



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونبيدر قسنطينة 3-



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

استخدامات وإشاعات النخب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة

إشراف :
د / أحمد عبدلي

إعداد الطالبة:
أمينة علاق

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د. فضيل دليو	أستاذ	جامعة صالح بونبيدر قسنطينة 03	رئيسا
د. أحمد عبدلي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	مشرفا ومقررا
أ.د. ليلى بن لطرش	أستاذ	جامعة صالح بونبيدر قسنطينة 03	عضوا مناقشا
أ.د. صالح بن نوار	أستاذ	جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي	عضوا مناقشا
د. نصرالدين بوزيان	أستاذ محاضر (أ)	جامعة صالح بونبيدر قسنطينة 03	عضوا مناقشا
د. ليلى فيلالي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018م

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير للأستاذ والمشرف الفاضل الدكتور: "عبدلي أحمد"، الذي شرفني بقبوله لمتابعة هذا العمل، أستاذ كريم، وأخلاق عالية وملاحظات علمية ومنهجية لم يبخل بها علي طالبته فكل أستاذي كل التقدير والاحترام.

الشكر موصول ثانياً إلى أستاذي الفاضل ومشرفي الأول على الأطروحة الأستاذ الدكتور "خريف حسين" الذي كان له دور كبير في توجيهه ومتابعة العمل في برديته ليحظى بعدها باستراحة محارب من خلال تقاعده من مهام الاشراف لكنه بقي الأستاذ والمعلم لنا.

الشكر ثالثاً لكل أستاذاتي الأفاضل الذين ساهموا في تحكيم استمارة الاستبيان ولم يبخلوا علي بنصائحهم وتوجيهاتهم وكثير منهم من بقي يسأل عن العمل وتطوره حتى بعد نهاية التحكيم فلكم جزيل الشكر، وأخص بالذكر أستاذين فاضلين بأخلاقهما العالية وتواضعهما الكبير وعلى الرغم من انشغالهما إلا أنهما خصصا لي جلسة علمية ووفتا للإجابة على أسئلتني واستفساراتي فكانت ملاحظتهما العلمية والمنهجية ذات فائدة علمية كبيرة، لكما جزيل الشكر وخالص امتناني للأستاذ الدكتور "وليد فضيل" والأستاذ الدكتور "بن نوار صلح".

وأخيراً كل الشكر والتقدير لكل من ساعد على انجاز هذه الأطروحة، وخاصة الجهات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي قدمت يد المساعدة وأخص بالذكر: الأستاذ الدكتور "غراف نور الدين"، الصحفي "صبيحي محمد"، الصحفي "رفيق الشيخ"، الصحفي "... عبد الحق"، الأستاذ الامام "بوزير عمار"، برلماني كتلة تجمع الجزائر الخضراء، البرلماني عن حزب جبهة التحرير الوطني "طورش توفيق".

ملخصات الدراسة

1. ملخص الدراسة باللغة العربية.
2. ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.
3. ملخص الدراسة باللغة الفرنسية.

ملخص الدراسة باللغة العربية

تكمن أهمية هذه الدراسة المعنونة بـ"استخدامات وإشباعات النخب لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر" في أهمية الثنائية التي تعالجها: النخب الجزائرية على اعتبارها فاعلا ومؤثرا في المجتمع، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة كونها السمة البارزة للعصر الحالي "عصر المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال"، مما جعل من هذه الثنائية موضوعا بحثيا يستحق الدراسة والتحليل خصوصا مع التطورات العميقة والسريعة التي طبعت -ومازالت- المنظومة الاعلامية والاتصالية والمجتمعية ككل، إضافة إلى أن الأبحاث والدراسات في هذا المجال لم تحظ بعد باهتمام بحثي كبير وخاصة النخب كقوة تبدو قليلة التداول في الدراسات السابقة.

وللبحث في هذا الموضوع الذي يعتبر متشعب المجالات والميادين خاصة في جزئية تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، خصصت الباحثة كلا من: تكنولوجيات الحاسوب، الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية كتكنولوجيات أساسية للدراسة، وانطلاقا من آلية الاستخدام التقني وصولا إلى الاجتماعي وللتعمق أكثر في الموضوع اهتمت الباحثة في إشكالياتها بطرح تساؤل رئيسي مفاده: كيف تستخدم النخب الجزائرية عينة الدراسة تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة (الحاسوب، الهاتف الذكي، الألواح الإلكترونية) وما هي الإشباعات المتحققة؟

وللإجابة على هذا التساؤل اقترحت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية جاءت على النحو الآتي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟
- ماهي دوافع وحاجات استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟
- ماهي الإشباعات التي تحققها النخب الجزائرية عينة الدراسة من استخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟
- ما مظاهر توظيف النخب الجزائرية عينة الدراسة لهذه التكنولوجيات في المجال المهني والتواصلية؟

- ما هي التمثلات (التصورات أو الرؤى) المختلفة التي تحملها النخب الجزائرية عينة الدراسة نحو تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وكيف ترى لعلاقتها مع المؤسسات الاجتماعية المختلفة؟ وماهي تصوراتها لمستقبل استخدام النخب لهذه التكنولوجيات؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية من عدمها بين استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وبين السمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المجال النخبوي)؟

ولقد هدفت الباحثة إضافة إلى الاجابة على هذه التساؤلات إلى رصد مدى استمرارية نجاعة تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات - كمدخل نظري تفسيري لهذه الدراسة - وقدرتها على مواكبة التطورات التكنولوجية.

وبغية الاجابة على التساؤلات ورصدا للأهداف المسطرة، اعتمدت الباحثة على كل من مدخل الاستخدامات والإشباعات كمدخل رئيسي للدراسة، إضافة إلى انتشار المبتكرات كمدخل مساعد لفهم طبيعة هذه التكنولوجيات، وبما أن هذه الدراسة هدفت إلى وصف كيفية استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، ومدى تفاعلها معها اجتماعيا ووظيفيا، فإنها تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي يعتبر منهج المسح أحد المناهج الملائمة والمساعدة على توصيف الظاهرة محل الدراسة، وعليه فقد لجأت الباحثة إلى اختيار منهج المسح بالعينة وتحديد العينة القصدية التي استهدفت 400 مفردة من النخب الجزائرية عينة الدراسة موزعة بين النخب: الأكاديمية، السياسية، الإعلامية والدينية.

