على تشجيع غير الفاعلين والناشطين سياسيا على المشاركة تدريجيا، مما خلق نوعا من المساواة الاتصالية داخل المجتمع[4].

---

[1] - Paul S Alder and Seok-Woo Kwon, **«Social Capital :Prospect for a New Concept»**,Academy of Management Review,Vol27,No1,2002,p23

[2]– نرمين زكريا، **الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية**، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، فبراير2009م، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص935.

[3]– أشرف جلال حسين، **أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية**، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، فبراير2009م، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 478–479.

[4]– محمود حمدي عبد القوي، **دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب**، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009م، ص152.

3.3.3 الأدوار السياسية لإعلام المواطن:

1-مدخل لإعلام المواطن

أ- دوليا:

لقد غير الإعلام الجديد جذريا من عادات المستخدمين وبخاصة فئة الشباب، الذي تمكن من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية من التحكم في المضامين المنشورة على قدر كبير من الحرية، عوض الاكتفاء بما تقدمه شبكة الانترنت من مضامين[1]، إن الحديث عن مستخدمي الاعلام الجديد ليس بالسهولة كما كان الأمر مع الصحافة المكتوبة والرّاديو والتلفزيون، فلا يمكن اعتبار المستخدم متلقيا ببساطة لأن التعامل مع الوسائط الجديدة يستدعي نمطا حركيا ديناميكيا تتدخل فيه عوامل كثيرة، التي مكنت في النهاية من بروز ممارس جديد للاعلام ليس صحفيا، استفاد من الإمكانيات المتاحة للإنتاج والتوثيق والنشر.

برز مفهوم صحافة المواطن كشكل جديد ظهر موازيا للأنماط الصحفية المهنية وقد تم الاصطلاح حول هذا المفهوم بأكثر من مصطلح مثل الإعلام البديل، الصحافة الشعبية، الصحافة التشاركية، الاعلام الديمقراطي، ورغم حداثة هذا المفهوم إلا أن هناك من الباحثين من يرى بأن جذور صحافة المواطن تعود للقرن الماضي وبالضبط في الانتخابات الرئاسية للولايات المتحدة الأمريكية لعام 1988، حيث طرح عدد من الصحفيين جدلا حول مدى مصداقية تغطيتهم لهذا الحدث، النقاش ذاته امتد للشارع الأمريكي، أين تزامن مع أزمة فقدان المواطن الأمريكي للثقة بالإعلام وعزوفه عن السياسية[2]، ما استدعى قيام مجموعة من الصحفيين بتوظيف مواطنين يختارونهم من أجل رصد الآراء حول القضايا المختلفة، الأمر الذي وضع اللبنة الأولى في نشأة صحافة المواطن قبل انتشار الانترنت في تسعينات القرن الماضي.[3]

---

[1] - Park, Hyun Soon; Choi, Sejung Marina, **«Focus group interview: The internet as political campaign medium. »** Public Relations Quarterly, Winter 2002, Vol47 No4,pp36-41

[2] - Merritt, D. **« News Media Must Regain Vigor, Courage. »** Blog: PJNet Today, September 29, 2004. Retrieved 20 /02/2014 from http://pjnet.org/post/318/

[3]- جمال الزرن، **المتلقي عندما يصبح مرسلا: صحافة المواطن**، المجلة التونسية لعلوم الاتصال – تونس، عدد 51-52، 2009م، ص 9-29

يعتبر دان غيلمور Dan Gillmor* بأن صحافة المواطن أو الصحافة الشعبية كما اطلق عليها، هي ظاهرة قديمة مورست حتى قبل نشأة الولايات المتحدة الأمريكية، حين كان الناس يمارسون النقد للشأن العام[1]، ويبين في هذا السياق أن المطويات التي كان ينشرها طوماس باين قد قامت بتعبئة الناس حول الحرية والثورة آواخر القرن 18، التي انتهت بتعديل أول دستور يكفل حرية التعبير والصحافة في الو م أ، في مرحلة قادمة قام غيلمور بتبني مفهوم إعلام من أجل الترويج لأفكاره.

يوعز تيار آخر نشأة صحافة المواطن إلى بدايات القرن الواحد والعشرين أين شهدت المرحلة تسويق نوع من البرمجيات التجارية التي ظهر فيما بعد أن بها كثير من العيوب، الأمر الذي دفع بالمبرمجين الهواة إطلاق ما يسمى بالبرمجيات المفتوحة المصادر Open Source Software، على إثر هذه الظاهرة أطلق أندريو ليونارد Andrew Leonard 1999 مصطلح الإعلام مفتوح المصدر Open Source Journalism كمحاكات لسابقتها في البرمجيات وللدلالة على أن الإعلام المفتوح وصحافة المواطن تلعب دورا مكملا للصحافة التجارية[2].

ب-عربيا:

مقارنة بالدول الغربية تعد صحافة المواطن ظاهرة حديثة النشأة في العالم العربي، خاصة في الشق المتعلق باستخدام الإعلام الجديد، ولعل الحراك السياسي المتدفق في المنطقة كان من أهم العوامل التي أدت إلى تنشيط هذا النمط الإعلامي، وتزايد إقبال المستخدمين على شبكات التواصل الاجتماعي وممارستهم ومشاركتهم في صنع الخبر[3]، وهذا عن طريق التقاط الصور والفيديوهات وكتابة الموضوعات والتقارير، تصل أحيانا لمصاف السبق الذي تتهافت عليه

* مؤلف كتاب، WeThe Media Grassroot Journalism by The People for The People

[1]- ستيف كراوشو، جون جاكسون، ترجمة هالة سنو، توفيق زيتون، **حركات ثورية :قصص شعوب غيرت مصيرها**، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2012م.

[2]- نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، عدد265، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداء، 2012م.

[3]- جواد الخطيب، **شبان صغار يصبحون رموزا وطنية: الدخول إلى الصحافة من باب الثورة**، مقال في: القدس العربي، 2012/02/16م. متاح على الرابط: http://www.alqudsalarabi.info/index.asp?fname=data%5C2012%5C02%5C02-16%5C16qpt889.htm بتاريخ: 15 جانفي 2014م

مختلف وسائل الإعلام التقليدية لتغطيته ونقله، والجدير بالذكر أن هذه العملية لا تعتمد دائما على الرصد بل هناك قطاع كبير يكون في موقع الحدث صدفة أو بالتوقيت الملائم[1].

ارتبطت ممارسة صحافة المواطن في العالم العربي بالشق السياسي أكثر، فكانت التدوينات ومشاركة الفيديو والصور في بداياتها يطغى عليها فضح الممارسات والانتهاكات من طرف القوات النظامية في حق المواطنين، ما مكنهم من تدويل كثير من القضايا الداخلية وإعطائها بعدا دوليا وصفة حقوق الانسان في لحظات معدودة، من خلال الفيسبوك واليوتيوب وغيرهم[2]، لكن تفرد إعلام المواطن بالسبق لا يكتف بإضفاء صفة المهنية والاحترافية عليه، فهو يبقى إلى حد بعيد ارتجاليا لا يخضع لضوابط فنية مدروسة، ما دفع بكثير من المؤسسات الصحفية الكبرى والمنظمات الحقوقية إلى تنظيم دورات تدريبية للمواطنين لتلقينهم المبادئ الأساسية لصقل موهبتهم، و تخصيص أغلب المواقع والشبكات لفضاءات للمواطنين للمشاركة بأعمالهم الصحفية سواء تقارير أو مقالات أو غيرها، مع توفير الحماية القانونية لهم[3].

إن تواجد المواطن بين نمطي إعلام أحدهما يتعلق بالتغطيات الرسمية التي قد لا تتوفر على جوانب الحقيقة، والآخر تغطيات حية غير ملتزمة مهنيا ولكنها بالنسبة للمواطنين اكثر مصداقية وعمقا[4]، لقد دفع إعلام المواطن بالإعلام التقليدي إلى اقتناص كل فرص التقارب منه، لعلمه بأنه يشكل تهديدا حقيقيا، ما انعكس في جزء منه على قطاع كبير من الإعلام الخاص الذي أصبح يبادر إلى كشف كثير من الحقائق كان يتجنب نشرها سابقا لتنفيذ أجندات معينة، مما يمكن القول أن إعلام المواطن زاد من مساحة الحرية ليس فقط له بل حتى في باق المؤسسات التي باتت تدرك بأنه لا جدوى من إخفاء الحقائق وتعتيمها، وإن كان هذا التحرر في هذه المؤسسات يبقى ضيقا، إلا أنّه هناك تناغم بين كليهما بطرق مختلفة[5].

---

[1] -Allan Stuart, Einar Thorsen, **«Citizen Journalism : Global Perspectives»** ,New York,Peter Lang Publishing,2009,p118

[2]– مجدي طه، **قراءة في أحداث العام 2011**، مركز الدراسات المعاصرة، 2012/01/10 متاح بتاريخ: 22 جانفي 2014م على الرابط: http://derasat.ara-star.com/full.php?ID=362#.V7Sy_SCF7IV

[3]– للمزيد أنظر: مطر منى، **الانتفاضة السورية من الألف إلى الياء**، ط2، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2012م.

[4]– للمزيد أنظر: فتحي حسين عامر، **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك**، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011م.

[5]– للمزيد أنظر: السيد عمر، **البحث الإعلامي**، عمان ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008م.

لقد كان إعلام المواطن في السابق محصورا في رجع الصدى المتاح ضمن المواقع والشبكات في شكل تعليقات ورسائل إلكترونية وغيرها[1]، ثم انتقلت لمرحلة شهدت تحررا نسبيا من خلال ساحات المنتديات إلى غاية ظهور الشبكات الاجتماعية مواقع الفيديو وغيرها من الساحات التي تضمن حرية مطلقة بالنسبة للمستخدم[2] .

2-تقسيمات إعلام المواطن:

إن الكلام عن تقسيم علمي واضح لإعلام المواطن لا زال أمرا باكر لطبيعة الظاهرة، وحداثة مفاهيمها ولاعتبارها تخطو خطواتها الأولى نحو التأصيل العلمي، لكن يمكن التطرق إلى أبرز التصنيفات التي تناولها باحثون في هذا المجال كما يلي:

أ- التقسيم الزمني لكريس أنديرسون Chris Anderson[3] :

لقد تناول كريس أندرسون تصنيفا زمنيا للإعلام الجديد عن طريق تتبع تطوره في كل مرحلة وقد توصل إلى أن إعلام المواطن قد مرّ ب6 مراحل حتى وصل إلى الشكل المعروف به حاليا، وفيما يلي عرض لمختلف هذه المراحل:

1-الصفحات الشخصية

يعتبرها من البدايات التي تقترب ممارسة من صحافة المواطن، وكان هذا منتصف التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت مجرد صفحات شخصية ليست لها علاقة بالمضمون السياسي، ويشير في هذا السياق أن المدونات التي انتشرت فيما بعد هي امتداد لهذه الصفحات الشخصية، التي كانت سعة استيعاب خوادمها محدودة، كما كانت هذه الصفحات الشخصية بطيئة التحديث وضعيفة جدا في الإخراج تشبه لحد كبير شكل المجلات التقليدية المطبوعة، ولكنها استخدمت كفضاء للتعبير عن الذات في كل الأحوال.

[1]- للمزيد أنظر: عبد الفتاح السيد، **ثورة التحرير، أسرار وخفايا ثورة الشباب**، دار الحياة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011م.

[2]- للمزيد أنظر: بسيروني إبراهيم حمادة، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008م

[3] - Anderson, C. (2006, July 31). **"Actually Existing" Citizen Journalism Projectsand Typologies: Part I** Retrieved 15/08/2015 from: http://indypendent.typepad.com/academese/2006/07/actually_existi.html

2-مركز الإعلام المستقل Independent Media Center[1]

وهو عبارة عن مشروع تم إنشاءه عام 1999 على يد مجموعة من الناشطين المناهضين للعولمة، تزامنا مع المؤتمر الأول لمنظمة التجارة العالمية، حيث قاموا بتغطية إعلامية له تختلف شكلا ومضمونا عن التغطية العادية، حيث قاموا بتصوير تجاوزات الشرطة ضد المتظاهرين المحتجين على العولمة، وقد تمكن هذا المركز من اجتذاب الرأي العام، ما خلق ردود فعل دفاعية تجاهه من قبل الأجهزة الأمنية، الأمر الذي دفع به إلى تطوير ذاته إلى أن تمكن من الانتشار خارج الولايات المتحدة الأمريكية وإنشاء وحدا فرعية عام 2003.

3-المدونات

في نهاية التسعينيات من القرن الماضي كانت الصفحات الشخصية قد أخذت في التوسع بشكل كبير، وأخذت طابع المدونات مستفيدة من التطور الذي حصل في آليات التدوين وخدماته وبرمجياته، حيث بات بإمكان المدونين استخدام طرق بحث تربطهم مع آخرين لهم الاهتمامات ذاتها، وفي عام 2002 أصبحت المدونات وسيلة أساسية لنشر الأخبار ومصدرا مهما بالنسبة للسياسيين، إضافة إلى استخدامها في التسويق التجاري[2].

4-صحافة المواطن المحلية[3]

ظهر هذا النمط الشبيه إلى حد قريب بالمواقع الإخبارية، ويميل إلى تغطية الأحداث المحلية التي في الغالب ما تتجاهلها الصحف التقليدية، وقد مكنت هذه الممارسة من إزالة العديد من العوائق الإجرائية وغيرها، ووفرت فرصا لأصحابها للوصول إلى مراكز لم يكن الصحفي العادي يصل إليها، وقد كان الصحفيون المواطنون يتنقلون باجهزة الكمبيوتر لموقع الحدث المحلي وكتابته مباشرة، وقد عرفت هذه المواقع أكثر شيء بكتابة التقارير لما يدور من

---

[1] -Link of The Site: https://www.indymedia.org/en/

[2]- زكي حسين الوردي، **صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت: عرض وتحليل**، مجلة الباحث الإعلامي، عدد3، جوان 2007، ص12.

[3] **- Anderson, C.(August 01, 2006) Actually Existing" Citizen Journalism Projects and Typologies: Part II** Retrieved 15/08/2015 from: http://indypendent.typepad.com/academese/2006/08/actually_existi.html

أحداث، ما لاقت انتقادا شديدا من قبل المدونين المشهورين وباق الصحف المشهورة، وهذا لا ينقص من قيمة المنافع التي يعود بها هذا النوع الإعلامي بتسليطه الضوء على القضايا المهمشة.

5- المشاركة بين إعلام المواطن ووسائل الإعلام

لقد شهدت هذه المرحلة تغيرات جذرية في قيمة إعلام المواطن، فبعد النظر إليه بتهميش أصبحت كبريات المؤسسات الإعلامية مثل CNN تخصص مساحات خاصة للمواد الإعلامية المنتجة من قبل المواطنين، من تقارير وصور وفيديوهات، وقامت ببث فواصل إشهارية لجذب المواطنين ليكونوا شهودا عيانا من مواقعهم، وهي تكفل لهم البث والنشر، مما خلق نوعا جديدا من المنافسة بين الصحفيين المهنيين والمواطنين الصحفيين، وهذا يبرر اقتناع المؤسسات الإعلامية الكبرى بقيمة صحافة المواطن وضرورة احتضانها لها، من قدرة على توفير أرباح عالية بتكاليف أقل وجذب رأي عام أكبر.

6-الصحافة الشبكية[1]

شاعت في هذه المرحلة ممارسة الصحافة عبر الانترنت ولم تعد المدونات وصحافة المواطن حكرا على المستخدم العادي، بل أصبح أشهر الصحفيين يمتلكون مدوناتهم الخاصة بهم، ويمارسون الكتابة خارج وسائل الاعلام الت ينتمون إليها، ما يجب توضيحه هنا هو أن هذا الانتشار لا يعني أن كل ما يرد في صحافة المواطن هو حقيقة وحرية مطلقة أو خطير بالضرورة، بل هناك في كثير من الأحيان مضامين سطحية وتافهة، رغم بقاء وجود قضايا الفساد الاجتماعي والسياسي التي أشأت صحافة المواطن من أجلها منذ البداية، أما من الناحية الفلسفية فقد تحول الحديث من الخوف من استبدال الصحفي المهني بالمواطن إلى استحداث مكانة وظيفية للصحفي المواطن بطريقة تلغي أوجه الصراع ويدعم الاحتواء بين الطرفين.

[1]- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، **المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 190-191

ب- تقسيم لاسيكا J.D.Lasica[1]

1-ساحات المحادثة الجماعية Discussion Group

وتعتبر من أقدم الأشكال الشائعة للإعلام التشاركي، حيث يمكن للمشتركين الانخراط في محادثة جماعية حول موضوع ما أو قضية معينة، يمكن أن ترتبط بالرياضة مثلا أو الرعاية الصحية أو غيرها من المواضيع العامة، وتأخذ نمطين، الأول هو التشارك اللامتزامن مثل خدمات مجموعات الأخبار والإعلانات والمنتديات وغيرها، بحيث لا يمكن للمشاركين التواجد بوقت واحد، أما النمط الثاني فهو المتزامن مثل غرف المحادثة التي تضم مجموعة من الأفراد في وقت واحد، ومن أمثلتها أيضا المنتديات التي تفتحها بعض المؤسسات الإعلامية كفضاء للمستخدمين.

2-مواقع المضامين المنتجة من قبل المستخدم[2] User-Generated Content

وهي مواقع تعتمد على جمع الأخبار عن طرق البريد الإلكتروني من المستخدمين وإعادة نشرها، وغالبا ما تكون المضامين المنشورة سياسية وإخبارية، إلا أنه ما يعاب على هذا الصنف هو إعادة توجيه الرأي العام بمعلومات يمكن أن تكون مغلوطة خاصة في أوقات الانتخابات والأزمات السياسية.

3-مواقع تشاركية Weblogs

وهي شبكة مواقع تشاركية، تعتمد على تحقيقات منجزة كم قبل المواطنين، وهي سهلة الاستخدام ومتاحة للجميع بتكلفة بسيطة وأحيانا مجانية، بحيث يمكن لأي شخص أن يصبح ناشرا وموزعا للمحتوى.

---

[1]- عباس مصطفى صادق، **مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ...العالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 ابريل 2009، ص 34.

[2] **-For more Loo:** Kelly Kaufhold, Sebastian Valenzuela, Homero Gil de Zúñiga, **Citizen Journalism and Democracy: How User-Generated News Use Relates to Political Knowledge and Participation** Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 87, Issue 3-4, 2010.

4-المواقع التعاونية للنشر Collaborative Publishing [1]

وهي بيئة للنشر نمكن مجموعة من المشاركين من لعب أدوار متعددة، بين مشرف ومحرر ومعلن وغيرها، يعملون على تقديم محتويات نوعية، أو روابط لمواضيع أخرى، كما يمكن للمشترك الواحد أن يلعب أكثر من دور ضمن عملها التحريري، وتعتبر هذه المواقع مزيجا بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار.

5-المواقع التبادلية[2] Peer to Peer

وهي عبارة عن التطبيقات الخفيفة من مواقع البريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وغيرها من الخدمات التي تقدمها هذه المواقع والتي من ميزاتها أن المستخدم في حالة عدم اتصاله سيجد كل المعلومات الجديدة مخزنة.

6-مواقع الإنتاج والنشر الشخصي Personal Brodcasting

وهي مضامين مصورة أو مسجلة سمعبصرية، من إنتاج المواطنين فيما عرف بالبودكاست كموجة للتعليق سواء على الأوضاع السياسية أو الاجتماعية وغيرها، ويتم تحميلها سواء على الصفحات الشخصية أو على مواقع الفيديو التشاركي مثل يوتيوب.

ت- تقسيم بيرتراند Bertrand Pecquerie

يعتبر بيرتراند أن صحافة المواطن اليوم لا تتعلق بالتكنولوجيا بقدر ما تتعلق بالديمقراطية ورغبة المواطنين بإضافة قيمة للأخبار عن طريق المشاركة تحقيقا لفلسفة التغيير[3].

---

[1] - J.D. Lasica, **Blogs and Journalism Need Each Other** Retrieved 22/09/2016 from: http://socialmediaclub.pbworks.com/f/blog%20and%20journalism.pdf

[2] - J.D. Lasica, **We Media : How audiences are shaping the future of news and information**, The Media Center, The American Press Institute, 2003, p9.

[3] -Moderator,Marylou,Fulton,**«Bolggers as Journalists : Citizen Media»**, in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007,p55.

1-المواطنون الصحفيون[1]:

تعتبر هجومات مترو لندن سنة 2005 سابقة في ممارسة المواطنين للأدوار الصحفية، حيث مباشرة بعد الهجوم أرسل عدد كبير من الأفراد تسجيلات وصور وتقارير حول الحدث، إلى مختلف وسائل الإعلام، الأمر ذاته حصل إثر الانفجار الطي وقع في العام نفسه في حقل النفط بوسفيلد بالمملكة المتحدة، حين شن الصحفيون المحليون حملة شرسة عن طريق إرسالهم آلاف الرسائل الإلكترونية والصور ومقاطع الفيديو من موقع الكارثة، ولقد تلقت بي بيس ي لوحدها أكثر من 6500 بريد إلكتروني مرفوق بالفيديو والصور الفوتوغرافية تغطية لهذه الكارثة مقابل 1000 بريد في أعقاب تفجيرات قطارات لندن، ونتيجة لهذا سجل موقع بي بي سي لنفي اليوم بعد نشرهم لهذه الوقائع أكثر من نصف مليون مستخدم ولجوا للموقع.

2-صحافة مواطن محلية[2]:

وهي نوع من الصحف كتابها مواطنون وليس صحفيون محترفون، وموجهة للقراء من العامة، غير أن الملاحظة في هذه الفئة أنها تتعامل أكثر مع الشبكات الإعلامية المحلية أكثر من تعاملها مع وسائل الإعلام الأخرى.

3-إعلام المواطن الموجه:

غالبا ما يكون هذا النمط مجندا للدفاع عن قضية سياسية بعينها، ويتم من خلال تعبئة الرأي العام حول هذه القضية، ونشر كل الأخبار والمستجدات والملفات حولها.

يرى بيتر راند أن مفهوم صحافة المواطن بدأ في التراجع لصالح مفهوم المضمون الإخباري المنتج من قبل المستخدم الذي تحول من كونه منافسا للصحفي المهني إلى منتج ومكمل للمحتوى الإخباري[3].