وللتواصل مع هذه العينة ويهدف جمع البيانات المساعدة على الاجابة على التساؤلات المطروحة استندت الباحثة إلى استمارة الاستبيان كأداة أساسية ضمت تسعة وعشرين (29) سؤالاً موزعة على خمسة محاور، وبعد استكمال إجراءات الصدق والثبات على استمارة الاستبيان تم توزيعها على عينة الدراسة أين تم استرجاع 382 استمارة صالحة للتحليل الاحصائي الذي اعتمدت فيه الباحثة على النسخة الثانية والعشرين (22) من برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss 22)، إضافة إلى برنامج (Microsoft Office Excel 2007)، وبعد عملية تفرغ البيانات وتحليلها تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن ايجاز أهمها في ما يلي:

- تنوعت الخدمات والتطبيقات التي تبحث عنها النخب الجزائرية من خلال استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وجاءت كل من شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الالكترونية، الصحافة الالكترونية وخدمات التحميل في المراتب الأولى.
- تستخدم أغلب النخب الجزائرية في أوقات نشاطها خدمة البريد الالكتروني متبوعة بأحد حساباتها عبر واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي.
- تتفاعل النخب الجزائرية بأشكال مختلفة مع خدمات وتطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ومن أهم مظاهر التفاعل سجلت الباحثة أن أغلب عينة الدراسة تشارك عبر هذه الخدمات بالمواضيع التي تدخل في نطاق العمل والاهتمامات.
- تنوع دوافع النخب الجزائرية عينة الدراسة من عملية استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وكانت أهم نتيجة في سؤال الدوافع هي مجيء الدوافع النفعية في المرتبة الأولى وبنسبة متقدمة مقارنة بالدوافع الطقوسية التي احتلت أغلب عباراتها مراتب متأخرة في تصنيف واختيارات النخب الجزائرية، وهو الأمر الذي تناسب مع خصائص وطبيعة النخب الجزائرية والمراكز التي تشغلها يحتم عليها الاهتمام بجديد الأخبار وتطورات القضايا والمواضيع وهذا ما جعل الدوافع المعرفية تتصدر قائمة الدوافع.
- سجلت النخب الجزائرية حدا معقولا من الرضا إزاء الخدمات والتطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، ولقد تنوعت الإشباعات المحققة رصدتها الباحثة:
 - جاءت الإشباعات العملية في قائمة الإشباعات المحققة مقارنة بإشباعات المحتوى التي تذيلت مراتب الاشباع.
 - تصدرت الإشباعات التوجيهية والاجتماعية قائمة الإشباعات المحققة مقارنة بالإشباعات شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية.
 - تصدرت الإشباعات التوجيهية قائمة الإشباعات المحققة لعينة الدراسة من استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وهذا ما جعل نتائج سؤال الإشباعات تتوافق وتنسجم مع نتائج سؤال الدوافع.
- استفادت النخب الجزائرية من الخدمات والتطبيقات المختلفة والتي أتاحها تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في مجالها العملي، الاجتماعي والتواصلي حيث سجلت الباحثة عديد المؤشرات الايجابية في هذا السياق.

- حوالي نصف عينة الدراسة تطالع جديد التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيات من خلال الحصول عليها ساعة توفرها.
- أغلب عينة الدراسة ترى أن حسابها أو صفحتها الرسمية عبر واحد أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي التطبيق التكنولوجي الأكثر فعالية في نشاطها وفي تواصلها مع جمهورها، ثم المواقع الالكترونية الرسمية للجهات التي تنتمي العينة إليها.
- ترى أكثر من نصف عينة الدراسة أن النخب الجزائرية التي لا تستخدم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة هي نخب منعزلة عن مجتمعها ولا يمكنها مواكبة التطورات التكنولوجية.
- ترى أغلبية عينة الدراسة أن استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة سيسمح ب بروز نخب جديدة، وأن هذه النخب الجديدة تأت في سياق التحرر من سطوة مؤسسات الاعلام التقليدي.
- أغلبية عينة الدراسة متفائلة بمستقبل استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال، والتي ستسمح بظهور قادة وفاعلين جدد شرط تحسين محتواها وزيادة الوعي بأهميتها.
- سجلت الباحثة أيضا من خلال اجرائها لهذه الدراسة أن الجزائر مازالت بعيدة عن التصنيفات العالمية في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال على الرغم من الاستراتيجيات المختلفة والتي تم تبنيها خلال السنوات القليلة الماضية، وأن تجربة الاستثمار والانفتاح على القطاع الخاص ارتقت بالجزائر خاصة في مجال تكنولوجيات الهاتف النقال والانترنت المحمولة.
- خلصت الباحثة أيضا إلى أن النخب الجزائرية مازالت علاقتها بالفضاءات الجديدة للإعلام والاتصال في طور التشكل وأنه يعول على هذه الفضاءات مستقبلا لتكون بوابة جديدة للتموقع والاستقطاب وحتى بروز نخب جديدة كما صرحت عينة الدراسة.

Abstract of the study

The present study is entitled by “ **The use of new information and communication technologies by elites in Algeria**” , its importance is extracted from both the Algerian elites which is considered as an active and influential actor in society and also from the new information and communication technologies as a main characteristic of nowadays (The era of data and communication technologies). This duality made the subject worthy to be studied and analyzed, especially along with the deep and quick developments that characterize the information and communication system and the whole society. In addition, researches and studies in this field did not attract much attention, mainly when it comes to the elites .

This subject, is considered multisectoral and divergent as a matter of research, notably in relation to the new information and communication technologies, this research emphasized on : computer technology, smart phones and electronic tablets in particular. Taking it from the technical use and the social one; in order to dig deeper in the subject, the research has raised the following question: **How do the Algerian elites use the new information and communication technologies (computer technology, smart phones and electronic tablets)? and what are the gratifications fulfilled?**

This question suggested a set of sub-questions listed below:

- What are the habits and the types of the Algerian elites' use of the new information and communication technologies?
- What are the motives and needs of the Algerian elites' use of the new information and communication technologies?
- What are the gratifications that the Algerian elites' fulfill from the use of the new information and communication technologies?
- What are the aspects of the Algerian elites' professional and communicative implementation of the new information and communication technologies?
- What are the different representations that the Algerian elites have towards the new information and communication technologies and how do they consider its relation to the different social establishments? and how they perceive their future use?
- Is there any statistical significant relationship between the use of new information and communication technologies and the personal features of the respondents according to their: (gender, age, educational level, elite field)?

Furthermore, to answer the aforementioned questions, the research has aimed to gauge the efficiency of applying the use and gratifications theory, as a theoretical background for this study, and its relevance to the developing technologies.

In order, to answer its questions and attain the underlined goals, the research has adopted principally the use and gratifications theory next to the innovations diffusion theory for assisting the full understanding of the nature of these technologies .Since the study aims at describing how do the Algerian elites use the new information and communication technologies and the extent at which they react socially and functionally with it. So, it belongs to the descriptive researches that rely on the survey methodology as one of the adequate approaches to such study. The survey methodology by an intentional sample of 400 subjects of the Algerian elites, distributed over a range of academic, political, informational and religious criteria.

The questionnaire has been the main tool to collect data, which comprehend 29 questions distributed over 5 sections. After assessing the validity and reliability of the questionnaire, it was addressed to the sample's members, 382 questionnaires were retrieved and were valid to be studied and analyzed statistically by the (22) of (SPSS), plus to (Microsoft offices excel 2007), the following results have been reached:

- Various services and applications were sought by the Algerian elites through the use of new information and communication technologies, social media, websites, electronic press and download services came in the first place.
- Most of the Algerian elites while online (active times) use the e-mail, followed by one or more of their accounts on social media.
- The Algerian elites interact differently with the services and applications of the new information and communication technologies .Among the most important aspects of this interaction are with subjects related to their work and interests.
- The motives of Algerian elites towards the use of the new information and communication technologies are very diversified and the most important ones, were utilitarian (benefit) motives, in comparison to the ritual motives. These results go hand in hand with the nature of the Algerian elites, the positions they occupy, that rush them to follow the news and their developments which put knowledge motives in first place.

- The Algerian elites are satisfied with the services and applications of the new information and communication technologies offers, and those satisfactions are :
 - The operational gratifications comes first in comparison to the content ones.
 - Instructional and social gratifications overlapped the semi – instructional and social ones.
 - The instructional gratifications of the new information and communication technology use are the first ones, which made the results of gratifications question conform and coherent with the results of the motive’s question.
 - The Algerian elites took advantage of the different services and applications offered by the new information and communication technologies in its professional ,social and communicative fields, and a number of positive indicators were recorded
 - About half of the study sample fellows every new developments happening in the information and communication technologies field.
 - The majority of the study sample felt that their accounts or official pages on one or more social media webs are the most effective technological application in their interaction with their public.
- More than half of the study sample says that the Algerian elites who do not use the new information and communication technologies are isolated from society and they cannot accommodate themselves with these modern technologies.
- The majority of the study sample thinks that the use of the new information and communication technologies leads to the emergence of new elites free from the influence of traditional media.
- The majority of the study sample are optimistic about the Algerian elites use of the new information and communication technologies .which will lead to the emergence of new leaders and actors, under the conditions of upgrading its contents and raising consciousness about its importance.
- Also the research stated that Algeria is yet far away from world classifications in the new information and communication technology ,in spite of the different strategies that have been adopted in the last few years ,and that the investments experience and openness of the private sector has progressed in Algeria ,when it comes to mobile phones and mobile net technology.

- The research has concluded that Algerian elites relation to the new information and communication technology space are still in progress and these spaces will be the future headstone for having a place and attraction and even for the emergence of new elites as it was declared by the members of sample.

Résumé d'étude

L'intitulé de cette étude porte sur « **Les Usages et les gratifications des nouvelles technologies de l'information et de la communication par les élites en Algérie** », elle tire son importance de la dualité qui regroupe l'élite Algérienne en tant qu'acteur influent au sein de la société, ainsi que les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en étant un trait caractéristique du temps contemporain « l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la communication », ce qui a mis l'accent sur la prévalence de ce sujet en terme de recherche et d'analyse scientifique. Notamment avec les changements rapides et profonds qu'ont tant marqué le système médiatique, communicationnel et sociétal dans son ensemble, cependant les recherches et les études qui concourent à ce domaine restent restreintes, en particulier celles qui abordent l'élite Algérienne.

Afin d'entreprendre ce sujet multisectoriel, et en l'occurrence de son aspect technologiques y compris les technologies de l'informatique, les smart phones, les tablettes comme technologies pertinentes pour la présente étude, en partant de leur usage technique jusqu'à l'usage social par le soulèvement de la question suivante : **Comment les élites algérienne utilisent les nouvelles technologies de l'information et de la communication et quelles sont les gratifications obtenues par cet usage ?**

- Quels sont les habitudes et les modes d'usages des élites algériennes de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication ?
- Quels sont leurs motifs ?
- Quelles sont les gratifications obtenues à travers l'usage de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication ?
- Quels sont les formes d'implémentations des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le domaine professionnel et communicationnel ?
- Quels sont les représentations des élites algériennes vis-à-vis des technologies de l'information et de l'information et de la communication et comment considèrent-ils leur rapport avec les différentes organisations sociales, et comment visionnent-ils leur futur usage de ces technologies ?
- Existe-t-il une relation statistiquement significative entre l'usage des technologies de l'information et de la communication et les caractéristiques personnels de l'échantillon (sexe, âge, niveau d'étude, domaine).

En outre, l'étude examine l'efficacité de l'application de la théorie des usages et des gratifications comme démarche théorique explicative de cette étude, pour répondre aux interrogations et aux objectifs soulevés par celle-ci. Cette théorie était aussi accompagnée par la théorie de la diffusion des innovations, afin de mieux comprendre la nature de ces technologies. Vu que l'étude tente de cerner l'usage des élites algériennes des nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur interaction sociale et professionnelle avec eux, et par conséquent cette recherche fait partie des recherches descriptives, qui fait souvent appel aux méthodes d'enquêtes, notamment la méthode d'enquête par échantillon déterminé, via lequel on a ciblé 400 sujet de l'élite algérienne selon

des particularités académiques ,politiques, médiatiques ,et religieux. Le questionnaire soumis aux sujet d'étude est composé de 29 questions répartis sur cinq axes, suite à l'examen de la validité et de fiabilité du questionnaire ,382 questionnaire ont été susceptible pour l'analyse statique par SPSS(V22) assisté par Microsoft office Excel 2007.Cette analyse a permet de dégager un ensemble de résultats, parmi les plus importants sont :

- L'usage des services et applications des nouvelles technologies de l'information et de la communication recherchés par les élites algériennes sont variés, dont les réseaux sociaux, les sites électroniques, la presse électronique, les services de téléchargement ont pris le dessus.
- La plupart des élites algériennes font appel au service du courrier électronique, suivi par l'un de leurs comptes sur un ou plusieurs réseaux sociaux.
- La majeure partie des sujets participent et réagissent différemment aux services et aux applications des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Mais la plupart d'entre eux échangent des sujets qui concernent leur travail et leurs intérêts.
- Les motifs les plus marquants de l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communications sont d'origine utilitaire en premier lieu ,par rapport aux motifs rituels qui ont enregistré des faibles taux , ce qui va de pair avec les caractéristiques et la nature des élites algériennes et les postes qu'ils occupent ,et qui leur poussent vers les nouvelles informations et leur développement , ce qui justifie la domination des connaissances cognitives .
- Les services et les applications recherchés par les élites algériennes sont nuancés grâce à l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les réseaux sociaux, les sites Web, la presse électronique et les services de téléchargement ont été classés en premier.
- La plupart des élites algériennes utilisent le service de courrier électronique, suivies de l'un de leurs comptes via un ou plusieurs sites de réseaux sociaux.
- la majeure partie de l'échantillon de l'étude participe et réagit différemment aux services et aux applications des nouvelles technologies de l'information et de la communication.
- le résultat le plus saillant, en termes de motif est celui des motifs utilitaires.
- Les élites algériennes ont enregistré un degré de satisfaction raisonnable envers les services et les applications présentés par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Et les gratifications observées sont variées:
 - Les gratifications pratiques figuraient en premier lieu par rapport aux gratifications du contenu qui occupent les dernières places.
 - Les gratifications instructives et sociales devancent les gratifications semi-instructives et sociales.
- Les élites algériennes ont bénéficié des différents services et applications mise à leur disposition par les technologies modernes de l'information et de la communication dans leurs domaines professionnels, sociaux et communicationnels. Ce qui a permet à l'étude d'enregistrer plusieurs indicateurs positifs dans ce sens.
- Environ la moitié de l'échantillon suivent étroitement et acquièrent les nouveaux développements relatif au domaine des technologies.

- La majorité de l'échantillon estime que leur compte ou leur page officielle sur un ou plusieurs réseaux sociaux est l'application technologique la plus efficace pour activité et leur échange avec le public, viennent ensuite les sites officiels auxquelles ils font partie.
- Plus de la moitié des répondants ont manifesté que les élites qui n'utilisent pas les nouvelles technologies de l'information et de la communication, sont des élites isolées de leur société et qui ne peuvent pas faire face aux développements technologiques.
- La majeure partie des sujets considère que l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication permettra l'émergence des nouvelles élites, ainsi que ces dernières seront Independent de l'influence des médias traditionnels.
- L'étude a également noté que l'Algérie reste encore en bas des classifications internationales, en matière des technologies de l'information et de la communication, en dépit des différentes stratégies adoptées au cours des dernières années.
- L'étude a conclu que le rapport entre les élites algériennes et les nouveaux espaces médiatiques et communicationnels sont encore en voie de développement, et désormais ces espaces seront des repères d'encrage, et d'attraction, à savoir un moyen pour l'avènement des nouvelles élites, comme était indiqué par l'échantillon de la présente étude.