---

[1] -Oh Yeon-Ho**,« Every Citizen a Reporter»,** in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007,p56

[2] - Guy Berger, **«New Media and Old: A Need to Share Common Press Freedom Interests»,** in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007,pp14-20

[3] - Bertrand Pecquerie and Larry Kihman, **« From Citizen Journalism to User-Generated Content»**, in :Media Making Change, journal USA,Vol12,No12,pp9-10

ثالثا: تحديات اعلام المواطن

إن إنتاج الأخبار على مستوى الاعلام الجديد وإن نظرنا له من الباب الارتجالي للإنتاج يبقى أمرا لابد من دراسته، فالجمهور على عكس القنوات الرسمية للإعلام لا يمتلك أجندة واضحة يختار على أساسها ما يغطيه من أخبار بقدر ما يميل لنشر وتغطية كل ما وصلت إليه كامرته وفي لحظتها، من هنا نلتمس وجود اختلاف بين المجرى الرئيسي للأخبار وتغطية الأحداث في الإعلام التقليدي مقارنة بالإعلام البديل، فمن عادة وسائل الإعلام أن تناول الظواهر والأحداث والوقائع من الناحية الوصفية وكيفية تعامل الحكومة معها وردود الأفعال تجاهها، دون التطرق إلى المطالب التي تدعو لها عكس إعلام المواطن الذي يهتم كثير بهذه الجزئية.

إن التقاء كثير من العوامل التي حولت المواطن إلى صحفي، ومساهمة الأحداث السياسية في انتشاره، لا تجعل من المواطن الصحفي أو ممارسة المواطنين للإعلام بالأمر السهل والفعال دائما كما يحتفي به الكثيرون، فهناك تحديات ومخاطر كبرى تواجه هذا النمط الإعلامي نوردها فيما يلي:

- ✓ انتشر الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم الترويج لها بغية تحقيق مكاسب خفية لأطراف معينين، ويشير نيومان هنا إلى الضجة الوهمية التي يمكن أن يحدثا المواطن الصحفي حول الأحداث، وما يمكن أن يعكسه من خسائر مادية ومعنوية[1].
- ✓ بروز شكل جديد من الفجوة الرقمية، حيث نجد أن بعض رجال الحكومة والسياسة المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي، استطاعوا توظيف إعلام مضاد مواكب لهذا التيار، في حين رجال السياسة الذين لا يتعاطون معها وغير قادرين على فهم طبيعة

[1] -Nik Newman,**The Rise of Social Media and its Impact on Mainstream**,Reuters Institute for The Study of Journalism, Working Paper September 2009
http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20rise%20of%20social%20media%20and%20its%20impact%20on%20mainstream%20journalism_0.pdf

هذه المواقع الإلكترونية، نجدهم غائبين تماما على الساحة الافتراضية، وهذا في حد ذاته مشكلة جادة خاصة مع زيادة إقبال المواطنين على مراقبة أعمال الحكومات.[1]

- ✓ طرحت أزمة مصداقية وسائل الإعلام الجديد ضرورة لابتكار حلول، خاصة من قبل وسائل الاعلام التي تعتمد على مواقع التواصل وغيرها كوكالة أنباء، حيث صار هناك اتجاه إلى تطوير شبكة من الأفراد الممارسين لصحافة المواطن على اعتبار أنهم ذوي مصداقية كخطوة أولى للتحقق من المعلومات المستقاة، مدعومة بالحس المهني للصحفي ذاته.[2]
- ✓ إن استمرار اعتماد الفضائيات الإخبارية وغيرها من القنوات الرسمية والخاصة على إعلام المواطن، وتخصيصها فقرات لبث ما أرسله المواطنون بعدساتهم حول قضايا محلية أو دولية، إضافة إلى اعتمادهم على شهود العيان، في محاولة لكسب الرأي العام الذي يجد في هامش الحرية هذا متنفسا، إلا أنه وقعت هذه الوسائل في فخ الاعتماد على المواطن ما ينقص دورها في توجيه الرأي العام، نظرا لتحولها تدريجيا لقناة تبث ما ينقله المواطنون إشارة إلى سيطرة اجندة المواطنين على أجندة الاعلام.
- ✓ إن الطرح الذي كان سائدا حول قدرة وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات أصبح محل نقاش عميق اليوم في ظل إعلام المواطن، حول من يضع أجندة لمن، ومن يقوم بترتيب أولويات الآخرين الإعلام أم المواطن، بغض النظر عن الإجابة على هذا الإشكال نجد أنه في كثير من الحالات والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية لطالما يقع على وسائل الإعلام وليس على إعلام المواطن[3].

---

[1]- Zizi Papa cherissi ,op cit ,p9-27

[2]– للمزيد أنظر: الظفيري علي، **بين الجزيرة والثورة: سنوات اليأس ورياح التغيير**، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر،القاهرة، 2012م.

[3]– للمزيد أنظر : شعبان عبد الحسين، **الشعب يريد: تأملات فكرية في الربيع العربي**، ط1، أطلس للنشر والترجمة والإنتاج الثقافي، بيروت، 2002م.

القسم الثاني

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

لقد كانت هذه الدراسة محاطة بالعديد من الإشكاليات المنهجية والتطبيقية منذ بدايتها، أملتها طبيعة دراسات ترتيب الأولويات من جهة، وصعوبة تحديد مقاربة واضحة تستند إلى نموذج جاهز من أجل اختبار هذه النظرية في ظل السياق السياسي والاجتماعي والاتصالي الذي أجريت فيه الدراسة من جهة أخرى، فلقد مرت نظرية ترتيب الأولويات تاريخيا بمحطات عديدة، شهدت خلالها تطورا وتنقيحا لفرضياتها ولأساليب اختبارها تبعا للمتغيرات التي كانت تطرأ، إزاء هذا وبعد دراسة أهم المداخل التي اعتمدتها ترتيب الأولويات في علاقتها بين وسائل الإعلام والجمهور قمنا بالجمع بينها محاولة للوصول إلى مقاربة يمكن أن تغطي أهم المستجدات التي تشهدها هذه المرحلة.

بناءا على ما سبق تم الارتكاز على تحليل مضمون مجموعة من المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية، بهدف معرفة أهم القضايا في قائمة ترتيبها، ثم القيام بدراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين لمعرفة ترتيب ذات القضايا باستخدام معامل سبيرمان، وهذا هو الأسلوب الأولي الذي اعتمدت عليه الأبحاث الأولى، إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار إمكانية هذه الوسائل تشكيل اتجاهات عينة الدراسة تجاه القضايا السياسية الراهنة، وقياس مدى ممارسة الأساتذة لدور قادة الرأي لقياس مدى وجود انتقال للأولويات عبر مرحلتين، وهما النقطتان اللتان برزتا في المراحل المتقدمة من بحوث ترتيب الاولويات كما ورد في الجانب النظري لهذه الدراسة، كما اعتمد الباحث في تفريغ وتحليل البيانات، واستخراج الجداول وتطبيق مختلف المعاملات الإحصائية، على برنامجين أساسيين هما برنامج الأس بي أس أس الإصدار 16 /(16 SPSS[1]) ، إضافة إلى برنامج ال (APSS[2])، وقد تم الاعتماد على الجداول المركبة في أغلب المحاور من أجل تبيان الفروق بين الذكور والإناث من عينة الدراسة.

[1]- يسمى باللغة العربية: الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وباللغة الإنجليزية : Statistical Package for the Social Sciences

[2]- يسمى باللغة العربية: المعالج العربي في الإحصاء الإجتماعي، وباللغة الإنجليزية : Arab Processor In social Statistics

4-1 عرض بيانات عينة الدراسة

4-1-1 الجنس

جدول رقم 09 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس

التكرار والنسبة / الجنس	ك	%
ذكر	212	60.57
أنثى	138	39.43
المجموع	350	100

نلاحظ من خلال بيانات الجدول 09 أن الأساتذة الجامعيين عينة الدراسة يتوزعون حسب متغير الجنس على 60.57% ذكور و 39.43% إناث.

4-1-2 السن

جدول رقم 10 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس والسن

الجنس / السن	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
من28 إلى 34 سنة	92	43.4	53	38.4	145	41.4
من35إلى 41 سنة	74	34.9	56	40.58	130	37.1
من42 إلى 48 سنة	24	11.32	17	12.32	41	11.7
من49 إلى 55 سنة	22	10.38	12	8.7	34	9.7
المجموع	212	100	138	100	350	100.0

يوضح الجدول 10 توزيع عينة الدراسة على حسب فئات السن إلى أربع فئات، حيث جاءت أعلى نسبة ضمن الفئة العمرية (28- 34 سنة) بنسبة 41.4%، ، لتأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية(35-41 سنة) بنسبة 37.1%، ، تليها الفئة (42- 48 سنة) بنسبة

11.7%، وفي الأخير فئة (49- 55 سنة) بنسبة 9.7%، ومن خلال البيانات التفصيلية السابقة لتوزيع عينة الدراسة على حسب متغير الجنس نجد أن هناك تقارب في توزيع نسب الذكور والإناث على حسب فئات السن.

4-1-3 التخصص

جدول رقم 11 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس والتخصص

الجنس / التخصص	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
العلوم السياسية	34	16.04	25	18.16	59	16.86
اللغة والادب العربي	14	6.6	7	5.07	21	6
الاعلام	33	15.57	15	10.87	48	13.71
علم الاجتماع	22	10.38	18	13.04	40	11.43
علم النفس	17	8.02	17	12.32	34	9.71
الهندسة	6	2.83	5	3.62	11	3.14
إدارة الأعمال	5	2.36	3	2.17	8	2.29
الآثار	7	3.3	3	2.17	10	2.86
الحقوق	20	9.43	18	13.04	38	10.86
تاريخ	21	9.9	10	7.2	31	8.86
الاقتصاد والمالية	9	4.25	11	8	20	5.71
الري	5	2.36	0	0	5	1.43
رياضة	13	6.13	1	0.72	14	4
إلكترونيك	6	2.83	5	3.62	11	3.14
المجموع	212	100	138	100	350	100

يبين لنا الجدول 11 أن عينة الدراسة قد توزعت على 14 أربعة عشر تخصص، وقد كانت أعلى مرتبة في تخصص العلوم السياسية وذلك بنسبة 16.86%، يليه تخصص الاعلام بنسبة 13.71%، ثم تخصص علم الاجتماع بنسبة 11.43%، وفي المرتبة التالية تخصص الحقوق بنسبة 10.86%، ثم تخصص علم النفس بنسبة 9.71%، وفي المرتبة الموالية تخصص التاريخ بنسبة 8.86%، بعد ذلك تخصصات الاقتصاد، المالية، الرياضة، الهندسة، الالكترونيك، الآثار، إدارة الأعمال، وذلك بنسب متقاربة، وأخيرا تخصص الري بنسبة 1.43%، كما تبين البيانات التفصيلية أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في كل التخصصات باستثناء تخصص الاقتصاد والمالية.

إن توزيع العينة على التخصصات يبين لنا أكثر التخصصات التي شاركت في الدراسة وترتيبها، وهذا ما يعطينا مؤشرات على أهم التخصصات التي تتفاعل في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن مفردات الدراسة تم استهدافهم ضمن مستخدمي هذه الشبكات، وعليه فإن التخصصات الخمسة الأكثر تواجدا في شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لمؤشرات الجدول السابق هي: العلوم السياسية، الاعلام، علم الاجتماع، الحقوق، علم النفس، وهي تخصصات أدبية، وما يلاحظ من خلال الجدول بالأعلى أيضا أن التخصصات العلمية تعتبر من بين الأقل مشاركة واستجابة للدراسة من جهة، والأقل استخداما لهذه الشبكات من جهة أخرى على اعتبار نتائج الدراسة كمؤشرات، كما يمكن تفسير استقطاب الدراسة لتخصصي العلوم السياسية والاعلام لطبيعة الدراسة التي تحمل أبعادا إعلامية سياسية.

4-1-4 الرتبة العلمية

جدول رقم 12 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس والرتبة العلمية

الجنس / الرتبة العلمية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أستاذ مساعد أ/ب	121	57.08	74	53.62	195	55.7
أستاذ محاضر أ/ب	88	41.5	60	43.48	148	42.3
أستاذ التعليم العالي	3	1.42	4	2.9	7	2.0
المجموع	212	100	138	100	350	100.0

استنادا للجدول 12 الذي يوضح الرتبة العلمية للأساتذة الجامعيين، نلاحظ أن النسبة الغالبة للأساتذة هم من رتبة أستاذ مساعد أ/ب وذلك بنسبة 55.7%، تليها رتبة أستاذ محاضر أ/ب بنسبة 42.3%، وفي المرتبة الأخيرة رتبة أستاذ التعليم العالي بنسبة 2%، وتوضح البيانات التفصيلية أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في الصنفين الأولين، في حين أن الإناث أعلى في رتبة أستاذ التعليم العالي.

4-2 المصادر الاخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون في استقاء المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة

4-2-1 المصادر الإخبارية الأساسية

جدول رقم 13 يوضح المصادر الإخبارية الأساسية التي تتلقى منها عينة الدراسة المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة، الوطنية والعربية

الجنس / المصادر الاخبارية	الذكور		الإناث		المجموع		الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%	
التلفزيون الرسمي الجزائري	43	5.53	34	6.79	77	6.02	4
القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة	212	27.28	138	27.54	350	27.39	1
القنوات الفضائية العربية	203	26.13	135	26.95	338	26.45	2
القنوات الفضائية الأجنبية	71	9.14	35	6.99	106	8.29	3
الصحف المكتوبة الجزائرية	36	4.64	21	4.19	57	4.46	5
منصات الاعلام الجديد	212	27.28	138	27.54	350	27.39	1
إجمالي الاجابات	777	100	501	100	1278	100	

إن التعرف على أهم المصادر الإخبارية الأخرى للأساتذة الجامعيين قبل دراسة اعتمادهم على المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية، يدخل ضمن أولوية معرفة أحد العوامل التي تضعف أو تقوي ترتيب الأولويات لديهم تجاه القضايا السياسية الراهنة، على اعتبار المصادر الأخرى بمثابة متغيرات وسيطة ويجب عزلها عن طريق معرفة درجة الاعتماد عليها نسبة إلى المصادر عينة الدراسة، وقد أشار كولمان[1] حين تحدث عن المرحلة الثالثة التي مرت بها بحوث ترتيب الأولويات إلى ما يسمى بمفهوم دمج الأجندة Agenda

[1] - Coleman et al., pp, Op. Cit, 147-157

Melding ، لذي يحدث نتيجة استخدام الجمهور لعدد كبير من مصادر الأخبار للحصول على المعلومات حول قضية ما، فيقوم هنا بدمج الاولويات المختلفة وفقا لما يتفق مع قيمه، فتصبح وسائل الإعلام تضع الأجندات والجمهور يدمج فيما بينها، وفي هذا الصدد يتضح لنا من خلال الجدول 13 أن أهم المصادر الإخبارية التي تتلقى منها عينة الدراسة المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة، الوطنية والعربية هي القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومنصات الاعلام الجديد وذلك في المرتبة الأولى بنسبة 27.39% لكليهما، تأتي في المرتبة الثانية القنوات الفضائية العربية بنسبة 26.45%، تليها القنوات الفضائية الأجنبية في المرتبة الثالثة بنسبة 8.29%، أما المرتبة الرابعة فكانت للتلفزيون الرسمي الجزائري 6.02%، وفي المرتبة الأخيرة الصحف المكتوبة الجزائرية بنسبة 4.46%.

توضح البيانات التفصيلية وجود فروق لصالح الذكور في اهم المصادر مع وجود تطابق في ترتيبها لكليهما، وتبين الملاحظة بأن أهم مصدر منافس لمنصات الاعلام الجديد في متابعة الأخبار لدى عينة الدراسة هو القنوات الفضائية الجزائرية، وبدرجات أقل ومتفاوتة باقي المصادر الأخرى، وقد يرجع تفسير هذه الدرجة من الاعتماد على منصات الاعلام الجديد كمصدر إخباري حول القضايا السياسية الوطنية والعربية الراهنة، إلى العديد من العوامل تتوزع بين المادية والتقنية والاستراتيجية، حيث ساهم انتشار ووفرة أجهزة الاتصال التكنولوجية من هواتف ذكية وأجهزة الألواح الإلكترونية وغيرها مع إمكانية الربط الدائم بشبكة الانترنت بمقابل مادي وتكلفة بسيطة، كل هذا ساهم في استقطاب مختلف شرائح المجتمع إلى منصات الاعلام الجديد، فقد تحول إلى وسيلة لتوثيق مختلف المواقف والقضايا اليومية في حياة المواطن

الجزائري والعربي، دون الحاجة إلى انتظار وصول الصحف وأجهزة الإعلام من اجل التصوير والتغطية، هذا إضافة إلى اعتماد وسائل الإعلام ذاتها على هذه المنصات كمصدر للمعلومات من جهة وكوسيلة نشر وامتداد الكتروني لهذه الوسيلة من جهة اخرى كمحاولة للاندماج معها وعدم اعتبارها منافسا.

إن مختلف الأدوار السابقة لمنصات الإعلام الجديد جعلت من احتلالها المرتبة الأولى لدى الأساتذة الجامعيين ضمن باقي المصادر أمرا حتميا، خاصة مع وجود خدمات الاشتراك الاخباري في مختلف المواقع والصفحات الإخبارية التي تضمن وصول تنبيهات بأهم الأخبار الجديدة، ويعزى احتلال الفضائيات الجزائرية الخاصة للمرتبة ذاتها إلى حداثة التجربة الفضائية الجزائرية الخاصة، مع وجود منافسة كبيرة فيما بين هذه الفضائيات، الذي شكل عامل استقطاب لمتابعتها.

4-2-2 أسباب الاعتماد على المصادر التي اختارتها العينة:

جدول رقم 14 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية المختارة:

الجنس / أسباب الاعتماد	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الموضوعية والتوازن في تقديم الأخبار	102	10.42	73	11.16	175	10.72
التغطية الفورية للأحداث	131	13.38	83	12.7	214	13.10
الانفراد بعرض حقائق ومعلومات حصرية	212	21.65	137	20.92	349	21.37
استخدام دعائم مصورة جيدة لمرافقة الاخبار	147	15.02	100	15.3	247	15.13
الجرأة في طرح العديد من القضايا المسكوت عنها في باق المصادر	103	10.52	75	11.47	178	10.9
سهولة متابعة الاخبار دون التقيد بوقت بث معين	211	21.55	136	20.8	347	21.25
إمكانية التفاعل الفوري مع الأخبار	73	7.46	50	7.65	123	7.53
إجمالي الإجابات	979	100	654	100	1633	100

من خلال الجدول 14 نجد أن أهم أسباب اختيار المبحوثين للمصادر الإخبارية الأساسية لديهم هو الانفراد بعرض حقائق ومعلومات حصرية وذلك بنسبة 21.37% من إجمالي الإجابات، وفي المرتبة الموالية سهولة متابعة الاخبار دون التقيد بوقت بث معين وذلك بنسبة 21.25%، وفي المرتبة الثالثة استخدام دعائم مصورة جيدة لمرافقة الاخبار بنسبة 15.13%، ثم المرتبة الرابعة التغطية الفورية للأحداث بنسبة 13.10%، وتأتي في المرتبة

الخامسة الجرأة في طرح العديد من القضايا المسكوت عنها في باق المصادر بنسبة 10.9%، ثم المرتبة السادسة الموضوعية والتوازن في تقديم الأخبار بنسبة 10.72%، وفي المرتبة الأخيرة إمكانية التفاعل الفوري مع الأخبار بنسبة 7.53%.

من خلال النتائج السابقة نجد أن أولى الأسباب التي اختارت على أساسها عينة الدراسة أهم المصادر الإخبارية بالنسبة إليها، لا تتعلق بالأخبار في حد ذاتها بل بشكل الخبر من حيث التفرد من جهة، ومن حيث نمط التعرض ممثلا في عدم التقيد بوقت، وكذلك نمط المعالجة من حيث استخدام الصور، أما الجوانب التي تتعلق بالمضمون فقد جاءت في المراتب الأخيرة إلى جانب الأسباب المتعلقة برجع الصدى المتعلقة بالتفاعل الفوري، ما يعطي مؤشرا على النمط الاستهلاكي للأخبار على حساب المشاركة والتفاعل، على الرغم من أن أكثر ما يميز منصات الإعلام الجديد من خصائص هو التفاعلية، والتي ارتبطت أكاديميا ومجتمعيا بمفاهيم أخرى مثل التغيير والرقابة الممارسة من قبل الجمهور ذاته سواء على الممارسات الحكومية أو السياسية، إلا أنها جاءت في المرتبة الأخيرة من بين أسباب الاعتماد على الوسائل المختارة وتدعم هذه النتائج الجدول 13 المتعلق بالمصادر أين احتلت منصات الاعلام الجديد المرتبة الاولى إلى جانب الفضائيات العربية.

4-3 استخدامات وأنماط تعرض المبحوثين للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

4-3-1 مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما

جدول رقم 15 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما:

الجنس / مواقع التواصل	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
FACE BOOK فيسبوك	212	89.08	138	90.2	350	89.51
TWITTER تويتر	13	5.46	8	5.22	21	5.37
LINKDIN لينكد إن	7	2.94	5	3.27	12	3.07
GOOGLE PLUS غوغل بلس	6	2.52	2	1.31	8	2.05
إجمالي الإجابات	238	100	153	100	391	100

من خلال الجدول 15 نلاحظ أن موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف عينة الدراسة هو موقع فيسبوك، وذلك بنسبة 89.51% من إجمالي الإجابات، يليه موقع تويتر بنسبة 5.37%، ثم موقع لينكد إن بنسبة 3.07%، وفي المرتبة الأخيرة موقع غوغل بلس بنسبة 2.05% من إجمالي الإجابات، ومن خلال النتائج نجد أن عينة الدراسة تركز أساسا على موقع فيسبوك، في حين أن نسبة استخدام باقي المواقع تعتبر مهملة استنادا إلى حجم العينة وإجمالي الإجابات، وهذا يعطينا مؤشرا على مستوى التغريد لدى عينة الدّراسة التي تعتبر مهملة مقارنة باستخدام الفيسبوك، وبالحديث عن قلة استخدام موقع تويتر للتواصل الاجتماعي فهو ظاهرة عامة في الجزائر ولا تخص عينة الدراسة فقط، وذلك لعدة أسباب من بينها أن انطلاق موقع تويتر كان بامتيازات ضيقة جدا مقارنة بشبكة فيسبوك حيث كانت

انطلاقة تويتر بنمط أحادي للغة وهي اللغة الانجليزية، إضافة إلى محدودية مساحة النشر المختصرة في 140 كلمة فقط ما يوجب حصر وتقليص الفكرة المراد نشرها ضمن هذه المساحة المحددة، والذي يمكن اعتباره من بين أسباب عدم إقبال الجمهور الجزائري عامة وعينة الدراسة خاصة على هذا الموقع، خاصة مع التعود على موقع فيسبوك.