فهرس المحتويات

الصفحات	العناوين
4-1	مقدمة
102-5	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية
07	تمهيد
81-8	المبحث الأول: موضوع الدراسة
43-8	1.1.1 الدراسات السابقة
49-43	2.1.1 قراءة في الدراسات السابقة
51-49	3.1.1 اشكالية الدراسة
53-51	4.1.1 أسباب اختيار الموضوع وأهميته
54-53	5.1.1 أهداف الدراسة
81-55	6.1.1 ضبط المصطلحات
101-82	المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية للدراسة
83-82	1.2.1 نوع الدراسة ومنهجها
84-83	2.2.1 مجالات الدراسة
90-84	3.2.1 مجتمع الدراسة وعينته
99-90	4.2.1 أدوات جمع البيانات
101-100	5.2.1 تحليل البيانات
102	خلاصة
152-103	الفصل الثاني: المداخل النظرية للدراسة
105	تمهيد
134-106	المبحث الأول: مدخل الاستخدامات والإشباع
115-106	1.1.2 نشأة النظرية ومراحل تطورها
123-115	2.1.2 عناصر النظرية

فهرس المحتويات

124-123	3.1.2 فروض النظرية
129-124	4.1.2 أهم نماذج الاستخدامات والأشباعاات
134-130	5.1.2 مدخل الاستخدامات والإشباعاات بين النقد والايجابيات
151-135	المبحث الثاني: مدخل انتشار المبتكرات
137-135	1.2.2 نشأة النظرية وتطورها
142-137	2.2.2 فروض النظرية ومفاهيمها الأساسية
143-142	3.2.2 عناصر عملية انتشار المبتكرات
148-143	4.2.2 خصائص ومراحل عملية انتشار المبتكرات
150-149	5.2.2 التقسيم النوعي للجمهور حسب درجة تقبله للأفكار المستحدثة
151-150	6.2.2 نظرية انتشار المبتكرات بين النقد والايجابيات
152	خلاصة
252-153	الفصل الثالث: تكنولوجياات الاعلام والاتصال الحديثة: الماهية، التوصيف والنموذج الجزائري
155	تمهيد
190-156	المبحث الأول: ماهية تكنولوجياات الاعلام والاتصال
160-156	1.1.3 نشأة وتطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال
166-160	2.1.3 خصائص وسمات تكنولوجياات الاعلام والاتصال
174-167	3.1.3 أهمية ووظائف تكنولوجياات الاعلام والاتصال الحديثة
190-175	4.1.3 آثار تكنولوجياات الاعلام والاتصال الحديثة ومخاطرها
227-190	المبحث الثاني: التوصيف التقني والاجتماعي لتكنولوجياات الاعلام والاتصال
208-192	1.2.3 تطورات على مستوى الأجهزة أو العتاد
209-208	2.2.3 تطورات على مستوى البرامج
215-209	3.2.3 شبكة الانترنت
217-215	4.2.3 البريد الالكتروني

فهرس المحتويات

227-217	5.2.3 الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وخدماتها
251-228	المبحث الثالث: واقع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر
234-228	1.3.3 قطاع الاتصال من الاحتكار إلى الانفتاح وتبني سياسات جديدة
242-234	2.3.3 قراءة في أهم معطيات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر
247-242	3.3.3 قطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر في ضوء التصنيفات العالمية
250-247	4.3.3 تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة بوابة الاقتصاد الجديد
252-251	خلاصة .
347-253	الفصل الرابع: النخب، النخب الجزائرية وعلاقتها بالفضاء الاتصالي
255	تمهيد .
292-256	المبحث الأول: ماهية النخب
266-256	1.1.4 التطور التاريخي للنخب في المجتمعات والحضارات
275-266	2.1.4 الاتجاهات التقليدية في دراسة النخب
279-257	3.1.4 الاتجاهات الحديثة في دراسة النخب
292-297	4.1.4 أنواع النخب: إشكاليات وتصنيفات
316-293	المبحث الثاني: النخب في الجزائر
298-294	1.2.4 بدايات الظهور والتشكل: 1892-1930
301-298	2.2.4 استمرارية التشكل: نخب بعباءة الادماج: 1930-1954
303-302	3.2.4 النخب الثورية: 1954-1962
310-304	4.2.4 نخب جزائرية في ظل نظام أحادي: 1962-1989
312-310	5.2.4 نخب جزائرية في ظل التعددية والانفتاح: 1989-1999
316-312	6.2.4 نخب موالية وأخرى في انتظار التغيير: 1999-إلى يومنا
345-317	المبحث الثالث: النخب وعلاقتها بالفضاء الاعلامي والاتصالي: جدلية العلاقة وتطور الاستخدام
323-317	1.3.4 النخب، السياسية، الجمهور ووسائل الاعلام: علاقة قديمة
337-324	2.3.4 النخب، السياسة، الجمهور ووسائل الاعلام الجديدة: علاقة تتجدد

فهرس المحتويات

345-337	3.3.4 النخب الجزائرية والفضاءات الاتصالية الجديدة: نخب تتشكل وأخرى تتموقع
347-346	خلاصة
499-348	الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
350	تمهيد
483-351	المبحث الاول: المعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة
364-351	1.1.5 عرض وتحليل نتائج محور البيانات الوصفية العامة
432-364	2.1.5 عرض وتحليل نتائج محور عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة
442-432	3.1.5 عرض وتحليل نتائج محور دوافع استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة
461-443	4.1.5 عرض وتحليل نتائج محور الاشباعات
483-462	5.1.5 عرض وتحليل نتائج محور تمثلات (تصورات أو رؤى) النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومستقبلها.
498-484	المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة
493-484	1.2.5 النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة
495-493	2.2.5 النتائج العامة في ضوء نتائج الدراسات السابقة
498-496	3.2.5 النتائج العامة في ضوء الأهداف
499	خلاصة
504-501	خاتمة
530-505	قائمة المراجع
	الملاحق



فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
89	توزيع عينة الدراسة من النخب السياسية	1
89	توزيع عينة الدراسة من النخب الأكاديمية	2
90	توزيع عينة الدراسة من النخب الإعلامية	3
90	توزيع عينة الدراسة من النخب الدينية	4
97	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان من خلال تطبيق معادلة كرونباخ ألفا	5
196	تطور امتلاك أجهزة الكمبيوتر منزليا في العالم	6
203	تطور مشترك الهاتف النقال في العالم	7
208	تطور عدد مستخدمي الألواح الالكترونية في العالم	8
212	تطور عدد مستخدمي الانترنت في العالم	9
214	تطور البيوت المرتبطة بشبكة الانترنت في العالم	10
223	مقارنة بين الويب 1.0 والويب 2.0	11
235	تطور مشترك الهاتف الثابت في الجزائر خلال سنوات 2013-2015	12
236	توزيع مشترك الهاتف الثابت في الجزائر	13
239	عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب المتعاملين	14
241	تطور الحظيرة الاجمالية لمستخدمي الانترنت في الجزائر	15
244	ترتيب الدول العربية في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال سنتي 2010 و 2015	16
245	ترتيب الدول العربية في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال سنتي 2015 و 2016	17
246	الدول العربية الأكثر ديناميكية في قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال خلال 2015-2016	18
249	حجم الاستثمار في مجال الاتصال خلال سنتي 2013-2014	19
250	المشاريع الاستثمارية المصروفة 2002-2016	20
365	توزيع عينة الدراسة حسب اقبالها على الوسائل الاعلامية والاتصالية	21
369	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير الجنس بمتغير إقبال النخب على	22

	الوسائل الاعلامية والاتصالية 370	
370	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير السن بمتغير إقبال النخب على الوسائل الاعلامية والاتصالية	23
372	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى ال بمتغير إقبال علمي النخب على الوسائل الاعلامية والاتصالية.	24
373	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي بمتغير إقبال النخب على الوسائل الاعلامية والاتصالية.	25
375	توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها لارتباط وسائل الاعلام والاتصال بشبكة الانترنت.	26
377	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث بمتغير ارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.	27
379	استخدام الانترنت في العالم وفقا للتوزيع الجغرافي وجنس المستخدمين خلال سنة 2017 (بالنسبة المئوية).	28
380	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث بمتغير ارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.	29
382	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث بمتغير ارتباط لوسائل الاعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.	30
384	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث بمتغير ارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت	31
386	توزيع عينة الدراسة حسب المصدر الذي تعتمد عليه في التواصل الشبكي	32
387	نتائج ترتيب الحاسوب لدى المبحوثين	33
387	نتائج ترتيب الهاتف الذكي لدى المبحوثين	34
388	نتائج ترتيب الألواح الالكترونية لدى المبحوثين	35
388	نتائج ترتيب تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة لدى المبحوثين	36
389	توزيع عينة الدراسة حسب الأماكن التي تستخدم فيها التكنولوجيات	37
391	توزيع عينة الدراسة تبعا لكثافة استخدامهم للتكنولوجيات	38
392	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث و متغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	39
394	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث و متغير كثافة استخدام	40

	تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	
396	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث ومتغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	41
398	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث ومتغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	42
400	توزيع عينة الدراسة تبعا لعدد ساعات استخدامها للتكنولوجيات	43
401	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	44
402	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	45
404	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	46
405	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	47
407	توزيع عينة الدراسة تبعا لفترات استخدامها للتكنولوجيات	48
408	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	49
409	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	50
411	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	51
412	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	52
414	توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التي تبحث عنها من استخدامها للتكنولوجيات	53
422	توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التي تستخدمها في أوقات نشاطها	54
423	توزيع عينة الدراسة حسب تفاعلها مع خدمات التطبيقات التي تستخدمها عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة	55
425	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث بمتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	56

426	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث بمتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	57
427	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث بمتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	58
428	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث بمتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	59
429	توزيع عينة الدراسة حسب تفاعلها مع المحيط والجمهور، من خلال خدمات التطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة	60
433	دوافع استخدام النخب الجزائرية لتطبيقات وخدمات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	61
436	الدوافع النفعية التي تسببت في تعرض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة	62
440	الدوافع الطوقسية التي تسببت في تعرض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.	63
445-444	اتجاه عينة الدراسة نحو الاشباكات المحققة من استخدام خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.	64
451	اتجاهات المبحوثين نحو عبارات الاشباكات التوجيهية	65
454	اتجاهات المبحوثين نحو عبارات الاشباكات الاجتماعية	66
457	اتجاهات المبحوثين نحو عبارات الاشباكات شبه التوجيهية	67
459	اتجاهات المبحوثين نحو عبارات الاشباكات شبه الاجتماعية	68
462	توزيع عينة الدراسة تبعا لكيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	69
463	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث بمتغير كيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	70
464	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث بمتغير كيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	71
465	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث بمتغير كيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	72
466	نتائج اختبار كا ² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث بمتغير	73

	كيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة	
467	توزيع عينة الدراسة تبعا لتطبيقات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة الأكثر فعالية التي سهلت نشاطها وساعدتها على ايصال أفكارها وآرائها إلى جمهورها	74
469	توزيع عينة الدراسة تبعا لرؤيتها لتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة من خلال استخدامها لها.	75
472	توزيع عينة الدراسة تبعا لوصفها لتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها.	76
476	آراء النخبة الجزائرية اتجاه العبارات المتعلقة باستخدام التكنولوجيايات الاتصالية وعلاقتها بالمجتمع الجزائري ومؤسساته	77
479	رؤية النخبة الجزائرية لمستويات استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر حاليا.	78
480	توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها للنخب التي لا تستخدم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة	79
481	توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها لإمكانية بروز نخب جديدة في خضم التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة	80
482	توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها المستقبلية لاستخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة من طرف النخب في الجزائر.	81