4-3-2 درجة استخدام منصات الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة

جدول رقم 16 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ودرجة استخدام منصات الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة:

الجنس / الاستخدام	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	137	64.62	85	61.6	222	63.43
أحيانا	75	35.38	53	38.4	128	36.57
نادرا	0	0	0	0	0	0
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 0.33	**كا² المجدولة=** 3.84		**درجة الحرية** 1		**مستوى الثقة** 95%	

تدل بيانات الجدول 16 أن عينة الدراسة تستخدم منصات الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة بصفة منتظمة وذلك بنسبة 63.43% وتتقارب نسب الذكور والإناث في الاستخدام، في حين تستخدم نسبة 36.57% منصات الاعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة أحيانا بنسب متقاربة أيضا بين الذكور والإناث، في حين ليس هناك من يستخدمها نادرا في الجنسين، وتشير قيمة كا² المحسوبة إلى قيمة 0.33 وهي غير دالة عند مستوى ثقة 95 % (0.05)، ما يدل على عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين استخدام كلا الجنسين لمنصات الإعلام الجديد، إلا أن النسبة عموما تدل على درجة اعتماد كبيرة من طرف عينة البحث على منصات الاعلام الجديد في معرفة المستجدات حول القضايا السياسية

الوطنية والعربية الراهنة، حيث نجد أن هذا الانتظام في المتابعة والاستخدام يعتبر عاملا أساسيا في زيادة ارتباط أولويات العينة بهذه المنصات.

4-3-3 أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية التي تتابع عينة الدراسة من خلالها الاخبار

جدول رقم 17 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية التي تتابعها:

الجنس / المصادر الاخبارية	الذكور		الإناث		المجموع		الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%	
موقع الجزائر والعالم www.algeriaworld.net	42	11.57	28	11.76	70	11.65	4
موقع الجزائر تايمز www.algeriatimes.net	40	11.02	28	11.76	68	11.31	5
موقع www.algerie1.com	10	2.75	6	2.54	16	2.66	7
موقع TSA Tous sur l'Algérie www.tsa-algerie.com	112	30.9	71	29.83	183	30.45	1
موقع algerie360 www.algerie360.com	86	23.7	54	22.69	140	23.3	2
موقع www.algerie-focus.com	47	12.9	27	11.34	74	12.31	3
موقع مواطن www.mouwatin.com	26	7.16	24	10.08	50	8.32	6
إجمالي الإجابات	363	100	238	100	601	100	

من خلال الجدول 17 نلاحظ أن أكثر المواقع الإخبارية استخداما من قبل عينة الدراسة هو موقع TSA Tous sur l'Algérie وذلك بنسبة 30.45% من إجمالي الإجابات، أما بالمرتبة الثانية فموقع Algerie360 وذلك بنسبة 23.3%، ثم المرتبة الثالثة لموقع algerie-focus وذلك بنسبة 12.31%، ليأتي في المرتبة الرابعة موقع الجزائر والعالم بنسبة 11.65%، ثم المرتبة الخامسة لموقع الجزائر تايمز بنسبة 11.31%، أما المرتبة السادسة فكانت لموقع مواطن بنسبة 8.32%، وفي الأخير موقع algerie1 بنسبة 8.2%.

من خلال البيانات التفصيلية نجد أن نسب استخدام الذكور والإناث لهذه المواقع متقاربة وليس هناك فروق كبيرة، وأن المواقع التي تتابعها العينة أكثر هي موقع TSA Tous sur l'Algérie ثم موقع Algerie360 ثم موقع Algerie-focus، حيث يعتبر موقع TSA من أكثر المواقع شعبية في الجزائر حسب إحصائيات موقع أليكسا، بمعدل 67% من الزوار يلجون الموقع من داخل الجزائر، بينما ما نسبته 18.6% من الزوار يلجونه من فرنسا، وتتوزع باقي نسب الزوار بين بريطانيا وكندا وقطر، وذلك بمعدل 5 دقائق يوميا يقضيها الزائر في تصفح الموقع[1]، بينما يحتل موقع Algerie360 مرتبة أقل حسب ذات المصدر ويتم دخول الموقع بنسبة 75.1% من داخل الجزائر، بينما 18.2% من فرنسا، وتتوزع باقي النسب بين كندا وبريطانيا وإسرائيل، بمعدل 4 دقائق يقضيها الزائر يوميا في تصفحه[2].

[1]- للمزيد من الإحصائيات حول الموقع يرجى زيارة الرابط:
http://www.alexa.com/siteinfo/tsa-algerie.com#?sites=tsa-algerie.com

[2]- للمزيد من الإحصائيات حول الموقع يرجى زيارة الرابط:
http://www.alexa.com/siteinfo/algerie360.com#?sites=algerie360.com

4-3-4 مدى متابعة العينة للمواقع الاخبارية الجزائرية التي قامت باختيارها

جدول رقم 18 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى متابعتها للمواقع الاخبارية الجزائرية التي قامت باختيارها:

الجنس / مدى المتابعة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	134	63.21	89	64.5	223	63.71
أحيانا	77	36.32	47	34.05	124	35.43
نادرا	1	0.47	2	1.45	3	0.86
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 1.07	**كا² المجدولة=** 5.99		**درجة الحرية** 2		**مستوى الثقة** 95%	

توضح بيانات الجدول 18 أن عينة الدراسة تتابع المواقع الاخبارية الجزائرية بصفة منتظمة وذلك بنسبة 63.71% كما توضح النتائج التفصيلية تقارب نسب الذكور والإناث في درجة المتابعة، في حين تتابع نسبة 35.43% من العينة المواقع الإخبارية الجزائرية أحيانا بنسب متقاربة أيضا بين الذكور والإناث، ويتابعها نادرا ما نسبته 0.86% ، وتشير كا² المحسوبة إلى قيمة 1.07، وهي أقل من كا² المجدولة 5.99 (درجة الحرية 2)، وبالتالي هي غير دالة عند 0.05، ما يدل على عدم وجود علاقة بين متابعة المواقع الإخبارية الجزائرية والجنس.

4-3-5 أهم الصفحات الإخبارية الجزائرية في فايس بوك التي تتابع العينة من خلالها الأخبار حول القضايا السياسية الراهنة

جدول رقم 19 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأهم الصفحات الإخبارية الجزائرية في فايس بوك التي تتابع من خلالها الأخبار حول القضايا السياسية الراهنة

الجنس / الصفحات الاخبارية	الذكور		الإناث		المجموع		الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%	
صفحةDZ Video	47	10.54	22	8.43	69	9.76	4
صفحة تحيا الجزائر 1.2.3 Viva l'Algérie	158	35.42	103	39.46	261	36.92	1
صفحة الولايات الجزائرية	31	6.95	22	8.43	53	7.5	6
صفحة المراقب	23	5.16	13	4.98	36	5.08	7
صفحة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية في الجزائر	71	15.92	37	14.18	108	15.28	3
صفحة أنا صحفي إذن أنا موجود	36	8.07	18	6.90	54	7.64	5
صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين	80	17.94	46	17.62	126	17.82	2
إجمالي الإجابات	446	100	261	100	707	100	

استنادا إلى بيانات الجدول 19 نجد ان الصفحة الأكثر متابعة من بين الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة فيسبوك هي صفحة تحيا الجزائر 1.2.3Viva l'Algérie ، وذلك بنسبة 36.92%، تليها صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين بنسبة 17.82%، وفي المرتبة الموالية صفحة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية

والرياضية في الجزائر بنسبة 15.28%، ثم صفحة DZ Video بنسبة 9.76%، ثم صفحة أنا صحفي إذن أنا موجود بنسبة 7.64%، تليها صفحة الولايات الجزائرية بنسبة 7.5%، وأخيرا صفحة المراقب بنسبة 5.08%، كما توضح النتائج التفصيلة وجود تقارب في توزيع نسب متابعة الذكور والإناث على هذه الصفحات، وهنا تجدر الإشارة إلى انه رغم المشاكل التي تعرضت لها صفحة تحيا الجزائر Viva l'Algérie1.2.3 من قبل إدارة الفيسبوك أين تم غلقها في جويلية 2016 وقد كان لديها حينها ما يفوق 1 مليون و 500 ألف متابع، إلا أن فريق إدارتها تمكن في خلال ساعات قليلة من حشد آلاف التبليغات والاعتراضات من اجل إعادة الصفحة، وفي تلك الأثناء تم إنشاء صفحة احتياطية وصل عدد معجبيها على الآلاف في وقت وجيز، وهذا مؤشر على تعاطف وتجاوب مستخدمي الفيسبوك مع ما تقدمه من مضامين، من تغطية فورية للأحداث، وطرح نقاشات سياسية واجتماعية، إضافة إلى استضافتها لمختلف حملات التوعية ونشر النداءات المتعلقة بالاختطاف والاختفاء وغيرها من الأنشطة، وهذا ما يفسر الشعبية التي تتمتع بها هذه الصفحة لدى أغلب الفئات حتى لدى عينة الدراسة، والملاحظة أنها هي الأكبر لحد الآن من حيث عدد المتابعين من بين الصفحات الأخرى وبالوقت ذاته هي التي تصدرت الترتيب لدى عينة الدراسة التحليلية، أما عن المرتبة الثانية التي كانت لصفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين، فقط كانت تنتهج نهجا أكثر حدّة من سابقتها وأشدّ تركيزا، حيث تستهدف إبراز كل عمل أو تصريح لأي هيئة او شخصية تبدي ولاءها لنظام الحكم بالدولة الجزائرية واتهامه بالتواطؤ وركزت على قضايا محددة ولكن بأوجه مختلفة في الطرح، مثل قضية بقاء رئيس الجمهورية في الحكم رغم

مرضه والتصريحات المتناقضة المواقف لبعض أطياف المعارضة، وكذلك تسليط الضوء على الفضائيات الخاصة التي تتبنى التوجه الرسمي في معالجتها وطرحها لمختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وحسب تصريحات أحد المواقع الإخبارية الجزائرية فقد تم توقيف المدون الأصلي وأحد مسيري الصفحة في شهر جانفي 2017، وقد تم توجيه عديد التهم له من بينها إهانة هيئات حكومية والتحريض على العنف.[1]

أما المرتبة الثالثة فقد كانت لصفحة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية في الجزائر، وهي في الأصل مجموعة وليس صفحة ولكن لاعتبار أنها كانت مجموعة عامة والكل يساهم في النشر فيها فقط تم تصنيفها استثناءا في هذه الدراسة كصفحة، والملفت للانتباه في هذه الصفحة هو وجود مواضيع وأطروحات متعاكسة في الصفحة ذاتها، فتجد منشورات تعكس وجهة نظر المعارضة السياسية والاجتماعية ودعاة التغيير، وبالمقابل تجد منشورات تنادي بالاستقرار والميل إلى إبقاء الوضع كما هو عليه، بالإضافة إلى المدح والثناء لبعض الشخصيات السياسية التي هي في الغالب محور سجال بين مستخدمي هذه الصفحة، والملاحظ فيها أيضا هو سلطة حارس البوابة التي تتمثل في انتقائية في حذف مواضيع معينة دون غيرها من جهة، أو إيقاف خاصية التعليق على بعض المواضيع المنشورة من جهة أخرى، وهذا ما يطرح تساؤلا ملحا حول من يقف وراء هذه الصفحة وباق الصفحات بالضبط.

تنتهج أغلب الصفحات السابقة سياسة نقدية ومعارضة لما يحدث من أوضاع سياسية واجتماعية، حيث تعتبر نفسها وصية على أفراد المجتمع وحامية له من الفساد، عن طريق

[1]- الخبر متوفر على الرابط بتاريخ 10 أفريل 2017
http://www.alhogra.com/index.php/actualite/39-2017-01-07-19-08-12

تتبع أخطاء وهفوات الأشخاص والمؤسسات السياسية والاجتماعية في الدولة، ونشر كل ما يتعلق من أخطاء سواء في حياتهم المهنية او الشخصية، على اعتبار أن استغلال السلطة والصلاحيات لتحقيق المصالح الشخصية هو انتهاك للعلاقة بين المواطن والمسؤول، وهي بالتالي تمارس وظيفة المراقبة التي أشار لها دنهو[1]، الذي يرى بأن الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي يشجعان فعلا على المشاركة في الفضاء العمومي، ولكن تميل هذه المشاركة إلى الخلاف والتعارض في وجهات النظر أكثر من ميلها لجمع الرأي العام والعمل على تحقيق التفافه حول قضية ما[2].

4-3-6 مدى متابعة عينة الدراسة للصفحات الإخبارية التي قامت باختيارها

جدول رقم 20 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى متابعتها للصفحات الإخبارية التي قامت باختيارها:

الجنس / مدى المتابعة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	149	70.28	93	67.4	242	69.14
أحيانا	58	27.36	44	31.88	102	29.14
نادرا	5	2.36	1	0.72	6	1.72
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 1.99	**كا² المجدولة=** 5.99		**درجة الحرية** 2		**مستوى الثقة** 95%	

[1] - Donohue George,Philip Tichenor and Clarice Olien, Op. Cit , pp 32-115
[2] - Peter Dahlger , Op. Cit ,pp70-74

من خلال نتائج الجدول 20 نجد أن نسبة 69.14% من العينة تتابع الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة فيسبوك بصفة دائمة، في حين نسبة 29.14% تتابعها أحيانا، ونسبة 1.72% تتابعها نادرا، كما بتبين أن قيمة كا² تساوي 1.99 وهي أقل من كا² المجدولة 5.99 (درجة الحرية 2)، وبالتالي هي غير دالة عند 0.01 ما يعني عدم وجود علاقة بين درجة متابعة عينة الدراسة للصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة فيسبوك والجنس.

4-3-7 حرص عينة الدراسة على متابعة الأخبار ضمن المواقع الإخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيس بوك

جدول رقم 21 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وطبيعة القضية التي تتابعها ضمن المواقع الاخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيسبوك

الجنس / طبيعة المتابعة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
إذا كانت القضية تتعلق بحدث سياسي وطني مهم	74	19.43	41	17.52	115	18.7
إذا كانت القضية مهمة بالنسبة لي	95	24.93	55	23.5	150	24.4
إذا كانت القضية طارئة وتشكل حدث الساعة	212	55.64	138	58.98	350	56.9
إجمالي الإجابات	381	100	234	100	615	100

عند دراسة ترتيب الأولويات يجب أن نأخذ بعين الاعتبار طبيعة القضايا من حيث هي قضايا مستمرة أو طارئة، ومن حيث هي قضايا ملموسة أو مجردة[1]، وعلى الرغم من أن القضايا محل الدراسة تراوحت بين الطارئة والمستمرة إلا أن نتائج الجدول 21 تبين أن 56.9% من العينة تتابع المواقع الاخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيسبوك إذا كانت القضية طارئة وتشكل حدث الساعة، في حين 28.4% تتابعها إذا كانت القضية مهمة بالنسبة لهم، وفي الأخير نسبة 18.7% تتابعها إذا كانت القضية تتعلق بحدث سياسي وطني مهم، وهنا يتضح لنا أن كون القضية طارئة يلعب دورا مهما في استقطاب العينة لمتابعة الأخبار ضمن هذه الصفحات والمواقع، وقد تتضمن القضايا الطارئة قضايا وطنية ومحلية ودولية وقد لا تكون لها علاقة مباشرة أو أهمية بشخص المبحوث، في حين يأتي كون القضية تكتسي أهمية خاصة لدى المبحوثين بالدرجة الثانية في الاستقطاب، وفي الدرجة الأخيرة تأتي القضايا التي تتعلق بأحداث سياسية وطنية مهمة.

4-3-8 الحرص على معرفة مصادر الأخبار التي تقرأها العينة في المواقع الإخبارية أو بالصفحات الاخبارية بالفيس بوك

جدول رقم 22 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومدى حرصها على معرفة مصادر الأخبار التي تقرأها

الجنس / معرفة المصادر	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	45	21.22	33	23.91	78	22.29
لا	109	51.42	69	50	178	50.86
إلى حد ما	58	27.36	36	26.09	94	26.85
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 0.35	**كا² المجدولة=** 5.99		**درجة الحرية** 2		**مستوى الثقة** 95%	

[1]- ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص ص 269 -270.

من خلال الجدول رقم 22 يتبين ان النسبة الأكبر من عينة الدراسة لا يحرصون على معرفة مصادر الأخبار التي يتابعونها ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية، وذلك بنسبة 50.86%، ثم نسبة 26.85% يحرصون على ذلك إلى حد ما، وفي الأخير نسبة 22.29% يحرصون على معرفة مصادر الأخبارن وتشير النتائج التفصيلية إلى تقارب توزيع نسب الذكور والإناث وفق حرصهم على معرفة مصادر الأخبار وهذا ما تدعمه نتيجة اختبار كا² بقيمة 0.35 وهي أقل من كا² المجدولة 5.99 (درجة الحرية 2)، التي تبين أنها غير دالة، ما يعني عدم وجود علاقة بين الحرص على معرفة مصادر الأخبار والجنس.

إن عدم الحرص على معرفة مصادر الأخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية يعكس خطورة الدور الذي يمكن أن تلعبه الأخبار المغلوطة والإشاعات وكذلك الأخبار التي من شأنها زعزعة الرأي العام تجاه بعض القضايا، فالميل العام لعينة الدراسة إلى عدم البحث عن المصادر يعطي مؤشرا يتناقض مع ما هو متوقع من فئة نخبوية اكاديمية تقوم في مجالها على تحري إبراز المصدر دائما، وهذا يدخلها في مصاف المتلقي العادي لهذه الأخبار، ويزيد من درجة قبول ما هو معروض فيها بغض النظر عمن يقف خلف هذه الأخبار.

4-3-9 السلوك المعتاد غالبا لدى عينة الدراسة في متابعة الأخبار

جدول رقم 23 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وسلوكها المعتاد في متابعة الأخبار

الجنس / السلوك المعتاد في متابعة الاخبار	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقوم مباشرة بالدخول إلى بعض المواقع الإخبارية أوصفحات الفيسبوك للإطلاع على الأخبار.	75	33.19	46	30.67	121	32.18
أقوم بمشاهدة نشرات الأخبار الرئيسية في بعض الفضائيات الإخبارية ثم أتابع التفاصيل من خلال المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك	57	25.22	31	20.67	88	23.40
أتابع الجديد من الأخبار من خلال المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك وفي حالة هناك قضية تهمني ارجع لبعض الفضائيات التلفزيونية من أجل تفاصيل أكثر.	36	15.93	21	14	57	15.16
أراجع منشورات الأصدقاء من خلال صفحتي على الفيسبوك، ومن خلال بعض القضايا التي يتشاركونها أقوم بتحديد القضايا التي تهمني وأبحث عن معلومات عنها	17	7.52	17	11.33	34	9.04
أتابع الأخبار من خلال الصفحات الإخبارية على فيسبوك ثم أعيد نشرها أو توزيعها أو اقتسامها مع الغير	41	18.14	35	23.33	76	20.22
إجمالي الإجابات	226	100	150	100	376	100

يشير الجدول 23 إلى سلوك عينة الدراسة المعتاد في متابعة الأخبار ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الجزائرية والذي يبين أن السلوك الغالب عليها هو الدخول مباشرة إلى بعض المواقع أو الصفحات للإطلاع على الأخبار، وذلك بنسبة 32.18% من إجمالي الإجابات، في المرتبة التالية يقوم أفراد العينة بمشاهدة نشرات الأخبار الرئيسية في بعض الفضائيات الإخبارية ثم يتابعون التفاصيل من خلال المواقع أو الصفحات، وذلك بنسبة 23.40%، يأتي السلوك الموالي للعينة بمتابعة الأخبار من خلال الصفحات الإخبارية على فيسبوك ثم يعيدون نشرها أو توزيعها أو اقتسامها مع الغير، وذلك بنسبة 20.22%، أما نسبة 15.16% فيتابعون الجديد من الأخبار من خلال المواقع أو الصفحات وفي حالة هناك قضية تهمهم ثم يرجعون لبعض الفضائيات التلفزيونية من أجل تفاصيل أكثر، في حين أن السلوك الأقل ممارسة هو مراجعة منشورات الأصدقاء من خلال صفحاتهم الشخصية على الفيسبوك، ومن خلال بعض القضايا التي يتشاركونها يقومون بتحديد القضايا التي تهمهم ويبحثون عن معلومات عنها.

إن النتائج السابقة تبين أن هناك سلوكات متباينة في متابعة الأخبار، إلا ان الأغلب هو الولوج مباشرة للمواقع والصفحات والإطلاع على الأخبار، كما يمكن قراءة دخولهم للفضائيات الإخبارية أولا كمؤشر لتدخل هذه الفضائيات في ترتيب وتحديد أولوياتهم من البدء، كذلك الذين يطلعون على القضايا التي تهمهم من خلال منشورات أصدقائهم فيه مؤشر إلى تدخل الأصدقاء في تحديد أولويات بعضهم من خلال الاخبار والمواضيع التي يتشاركونها بغض النظر عمن حدد أولويات الذي قام بالنشر أولا.

4-3-10 الفترة المفضلة لدى عينة الدراسة لمتابعة الأخبار من خلال المواقع الإخبارية الإلكترونية أو صفحات الفايسبوك الإخبارية

جدول رقم 24 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والفترة المفضلة لديهم لمتابعة الأخبار

الجنس / الفترة المفضلة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
صباحا قبل الذهاب للعمل	102	16.92	60	15.67	162	16.43
مساءا قبل النوم	194	32.17	122	31.85	316	32.05
أثناء العمل	95	15.75	63	16.45	158	16.02
مساءا بعد الرجوع من العمل	212	35.16	138	36.03	350	35.5
إجمالي الإجابات	603	100	383	100	986	100

نلاحظ من خلال الجدول 24 أن الفترة المفضلة لمتابعة الأخبار لدى عينة الدّراسة هي مساءا بعد الرجوع من العمل وذلك بنسبة 35.5% من إجمالي الإجابات، أما الفترة المفضلة التالية فهي مساءا قبل النوم بنسبة 32.05%، تليها فترة الصّباح قبل الذهاب للعمل بنسبة 16.43%، وفي المرتبة الأخيرة الفترة التي يكون فيها أفراد العينة أثناء العمل 16.02%، ويعتبر هذا التوزيع منطقيا ما أخذنا بعين الاعتبار ظروف عملهم، وعلى الرغم من اختلاف مهام الإناث أثناء التواجد بالمنزل عن الذكور إلى نسب فترات المتابعة كانت متقاربة جدا.

4-3-11 الطريقة التي تستخدمها عينة الدراسة أكثر من أجل تصفح الأخبار من خلال شبكة الانترنت

جدول رقم 25 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والطريقة التي تستخدمها أكثر من أجل تصفح الأخبار من خلال شبكة الانترنت

الجنس / طريقة التصفح	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
من خلال الهاتف المحمول المزود بشبكة الانترنت.	163	38.26	95	34.54	258	36.8
من خلال الكمبيوتر المحمول المزود بالانترنت.	184	43.19	120	43.64	304	43.38
من خلال جهاز الكمبيوتر الثابت في المنزل.	25	5.87	22	8	47	6.7
من خلال اللوح الإلكتروني	54	12.68	38	13.82	92	13.12
إجمالي الإجابات	426	100	275	100	701	100

نجد من خلال الجدول 25 أن طريقة التصفح الأكثر استخداما من طرف المبحوثين كانت من خلال الكمبيوتر المحمول المزود بشبكة الانترنت، وذلك بنسبة 43.38% من إجمالي الإجابات، ثم من خلال الهاتف المحمول المزود بشبكة الانترنت بنسبة 36.8%، أما الطريقة التصفح الموالية فهي من خلال اللوح الإلكتروني بنسبة 13.12%، والطريقة الأقل استخداما في التصفح هي من خلال جهاز الكمبيوتر الثابت في المنزل بنسبة 6.7%.

4-3-12 مكان متابعة عينة الدّراسة للأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك

جدول رقم 26 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومكان متابعتها للأخبار

الجنس / مكان المتابعة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
في المنزل	212	54.22	138	54.33	350	54.26
في العمل	95	24.3	63	24.8	158	24.5
في الأماكن العامة	31	7.93	21	8.27	52	8.06
عند الأقرباء والأصدقاء	53	13.55	32	12.6	85	13.18
إجمالي الإجابات	391	100	254	100	645	100

استنادا إلى الجدول 26 نلاحظ أن نسبة 54.26% من إجمالي إجابات عينة الدراسة كانت تتابع الأخبار أثناء تواجدها في المنزل، بينما ما نسبته 24.5% تتابعها في العمل، وبنسبة أقل 13.18% يتابعونها أثناء وجودهم عند أقربائهم أو مع أصدقائهم، أما نسبة المتابعة في الأماكن العامة فلم تتعدى 8.06%.

4-3-13 أسباب متابعة عينة الدراسة للأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

جدول رقم 27 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأسباب متابعتها للأخبار

الجنس / سبب المتابعة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
متابعة الأخبار الوطنية	212	32.22	138	31.22	350	31.82
متابعة الأخبار العربية	119	18.09	89	20.14	208	18.9
متابعة الأخبار الدولية	87	13.22	51	11.54	138	12.55
التعرف على مختلف وجهات النظر حول القضايا المطروحة	212	32.22	138	31.22	350	31.82
إيجاد موضوعات لتكون محل نقاش مع الآخرين	16	2.43	15	3.39	31	2.82
أقوم بالمتابعة لأنني تعودت على ذلك	12	1.82	11	2.49	23	2.09
إجمالي الإجابات	658	100	442	100	1100	100

عن أسباب متابعة عينة الدراسة للأخبار ضمن المواقع والصفحات الإخبارية نجد من خلال الجدول 27 أن متابعة الأخبار الوطنية والتّعرف على مختلف وجهات النظر حول القضايا المطروحة، كانتا في المرتبة الأولى من بين أسباب المتابعة وذلك بنسبة 31.82% لكل منهما، بينما تأتي الأخبار العربية بنسبة 18.9% من إجمالي الإجابات، ثم الأخبار الدولية بنسبة 12.55%، في حين كانت أقل الأسباب الدافعة للمتابعة هي إيجاد موضوعات لتكون محل نقاش مع الآخرين والمتابعة نظرا للتعود وذلك بنسبتي 2.82%، 2.09% على التوالي.

4-3-14 المواد الإخبارية التي تتابعها عينة الدراسة غالبا من خلال شبكة الانترنت

جدول رقم 28 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس والمواد الاخبارية التي تتابعها

الجنس / المادة الاخبارية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصّحف الإلكترونية	212	38.48	138	39.2	350	38.76
إعادة مشاهدة نشرات إخبارية معينة من خلال المواقع الإخبارية او مواقع الفيديو.	18	3.27	15	4.26	33	3.65
إعادة مشاهدة تسجيلات حصص وبرامج سياسية معينة	81	14.7	54	15.34	135	14.95
تقارير حول قضايا سياسية معينة	205	37.2	130	36.94	335	37.1
برامج الفكاهة السياسية او الكومديديا السياسية	35	6.35	15	4.26	50	5.54
إجمالي الإجابات	551	100	352	100	903	100

يبين الجدول 28 المواد الإخبارية التي تتابعها أفراد العينة من خلال شبكة الانترنت عموما، حيث تأتي الصحف الإلكترونية في مقدمة ما اختارته العينة وذلك بنسبة 38.76% من إجمالي الإجابات، ثم التقارير حول قضايا سياسية معينة بنسبة 37.1%، بعد ذلك إعادة مشاهدة تسجيلات حصص وبرامج سياسية معينة بنسبة 14.95%، ثم برامج الفكاهة السياسية بنسبة 5.54%، وفي الأخير إعادة مشاهدة نشرات إخبارية معينة من خلال المواقع الإخبارية او مواقع الفيديو بنسبة 3.65%، ومن النتائج التفصيلية نلاحظ تقارب الفروق بين الذكور والإناث في نسب اختيار المواد الإخبارية المتابعة، كما يتبين لنا تأثير الصحف الإلكترونية كمادة إخبارية أساسية على أولويات عينة الدراسة ضمن المصادر والمواد الإخبارية الأخرى.

4-3-15 أنواع الأخبار التي تحرص العينة على متابعتها من خلال المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

جدول رقم 29 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس وأنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها

الجنس / نوع الخبر	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار السياسية	212	25.6	138	26.44	350	25.93
الأخبار الاقتصادية	212	25.6	138	26.44	350	25.93
الاخبار الاجتماعية	212	25.6	138	26.44	350	25.93
اخبار العنف والجريمة	0	0	0	0	0	0
الأخبار الرياضية	36	4.35	26	4.98	62	4.59
الأخبار العلمية	79	9.55	39	7.47	118	8.74
الأخبار الثقافية	67	8.09	35	6.7	102	7.55
الأخبار الأمنية والعسكرية	10	1.21	8	1.53	18	1.33
إجمالي الإجابات	828	100	522	100	1350	100

يتضح من خلال الجدول 29 أن الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية كانت ضمن أولى المراتب في قائمة طبيعة الأخبار التي تحرص العينة على متابعتها وذلك بنسبة 25.93% من إجمالي الإجابات لكل منها، ثم الأخبار العلمية بنسبة 8.74%، وبعدها الأخبار الثقافية بنسبة 7.55% من إجمالي الإجابات، ثم بنسبة أقل الأخبار الرياضية 4.59%، وفي المرتبة الأخيرة الأخبار الأمنية والعسكرية بنسبة 1.33%، أما بالنسبة لأخبار الجريمة والعنف فلم تكن هناك نسب مسجلة من قبل المبحوثين، ويعود تركيز الأساتذة على الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية بذات القدر إلى طبيعة المرحلة التي مرت بها الجزائر خلال فترة الدراسة، حيث تذبذب الوضع السياسي للدولة في ظل الاشاعات التي تحيط

بمرض رئيس الجمهورية ومصير السلطة ونظام الحكم، إضافة إلى الأزمة الاقتصادية التي واجهتها البلاد بعد انهيار سعر البترول وانعكاسها على الجانب الاجتماعي، أين نجد ردود أفعال متفاوتة من حين لآخر سواء من جهات رسمية او احتجاجات شعبية هذه الأخيرة التي تجد في المواقع الاخبارية وصفحات الفيسبوك ملاذا للتعبير عن افكارها وأرائها عن الوضع القائم، وهذا ما سلط الضوء بكثافة على الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

4-4 تقييم المبحوثين للأخبار من خلال وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالمواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

4-4-1 متابعة الأخبار من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفيسبوك او وسائل الاعلام التقليدية

جدول رقم 30 يوضح توزيع إجابات العينة وفقا للجنس ومتابعتها للاخبار من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفيسبوك او وسائل الاعلام التقليدية

الجنس / متابعة الاخبار	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية أكثر.	163	76.89	94	68.12	257	73.43
من خلال وسائل الإعلام التقليدية أكثر (التلفزيون، الاذاعة، الصحف المكتوبة)	49	23.11	44	31.88	93	26.57
المجموع	212	100	138	100	350	100

يتضح من خلال الجدول 30 أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة 73.43% تتابع الأخبار بدرجة أكبر من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفياسبوك الإخبارية الجزائرية، في حين ما نسبته 26.57% فقط من يتابعون الأخبار بدرجة اكبر من خلال وسائل الإعلام التقليدية، وقد يرجع السبب هنا ليس إلى إمكانيات هذه المواقع والصفحات فقط بل أيضا إلى طبيعة عمل وتوظيف الأستاذ الجامعي في الجزائر، الذي يقضي في كثير من الأحيان إلى تواجد الأستاذ

في جامعة بعيدة عن مقر سكناه ما يضطره إلى المبيت في مكان عمله، هذا الأخير الذي قد لا يكون مجهزا ومتوفرا على جهاز التلفاز والاستقبال ومختلف الشروط التي تتوفر عادة بالبيت، وهنا يكون الحل الأسهل الاعتماد على الانترنت والمواقع والصفحات وغيرها كبديل مؤقت لوسائل الإعلام التقليدية.

4-4-2 مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

جدول رقم 31 يوضح مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين

مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية	المستوى						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي	اتجاه العينة
	معارض		محايد		موافق					
	ك	%	ك	%	ك	%				
تتميز بمصداقية عالية	61	17.4	209	59.7	80	22.9	2.05	0.63	68.33	محايد
تتميز بالفورية في النقل ومتابعة الأحداث آنيا.	0	0	23	6.6	327	93.4	2.93	0.25	97.66	موافق
تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.	0	0	195	55.7	155	44.3	2.44	0.5	81.33	موافق
تقوم بإعادة نشر نفس الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية التي تناولتها وسائل الإعلام التقليدية	57	16.3	269	76.9	24	6.9	1.91	0.47	63.66	محايد
تمكن من الحصول على مختلف وجهات النظر المتعلقة بقضية معينة.	1	0.3	24	6.9	325	92.9	2.93	0.27	97.66	موافق
تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.	136	38.9	214	61.1	0	0	1.61	0.49	53.66	معارض

تشير معطيات الجدول 31 إلى نتائج عديدة أهمها:

لقد شكلت عبارتا الفورية في النقل والحصول على مختلف وجهات النظر في أولى العبارات حول مستوى الاخبار في المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية وذلك بوزن نسبي يقدر ب 97.66% لكل منهما باتجاه عام للعينة **(موافق)** لكليهما.

في المرتبة الثانية جاءت عبارة التركيز على ما هو مهم فعلا في الساحة السياسية وذلك بوزن نسبي قدره 81.33%، وباتجاه عام للعينة بالموافقة، أما في المرتبة الثالثة فكانت للعبارة المتعلقة بالمصداقية العالية وذلك بوزن نسبي 68.33%، وباتجاه محايد للعينة، في المرتبة الرابعة جاءت عبارة إعادة نشر نفس اخبار وسائل الاعلام التقليدي وذلك بوزن نسبي 63.66% وباتجاه محايد للعينة، أما المرتبة الأخيرة فكانت للعبارة المتعلقة بكون هذه المواقع والصفحات الإخبارية تمثل فضاءا حرا للتعبير ليس فيه أي نوع من التعتيم وذلك بوزن نسبي قدره 53.66% وباتجاه معارض للعينة.

لقد استخدم الباحث مقياس ليكرت لقياس اتجاه عينة الدراسة نحو مستوى الأخبار في المواقع الإخبارية الجزائرية والصفحات الإخبارية على فيسبوك، وفق مقياس ثلاثي يتضمن 6 فقرات تمت الإجابة عنها وفق ثلاثة بدائل تحمل الأوزان التالية:

موافق = 3 ، محايد = 2 ، معارض =1 بالنسبة للعبارات الإيجابية

معارض = 3 ، محايد = 2 ، موافق =1 بالنسبة للعبارات السلبية

وبحساب المدى نجد انه: 3−1 = 2

ومنه فإن طول الفئة: 3/2 = 0.66

وبالتالي فإن تقدير مستويات الاستجابة للمحور تكون في **الجدول رقم 32** كالتالي:

مستوى الأخبار في المواقع والصفحات	المتوسط الحسابي
ضعيف	1.66 – 1
متوسط	2.33 – 1.67
جيد	3 – 2.34

جدول رقم 33 يوضح المتوسط العام لكل الفقرات

المتوسط العام لكل الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
	2.31	**0.68**	**%77**	**محايد**

من خلال الجدول 31 يتبين أن المتوسط الحسابي لمستوى الأخبار في المواقع والصفحات الإخبارية بين 1.61 و 2.93، وهي قيم تعكس مستوى يتراوح بين الدرجة الضعيفة والجيدة، لكن من خلال الجدول رقم 33 الموضح للاتجاه العام نجد أن المتوسط العام للفقرات هو 2.31 ، وهنا واستنادا إلى الجدول رقم 32 نجد أن مستوى الأخبار في المواقع والصفحات الإخبارية هو **مستوى متوسط.**

4-4-3 مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية

جدول رقم 34 يوضح مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية من وجهة نظر المبحوثين

مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية	معارض		محايد		موافق		المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي	اتجاه العينة
	ك	%	ك	%	ك	%				
تتميز بمصداقية عالية	262	74.9	88	25.1	0	0	1.25	0.43	41.66	معارض
تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.	240	68.6	88	25.1	22	6.3	1.38	0.6	46	معارض
تركز على أخبار دول معينة وتهمل دول أخرى.	0	0	100	28.6	250	71.4	2.71	0.45	90.33	موافق
تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.	212	60.6	138	39.4	0	0	1.39	0.49	46.33	معارض
أغلبها يقوم بتشويه صورة دولة على حساب الأخرى من خلال معالجة الأخبار.	0	0	303	86.6	47	13.4	2.13	0.34	71	محايد
ليس هناك حيادية في طرح كثير من القضايا.	0	0	179	51.1	171	48.9	2.49	0.5	83	موافق
أغلبها ينشر ويغطي قضايا تتماشى مع أجندات سياسية واقتصادية خاصة بهم، حتى ولو كانت هذه القضايا أقل أهمية على أرض الواقع.	0	0	0	0	350	100	3	0	100	موافق

تشير معطيات الجدول 34 إلى نتائج عديدة أهمها:

لقد جاءت عبارة أغلبها ينشر ويغطي قضايا تتماشى مع أجندات سياسية واقتصادية خاصة بهم في المرتبة الأولى بوزن نسبي يقدر 100%، وباتجاه عام بالموافقة للعينة، أما في المرتبة الثانية فقد كانت لعبارة تركز على أخبار دول معينة وتهمل دول أخرى أولى العبارات حول مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية وذلك بوزن نسبي يقدر ب 90.33% ،

وباتجاه بالموافقة للعينة، أما المرتبة الثالثة فقد كانت لعبارة ليس هناك حيادية في طرح كثير من القضايا، وذلك بوزن نسبي قدره 83%، وباتجاه عام للعينة بالموافقة، أما في المرتبة الرابعة فكانت للعبارة المتعلقة بتشويه صورة دولة على حساب الأخرى من خلال معالجة الأخبار، وذلك بوزن نسبي 71%، وباتجاه محايد للعينة، في المرتبة الخامسة جاءت عبارة تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا، وذلك بوزن نسبي 46.33% وباتجاه معارض للعينة، أما المرتبة السادسة فكانت للعبارة المتعلقة بكون وسائل الإعلام التقليدية تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية، وذلك بوزن نسبي قدره 46% وباتجاه معارض للعينة، أما المرتبة الأخيرة فكانت للعبارة المتعلقة بالمصداقية وذلك بوزن نسبي يقدر 41.66%، وباتجاه عام معارض

لقد استخدم الباحث مقياس ليكرت لقياس اتجاه عينة الدراسة نحو مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية، وفق مقياس ثلاثي يتضمن 7 فقرات تمت الإجابة عنها وفق ثلاثة بدائل تحمل الأوزان التالية:

موافق = 3 ، محايد = 2 ، معارض =1 بالنسبة للعبارات الإيجابية

معارض = 3 ، محايد = 2 ، موافق =1 بالنسبة للعبارات السلبية

وبحساب المدى نجد انه: 3−1 = 2

ومنه فإن طول الفئة: 3/2 = 0.66

وبالتالي فإن تقدير مستويات الاستجابة للمحور تكون في **الجدول رقم 35** كالتالي:

مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية	المتوسط الحسابي
ضعيف	1.66 – 1
متوسط	2.33 – 1.67
جيد	3 – 2.34

جدول رقم 36 يوضح المتوسط العام لكل الفقرات

المتوسط العام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة
لكل الفقرات	2.05	0.79	%68.33	محايد

من خلال الجدول 34 يتبين أن المتوسط الحسابي لمستوى الأخبار في المواقع والصفحات الإخبارية يتراوح بين 1.25 و 3، وهي قيم تعكس مستوى يتراوح بين الدرجة الضعيفة والجيدة، لكن من خلال الجدول رقم 36 الموضح للاتجاه العام للمحور نجد أن المتوسط العام للفقرات هو 2.05 وهنا واستنادا إلى الجدول رقم 35 نجد أن مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية هو **مستوى متوسط.**

4-5 أهم القضايا السياسية الراهنة التي يتابعها المبحوثون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

4-5-1 ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين

تشير بيانات الجدول 37 إلى أن **قضية انهيار أسعار النفط وتداعياته** قد جاءت في الترتيب الأول كأهم قضية بالنسبة للأساتذة الجامعيين عينة الدراسة وذلك بوزن مرجح 2829 نقطة بنسبة 18%، بينما في المرتبة الثانية **قضية قانون المالية وسياسة التقشف** بوزن مرجح 2700 نقطة وبنسبة 17.1%، ثم المرتبة الثالثة **لقضية تعديل الدستور** بوزن مرجح 2341 نقطة وبنسبة 14.9%، بعد ذلك تأتي في **المرتبة الرابعة قضية عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل** بوزن مرجح مقداره 2180 نقطة وبنسبة 13.8%، ثم المرتبة الخامسة **لقضية الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات** بوزن مرجح 1948 نقطة وبنسبة 12.4%، بعد ذلك تأتي **قضية وفاة الصحفي محمد تامالت** بالمرتبة السادسة بوزن مرجح 1071 نقطة وبنسبة 6.8%، وبالمرتبة السابعة **قضية إلغاء التقاعد النسبي** بوزن مرجح 1004 نقطة وبنسبة 6.4%، أما المرتبة الثامنة فكانت **لقضية استقالة الامين العام لحزب جبهة التحرير الوطني** بوزن مرجح 946 نقطة وبنسبة 6%، وبالنسبة لآخر قضية في قائمة اهتمامات عينة الدراسة كانت **قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات** بوزن مرجح 740 نقطة وبنسبة 4.6%.

جدول رقم 37 يوضح ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين

القضايا الوطنية	الترتيب									الوزن المرجح		
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	التاسع	النقاط	%	الرتبة
الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات	12	0	59	101	126	46	0	1	5	1948	12.4	**5**
قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات	0	1	1	0	19	66	36	31	196	740	4.6	**9**
انهيار أسعار النفط وتداعياته	188	93	11	40	10	5	1	1	1	2829	18	**1**
عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل	43	52	77	13	121	26	16	1	1	2180	13.8	**4**
قضية تعديل الدستور	16	67	110	134	1	18	2	2	0	2341	14.9	**3**
قانون المالية الجديد وسياسة التقشف	89	144	74	28	4	8	3	0	0	2700	17.1	**2**
استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني	0	0	0	0	0	109	112	45	84	946	6	**8**
إلغاء التقاعد النسبي	0	0	0	0	19	62	158	76	35	1004	6.4	**7**
وفاة الصحفي محمد تامالت	2	1	10	34	50	10	22	194	27	1071	6.8	**6**
مجموع الأوزان المرجحة										15759	100	

جدول رقم 38 يوضح ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين

القضايا العربية	الترتيب								الوزن المرجح		
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	النقاط	%	الرتبة
تنظيم داعش الإرهابي	170	78	81	21	0	0	0	0	2497	19.8	2
الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي	180	96	74	0	0	0	0	0	2556	20.2	1
الصراع في اليمن	0	176	138	36	0	0	0	0	2240	17.8	3
قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة	0	0	36	220	94	0	0	0	1692	13.4	4
الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار	0	0	21	73	241	15	0	0	1500	12	5
انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية	0	0	0	0	0	31	139	180	551	4.4	8
قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية	0	0	0	0	15	38	127	170	598	4.7	7
تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية	0	0	0	0	0	266	84	0	966	7.7	6
مجموع الأوزان المرجحة									12600	100	

تشير بيانات الجدول 38 إلى أن **قضية الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي** قد جاءت في الترتيب الأول كأهم قضية عربية بالنسبة للأساتذة الجامعيين عينة الدراسة وذلك بوزن مرجح 2556 نقطة بنسبة 20.2%، بينما في المرتبة الثانية **قضية تنظيم داعش الإرهابي** بوزن مرجح 2497 نقطة وبنسبة 19.8%، ثم المرتبة الثالثة **لقضية الصراع في اليمن** بوزن مرجح 2240 نقطة وبنسبة 17.8%، بعد ذلك تأتي في المرتبة الرابعة **قضية قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة** بوزن مرجح مقداره 1692 نقطة وبنسبة 13.4%، ثم المرتبة الخامسة **لقضية الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار** بوزن مرجح 1500 نقطة وبنسبة 12%، بعد ذلك تأتي المرتبة السادسة **قضية تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية** بوزن مرجح 966 نقطة وبنسبة 7.7%، وبالمرتبة السابعة **قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية** بوزن مرجح 598 نقطة وبنسبة 4.7%، أما المرتبة الثامنة والأخيرة فكانت **لقضية انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية** بوزن مرجح 551 نقطة وبنسبة 4.4%.

4-5-2 مناقشة القضايا المهمة مع الآخرين

جدول رقم 39 يوضح مدى مناقشة عينة الدراسة للقضايا المهمة مع الآخرين

مناقشة القضايا المهمة مع الآخرين	المستوى						المجموع		المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائما		أحيانا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
القضايا الوطنية	186	53.14	164	46.86	0	0	350	100	2.53	0.5	84.33
القضايا العربية	117	33.43	233	66.57	0	0	350	100	2.33	0.47	77.66

من خلال الجدول 39 نلاحظ أن كل أفراد العينة يناقشون القضايا المهمة سواء كانت وطنية او عربية مع الآخرين، وذلك بنسب متفاوتة بين من تناقشها بصفة منتظمة وبين من تفعل ذلك احيانا، بالنسبة للقضايا الوطنية جاءت في المرتبة الأولى في القضايا التي تناقش مع الآخرين من قبل عينة الدراسة وذلك بوزن نسبي يقدر 84.33%، تتوزع بين نسبة 53.14% تناقشها دائما بانتظام، و46.86% تناقشها أحيانا، بينما جاءت القضايا العربية في المرتبة الثانية بوزن نسبي 77.66%، تتوزع بين 66.57% من الذين يناقشونها أحيانا، و33.43% تتميز بالانتظام في مناقشة القاضايا المهمة بالنسبة لهم مع الآخرين.