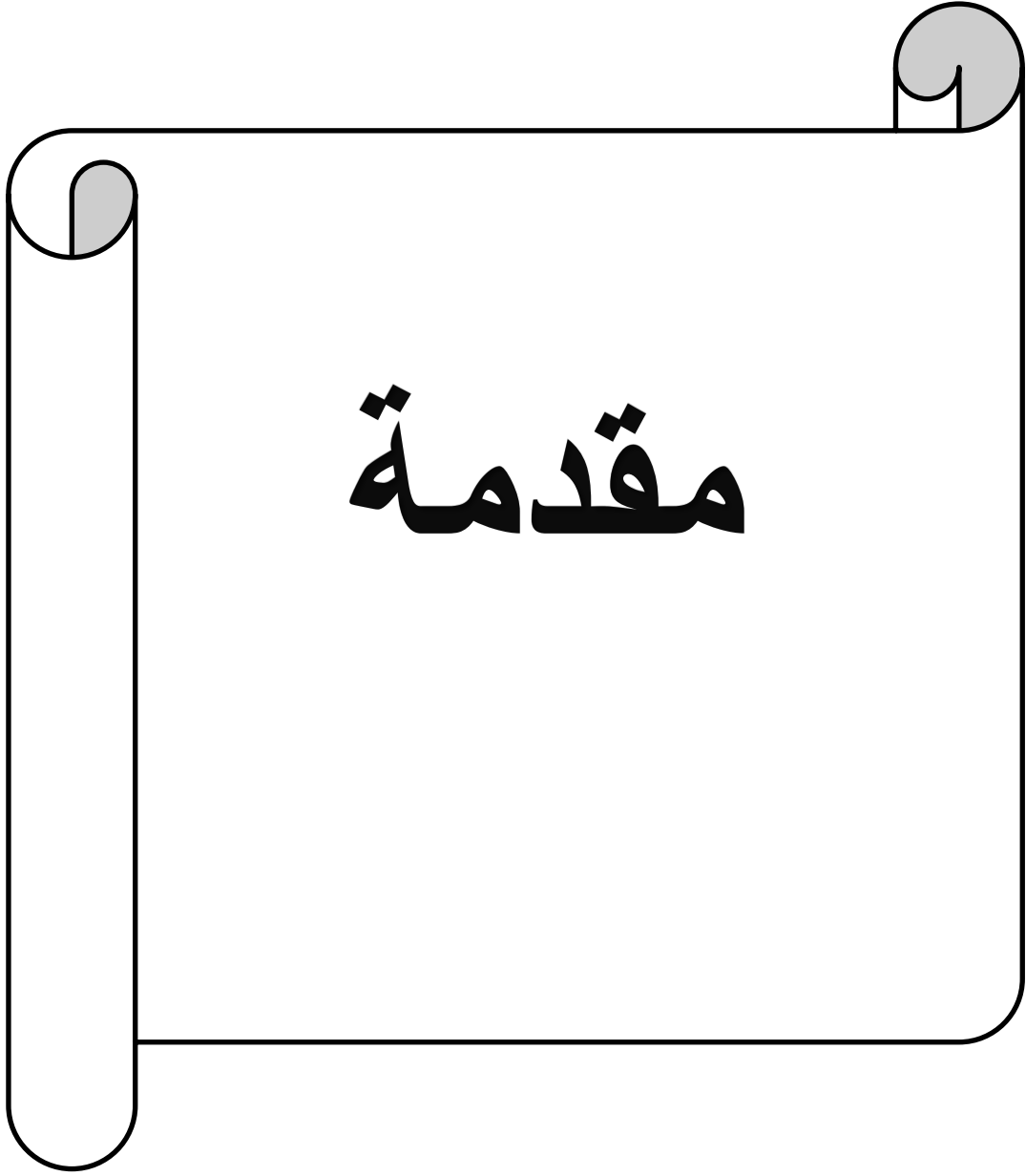


فهرس الأشكال

فهرس الأشكال.

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
125	تولد الحاجات وتكرار التعرض لاشباع هذه الحاجات	1
127	نموذج روزينجرين للاستخدامات والاشباعات	2
129	نموذج ويندال	3
147	النموذج التقليدي لمراحل عملية التبني	4
172	الانفاق على الاعلان عبر وسائل الاتصال المختلفة	5
200	تطور أجيال الهواتف النقالة	6
213	التوزيع الجغرافي للإنترنت في العالم	7
220	شكل يوضح الويب 1.0	8
222	شكل يوضح الويب 2.0	9
224	شكل يوضح الويب 3.0	10
352	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	11
356	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	12
358	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	13
360	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المجال النخبوي(نوع النخب)	14
361	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	15
363	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات النشاط (الخبرة)	16
416	معطيات عن عدد مستخدمي الإنترنت ،شبكات التواصل الاجتماعي في العالم (أوت 2017)	17
417	معطيات عن نمو عدد مستخدمي الإنترنت ،شبكات التواصل الاجتماعي في العالم (أوت 2017)	18
434	توزيع عينة الدراسة حسب الدوافع	19
449	اتجاه عينة الدراسة نحو محور الاشباعات وفق مقياس ليكرت	20
453	اتجاهات عينة الدراسة نحو الاشباعات الوجيهية المحققة	21
456	اتجاهات عينة الدراسة نحو الاشباعات الاجتماعية المحققة	22
458	اتجاهات عينة الدراسة نحو الاشباعات الشبه التوجيهية المحققة	23
461	اتجاهات عينة الدراسة نحو الاشباعات الشبه اجتماعية المحققة	24

471	اتجاهات النخب الجزائرية نحو رؤيتها المجتمعية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	25
475	اتجاهات النخبة الجزائرية نحو عبارات توصيف تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة	26
479	اتجاه النخب الجزائرية عينة الدراسة ازاء العبارات المتعلقة باستخدام التكنولوجيات الاتصالية وعلاقتها بالمجتمع الجزائري ومؤسساته	27



مقدمة

مقدمة

شهدت علوم الاعلام والاتصال كتخصص حديث* (مقارنة بتخصصات أخرى على غرار العلوم الاجتماعية، العلوم السياسية وعلم النفس) تطورات مهمة على مستوى مضامينها وإشكالاتها البحثية والتي أصبحت تتجدد وترتبط أكثر بالتطورات التي يشهدها عالم التقنية والوسائل، هذه الأخيرة (الوسائل) عرفت تطورات وثورات متسارعة ساهمت نتائجها في تسهيل، تحسين وتغيير الممارسات والعمليات الاتصالية وجعلتها أكثر تفاعلية ونشاطا، ومكنت مستخدميها من لعب أدوار جديدة ومختلفة عن تلك الأدوار السابقة والتي كان فيها المتلقي مجرد عنصر سلبي خاضع لسلطة المرسل وتفرض عليه المضامين والرسائل التي تؤثر فيه بشكل مباشر وبعيدا عن أي تفاعل يذكر.

ومن هذا المنطلق تنوعت البحوث الاعلامية والاتصالية والتي اهتمت بعناصر العملية الاتصالية وتفاعلاتها المختلفة وعلاقتها بالمجتمع وعديد مؤسساته، مما جعل من علوم الاعلام والاتصال ملتقى للكثير من العلوم الأخرى، وعابرا لتخصصات توظف لفهم أفضل لمختلف أبعاد العملية الاتصالية، وأصبحت تعددية التخصصات داخل هذا العلم خاصة ميزت ورافقت علوم الاعلام والاتصال في شتى مراحل تطورها.

ومنذ أربعينيات القرن الماضي والتي ركزت فيها البحوث على جمهور الصحافة ثم الإذاعة ثم التلفزيون خلال فترة الثمانينيات والتسعينيات وصولا إلى الفترة الحالية التي برزت فيها وسائل إعلامية واتصالية جديدة مما استدعى اهتماما متواصلا بجمهور الوسائل على اعتباره المستهدف النهائي من العملية الاتصالية، وعلى هذا الأساس تطورت بحوث دراسات الجمهور.

* ترى الباحثة أن عديد المقدمات التي تناولت موضوع تكنولوجيات الاعلام والاتصال من قريب أو بعيد جاءت متشابهة حتى أن بداياتها تكاد تكون واحدة (يشهد العالم تطورات تكنولوجية، أصبح العالم قرية صغيرة، في عصر تكنولوجيات الاعلام والاتصال ...) مليئة بالاقتراسات والتكرارات من كتب ودراسات (ليس تعميما ولا حكما من فراغ ولكن من باب الملاحظة والمتابعة طيلة فترة إنجاز الدراسة)، ونفس الملاحظة التي سجلت على صياغة الاشكاليات التي يجد الكثير من الباحثين صعوبة في كتابتها نظرا لتشابه أفكارها مع أفكار المقدمة، ومنه يجد الباحث نفسه في حلقة التكرار والإعادة بين المقدمة والإشكالية (وهي ملاحظة يتكرر ذكرها في عديد المناقشات العلمية بما فيها مناقشات أطروحات الدكتوراه)، إن كتابة عشرة أوراق أو خمس أو كيفية كان العدد في المقدمة ليس دليلا على جودتها العلمية وإنما نحتاج في بحوثنا إلى مقدمات تعكس شخصية الباحث وروحه العلمية بعيدا عن كثرة الاقتباسات والتكرارات، ومنه جاءت هذه المقدمة عامة مباشرة في طرحها، وهي نفس الفكرة التي تبنتها الباحثة مع عرض الاشكالية، والإشارة إلى هذه الملاحظة في بداية المقدمة الهدف منها هو تبيان أن الباحثة استخدمت نفس الطريقة طيلة إنجاز الدراسة في محاولة البعد عن العرض التقليدي في البحوث وكخطوة للتحرر من القوالب الجامدة التي ألف الباحثون وضع أنفسهم فيها، فالعلوم الانسانية والاجتماعية روح علمية تتجدد واختلافات بين شخصيات ورؤى الباحثين وإلا فما الجدوى من إنجاز هذه البحوث؟