4-5-3 التعرض إلى قضايا تم طرحها بداية في المواقع والصفحات الإخبارية ثم تناولتها وسائل الاعلام التقليدية

جدول رقم 40 يوضح مدى التعرض إلى قضايا تم طرحها بداية في المواقع والصفحات الإخبارية ثم تناولتها وسائل الاعلام التقليدية

الجنس / التعرض لقضايا	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
تعرضت إلى قضايا كثيرة بهذه الحالة.	107	50.47	72	52.15	179	51.14
تعرضت إلى قضايا قليلة.	63	29.72	39	28.25	102	29.14
نادرا ما أتعرض إلى حالة كهذه	22	10.38	11	8	33	9.43
لم أتعرض أبدا إلى قضايا بهذه الحالة	20	9.43	16	11.6	36	10.29
المجموع	212	100	138	100	350	100

من بين مفرزات نموذج تدفق الأولويات عبر مرحلتين هو ما يسمى بنموذج الفروق الفردية، والذي يفترض أن جمهور وسائط الإعلام الجديدة إنما يتميز بتباين كبير في الخصائص والتوجهات والأفكار ما يؤهله لممارسة دور الاختيار من جهة والإنتاج من جهة أخرى، ما يعزز دور الجمهور في ترتيب أولويات وسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق بالقضايا اليومية[1]، ونظرا لطبيعة منتجي محتوى المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية في الدراسة، الذي ينتمي لفئة إعلام المواطن فإن كثيرا من القضايا والأخبار التي يتم طرحها ضمنها تقع ضمن مجال اهتمام المواطن ولا تكون مدرجة ضمن اهتمامات وسائل الإعلام في البداية، لكن بعد طرحها وتداولها ونشرها من قبل النشطاء تقوم بلفت انتباه باقي وسائل الاعلام ويتم إدراجها في وقت متأخر ضمن أولوياتها، وهذا اتجاه يؤيد الدور النشط للجمهور في بناء أولويات وسائل الاعلام.

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد ، مرجع سبق ذكره ، ص288

نلاحظ من خلال الجدول 40 أن النسبة الأكبر من أفراد العينة قد تعرضوا إلى قضايا كثيرة تم طرحها ضمن المواقع والصفحات الإخبارية بداية، ولم تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وبعد فترة انتبهت اليها وسائل الاعلام التقليدية ونشرتها، وذلك بنسبة 51.14%، بينما نسبة 29.14% تعرضوا إلى قضايا قليلة بهذا الشكل، في المرتبة الموالية ما نسبته 10.29% لم يتعرضوا مطلقا إلى قضايا مثلها، وفي المرتبة الأخيرة 9.43% نادرا ما تعرضوا لهذا النواع من القضايا، وتشير النتائج التفصيلية على تقارب نسب توزيع الذكور والإناث حسب مستوى تعرضهم لهذا النوع من القضايا، ومن خلال النتائج الأولية يتبين لنا مؤشرات على مدى اعتماد وسائل الإعلام التقليدية على المواقع والصفحات الإخبارية كمصدر للمعلومات والأخبار حول مختلف المواضيع.

4-5-4 الأطراف التي تناقش معها عينة الدراسة القضايا التي تهمهم مناقشة الأساتذة للقضايا

جدول رقم 41 يوضح الأطراف التي يناقش معها الأساتذة الجامعيون القضايا التي تهمهم

الجنس / مناقشة القضايا	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مع زملاء العمل	165	28.3	108	28.65	273	28.44
مع الطلبة الذين أدرّسهم	44	7.55	23	6.1	67	6.98
مع الأصدقاء	212	36.36	138	36.6	350	36.46
العائلة أو الأقارب	162	27.79	108	28.65	270	28.12
إجمالي الإجابات	583	100	377	100	960	100

يتضح لنا من خلال الجدول 41 أن النسبة الأعلى من إجمالي الإجابات حول طبيعة الأفراد الذين يناقش معهم المبحوثون القضايا المهمة لهم تكون مع الأصدقاء بنسبة 36.46%، تليها نسبة 28.44% من إجمالي الإجابات ممن يناقشونها مع زملاء العمل، ثم نسبة 28.12% مع العائلة والأقارب، وفي الأخير نسبة 6.98% فقط ممن يناقشون القضايا المهمة مع الطلبة الذين يدرسونهم، وهنا نلاحظ تأثير الأصدقاء في المناقشة وبناء الآراء وبالتالي ترتيب الأولويات في النهاية، كذلك زملاء العمل بصفة أقل، وكذا العائلة والأقارب والملاحظ أيضا انخفاض نسبة من يناقشون القضايا مع الطلبة، وبالرجوع إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور وفقا لنموذج انتقال الأولويات عبر مرحلتين، نجد أن احتمالات تأثير الأساتذة كوسيط في نقل الأولويات من المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية تكون أعلى تأثيرا في أصدقائهم وأقل تأثيرا في الطلبة بناءا على درجة المناقشة الموضحة بالأعلى.

4-5-5 مدى تاثير المواقع والصفحات الإخبارية على الأساتذة الجامعيين وتشكيل آرائهم من وجهة نظر العينة

جدول رقم 42 يوضح وجهة نظر الأساتذة الجامعيين في مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية عليهم

الجنس / التاثير على الاساتذة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	94	44.34	61	44.2	155	44.29
لا	31	14.62	29	21.02	60	17.14
إلى حد ما	87	41.04	48	34.78	135	38.57
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 2.84	كا² المجدولة= 5.99		درجة الحرية 2		مستوى الثقة 95%	

يوضح الجدول 42 رأي الأساتذة عينة البحث حول ما إذا كانت المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تستطيع التأثير في الأساتذة الجامعيين، من خلال تشكيل مواقفهم وأرائهم نحو القضايا السياسية الراهنة، وقد أجابت 44.29% من العينة بنعم، تليها نسبة 38.57% ممن اعتبروا أنها تؤثر فيهم إلى حد ما ، ثم نسبة 17.14% أجابوا بلا وبأنها لا تؤثر فيهم من حيث تشكيل مواقفهم وآرائهم، وتشير النتائج التفصيلية تقارب نسب توزيع الذكور والإناث على رأيهم في مدى تأثير هذه المواقع والصفحات، وتبين قيمة كا² المحسوبة 2.84 أنها غير دالة ، وبالتالي لا توجد علاقة بين رأي الأساتذة والجنس.

4-5-6 رأي الأساتذة الجامعيين في كون القضايا المطروحة في المواقع والصفحات الإخبارية هي نفسها المهمة في الواقع

جدول رقم 43 يوضح رأي الأساتذة الجامعيين في كون القضايا المطروحة في المواقع والصفحات الإخبارية هي نفسها المهمة في الواقع

الجنس / الواقع الخارجي	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	96	45.28	55	39.86	151	43.14
لا	60	28.3	46	33.33	106	30.29
إلى حد ما	56	26.42	37	26.81	93	26.57
المجموع	212	100	138	100	350	100
كا² المحسوبة= 1.27	كا² المجدولة= 5.99		درجة الحرية 2		مستوى الثقة 95%	

يبين الجدول 43 رأي الأساتذة حول ما إذا كانت القضايا السياسية التي تعطيها المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية الاهتمام الأكبر، هي القضايا ذاتها الأكثر أهمية التي تحدث فعلا في الواقع الخارجي، وقد أجابت 43.14% من العينة بنعم، تليها نسبة 30.29% ممن اعتبروا أن القضايا ليست ذاتها المهمة فعلا بالواقع الخارجي، ثم نسبة 26.57% أجابوا بأنها تماثل القضايا المهمة فعلا في ارض الواقع وذلك على حد ما، وتشير النتائج التفصيلية تقارب نسب توزيع الذكور والإناث، وتبين قيمة كا² المحسوبة 1.27 أنها غير دالة ، وبالتالي لا توجد علاقة بين رأي الأساتذة في كون القضايا هي نفسها المهمة في أرض الواقع والجنس.

4-6 العلاقات والارتباطات

4-6-1 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للمواقع الاخبارية الجزائرية.

جدول رقم 44 يوضح العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للمواقع الاخبارية الجزائرية

التأثير على الأساتذة الجامعيين	مدى المتابعة للمواقع الاخبارية			
	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
نعم	103	51	1	155
لا	43	16	1	60
إلى حد ما	77	57	1	135
المجموع	223	124	3	350
كا² المحسوبة= 5.62	كا² المجدولة= 9.49	درجة الحرية 4	مستوى الثقة 95%	

يبين لنا الجدول 44 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية في تشكيل آرائهم حول القضايا التي يتابعونها من جهة وبين مدى متابعتهم لهذه المواقع من جهة أخرى، فنجد أن قيمة كا² 5.62 وهي أصغر من قيمة كا² المجدولة 9.49 عند 0.05 (درجة حرية 4)، وبالتالي تعتبر غير دالة وبالتالي لا توجد علاقة بين رأي الاساتذة ومدى متابعتهم لهذه المواقع .

4-6-2 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك.

جدول رقم 45 يوضح العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك

التأثير على الأساتذة الجامعيين	مدى المتابعة لصفحات الفيسبوك الاخبارية			
	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
نعم	112	39	4	155
لا	43	16	1	60
إلى حد ما	87	47	1	135
المجموع	242	102	6	350
كا² المحسوبة= 4.6	كا² المجدولة= 9.49		درجة الحرية 4	مستوى الثقة 95%

يبين لنا الجدول 45 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية في تشكيل آرائهم حول القضايا التي يتابعونها من جهة، وبين مدى متابعتهم للصفحات الإخبارية على فيسبوك من جهة، فنجد أن قيمة كا² 4.6 وهي أصغر من قيمة كا² المجدولة 9.49 عند 0.05 (درجة حرية 4)، وبالتالي تعتبر غير دالة وبالتالي لا توجد علاقة بين رأي الاساتذة ومدى متابعتهم لهذه الصفحات .

4-6-3 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ونوع المصدر الذي تحرص على متابعة الأخبار منه"

جدول رقم 46 يوضح العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ونوع المصدر الذي تحرص على متابعة الأخبار منه"

التأثير على الأساتذة الجامعيين	الحرص على متابعة الاخبار من		المجموع
	الفيسبوك اكثر	التقليدي اكثر	
نعم	109	46	155
لا	37	23	60
إلى حد ما	111	24	135
المجموع	257	93	350
كا² المحسوبة= 10.37	كا² المجدولة= 5.99	درجة الحرية 2	مستوى الثقة 95%

يبين لنا الجدول 46 العلاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية في تشكيل آرائهم حول القضايا التي يتابعونها من جهة وبين مدى حرصهم على متابعة الأخبار من المواقع والصفحات الإخبارية اكثر أو من وسائل الإعلام التقليدية أكثر من جهة أخرى، وتبين أن قيمة كا² المحسوبة 10.37 و هي اكبر من المجدولة 5.99 عند 0.05 (درجة حرية 2)، وهي تعتبر دالة وبالتالي توجد علاقة بين رأي الاساتذة ومدى حرصهم على متابعة الأخبار من المواقع والصفحات الإخبارية اكثر .

4-7 نتائج اختبار الفرضيات

4-7-1 اختبار الفرضية الأولى:

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية الوطنية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية "

جدول رقم 47

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الأساتذة للقضايا الوطنية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا

القضايا الوطنية	ترتيب الأساتذة للقضايا	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا
انهيار أسعار النفط وتداعياته	1	1	2
قانون المالية الجديد وسياسة التقشف	2	2	3
قضية تعديل الدستور	3	4	6
عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل	4	5	1
الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات	5	3	4
وفاة الصحفي محمد تامالت	6	8	9
إلغاء التقاعد النسبي	7	6	5
استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني	8	9	7
قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات	9	7	8
معامل سبيرمان		0.87	0.7

مع المواقع	**S المحسوبة 0.87**	**S المجدولة 0.7**	**درجة الحرية 9**	**مستوى الثقة 95%**
مع الصفحات	**S المحسوبة 0.7**	**S المجدولة 0.83**	**درجة الحرية 9**	**مستوى الثقة 99%**

يبين الجدول 47 وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب الأساتذة الجامعيين للقضايا السياسية الوطنية الراهنة، وبين ترتيب ذات القضايا ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية ويقدر هذا الارتباط ب (0.87) وهي أكبر من القيمة الجدولية 0.7 (درجة الحرية 9).

كما يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب الأساتذة الجامعيين للقضايا السياسية الوطنية الراهنة، وبين ترتيب ذات القضايا ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك ويقدر هذا الارتباط ب (0.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية 0.83 (درجة الحرية 9).

من قيم معاملات الارتباط السابقة نجد أن المواقع الإخبارية الجزائرية اكثر قدرة على ترتيب أولويات القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين من الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك، وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل:

"**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية الوطنية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية** "

4-7-2 اختبار الفرضية الثانية:

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية العربية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية الجزائرية "

جدول رقم 48

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الأساتذة للقضايا العربية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا

القضايا العربية	ترتيب الأساتذة للقضايا	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا
الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي	1	1	2
تنظيم داعش الإرهابي	2	2	1
الصراع في اليمن	3	5	3
قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة	4	4	5
الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار	5	3	4
تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية	6	6	6
قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية	7	7	7
انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية	8	8	8
معامل سبيرمان		**0.9**	**0.95**

مع المواقع	**S المحسوبة 0.9**	**S المجدولة 0.74**	**درجة الحرية 8**	**مستوى الثقة 95%**
مع الصفحات	**S المحسوبة 0.95**	**S المجدولة 0.74**	**درجة الحرية 8**	**مستوى الثقة 95%**

يبين الجدول 48 وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب الأساتذة الجامعيين للقضايا السياسية العربية الراهنة، وبين ترتيب ذات القضايا ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية ويقدر هذا الارتباط ب (0.9) وهي اكبر من القيمة الجدولية 0.74 عند 0.05 (درجة الحرية 8).

كما يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب الأساتذة الجامعيين للقضايا السياسية العربية الراهنة، وبين ترتيب ذات القضايا ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك ويقدر هذا الارتباط ب (0.95)، وهي اكبر من القيمة الجدولية 0.74 عند 0.05 (درجة الحرية 8).

من قيم معاملات الارتباط السابقة نجد أن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك اكثر قدرة على ترتيب أولويات القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين من المواقع الإخبارية الجزائرية، وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل:

"**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية العربية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية الجزائرية** "

4-7-3 اختبار الفرضية الثالثة:

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك"

جدول رقم 49

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية الوطنية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا

القضايا الوطنية	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا
انهيار أسعار النفط وتداعياته	1	2
قانون المالية الجديد وسياسة التقشف	2	3
قضية تعديل الدستور	4	6
عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل	5	1
الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات	3	4
وفاة الصحفي محمد تامالت	8	9
إلغاء التقاعد النسبي	6	5
استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني	9	7
قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات	7	8
معامل سبيرمان		0.75
S المحسوبة 0.75	**S المجدولة 0.7**	**درجة الحرية 9**	**مستوى الثقة 95%**

لقد أشارت دراسات ماكومبس وشو التي تناولت بحوث ترتيب الأولويات في البيئة الإعلامية الجديدة إلى ظهور أنوع مختلفة من الأولويات، ومن بينها ما أطلق عليه تصفح الأولويات أو تصفح الأجندة Agenda Surfing حيث وجد أن هناك ميل كبير لاتباع وسائل الإعلام لموجة الأولويات والاهتمامات السائدة التي تضعها وسائل إعلام أخرى بارزة، وهنا يثبت أن اعتماد مختلف وسائل الاعلام على بعضها لا يقف عند الاعتماد على بعضها كمصدر للمعلومات فقط، بل يتعدى ذلك إلى التأثر بأجندات بعضها وفقا للأكبر سيطرة، وفي هنا يبين الجدول 49 وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية الوطنية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا، ويقدر هذا الارتباط ب (0.75) وهي اكبر من القيمة الجدولية 0.7 عند 0.05 (درجة الحرية 9).

وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري عند 0.05 ونقبل الفرض البديل:

"**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك**"

4-7-4 اختبار الفرضية الرابعة:

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك"

جدول رقم 50

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية العربية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا

القضايا العربية	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا
الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي	1	2
تنظيم داعش الإرهابي	2	1
الصراع في اليمن	5	3
قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة	4	5
الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار	3	4
تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية	6	6
قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية	7	7
انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية	8	8
معامل سبيرمان		0.9
S المحسوبة 0.9 **S المجدولة 0.74** **درجة الحرية 8** **مستوى الثقة 95%**		

يبين الجدول 50 وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا السياسية العربية الراهنة وترتيب الصفحات الإخبارية على فيسبوك لذات القضايا، ويقدر هذا الارتباط ب (0.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية 0.74 عند 0.05 (درجة الحرية 8).

وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري عند 0.05 ونقبل الفرض البديل:

" **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك** "

4-7-5 اختبار الفرضية الخامسة: " لا يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا الوطنية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية الجزائرية "

جدول رقم 51

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس تأثير الاتصال الشخصي في مستوى الارتباط بين ترتيب الأساتذة للقضايا الوطنية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا

القضايا الوطنية	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا	الاتصال الشخصي		
			يناقش دائما	يناقش احيانا	يناقش نادرا
			ترتيب	ترتيب	ترتيب
انهيار أسعار النفط وتداعياته	1	2	1	1	/
قانون المالية الجديد وسياسة التقشف	2	3	2	2	/
قضية تعديل الدستور	4	6	3	3	/
عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل	5	1	4	4	/
الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات	3	4	5	5	/
وفاة الصحفي محمد تامالت	8	9	6	6	/
إلغاء التقاعد النسبي	6	5	7	7	/
استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني	9	7	8	8	/
قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات	7	8	9	9	/
م س للمواقع	S المجدولة 0.7	df =9	مستوى الثقة 95%	0.87	0.87	/
م س للصفحات	S المجدولة 0.7	df =9	مستوى الثقة 95%	0.7	0.7	/

يبين الجدول 51 وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون دائما في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.87).

كما يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون أحيانا في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.87) .

يبين الجدول 43 وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون دائما في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.7) .

يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون أحيانا في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.7) .

وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل:

" **يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا الوطنية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية**"

4-7-6 اختبار الفرضية السادسة: " لا يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا العربية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية الجزائرية"

جدول رقم 52

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس تأثير الاتصال الشخصي في مستوى الارتباط بين ترتيب الأساتذة للقضايا العربية وترتيب المواقع والصفحات الإخبارية لذات القضايا

القضايا العربية	ترتيب المواقع الإخبارية للقضايا	ترتيب الصفحات الإخبارية للقضايا	الاتصال الشخصي		
			يناقش دائما	يناقش احيانا	يناقش نادرا
			ترتيب	ترتيب	ترتيب
الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي	1	2	1	1	/
تنظيم داعش الإرهابي	2	1	2	2	/
الصراع في اليمن	5	3	3	3	/
قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة	4	5	4	4	/
الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار	3	4	5	5	/
تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية	6	6	6	6	/
قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية	7	7	7	7	/
انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية	8	8	8	8	/
م س للمواقع	**S المجدولة 0.74 df =8 مستوى الثقة 95%**		**0.9**	**0.9**	/
م س للصفحات	**S المجدولة 0.74 df =8 مستوى الثقة 95%**		**0.95**	**0.95**	

يبين الجدول 52 وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون دائما في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.9) .

كما يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي جدا بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون أحيانا في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.9) .

يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون دائما في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.95) .

يبين الجدول وجود ارتباط طردي قوي جدا باستخدام معامل سبيرمان بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة ضمن الصفحات الإخبارية الجزائرية على فيسبوك، وبين ترتيب ذات القضايا عند الأساتذة الجامعيين الذين يتناقشون أحيانا في القضايا التي تهمهم، ويقدر هذا الارتباط ب (0.95).

وبناءا على النتائج السابقة نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل:

" **يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا العربية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية**"

4-8 النتائج العامة للدراسة

4-8-1 نتائج الدراسة المتعلقة بالمصادر الاخبارية التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في استقاء المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة

- ✓ أهم المصادر الإخبارية التي يتلقى منها الأساتذة الجامعيون المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة الوطنية والعربية، هي القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومنصات الاعلام الجديد وذلك في المرتبة الأولى بنسبة 27.39% لكليهما.
- ✓ أهم أسباب اختيار المبحوثين للمصادر الإخبارية الأساسية لديهم هو الانفراد بعرض حقائق ومعلومات حصرية وذلك بنسبة 21.37% من إجمالي الإجابات.

4-8-2 نتائج الدراسة المتعلقة باستخدامات وأنماط تعرض المبحوثين للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

- ✓ موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف الأساتذة الجامعيين هو موقع فيسبوك، وذلك بنسبة 89.51% من إجمالي الإجابات.
- ✓ يستخدم الأساتذة الجامعيون منصات الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية الراهنة بصفة منتظمة وذلك بنسبة 63.43%.
- ✓ أكثر المواقع الإخبارية استخداما من قبل عينة الدراسة هو موقع TSA Tous sur l'Algérie وذلك بنسبة 30.45% من إجمالي الإجابات.
- ✓ الموقع الثاني الأكثر استخداما لدى الأساتذة الجامعيين هو Algerie360 وذلك بنسبة 23.3%.
- ✓ يتابع الأساتذة الجامعيون المواقع الاخبارية الجزائرية بصفة منتظمة وذلك بنسبة 63.71%.
- ✓ الصفحة الأكثر متابعة من بين الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة فيسبوك هي صفحة تحيا الجزائر Viva l'Algérie1.2.3 ، وذلك بنسبة 36.92%.

- ✓ نسبة 69.14% من الأساتذة الجامعيين يتابعون الصفحات الإخبارية الجزائرية على شبكة فيسبوك بصفة دائمة.
- ✓ 56.9% من الأساتذة الجامعيين يتابعون المواقع الاخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيسبوك إذا كانت القضية طارئة وتشكل حدث الساعة.
- ✓ نسبة 50.86% من الأساتذة الجامعيين لا يحرصون على معرفة مصادر الأخبار التي يتابعونها ضمن المواقع الإخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية.
- ✓ السلوك الغالب على الأساتذة الجامعيين في طريقة متابعة الأخبار هو الدخول مباشرة إلى بعض المواقع أو الصفحات للإطلاع، وذلك بنسبة 32.18% من إجمالي الإجابات.
- ✓ الفترة المفضلة لمتابعة الأخبار لدى الأساتذة الجامعيين هي مساءا بعد الرجوع من العمل وذلك بنسبة 35.5% من إجمالي الإجابات.
- ✓ طريقة التصفح الأكثر استخداما من طرف المبحوثين كانت من خلال الكمبيوتر المحمول المزود بشبكة الانترنت، وذلك بنسبة 43.38% من إجمالي الإجابات.
- ✓ يتابع الأساتذة الجامعيون الأخبار من منازلهم وذلك بنسبة 54.26% من إجمالي الإجابات.

متابعة الأخبار الوطنية والتّعرف على مختلف وجهات النظر حول القضايا المطروحة، كانتا في المرتبة الأولى من بين أسباب متابعة الأساتذة الجامعيين للأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية.

- ✓ وذلك بنسبة 31.82% لكل منهما.
- ✓ جاءت الصحف الإلكترونية في مقدمة ما المواد الإخبارية التي تتابعها عينة الدراسة وذلك بنسبة 38.76% من إجمالي الإجابات، ثم التقارير حول قضايا سياسية معينة بنسبة 37.1%.
- ✓ الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية كانت ضمن أولى المراتب في قائمة طبيعة الأخبار التي تحرص العينة على متابعتها وذلك بنسبة 25.93% من إجمالي الإجابات.

4-8-3 نتائج الدراسة المتعلقة تقييم المبحوثين للأخبار من خلال وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالمواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

- ✓ نسبة 73.43% من الأساتذة الجامعيين يتابعون الأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفياسبوك الإخبارية الجزائرية.
- ✓ جاءت أراء عينة الدراسة حول مستوى الأخبار في المواقع والصفحات الإخبارية بأنها ذات مستوى متوسط.
- ✓ جاءت أراء عينة الدراسة حول مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية بأّنها ذات مستوى متوسط.

4-8-4 نتائج الدراسة المتعلقة بأهم القضايا السياسية الراهنة التي يتابعها المبحوثون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

- ✓ جاءت قضية انهيار أسعار النفط وتداعياته في الترتيب الأول كأهم قضية بالنسبة للأساتذة الجامعيين، وذلك بوزن مرجح 2829 نقطة وبنسبة 18%، بينما في المرتبة الثانية قضية قانون المالية وسياسة التقشف بوزن مرجح 2700 نقطة وبنسبة 17.1%، ثم المرتبة الثالثة لقضية تعديل الدستور بوزن مرجح 2341 نقطة وبنسبة 14.9%.
- ✓ جاءت قضية الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي في الترتيب الأول كأهم قضية عربية بالنسبة للأساتذة الجامعيين، وذلك بوزن مرجح 2556 نقطة بنسبة 20.2%، بينما في المرتبة الثانية قضية تنظيم داعش الإرهابي بوزن مرجح 2497 نقطة وبنسبة 19.8%، ثم المرتبة الثالثة لقضية الصراع في اليمن بوزن مرجح 2240 نقطة وبنسبة 17.8%.
- ✓ جاءت القضايا الوطنية في المرتبة الأولى ضمن القضايا التي تناقش مع الآخرين من قبل عينة الدراسة وذلك بوزن نسبي يقدر 84.33%.

- ✓ 51.14% من أفراد العينة قد تعرضوا إلى قضايا كثيرة تم طرحها ضمن المواقع والصفحات الإخبارية بداية، ولم تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وبعد فترة انتبهت اليها وسائل الاعلام التقليدية ونشرتها.
- ✓ 36.46% من إجمالي الإجابات حول طبيعة الأفراد الذين يناقش معهم المبحوثون القضايا المهمة لهم كانت مع الأصدقاء .
- ✓ 44.29% من الأساتذة الجامعيين يرون أن المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية تستطيع التأثير في فيهم، من خلال تشكيل مواقفهم وأرائهم نحو القضايا السياسية الراهنة.
- ✓ 43.14% من الأساتذة الجامعيين يرون أن القضايا السياسية التي تعطيها المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية الاهتمام الأكبر، هي القضايا ذاتها الأكثر أهمية التي تحدث فعلا في الواقع الخارجي.

4-8-5 نتائج الدراسة المتعلقة بالعلاقات والارتباطات

- ✓ لا توجد علاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول مدى تأثير المواقع والصفحات الإخبارية في تشكيل آرائهم حول القضايا التي يتابعونها من جهة وبين مدى متابعتهم لهذه المواقع من جهة أخرى.
- ✓ لا توجد علاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ومدى متابعتهم للصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك.
- ✓ لا توجد علاقة بين رأي الأساتذة الجامعيين حول تأثير المواقع والصفحات عليهم من خلال تشكيل مواقفهم حول القضايا السياسية الراهنة ونوع المصدر الذي تحرص على متابعة الأخبار منه.

4-8-6 نتائج اختبار الفرضيات

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية الوطنية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر وترتيب القضايا السياسية العربية ذاتها في المواقع الاخبارية والصفحات الاخبارية الجزائرية.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية العربية الراهنة في المواقع الاخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الاخبارية الجزائرية على فيسبوك.
- ✓ يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا الوطنية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية.
- ✓ يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا العربية لدى الاساتذة الجامعيين وترتيبها في المواقع والصفحات الاخبارية.

خاتمة

جاءت هذه الدراسة محاولة لاختبار إحدى النظريات الإعلامية المعروفة بنظرية ترتيب الأولويات، وذلك وفقا للسياق الاعلامي والسياسي والاجتماعي الحالي، الذي يتميز بديناميكية عالية ودرجة كبيرة من التعقيد، خاصة في ظل الانتشار الكبير لوسائط الاعلام الجديد، فالمعروف عن هذه النظرية أنها تبحث في مدى مساهمة وسائل الإعلام في رسم أجندات الجمهور، إلا أن السلطة التي منحتها الوسائط الجديدة للجمهور جعلت منه مشاركا فعالا في صياغة المضامين الاعلامية المتداولة، ومصدرا مهما للأخبار في مختلف المجالات، هذا التغير في الأدوار جعل من إعادة اختبار نظرية ترتيب الأولويات أمرا ضروريا لفهم وتشخيص أهم التحولات على مستوى فرضياتها.

إن استغلال مستخدمي وسائط الإعلام الجديد لمختلف الإمكانيات المتاحة ضمنها، كان له آثار عديدة على مختلف الأصعدة، فمن خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو والمدونات وغيرها استطاع المستخدمون التأثير في صناع القرار في أكثر من مناسبة، بدءا بالجانب السياسي فالاجتماعي فالاقتصادي، وهذا دفعنا للتساؤل حول ما إذا كان الجمهور العادي قد تمكن من تحقيق هذه الأثر فكيف بالنخبة، وعليه تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين بدولة الجزائر، من أجل معرفة ما إذا كانت هذه الوسائط قد نجحت في تشكل وبناء أولويات الأساتذة تجاه القضايا السياسية الراهنة، انطلاقا من كون هذه الفئة تعتبر من المستخدمين الدائمين لها، وقد تم التركيز فقط على المواقع الإخبارية الجزائرية المستقلة، إضافة إلى صفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية.

نظريا إن المجتمعات التي تشهد تنوعا في وسائل الإعلام، بحيث لا يكون للفرد مصادر ثابتة للمعلومات، تقل فرص ترتيب الأولويات للجمهور فيها، وذلك لأن فرص تعرض الفرد لتكرارات المصدر ذاته تكون ضعيفة، فتكرارا التعرض لمضمون معين يصبح عبارة عن خيار شخصي، لكن هذه الدراسة قد أثبتت عكس ذلك لأنه ورغم تنوع المصادر التي يعتمد عليها الأساتذة الجامعيون في تلقي المعلومات حول الأخبار، إلا أن النتائج قد

توصلت إلى وجود ارتباط قوي بين أولويات المواقع الإخبارية الجزائرية وكذا صفحات الفيسبوك مع أولويات الأساتذة، وهذا دليل على أن تنوع المصادر لم يمنع من تشكيل الأجندة، ونعزو السبب هنا إلى ما توصلت إليه إحدى نتائج الدراسة من أن هناك علاقة ارتباطية طردية قوية بين كل من أجندة المواقع الإخبارية وأجندة الصفحات الإخبارية، ما يشير إلى اعتماد وسائط الإعلام الجديد على بعضها كمصادر متبادلة للمعلومات، وهذا يعزز فكرة تتبع أولويات الوسائل لبعضها، ما يجعل التنوع في المصادر يخرج عن الإطار الحقيقي الذي يفترض أنه قد وُجد لأجله.

إن اكتمال الرؤية في هذا النوع من البحوث يحتاج إلى قاعدة صلبة من الدراسات التحليلية الكمية والكيفية، وعدم الاكتفاء بالتحليل الكمي لمضامين مختلف وسائط الإعلام الجديد، وإنما البحث الكيفي حول طبيعة المضامين المتداولة فيها واتجاهاتها وطرق معالجتها، تماشيا مع الاتجاه البحثي الذي يري بأن وسائل الإعلام الجديد لا تقف عند ترتيب أولويات الجمهور، وإنما تعمل على تشكيل اتجاهاته نحو القضايا محل الترتيب.

لقد تعثرت هذه الدراسة بصعوبات عديدة حالت دون تقديم تحليل كيفي لمضامين المواقع والصفحات الإخبارية، أبرزها غياب رؤية منهجية واضحة لأساليب تحليل مضامين الإعلام الجديد وطرق العد والقياس ضمن المواقع الإلكترونية وغيرها، إضافة إلى صعوبة تحديد نظام المعاينة المناسب وطرق اختيارها، كما أن تعدد مصادر الأخبار لدى عينة الدراسة يطرح إشكالية صعوبة تذكرها لنوع المصدر الذي حصل منه على معلومات حول قضية معينة، ولكن يمكن أخذ نتائج هذه الدراسة كمؤشرات لقراءة مدى فعالية نظرية ترتيب الأولويات في ظل الوضع الحالي، ويمكننا القول بأن النظرية لم تفقد دورها التقليدي في وضع الأجندات وإنما عدلت في أساليبها وتغيرت آلياتها، فهي تستجيب للتغيرات التكنولوجية وتغيرات الاستخدام بنوع من التكيف، وهذا طبيعي في هذه المرحلة التي تعتبر مرحلة بحثية استكشافية لم تصل بعد إلى تراكم معرفي يحدد أبعاد واضحة للنظرية بمفهومها الجديد.

قائمة المراجع

أولا : باللغة العربية

1- الكتب

1- السيد عمر، البحث الإعلامي، عمان ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008.

2- الظفيري علي، بين الجزيرة والثورة: سنوات اليأس ورياح التغيير، ط1، الشبكة العربية للابحاث والنشر،القاهرة، 2012.

3- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011.

4-بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 4، ديسمبر 1998

5- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008

6- بسيوني إبراهيم حمادة ، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة :عالم الكتاب، 2008 .

7- بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996.

8- تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000.

9- ثروت مكي، الاعلام والسياسة:وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، القاهرة:عالم الكتب، 2005.

10- جابرييل إيه الموند، جي بنجمهم باول الابن، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر، ترجمة هشام عبد الله، عمان المملكة الاردنية الهاشمية: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، ، 1998.

11- حسام إلهامي وآخرون، مناهج البحث في الإعلام الجديد، شركة الوابل الصيب، القاهرة، 2013 .

12- حسن توفيق إبراهيم، النظم السياسية العربية: الاتجاهات الحديثة في دراستها، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
13- حسن علي، المدونات والمدونون في محمد سيد محمد وآخرون، وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، القاهرة: دار الفكر العربي، 2009.
14- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
15- حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
16- حنان يوسف، الاعلام والسياسة: مقاربة ارتباطية، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط1، 2006 .
17- دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته :دراسة في بناء النظرية الإعلامية، تعريب عثمان العربي، الرياض :دار الشبل للنشر والتوزيع، 1992.
18- راسم محمد الجمال، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، الفصل السادس، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999.
19- رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، القاهرة: دار الفكر، 1987.
20- رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الإلكترونية،القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
21- ستيف كراوشو، جون جاكسون، ترجمة هالة سنو، توفيق زيتون، حركات ثورية :قصص شعوب غيرت مصيرها، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2012.
22- سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2011.
23- سمير حسين، تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1991.

24- سين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، 2008.

25- شعبان عبد الحسين، الشعب يريد: تأملات فكرية في الربيع العربي،ط1، أطلس للنشر والترجمة والإنتاج الثقافي، بيروت.

26- صالح خليل أبو الأصبع، الاتصال الجماهيري، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 1999.

27- صفوت العالم، دور وسائل الإعلام في الإصلاح السياسي بعد الانتخابات الرئاسية والبرلمانية 2005، الأهرام، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، 2005.

28- صفوت العالم، دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي: مصر نموذجا، مركز الجزيرة للدراسات، 2013.

29- عادل عبد الغفار، الاعلام والمشاركة السياسية للمرأة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009.

30- عبد الفتاح السيد، ثورة التحرير، أسرار وخفايا ثورة الشباب، دار الحياة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

31- عبد الهادي الجوهري، قاموس علم الاجتماع، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1983.

32- عزيز لعبان، إشكالية التأثير – من الأثر المؤكد إلى الأثر المحتمل، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الحادي عشر، دار هومة للنشر، الجزائر، 2005

33- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، ط1، القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

34- علي القرني، الإعلام الجديد، الرياض :مكتبة الملك فهد للنشر، ، 2011.

35- فاروق أبو زيد، الإعلام والديمقراطية، مصر، عالم الكتب، 2010، ص235.

36- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.

37- فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1985.
38- فيليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة صايلا، محمد عرب، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
39- ماكس ماكومز، لانس هولبرت، سبيرو كيوسيس، واين وانتا، الأخبار والرأي العام : تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
40- محمد البخاري، الإعلام وتحليل المضمون الإعلامي، دمشق: دار علاء الدين، ط2، 2008.
41- محمد حمدان المصالحة، الاتصال السياسي، عمان: دار وائل للنشر.
42- محمد شفيق : البحث العلمي – الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1998.
43- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2000 .
44- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1985.
45- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997.
46- محمد فتحي، النشر الالكتروني: الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006.
47- محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، 1993.
48- مطر منى، الانتفاضة السورية من الألف إلى الياء، ط2، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2012.
49- مي العبد الله، الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة، ط2، لبنان: دار النهظة العربية ، 2001.

50- ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
51- نبيل علي، محورية الثقافة في مجتمع المعرفة، في كتاب: الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، كتاب العربي، وزارة الإعلام، الكويت، ج1، 2010.
52- نهاوند القادري عيسى، المجتمع المدني حقل مناورة باسم الرأي العام، ضمن مؤلف جماعي بعنوان المجتمع المدني العربي والتحدي الديمقراطي، تجمع الباحثات اللبنانيات، 2004.

2-مقالات ودراسات في الدوريات

1-أحمد أبو زيد، التكنولوجيا الرقمية والاعلام الجديد، مجلة العربي، عدد577، ديسمبر، 2006.
2-أماني فهمي، الاتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، 1998.
3-أيمن الصياد، الاعلام القادم، مجلة وجهات نظر،القاهرة، الشركة المصرية للنشر العربي والدولي، العدد 24، ماي 2009.
4-بركات عبد العزيز محمد، التليفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بانتخابات البرلمانية في مصر : دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الخامس عشر ، أبريل – يونيو 2002م
5- بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، كلية الإعلام، ع18، 2012.
6-جمال الزرن، المتلقي عندما يصبح مرسلا: صحافة المواطن، المجلة التونسية لعلوم الاتصال – تونس، عدد 51-52، 2009.
7-حسن عماد مكاوي، دور تلفزيون سلطنة عمان في وضع أولويات القضايا الإخبارية لجمهور المشاهدين، دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعة في سلطنة عمان، مجلة بحوث الاتصال، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، كانون الأول، 1991.

8-حسن عماد مكاوي، مداخل دراسة الأخبار الإذاعية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى في: مجلة بحوث الاتصال، العدد السابع، 1992.
9-حنان أحمد سليم، اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 30، إبريل-يونيو 2008.
10- حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية، جامعة الازهر، عدد18، أكتوبر 2002.
11- خالد الحروب، الاعلام الفضائي والتغيير الاجتماعي في العالم العربي، في : الاعلام العربي في عصر المعلومات، دولة الإمارات العربية المتحدة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2006.
12- زكي حسين الوردي، صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت: عرض وتحليل، مجلة الباحث الإعلامي، عدد3، جوان 2007.
13- سها مصطفى فاضل، دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور : دراسة تحليلية ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع عشر، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، مارس 2002 .
14- سوزان يوسف القليني، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 4 ، القاهرة: 1998.
15- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد (2)، السنة 2007 .
16- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.

17- عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ...العالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 ابريل

18- محمد بن هلال، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، في: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، عدد 68، 2013.

19- محمد شكري سلام، ثورة الاتصال والإعلام من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا، لبنان، مجلة عالم الفكر ع1 :م32 ،2003 .

20- محمد علي رحومة، علم الاجتماع الآلي، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، عدد 347.

21- محمود علم الدين، ثورة المعلومات ووسائل الاتصال: التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال دراسة وصفية، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، العدد123، 1996.

22- ميرفت محمد الطرابيشي، دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياحية لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 11، يوليو 1999م.

23- مروة شبل عجيزة: تقييم النخبة لدور وسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل الرأي العام نحو الثورة المصرية، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد الثامن، خريف 2012.

24- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، عدد265، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداء، 2012.

3- أوراق علمية في ملتقيات ومؤتمرات

1- أشرف جلال حسين، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

2- السيد بخيت، الإشكاليات المنهجية فى بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: مداخل جديدة، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 .

3- السيد بخيت، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، مؤشرات ونموذج مقترح، مؤتمر الاعلام الجديد، جامعة الملك سعود، 2009.

4- السيد بخيت، نحو صياغة مؤشرات تقييم الادوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للاعلام والاتصال: الإعلام الجديد – التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض، جامعة الملك سعود 2012.

5- ثريا أحمد البدوي، المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي: رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 .

6- حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام

محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 .

7- رائد نعيرات، تأثير الإعلام المجتمعي في تشكيل الرأي العام : وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2014.

8- عزة عبد العظيم، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني دراسة من منظور تحليلي نقدي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض، 24/23 الاثنين جمادى الأولى 1433 هـ، الموافق 15 – 16 أبريل 2012 م.

9- عزة مصطفى الكحكي، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م.

10- محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

11- مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الإجتماعي- رؤية تحليلية – ، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، – 19 – 20 / 5 / 1436 – 10 – 11 مارس 2015 .

12- نرمين زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول: الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

13- نصر الدين لعياضي، "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م.

14- وائل عبد الباري، تكنولوجيا الاتصال والتغبر الاجتماعي: الأبعاد التنموية للمعلوماتية، المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، مارس 2009.

4-مذكرات ورسائل جامعية

1-بسيوني ابراهيم حمادة، العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1986.

2-بسيوني ابراهيم حمادة، دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1991.

3-بشار عبد الرحمن أحمد مطهر، دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.

4- بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.

5-حنان محمد يوسف، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي السي إن إن CNN الأمريكية واليورونيوز EURONEWS الأوروبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، 2001 .

6-خالد بن سعيد بن عامر الصواعي، دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات اهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005

7-خالد صلاح الدين علي، دور التليفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر ، 1997.

8-رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1997.

9-سالم بالحاج، دور التليفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2003.

10- سالم عيسى بالحاج، دور التليفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2003.

11- سعد آل سعود، العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد ابن سعود الإسلامية، الرياض،1998.

12- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.

13- سمر الدريملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين، (رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الأزهر، غزة فلسطين، 2013.

14- صفا عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2002 .

15- صفا محمود عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات نحو القضايا السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.

16- طاهر ابو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، (رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الازهر، غزة ، فلسطين، سبتمبر 2012.

17- عبد الحافظ صلوي، تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1996.

18- عبد الله الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين،(رسالة ماجيستير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن ، 2011/2012.

19- عبد الله محمد عليان جبر، دور الصحافة الأردنية في ترتيب أولويات اهتمام الرأي العام المحلي بقضايا الصراع العربي الاسرائيلي، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الدول العربية معهد البحوث والدراسات العربية ، 2003.

20- عربي الطوخي، دور مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 1999.

21- محسن محمود فارس، دور التليفزيون والصحافة في ترتيب أولويات قضايا البيئة لدى الشباب في إقليم الصعيد، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة أسيوط، مصر، 2004

22- محمد الفاتح حمدي، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أستاذة جامعة- باتنة أنموذجا- ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010.

23- محمد بن علي القعاري، العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1430هـ.

24- محمد عبد الوهاب الفقيه، دور التليفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية :دراسة مسحية،

25- موسى جاسر، ناصر مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر، غزة، فلسطين، ج12، ع2، 2010.

26- نهى السيد عبد المعطي أحمد، اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2013.

27- هشام محمد عبد الغفار، علاقة الخطاب الرئاسي بالمضامين الصحفية :دراسة تحليلية للقضايا القومية،رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر،1999.

ثانيا: باللغة الأجنبية

1- Books

1- Blumler, J, and Gurevitch, M, (1981), Politicians and the Press: An Essay on Role Relationships, in Nimmo, D, and Sunders, K, "eds", Handbook of Political Communication.

2- Boyd, Danah (2008). «Can Social Network Sites Enable Political Action? » In Allison Fine, Micah Sifry, Andrew Rasiej and Josh Levy (Eds.) Rebooting America. Creative Commons.

3- D. Lasica, We Media : How audiences are shaping the future of news and information, The Media Center, The American Press Institute, 2003.

4- Dominique Walton, « Political Communication : the construction of a model», European Journal of Communication, Vol 5, N9, 1990.

5- Donohue George,Philip Tichenor and Clarice Olien, «A Guard Dog Perspective on the Role of Media», Journal of Communication,Vol 45,No2,1995.

6- Douglas Kellner, «The Media and Crisis of democracy in the age of Bush2»,Communication and Critical/Cultural Studies,Vol1,No1,March 2004.

7- Ellis Krauss and Priscilla Lambert,«The Press and Japans Attempts at Political and Administrative Reform»,Havard International Journal of Press and Politics,Vol7,No1,2002.
8- Garcia Luengo, E-Activism :New Media and Political Participation in Europe,Confines,2006.
9- George Éric, 2001, « La Toile et l'espace public : le projet d'accord multilatéral sur l'investissement (AMI) », dans Comprendre les usages d'Internet, Éric Guichard, Paris : éditions de l'École Normale Supérieure de la rue d'Ulm.
10- Goran Hyden and Charles Okigbo, « The media and the tow waves of democracy»,In Goran Hyden, Michael Leslie, and Flou F,Obundiumu eds,Media and Democracy in Africa, Uppsala : Nordiska Afrikainstutet,2002.
11- Guy Berger, «New Media and Old: A Need to Share Common Press Freedom Interests», in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007.
12- James curron, « Mass Media and democracy revisited», in James Curron and Michael, Gurevitch, Mass Media and Society, London, Edward Arnold,1996.
13- Jennifer B Cox, (2014), « Twitter, Facebook, Blogs, and Media Sharing Sites in the Classroom», in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK.
14- Jenning Bryant,Susan Thompson, «Fundamentals of Media effects»,New York,Mc Grew Hill,2002.
15- Jurgen Habermas, «Structural Transformation of the Public Sphere», Combridge,MA : MIT Press,1989.
16- K Rachel.Gibson, « New Media and The Revitalisation of Politics»,Representation,Vol45,No3,2009.
17- Katrin voltmer, «Mass media and Political Communication in new democracy», London, Routledge-ECPR Studies in European Political Science,2006.
18- Kehbuma Langmia and Stella Monica Mpandde, (2014), « Social Media and Critical Pedagogy», in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK.