هذا الجمهور الذي مع التطورات التكنولوجية التي رافقت الوسائل والتي تعتبر شبكة الانترنت حاضنة رئيسية لها صار يحمل اسم المستخدم (user) وصارت خصائصه الأساسية: التفاعلية مع المضامين والمحتويات التي يتعرض لها عبر مختلف الوسائل، إضافة إلى الانتقائية أي القدرة على الاختيار وفق ما يريده من مضامين وما قد تشبعه هذه المضامين من حاجياته المختلفة، هذه المضامين في وقتنا الحالي أصبحت تتشكل وتنتقل ويتم التفاعل معها عبر دعائم جديدة ومختلفة عن تلك الوسائل التقليدية، وتتمتع بمزايا جعلتها تفوقها حضورا واستخداما، وتشكلت نتيجة ذلك التزاوج بين ثورة المعلومات وثورة الاتصالات لينتجا معا ما يصطلح عليه اليوم بتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة (NTICS).

ولأن الجمهور (المستخدم) يمتاز هو الآخر بمجموعة من الخصائص والتي من أهمها أنه جمهور غير متجانس مما يجعل من الصعب الوصول إليه او الإحاطة بكل مفرداته وتفصيله، ولهذا تتجه البحوث في علوم الاعلام والاتصال إلى الدراسات التي تستهدف فئات محددة من هذا الجمهور وتستقصي من خلالها علاقتها بهذه الوسائل، فاختلقت بذلك الفئات والشرائح التي كانت محلا للبحث وخاصة تلك التي استهدفت فئات الشباب والطلبة والنساء أو ما يطلق عليهم بالجمهور العام، في حين كان التوجه نحو الدراسات التي تستهدف الفئات النخبوية ذات الحضور الاجتماعي والتأثير الكبير من باب المسؤوليات والوظائف التي تضطلع بها توجهها قليلا منحصرا في أغلب الأحيان في الفاعلين السياسيين بشكل خاص سواء في الدراسات الغربية التي تعتبر المرجعيات الأولى لبحوث الجمهور وخاصة بحوث الاستخدامات والإشباع أو حتى في الدراسات العربية أو المحلية (الجزائرية)، في حين أن الظاهرة النخبوية (النخب) تتجاوز الفاعل السياسي إلى فاعلين آخرين في مجالات الحياة المختلفة (اقتصاديا، اجتماعيا، اعلاميا، اكاديميا، دينيا، فنيا، رياضيا...) ويشتركون مع السياسي في عمليات التسيير والقيادة والتوجيه لمختلف فئات الجمهور العام على اعتبار أن النخب يمتازون بمجموعة من الخصائص التي تختلف باختلاف الأنظمة والسياقات الاجتماعية القائمة، ولكنها ظاهرة بقيت تسود المجتمعات الانسانية على اختلافها ومنذ تشكلها.

ولأن الأصل في النخب أنها فئات فاعلة ومؤثرة مجتمعا فإنه من الطبيعي أن تتخرط هي الأخرى (كما انخرط الجمهور العام) في تيار تكنولوجيات الاعلام والاتصال والذي بات يجذب إليه ملايين المستخدمين من خلال عشرات بل مئات وآلاف الخدمات والتطبيقات التي باتت تتيحها هذه التكنولوجيات والتي تجاوزت مجرد الاستخدام التقني إلى الاستخدامات الاجتماعية على حد قول "تيم بيرنلي"

Tim Berners-Lee¹، حيث أصبحنا أمام استخدام كبير لهذه التكنولوجيات على تعددية وسائلها في كافة أنشطتنا ووظائفنا وقلما نتصادف مجالاً لا يوظف هذه التكنولوجيات، التي فتحت أبواباً وقنوات متعددة يستثمرها كل حسب مجاله وتخصصه، ولعل النخب في وقتنا الحالي أحوج الفئات المجتمعية بحثاً عن طرق هذه الأبواب ومعرفة القنوات التي تسهل لها تواصلها وتفاعلها مع مختلف الأطياف المجتمعية وما يعزز مكانتها واستمرارية تفوقها، مما أدى إلى تزايد الأسئلة الباحثة عن إجابات حول العلاقة التي تجمع بين النخب كفئات اجتماعية فاعلة ومؤثرة وبين استخداماتها، دوافعها، حاجاتها، إشباعاتها واستفادتها من هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة.

إن النخب المتواجدة في كل نظام وجغرافيا معنية بتلك الأسئلة ومن بينها النخب الجزائرية كونها تنتمي إلى فضاء النخب بشكله العام وتتواجد في بيئة جغرافية واتصالية بدأ يلاحظ عليها في الفترة الأخيرة أنها تتخرط تدريجياً في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، ولكن ما يميز هذه النخب الجزائرية عن غيرها من النخب أنها تستأثر بخصائص البيئة الجزائرية التي كانت نتاجاً لها (تاريخياً وسياسياً) مما يجعل النخب تتمايز وتختلف من مكان إلى آخر، ومما يزيد في شرعية الأسئلة المتعلقة بعلاقة النخب بالتكنولوجيات.

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة حاملة لعنوان: "استخدامات وإشباع النخب لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر"، وبغية الاحاطة بهذا الموضوع ومن جوانبه المختلفة خاصة وأنه لا يحمل البعد الاتصالي فقط وإنما يتعداه إلى البعد السياسي والتاريخي والاجتماعي والتقني الذي يميز كلا من النخب والتكنولوجيات رأت الباحثة أنه من الممكن قولبة الأفكار وعرضها وفق خمسة فصول تحوي مباحثاً يكمل الواحد فيها الآخر مما يجعل الخروج بتصور نهائي يجيب عن تلك الاسئلة أمراً أكثر علمية وتنظيماً