19- Krishna Kumar, «Promoting Independent Media : Strategie for democray Assistance», CBoulder : Lymne rienner, 2006.

20- Lindolf, Thomas R, Qualitative Communication Research Method. (London : Sage Publications, 1995).

21- Manheim Garol, A Model of Agenda dynamics, in McLaughlin Margaret, Ed Communication Year Book, New Delhi, 1987.

22- McCombs, Maxwell, Einsiedel, Enda , and Weaver, David, (1991),Contemporary Public Opinion: Issues and News, New Jersey, London,Lawrance Eirbaum Associate Publishers.

23- Mcleod, J, and Kosicki, G, (1991), Understanding and Misunderstanding Media Effects, in Curran and Gurevitch "eds",Mass Media and Society, London, Edward Arnold.

24- Mcquail, Denis & Sven Windahl, (1981). Communication Models :For the Study of Mass Communication, New York, Longman Inc

25- Moderator,Marylou,Fulton,«Bolggers as Journalists : Citizen Media», in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007.

26- Naughton, Glenda Mac And Others. Doing Early Childhood research.(USA Open University Press, 2001) .

27- Newbold, Chris And Others. The Media Book, (London :Arnold Publishers, 2002).

28- Oh Yeon-Ho,« Every Citizen a Reporter», in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007

29- Pierre Levy, Cyberculture, Réseaux , Vol16, No 88.

30- Pierre Levy,Cyberdémocratie, Odile Jacob,2002.

31- Reese, Stephen, (1991), Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective, in Anderson, James "ed", Communication Yearbook, No.11, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.

32- Richard Gunther,Anthiny Mughan, « The Political Impact of The Media : reassessment»,in - Richard Gunther and Anthiny Mughan,Democracy and Media, Cambridge University Press, 2000.

33- Rogers, Everett, and Dearing, James, (1988), Agenda-Setting Research: Where is it going?, in Anderson, James

"ed",Communication Yearbook, No.11, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.

34- Tia, Tyree, (2014) « Using Social Media and Creating Social Media Courses», in Hana Al Deen and J. Hendricks, Social Media, Lexington Books, UK.

35- Webb, L., et al., (2014) , «Facebook: How College Students Work it, in Hana Al Deen and J. Hendricks», Social Media, Lexington Books, UK.

36- Weiss, Hans, (1992), Public Issues and Argumentation Structures: An Approach to the Study of the Contents of Media Agenda-Setting, in Deety, Stanley, "ed" Communication Yearbook, No, 15, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.

37- Wimmer, Roger D & Dominick , Joseph R . Mass Media Research: An Introduction, Seventh Edition.(USA: Thomson Wadsworth, 2003) .

38- Winner, J.S, & Taukaud,J (1982) Communication Theories Origins Method, Uses.(New York: Hosting House Puplishers).

2- **Periodicals**

1- B., Cristina Maria; Balaban. Delia , 2010 , «Criticism Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students, A Qualitative Approach» ,Journal of Media Research, Vol. 3 Issue 1 .

2- Barbara k.Kaye and Thomas J.Johnson, «Online and in the Know: Uses and Gratifications of theWeb for Political Information», journal of broadcasting and electronic media, EBSCO Publishing March 2002.

3- Bertrand Pecquerie and Larry Kihman, « From Citizen Journalism to User-Generated Content», in :Media Making Change, journal USA,Vol12,No12.

4- Boczkowski, P. ,The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms.Journal of Communication, (Vol. 54,2008) .

5- Boyle K. and Zuegner Carol, (2012) , «News Staffs Use Twitter to interact with Readers», Newspaper Research Journal, Vol.33, No.4.

6- Brosius, Hans et al (1992), Beyond Agenda-Setting: The Influence of Partisanship and Television Reporting on the Electorate's Voting Intention, Journalism Quarterly, Vol, 69, No, 4.
7- Bruce A. W. and Michael X. D. (2004). «Monica and Bill All the Time and Every where the Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment»,American Behavioral Scientist vol. 47 no. 9 1208-1230. doi: 10.1177/0002764203262344
8- Cairo's Real and Virtual «Spaces of Freedom», Environment and Urbanization, vol. 21, no. I (April).
9- Cindy Royal,User-Generated Content : How Social Networking Translate to Social Capital»,Paper presented at The Annual Meeting of The Association for Education in Journalism and Mass Communication,Marriott Dountown,Chicago,IL,2008.
10- Cobb, R, and Ross, J, (1976), Agenda –Setting as A Comparative Political Process, American Political Science Review, Vol, 32, No 3.
11- Coleman et al., Agenda Setting, In Jorgensen and Hanitzsch, 2009, the handbook of journalism studies, Routledge, New York.
12- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R, et al. 1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy. Public Opinion Quarterly, 4.
13- CORBINEAU (B.), LOISEAU (G.), WOJCIK (S.), 2003, « L'invariance de la démocratie électronique municipale française », in Jauréguiberry (F.), Proulx (S.), dir., Internet, un nouvel espace citoyen ?, Paris, L'Harmattan.
14- Corinna di Gennaro and William Dutton, «The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom,» Parliamentary Affairs, vol. 59, no. 2 (April 2006).
15- Denis H. W, (2000). Systemic Determinates of International News Coverge: A Comparison of 38 Countries, Journal of Communication, Vol.50.No.2.
16- Douglas M. McLeod, « Communicating Deviance: The Effects of Television News Coverage of Social Protest,» Journal of Communication, val. 45 (1995).
17- Fall - Austin Lucinda, et al., (2010), «How audiences seek out crisis information: Exploring the social-Mediated Crisis

Communication Model», Journal of Applied Communication Research, Vol.40, No.22, May.

18- Fall - Schultz B and Sheffer Mary, (2012), «Personal Branding Still in Future for Most Newspaper Reporters», Newspaper Research Journal, Vol. 33, No.4.

19- Fei Shen et all, Online Network Size, Efficacy, and Opinion Expression: Assessing the Impacts of Internet Use in China, International Journal of Public Opinion Research,Vol21,No4, December 2009.

20- Guosong Shao, «Understanding the Appeal of User-Generated Media: A Uses and Gratification Perspective», Internet Research, vol. 19, no. 1 (2009).

21- Hong, T. V, L. Guo, and M. E. McCombs (2014). « Exploring "the World Outside and the Pictures in Our Heads": A Network Agenda-Setting Study». Journalism & Mass Communication Quarterly. Vol. 91(4). DOI: 10.1177/1077699014550090

22- Kellow, Christine L.; Steeves, H. Leslie, « The Role of Radio in the Rwandan Genocide», *Journal of Communication*, V48,N3 ,Sum 1998.

23- Kelly Kaufhold, Sebastian Valenzuela, Homero Gil de Zúñiga, Citizen Journalism and Democracy: How User-Generated News Use Relates to Political Knowledge and Participation Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 87, Issue 3-4, 2010.

24- Kurt Neuwirth, Peer and Social Influence on Opinion Expression : Combining the Theories of Planned Behavior and the Spiral of Silence, Communication Research, Vol31, No6, December 2004.

25- Lars Willnat, Waipeng Lee and Benjamin H. Detenber, «ndividual-Level Predictors of Public Outspokenness: A Test of Spiral of Silence Theory in Singapore», International Journal of Public Opinion Research, vol. 14, no. 4 (2002).

26- Lomax Cook, et al, (1983). Media and Agenda- Setting: Effects on the Public Interest, Group Leaders, Policy. Makers, and Policy. Public Opinion Quarterly, Vol. 47, No.1. Spring.

27- Matthew W. Ragas and Marilyn S. Roberts . (2009). «Agenda setting and agenda melding in an age of horizontal and vertical media: a new theoretical lens for virtual brand communities». Journalism &

Mass Communication Quarterly. vol. 86 no.1 doi: 10.1177/107769900908600104

28- Maxwell M Combs and Donald Show, The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty Five Years in The Marketplace of Ideas, Journal of Communication, Vol 4.

29- MC Combs Maxwell, Explorers and Surveyors: Expanding strategies for Setting Research, Journalism Quarterly, vol 69, N°: 4, 1992.

30- Moderator,Marylou,Fulton,«Bolggers as Journalists : Citizen Media», in New Media : The Press Freedom Dimmension,2007,p56

31- P.B. Brandtzaeg and J. Heim, «Why People Use Social Networking Sites,» in: A. Ant Ozok and Panayiotis Zaphiris, Eds., Online Communities and Social Computing: Third International Conference,OCSC 2009, San Diego, CA. USA, July 19-24, (New York: Springer, 2009).

32- Park, Hyun Soon; Choi, Sejung Marina, «Focus group interview: The internet as political campaign medium. » Public Relations Quarterly, Winter 2002, Vol47 No4.

33- Parmelee, John H (2014). «The agenda-building function of political tweets». New Media & Society. vol. 16 no.3. doi:10.1177/1461444813487955

34- Patterson R and MC clure R, Print Vs netwonk New, Journal of Communication, Vol 26, N° 1, 1976.

35- Paul S Alder and Seok-Woo Kwon, «Social Capital :Prospect for a New Concept»,Academy of Management Review,Vol27,No1,2002.

36- Peter Dahlgren : «l'espace public à l'heure d'Internet», in revue "Sciences humaines" "la société du savoir", n°32, Mars-Avril-Mai, 2001.

37- Raluca Cozma and Monica Ancu, «MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates» Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 53, no. 4 (December 2009).

38- Renita Coleman H. Denis Wu Advancing Agenda-Setting Theory: The Comparative Strength and New Contingent Conditions of the Two Levels of Agenda-Setting EffectsJournalism & Mass Communication Quarterly December 2009 .

39- Robert D. McClure & Tomas E. Patterson, (1976). Setting the Political Agenda: Print Vs. Network News, Journal of Communication, Vol. 26, No. 2. Spring

40- Rogers Evertt, The Anatomy of Agenda Setting Research Journal of Communication, Vol 43, N°: 3.
41- Rosenberry Jack, (2013), «Circulation, Population Factor into Social Media Use», Newspaper Research Journal, Vol.34.No.3, Sum
42- Salmol, Chanem, Wayue Wanta, Agenda-Selting and Spanich Cable News, Journal of Broodcasting and Electrionic Madia, Spring 2001.
43- Sheldon Gilberg, et al, (1980). The State of the Union Address and The Press Agenda, Journalism Quarterly. Vol. 57, No. 3. Winter.
44- Show, Donald, and Martin, Shannon, (1992), The Function of Mass Media Agenda-Setting, Journalism Quarterly, Vol, 69, No, 4.
45- Song, Y. (2007). « Internet news media and issue development: a case study on the roles of independent online news services as agenda builders for anti-US protests in South Korea». New Media & Society. vol. 9 no. 1. doi: 10.1177/1461444807072222
46- Susan C. Herring. (2004). «Content Analysis for New Media: Rethinking the Paradigm». New Research for New Media: Innovative Research Methodologies Symposium Working Papers and Readings.
47- Susanne In Der Smitien, «Political and Capabilities of Online Communities»,Germen Policy Studies,Vol4,No4,2008.
48- Tai –Li Wang, (1999), « Agenda setting online: An experiment testing the effects of hyperlinks», In Online newspapers,Southwestern Mass Communication Journal,Vol15,No2.
49- Vedel, Thierry. «Internet et les pratiques politiques.» InLa Comm unication politique : état des savoirs,enjeux et perspectives, ed. Anne-Marie Gingras, Sainte-Foy: Presses de l'université du Québec, 2003.
50- Wael Salah Fahmi, « Bloggers' Street Movement and the Right to the City. (Re)Claiming
51- Wayne Wanta, et al, (1989). How President's State of Union Talk Influenced News Media Agenda. Journalism Quarterly,Vol. 66. No.3. Autumn.
52- Wayne Wanta, The Public and The National Agenda : how people learn about important issues communication abstracts, Vol. 20, N0..G, December, 1997.
53- Weaver David, Zhu Hua Jain, and Willant Lars, The Bridging Function of Interpersonal Communication in Agenda setting, Journalism Quarterly, Vol 69, N°: 02, 1992

54- Weimann, Gbriel, and Brosius, Hans, (1994), Is There a Two-Step Flow of Agenda-Setting, International Journal of Public Opinion, Vol,6, No, 4.
55- Winter J, Agenda-Setting for The Civil Rights Issue, Public Opinion Quarterly, Vol 45.
56- Yagada, Aileen, and Dozier, David, (1990), The Media Agenda-Setting Effects of Concrete Versus Abstract Issues, Journalism Quarterly, Vol. 67,No, 2.
57- Yoon, M. (1998). « Testing the agenda-setting function of World Wide Web newspapers». University of Texas at Austin, 1998.
58- ZHU Jian Hua, Issue Competion and Attention Distraction: Sun Theory of Agenda Setting, Journalism Quartely, Vol 69, N°: 04,1992 .

ثالثا: مواقع وروابط الانترنت

1- http://www.agendasetting.com/agenda-setting-research
2- https://www.academia.edu/607916/Content_analysis
3- http://amecorg.com/wp-content/uploads/2011/10/Media-Content-Analysis-Paper.pdf
4- http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/2014/03/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A%D8%A9%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D8%A7%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA.pdf
5- http://www.natcen.ac.uk/media/282288/p0639-research-using-social-media-report-final-190214.pdf
6- http://www.gpia.info/files/u1392/Shirky_Political_Poewr_of_Social_Media.pdf
7- http://www.journalofdemocracy.org/articles/gratis/Diamond-21-3.pdf
8- http://www.movements.org/case-study/entry/the-orangerevolution-in-ukraine
9- http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html

10- http://guangzhou.usembassychina.org.cn/uploads/images/MrQJ0OJ7ICzfoEeVoOa6ow/ijge1207.pdf
11- http://drupals.humanities.manchester.ac.uk/ipol/sites/default/files/newdocs/McAllister- Gibson-apsa2011.pdf
12- http://www.massey.ac.nz/massey/fms/Colleges/College%20of%20Business/Communication%20and%20Journalism/ANZCA%202008/Refereed%20Papers/Macnamara_ANZCA08.pdf
13- http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2010/01/20100120140653esnamfuak0.4658777.html#axzz1XUPk5Emx
14- http://www.kas.de/wf/doc/kas_21591-1522-2-30.pdf?110214074217
15- https://www.isecur1ty.org/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B6%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-hacktivism-%D9%88%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%AA%D8%A9-%D8%9F
16- http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-03-02-1.1603047
17- http://www.artefaktum.hu/btk03osz/london.htm
18- http://www.grady.uga.edu/coxcenter/activities/act_2001_to_2002/materials01-02/democratizationiamcrjuly2002.pdf
19- http://pjnet.org/post/318/
20- http://www.alqudsalarabi.info/index.asp?fname=data%5C2012%5C02%5C02-16%5C16qpt889.htm
21- http://derasat.ara-star.com/full.php?ID=362#.V7Sy_SCF7IV
22- http://indypendent.typepad.com/academese/2006/07/actually_existi.html
23- http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20rise%20of%20social%20media%20and%20its%20impact%20on%20mainstream%20journalism_0.pdf
24- http://www.alarab.qa/details.php?issueId=1447&artid=161413
25- http://www.alittihad.ae/details.php?id=159064&y=2007#ixzz28A74oELq
26- http://www.teedoz.com/2010/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3-

%D8%A8%D9%88%D9%83%D9%88%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%842010
27- http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-
28- http://archive.arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/
29- http://indypendent.typepad.com/academese/2006/08/actually_existi.html
30- http://indypendent.typepad.com/academese/2006/07/actually_existi.html
31- http://socialmediaclub.pbworks.com/f/blog%20and%20journalism.pdf
32- http://socialmediaclub.pbworks.com/f/blog%20and%20journalism.pdf
33- http://www.alhogra.com/index.php/actualite/39-2017-01-07-19-08-12

الملاحق

الملحق رقم 01

استمارة الدراسة

الميدانية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعـــــة قسنطينـــــة 3

كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

استمارة بحث لنيل شهادة دوكتوراه العلوم في الاتصال والعلاقات العامة

دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة

- دراسة حول عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية -

انجاز :

- يسري صيشي

المشرف:

د - جمال بن زروق

ملاحظة: المعلومات التي ستدلي بها في هذه الاستمارة سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي، ونحن واثقون في تعاونكم معنا في الإجابة على الأسئلة الواردة فيها.

السنة الجامعية: 2017/2016

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

س1- الجنس : **- ذكر.** ☐ **- أنثى.** ☐

س2- السّن: .....

س3- التخصص: .....

س4- الرتبة العلمية:

- أستاذ مساعد أ/ب ☐
- أستاذ محاضر أ/ب ☐
- أستاذ التعليم العالي ☐

س5- الجامعة: .....

المحور الثاني: المصادر الاخبارية التي يعتمد عليها المبحوثون في استقاء المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة

س6: ما هي المصادر الإخبارية الأساسية التي تتلقى منها المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة، الوطنية والعربية ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

1- التلفزيون الرسمي الجزائري. ☐
2- القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة. ☐
3- القنوات الفضائية العربية. ☐
4- القنوات الفضائية الأجنبية. ☐
5- الصحف المكتوبة الجزائرية. ☐
6- منصات الاعلام الجديد مثل المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت (المستقلة او التابعة للقنوات)، مواقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك، تويتر، يوتيوب، .....). ☐
7- مصادر أخرى تذكر .....

س7- حدد أسباب اعتمادك على المصادر التي قمت باختيارها ؟

1- الموضوعية والتوازن في تقديم الأخبار. ☐

2- التغطية الفورية للأحداث. ☐

3- الانفراد بعرض حقائق ومعلومات حصرية. ☐

4- استخدام دعائم مصورة جيدة لمرافقة الاخبار . ☐

5- الجرأة في طرح العديد من القضايا المسكوت عنها في باق المصادر. ☐

6- سهولة متابعة الاخبار دون التقيد بوقت بث معين. ☐

7- إمكانية التفاعل الفوري مع الأخبار. ☐

8- أخرى تذكر.....

المحور الثالث: استخدامات وأنماط تعرض المبحوثين للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية:

س8- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لديك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- فايس بوك FACE BOOK ☐

- تويتر TWITTER ☐

- لينكد إن LINKDIN ☐

- غوغل بلسGOOGLE PLUS ☐

- أخرى تذكر.....

س9- تستخدم منصات الإعلام الجديد (المواقع الاخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحف الالكترونية، مواقع الفيديو،....الخ) في متابعة القضايا السياسية الراهنة؟؟؟

1- دائما. ☐

2- أحيانا. ☐

3- نادرا. ☐

س10- ما هي أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية التي تتابع من خلالها الاخبار؟

- موقع الجزائر تايمز. www.algeriatimes.net ☐
- موقع الجزائر والعالم. www.algeriaworld.net ☐
- موقع TSA Tous sur l'Algérie www.tsa-algerie.com ☐
- موقع www.algerie1.com ☐
- موقع www.algerie-focus.com ☐
- موقع algerie360 www.algerie360.com ☐
- موقع مواطن www.mouwatin.com ☐

س11- ما مدى متابعتك للمواقع الاخبارية الجزائرية التي قمت باختيارها ؟

1- دائما. ☐
2- نادرا. ☐
3- أحيانا. ☐

س12- ما هي أهم الصفحات الإخبارية الجزائرية في شبكة فايس بوك التي تتابع من خلالها الأخبار حول القضايا السياسية الراهنة؟

- صفحة تحيا الجزائر 1.2.3 Viva l'Algérie ☐
- صفحة DZ Video. ☐
- صفحة المراقب. ☐
- صفحة الولايات الجزائرية. ☐
- صفحة أنا صحفي إذن أنا موجود. ☐
- صفحة الأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية والرياضية في الجزائر. ☐
- صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين. ☐

س13- ما مدى متابعتك للصفحات الإخبارية التي قمت باختيارها؟

- دائما ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐

س14- تحرص على متابعة الأخبار ضمن المواقع الإخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيس بوك؟

- إذا كانت القضية تتعلق بحدث سياسي وطني مهم ☐
- إذا كانت القضية مهمة بالنسبة لي. ☐
- إذا كانت القضية طارئة وتشكل حدث الساعة. ☐

س15- هل تحرص على معرفة مصادر الأخبار التي تقرأها في المواقع الإخبارية أو بالصفحات الاخبارية بالفيس بوك؟

- نعم ☐
- لا ☐
- إلى حدّ ما ☐

س16- ما هو سلوكك المعتاد غالبا في متابعة الأخبار ؟

1- أقوم مباشرة بالدخول إلى بعض المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك للإطلاع على الأخبار ☐.
2- أقوم بمشاهدة نشرات الأخبار الرئيسية في بعض الفضائيات الإخبارية ثم أتابع التفاصيل من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية أو صفحات الفيسبوك. ☐
3- أتابع الجديد من الأخبار من خلال المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك، وفي حالة هناك قضية تهمني ارجع لبعض الفضائيات التلفزيونية من أجل تفاصيل أكثر. ☐
4- أراجع منشورات الأصدقاء من خلال صفحتي على الفيسبوك، ومن خلال بعض القضايا التي يتشاركونها أقوم بتحديد القضايا التي تهمني وأبحث عن معلومات عنها . ☐
5- أقوم بمطالعة الصحافة المكتوبة من اجل معرفة أهم القضايا المثارة، ثم أقوم بالبحث عن معلومات وافية عنها من خلال منصات الإعلام الجديد. ☐
6- أتابع الأخبار من خلال الصفحات الإخبارية على الفيسبوك ثم أعيد نشرها أو توزيعها أو اقتسامها مع الغير . ☐

س17- ما هي الفترة المفضلة لديك لمتابعة الأخبار من خلال المواقع الإخبارية الالكترونية أو صفحات الفايسبوك الإخبارية؟

- صباحا قبل الذهاب للعمل. ☐
- مساءا قبل النوم. ☐
- أثناء العمل. ☐
- مساءا بعد الرجوع من العمل. ☐
- توقيت آخر يذكر.....

س18- ما هي الطريقة التي تستخدمها أكثر من أجل تصفح الأخبار من خلال شبكة الانترنت؟

1- من خلال الهاتف المحمول المزود بشبكة الانترنت. ☐
2- من خلال الكمبيوتر المحمول المزود بالانترنت. ☐
3- من خلال جهاز الكمبيوتر الثابت في المنزل. ☐
4- من خلال اللوح الإلكتروني. ☐
5- أخرى تذكر .....

س19- أين تقوم غالبا بمتابعة الأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك؟

1- في المنزل. ☐
2- في مكان العمل. ☐
3- في الأماكن العامة. ☐
4- عند الأقارب والأصدقاء. ☐
5- اخرى تذكر.....

س20– ما هي أسباب متابعتك للأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية؟

1- متابعة الأخبار الوطنية. ☐

2- متابعة الأخبار العربية. ☐

3- متابعة الأخبار الدولية. ☐

4- التعرف على مختلف وجهات النظر حول القضايا المطروحة. ☐

5- إيجاد موضوعات لتكون محل نقاش مع الآخرين. ☐

6- أقوم بالمتابعة لأنني تعودت على ذلك. ☐

7- أخرى تذكر.....

س21– ما هي المواد الإخبارية التي تتابعها غالبا من خلال شبكة الانترنت عموما؟

1- الصحف الإلكترونية. ☐

2- إعادة مشاهدة نشرات إخبارية معينة من خلال المواقع الإخبارية او مواقع الفيديو. ☐

3- إعادة مشاهدة تسجيلات حصص وبرامج سياسية معينة . ☐

4- تقارير حول قضايا سياسية معينة. ☐

5- برامج الفكاهة السياسية او الكوميديا السياسية. ☐

س22– ما هي أنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها من خلال المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفايس بوك الاخبارية؟

1- الأخبار السياسية. ☐

2- الأخبار الاقتصادية. ☐

3- الأخبار الاجتماعية. ☐

4- أخبار العنف والجريمة. ☐

5- الأخبار الرياضية. ☐

7- الأخبار العلمية. ☐

8- الأخبار الثقافية. ☐

9- الأخبار الأمنية والعسكرية. ☐

10- أخرى تذكر .....

المحور الرابع: تقييم المبحوثين للأخبار من خلال وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بالمواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية

س23- هل تحرص على متابعة الأخبار ؟

1- من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية أكثر. ☐

2- من خلال وسائل الإعلام التقليدية أكثر (التلفزيون، الاذاعة، الصحف المكتوبة). ☐

س24 - ما هو رأيك في مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية من خلال العبارات التالية:

العبـــــارة	موافق	محايد	معارض
1-تتميز بمصداقية عالية.			
2-تتميز بالفورية في النقل ومتابعة الأحداث آنيا.			
3-تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.			
4-تقوم بإعادة نشر نفس الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية التي تناولتها وسائل الإعلام التقليدية (الفضائيات والإذاعات والصحافة المكتوبة).			
5-تمكن من الحصول على مختلف وجهات النظر والرؤى المتعلق بقضية معينة.			
6-تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.			

س25- ما هو رأيك في مستوى الاخبار في وسائل الإعلام التقليدية من خلال العبارات التالية:

العبـــــارة	موافق	محايد	معارض
1-تتميز بمصداقية عالية.			
2-تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.			
3-تركز على أخبار دول معينة وتهمل دول أخرى.			
4-تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.			
5-أغلبها يقوم بتشويه صورة دولة على حساب الأخرى من خلال معالجة الأخبار.			
6-ليس هناك حيادية في طرح كثير من القضايا.			
7-أغلبها ينشر ويغطي قضايا تتماشى مع أجندات سياسية واقتصادية خاصة بهم، حتى ولو كانت هذه القضايا أقل أهمية على أرض الواقع.			

المحور الخامس : أهم القضايا السياسية الراهنة التي يتابعها المبحوثون من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية

س26– ما هي القضايا الوطنية السياسية الراهنة الاكثر أهمية بالنسبة لك من بين القضايا المتداولة في المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية التي تابعتها أو تتابعها؟ يرجى ترتيبها حسب الاهمية (1 ألأكثر أهمية ، 2 اقل وهكذا.....حتى آخر قضية)

- الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات. ☐
- قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات. ☐
- انهيار أسعار النفط وتداعياته. ☐
- عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل. ☐
- قضية تعديل الدستور. ☐
- قانون المالية الجديد وسياسة التقشف. ☐
- استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني . ☐
- إلغاء التقاعد النسبي . ☐
- وفاة الصحفي محمد تامالت. ☐

س27– ما هي القضايا العربية السياسية الرّاهنة التي تهمك من القضايا المتداولة في المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية التي تابعتها أو تتابعها ؟ يرجى ترتيبها حسب الاهمية (1 ألأكثر أهمية ، 2 اقل وهكذا.....حتى آخر قضية)

- تنظيم داعش الإرهابي . ☐
- الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي . ☐
- الصراع في اليمن. ☐
- قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة. ☐
- الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار. ☐
- انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية. ☐
- قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية. ☐
- تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية . ☐

س28- هل تقوم بمناقشة القضايا المهمة بالنسبة لك مع الآخرين؟

القضايا / المناقشة	دائما	أحيانا	نادرا
القضايا الوطنية			
القضايا العربية			

س29- من خلال متابعتك للأخبار في المواقع الإخبارية، ما مدى تعرضك لقضايا طرحتها هذه المواقع بداية ولم تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وبعد فترة انتبهت اليها وسائل الاعلام التقليدية ونشرتها؟

- تعرضت إلى قضايا كثيرة بهذه الحال. ☐
- تعرضت إلى قضايا قليلة. ☐
- نادرا ما أتعرض إلى حالة كهذه. ☐
- لم أتعرض أبدا إلى قضايا بهذه الحالة. ☐

س30- مع من تقوم بمناقشة القضايا التي تهمك؟

1- مع زملاء العمل. ☐
2- مع الطلبة الذين تدرسهم. ☐
3- مع الأصدقاء. ☐
4- العائلة أو الأقارب. ☐
5- أخرى تذكر.....

س31- من وجهة نظرك هل تستطيع وسائل الإعلام الجديد التأثير في الأساتذة الجامعيين، من خلال تشكيل مواقفهم وأرائهم نحو القضايا السياسية الراهنة؟

1- نعم. ☐
2- لا ☐
3- إلى حدّ ما ☐

س32- هل تعتقد أن القضايا السياسية التي تعطيها المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية الاهتمام الأكبر، هي القضايا ذاتها الأكثر أهمية التي تحدث فعلا في الواقع الخارجي؟

- نعم. ☐
- لا. ☐
- إلى حدّ ما ☐

الملحق رقم 02

النسخة الالكترونية

لاستمارة الدراسة

الميدانية

استبيان إلكتروني حول دور الاعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة - في إطار إعداد دوكتوراه علوم في الاتصال والعلاقات العامة

جامعـــــة قسنطينـــــة 3
كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي بصري

انجاز :
- يسري صيشي

المشرف:
د / جمال بن زروق

1. **س1- الجنس**

Une seule réponse possible.

- ذكر
- انثى

2. **س2- السن**

3. **س3- التخصص**

4. **س4- الرتبة العلمية**

Une seule réponse possible.

- أستاذ مساعد أ/ب
- أستاذ محاضر أ/ب
- أستاذ التعليم العالي

5. **س5- الجامعة**

6. **س6: ما هي المصادر الإخبارية الأساسية التي تتلقى منها المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة، الوطنية والعربية ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] التلفزيون الرسمي الجزائري
- [ ] القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
- [ ] القنوات الفضائية العربية
- [ ] القنوات الفضائية الأجنبية
- [ ] الصحف المكتوبة الجزائرية
- [ ] منصات الاعلام الجديد مثل المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت (المستقلة او التابعة للقنوات)، مواقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك، تويتر، يوتيوب، الصحف الإلكترونية.....)
- [ ] Autre :

7. **س7- حدّد أسباب اعتمادك على المصادر التي قمت باختيارها ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] الموضوعية والتوازن في تقديم الأخبار.
- [ ] التغطية الفورية للأحداث
- [ ] الانفراد بعرض حقائق ومعلومات حصرية
- [ ] استخدام دعائم مصورة جيدة لمرافقة الاخبار
- [ ] الجرأة في طرح العديد من القضايا المسكوت عنها في باق المصادر
- [ ] سهولة متابعة الاخبار دون التقيد بوقت بث معين
- [ ] إمكانية التفاعل الفوري مع الأخبار
- [ ] Autre : _____

8. **س8- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لديك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] فيسبوك FACE BOOK
- [ ] تويتر TWITTER
- [ ] لينكد إن LINKDIN
- [ ] غوغل بلس GOOGLE PLUS
- [ ] Autre : _____

9. **س9- تستخدم منصات الإعلام الجديد (المواقع الاخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحف الالكترونية، مواقع الفيديو،....الخ) في متابعة القضايا السياسية الراهنة؟؟؟**

Une seule réponse possible.

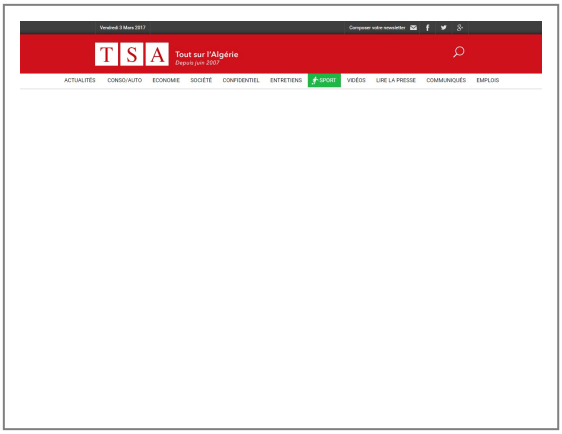
- ( ) دائما
- ( ) أحيانا
- ( ) نادرا

10. **س10- ما هي أهمّ المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية التي تتابع من خلالها الاخبار؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

☐ موقع الجزائر تايمز. www.algeriatimes.net

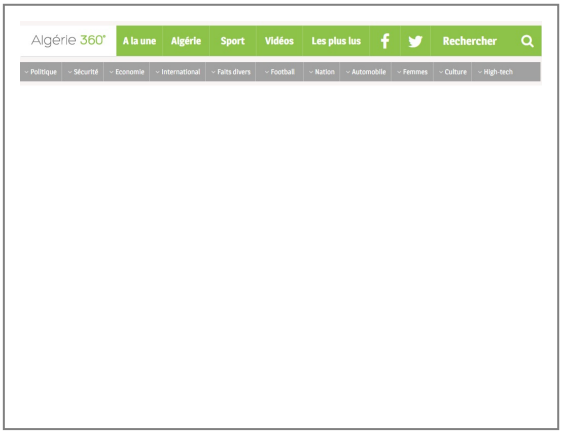
☐ - موقع الجزائر والعالم. www.algeriaworld.net



☐ - موقع TSA Tous sur l'Algérie www.tsa-algerie.com

☐ - موقع www.algerie1.com

☐ - موقع www.algerie-focus.com



☐ - موقع www.algerie360.com algerie360

☐ - موقع مواطن www.mouwatin.com

11. **س11- ما مدى متابعتك للمواقع الاخبارية الجزائرية التي قمت باختيارها ؟**

Une seule réponse possible.

- ◯ دائما
- ◯ أحيانا
- ◯ نادرا

12. **س12- ما هي أهم الصفحات الإخبارية الجزائرية في فايس بوك التي تتابع من خلالها الأخبار حول القضايا السياسية الراهنة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

☐ صفحة تحيا الجزائر Viva l'Algérie 1.2.3

☐ صفحة DZ Video

☐ صفحة المراقب

☐ صفحة الولايات الجزائرية

☐ صفحة أنا صحفي إذن أنا موجود

☐ صفحة الأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية والرياضية في الجزائر

☐ صفحة المنظمة الجزائرية لمناهضة الشيتة والشياتين

13. **س13- ما مدى متابعتك للصفحات الإخبارية التي قمت باختيارها؟**

Une seule réponse possible.

◯ دائما
◯ أحيانا
◯ نادرا

14. **س14- تحرص على متابعة الأخبار ضمن المواقع الإخبارية أو الصفحات الاخبارية الجزائرية بالفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

☐ إذا كانت القضية تتعلق بحدث سياسي وطني مهم
☐ إذا كانت القضية مهمة بالنسبة لي
☐ إذا كانت القضية طارئة وتشكل حدث الساعة

15. **س15- هل تحرص على معرفة مصادر الأخبار التي تقرأها في المواقع الإخبارية أو بالصفحات الاخبارية بالفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

☐ نعم
☐ لا
☐ إلى حدّ ما

16. **س16- ما هو سلوكك المعتاد غالبا في متابعة الأخبار ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] أقوم مباشرة بالدخول إلى بعض المواقع الإخبارية أوصفحات الفيسبوك للإطلاع على الأخبار.
- [ ] أقوم بمشاهدة نشرات الأخبار الرئيسية في بعض الفضائيات الإخبارية ثم أتابع التفاصيل من خلال المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك
- [ ] أتابع الجديد من الأخبار من خلال المواقع الإخبارية أو صفحات الفيسبوك وفي حالة هناك قضية تهمني ارجع لبعض الفضائيات التلفزيونية من أجل تفاصيل أكثر
- [ ] أراجع منشورات الأصدقاء من خلال صفحتي على الفيسبوك، ومن خلال بعض القضايا التي يتشاركونها أقوم بتحديد القضايا التي تهمني وأبحث عن معلومات عنها
- [ ] أتابع الأخبار من خلال الصفحات الإخبارية على فيسبوك ثم أعيد نشرها أو توزيعها أو اقتسامها مع الغير

17. **س17- ما هي الفترة المفضلة لديك لمتابعة الأخبار من خلال المواقع الإخبارية الالكترونية أو صفحات الفايسبوك الإخبارية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] صباحا قبل الذهاب للعمل
- [ ] مساءا قبل النوم
- [ ] أثناء العمل
- [ ] مساءا بعد الرجوع من العمل
- [ ] Autre : _____

18. **س18- ما هي الطّريقة التي تستخدمها أكثر من أجل تصفّح الأخبار من خلال شبكة الانترنت؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] من خلال الهاتف المحمول المزود بشبكة الانترنت.
- [ ] من خلال الكمبيوتر المحمول المزود بالانترنت.
- [ ] من خلال جهاز الكمبيوتر الثابت في المنزل.
- [ ] من خلال اللوح الإلكتروني
- [ ] Autre : _____

19. **س19- أين تقوم غالبا بمتابعة الأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] في المنزل
- [ ] في العمل
- [ ] في الأماكن العامة
- [ ] عند الأقرباء والأصدقاء
- [ ] Autre : _____

20. **س20- ما هي أسباب متابعتك للأخبار من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] متابعة الأخبار الوطنية.
- [ ] متابعة الأخبار العربية.
- [ ] متابعة الأخبار الدولية
- [ ] التعرف على مختلف وجهات النظر حول القضايا المطروحة
- [ ] إيجاد موضوعات لتكون محل نقاش مع الآخرين
- [ ] أقوم بالمتابعة لأنني تعودت على ذلك.
- [ ] Autre : _____

21. **س21- ما هي المواد الإخبارية التي تتابعها غالبا من خلال شبكة الانترنت عموما؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] الصّحف الإلكترونية
- [ ] إعادة مشاهدة نشرات إخبارية معينة من خلال المواقع الإخبارية او مواقع الفيديو.
- [ ] إعادة مشاهدة تسجيلات حصص وبرامج سياسية معينة
- [ ] تقارير حول قضايا سياسية معينة
- [ ] برامج الفكاهة السياسية او الكوميديا السياسية

22. **س22- ما هي أنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها من خلال المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفايس بوك الاخبارية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- [ ] الأخبار السياسية
- [ ] الأخبار الاقتصادية
- [ ] الأخبار الاجتماعية
- [ ] أخبار العنف والجريمة
- [ ] الأخبار الرياضية
- [ ] الأخبار العلمية
- [ ] الأخبار الثقافية
- [ ] الأخبار الأمنية والعسكرية
- [ ] Autre : _____

23. **س23- هل تحرص على متابعة الأخبار ؟**

Une seule réponse possible.

- ◯ من خلال المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية أكثر.
- ◯ من خلال وسائل الإعلام التقليدية أكثر (التلفزيون، الاذاعة، الصحف المكتوبة).

24. **س24 - ما هو رأيك في مستوى الاخبار في المواقع الاخبارية وصفحات الفايس بوك الاخبارية الجزائرية من خلال العبارات التالية:**

Une seule réponse possible par ligne.

	موافق	محايد	معارض
تتميز بمصداقية عالية			
تتميز بالفورية في النقل ومتابعة الأحداث آنيا.			
تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.			
تقوم بإعادة نشر نفس الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية التي تناولتها وسائل الإعلام التقليدية (الفضائيات والإذاعات والصحافة المكتوبة).			
تمكن من الحصول على مختلف وجهات النظر المتعلقة بقضية معينة.			
تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.			

25. **س25- ما هو رأيك في مستوى الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية من خلال العبارات التالية:**

Une seule réponse possible par ligne.

	موافق	محايد	معارض
تتميز بمصداقية عالية			
تركز أخبارها على الأحداث المهمة فعلا في الساحة السياسية.			
تركز على أخبار دول معينة وتهمل دول أخرى.			
تمثل فضاء حرا للتعبير فليس هناك تعتيم حول أي نوع من القضايا.			
أغلبها يقوم بتشويه صورة دولة على حساب الأخرى من خلال معالجة الأخبار.			
ليس هناك حيادية في طرح كثير من القضايا.			
أغلبها ينشر ويغطي قضايا تتماشى مع أجندات سياسية واقتصادية خاصة بهم، حتى ولو كانت هذه القضايا أقل أهمية على أرض الواقع.			

26. **س26- ما هي القضايا الوطنية السياسية الرّاهنة الأكثر أهمية بالنسبة لك من بين القضايا المتداولة في المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية التي تابعتها أو تتابعها؟ يرجى ترتيبها حسب الاهمية (1 الأكثر أهمية ، 2 اقل وهكذا.....حتى آخر قضية)**

Une seule réponse possible par ligne.

	9	8	7	6	5	4	3	2	1
الحركات الاحتجاجية في مختلف القطاعات									
قضية حداد ومنتدى رؤساء المؤسسات									
انهيار أسعار النفط وتداعياته									
عودة وزير الطاقة الأسبق شكيب خليل									
قضية تعديل الدستور									
قانون المالية الجديد وسياسة التقشف									
استقالة الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني عمار سعيداني									
إلغاء التقاعد النسبي									
وفاة الصحفي محمد تامالت									

27. **س27- ما هي القضايا العربية السياسية الرّاهنة التي تهمك من القضايا المتداولة في المواقع الاخبارية الجزائرية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية التي تابعتها أو تتابعها ؟ يرجى ترتيبها حسب الاهمية (1 ألأكثر أهمية ، 2 اقل وهكذا.....حتى آخر قضية)**

Une seule réponse possible par ligne.

	1	2	3	4	5	6	7	8
تنظيم داعش الإرهابي	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
الأزمة السورية والموقف الروسي والتركي	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
الصراع في اليمن	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
قرار مجلس الأمن الدولي بوقف الاستيطان في فلسطين المحتلة	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
الصراع المسلح في ليبيا وتأثيره على دول الجوار	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
انتخاب ميشيل عون رئيسا للدولة اللبنانية	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
قضية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والسعودية	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
تذبذب الأوضاع السياسية بالمغرب العربي بعد الانتخابات التشريعية	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

28. **س28- هل تقوم بمناقشة القضايا المهمة بالنسبة لك مع الآخرين؟**

Une seule réponse possible par ligne.

	دائما	أحيانا	نادرا
القضايا الوطنية	◯	◯	◯
القضايا العربية	◯	◯	◯

29. **س29- من خلال متابعتك للأخبار في المواقع الإخبارية ، ما مدى تعرضك لقضايا طرحتها هذه المواقع بداية ولم تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وبعد فترة انتبهت اليها وسائل الاعلام التقليدية ونشرتها؟**

Une seule réponse possible.

- ◯ تعرضت إلى قضايا كثيرة بهذه الحالة.
- ◯ تعرضت إلى قضايا قليلة.
- ◯ نادرا ما أتعرض إلى حالة كهذه
- ◯ لم أتعرض أبدا إلى قضايا بهذه الحالة

30. **س30- مع من تقوم بمناقشة القضايا التي تهمك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)**

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ مع زملاء العمل
- ☐ مع الطلبة الذين أدرّسهم
- ☐ مع الأصدقاء
- ☐ العائلة أو الأقارب
- ☐ Autre : _____

31. **س31- من وجهة نظرك هل تستطيع المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية التأثير في الأساتذة الجامعيين، من خلال تشكيل مواقفهم وأرائهم نحو القضايا السياسية الراهنة؟**

Une seule réponse possible.

- ◯ نعم
- ◯ لا
- ◯ إلى حدّ ما

32. **س32- هل تعتقد أن القضايا السياسية التي تعطيها المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية الاهتمام الأكبر، هي القضايا ذاتها الأكثر أهمية التي تحدث فعلا في الواقع الخارجي؟**

Une seule réponse possible.

- نعم
- لا
- إلى حدّ ما

Fourni par
Google Forms

الملحق رقم 03

توزيع الجامعات التي ينتمي لها الأساتذة عينة الدراسة وفق كل ناحية حسب التقسيم الوزاري

توزيع الجامعات التي ينتمي لها الأساتذة عينة الدراسة وفق كل ناحية حسب التقسيم الوزاري

الجامعات		
ناحية الشرق	ناحية الغرب	ناحية الوسط
جامعة تبسة	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر	جامعة البويرة
جامعة برج بوعريريج	جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة	جامعة الجلفة
جامعة خنشلة	جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان	جامعة غرداية
جامعة أم البواقي	جامعة بن خلدون تيارت	جامعة ميلانة
جامعة الوادي	جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس	جامعة المدية
جامعة سوق أهراس	جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم	جامعة الجزائر1
جامعة عنابة	جامعة احمد بن بلة وهران 1 السانية	جامعة بجاية
جامعة سطيف1	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر	جامعة شلف
جامعة قالمة	جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة	جامعة تيزي وزو
جامعة باتنة	جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان	جامعة الأغواط
جامعة بسكرة	//	//
جامعة ورقلة	//	//
جامعة قسنطينة للعلوم الإسلامية الأمير عبد القادر	//	//
جامعة سكيكدة	//	//

جامعة قسنطينة 3	//	//
المراكز الجامعية		
ناحية الشرق	ناحية الغرب	ناحية الوسط
المركز الجامعي لميلة	المركز الجامعي لغليزان	المركز الجامعي بتيبازة
//	المركز الجامعي لعين تيموشنت	المركز الجامعي أفلو