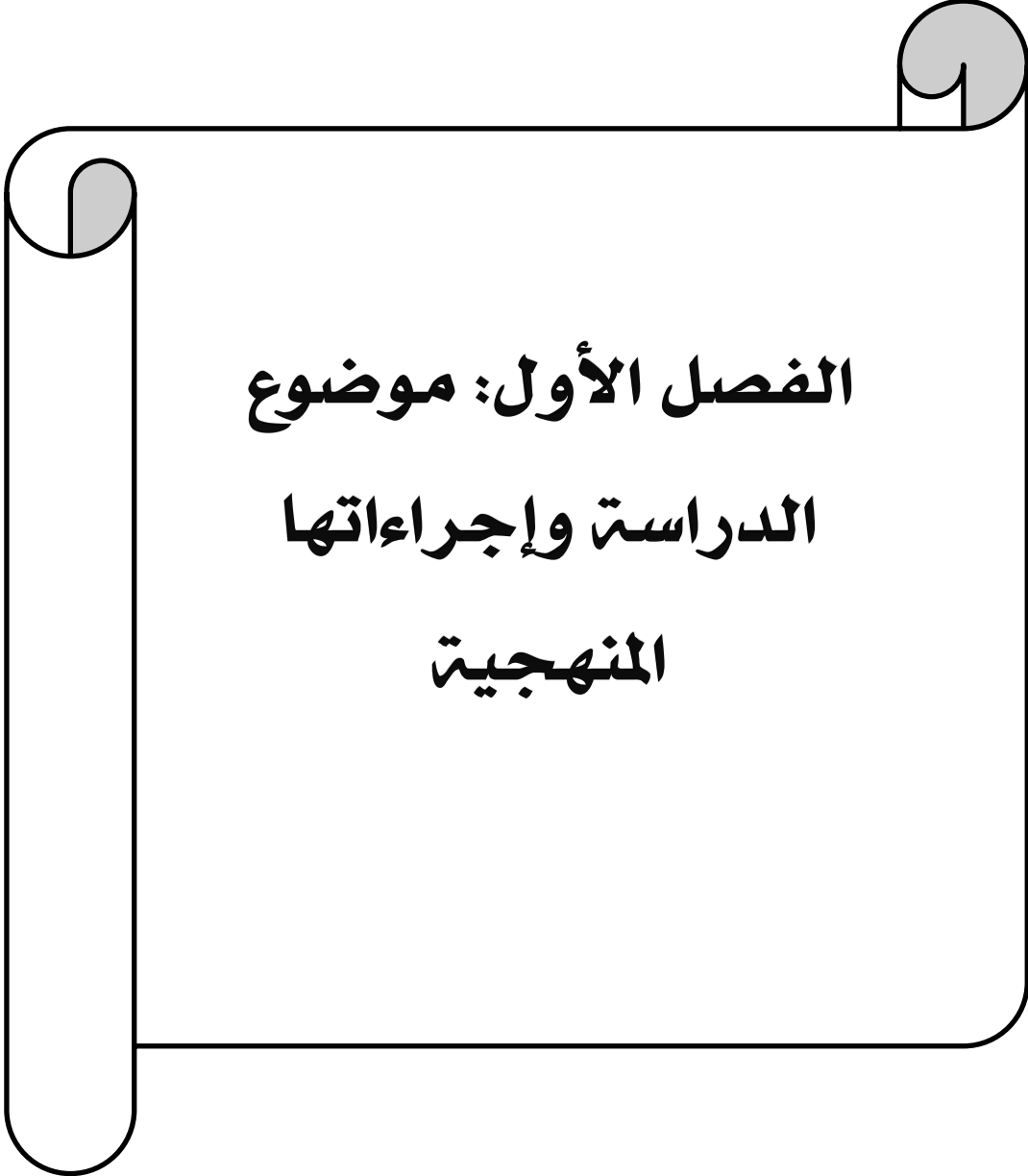
بحيث جاء الفصل الأول طارحاً لموضوع الدراسة شارحاً لأهم الإجراءات المنهجية الواجب اتباعها من أجل ضمان عدم الحياد عن خطوات البحث العلمي والذي على الرغم من عدم وجود قوالب جاهزة لهذه الخطط، وهو ما تراه الباحثة أمراً ايجابياً يجعل الباحث يتحرك بمرونة ودون تقييد، إلا أن الاجتهادات

¹The Web is more a social creation than a technical one

مقولة شهيرة لمخترع الويب Tim Berners-Lee

* تشير الباحثة إلى أنه تم تسجيل الموضوع في بدايته تحت عنوان: "استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الجديدة وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء، ولكنه عدل على مستوى المجلس العلمي للكلية بالصياغة التي تم الاشارة إليها، وبعد التشاور مع الأستاذ المشرف وبعض الأساتذة تقرر الإبقاء على العنوان بصيغته الجديدة المقترحة من المجلس العلمي.

العلمية التي وضعها الباحثين وخاصة المنهجيين في هذا السياق كانت مساعدة في تبني خطة علمية واضحة والتي اختارت الباحثة فيها الدراسات السابقة كنقطة انطلاق وكيفية تحليل البيانات كنقطة وصول، ثم جاء بعدها الفصل الثاني والذي يعتبر بعد الفصل الأول فصلا ضابطا للدراسة باعتباره يحوي المداخل النظرية التي يقول عنها الباحثون بأننا ننطلق من النظرية ونعود إليها مجددا، وعلى هذا الأساس تشكل الفصل الثاني من مدخلين نظريين استندت الباحثة بشكل أكبر على المدخل الأول وهو الاستخدامات والاشباعات، إضافة إلى الاستفادة من انتشار المبتكرات الحديثة كمدخل ثاني، ليأتي بعدها الفصل الثالث كفصل محوري في هذه الدراسة يعرض لماهية هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة ويطرح أهم القضايا والإشكاليات التي ترتبط بها، ولعل استناد الباحثة إلى خصائص الوصف والتحليل التي أتاحتها نوع هذه الدراسة (باعتبارها دراسة وصفية) مكن من تتبع الظاهرة التكنولوجية وصولا بها إلى الواقع الجزائري، أما الفصل الرابع فهو فصل ترى فيه الباحثة وفي عرضه احتواء لموضوع الدراسة ومحاولة للاقترب من الظاهرة النخبوية عامة والجزائرية خاصة تعريجا على علاقة النخب بهذه الفضاءات الاعلامية والاتصالية الجديدة مما يجعل الأرضية مهيأة أمام الفصل الخامس أو ما يسمى بالفصل الميداني الذي يشكل بكل محتوياته إجابة عن اشكالية الدراسة ومختلف تساؤلاتها البحثية وهنا تشير الباحثة إلى نقطة مهمة وهي أن الاعتناء البحثي بالفصل الميداني أمر واجب وأكثر من ضروري لكن هذا لا يعني أن يكون أولوية على الفصول الأخرى بل هي زوايا متكاملة فلا معنى لفصل ميداني في غياب خلفية نظرية وعلمية توصل للموضوع لتصل به إلى شقه الميداني.



**الفصل الأول: موضوع
الدراسة وإجراءاتها
المنهجية**

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

تمهيد

المبحث الأول: موضوع الدراسة

- | | |
|------------------------------|-------|
| الدراسات السابقة | 1.1.1 |
| قراءة في الدراسات السابقة | 2.1.1 |
| اشكالية الدراسة | 3.1.1 |
| أسباب اختيار الموضوع وأهميته | 4.1.1 |
| أهداف الدراسة | 5.1.1 |
| ضبط المصطلحات | 6.1.1 |

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

- | | |
|----------------------|-------|
| نوع الدراسة ومنهجها | 1.2.1 |
| مجالات الدراسة | 2.2.1 |
| مجتمع الدراسة وعينته | 3.2.1 |
| أدوات جمع البيانات | 4.2.1 |
| تحليل البيانات | 5.2.1 |

خلاصة

تمهيد:

يعتبر فصل موضوع الدراسة وإطارها المنهجي الفصل الأساسي، الذي يركز عليه إنجاز هذه الدراسة تشبهاً بالباحثة بتلك الأسس التي ينبغي لأي بناء (Maçon) وضعها قبل الشروع في أي بناء كان (Construction)، وبين البناء المادي للأمكنة (على اختلاف وظائفها) والبناء العلمي للبحوث تشابه في ضرورة العناية بأسس البناء، وإلا صار هشاً وغير صالح للاستخدام.

بناء هذا الفصل جاء في ظل تبين لمجموعة من الخطوات البحثية التي يتفق على أهميتها كل الباحثين دون استثناء، وإن حدث اختلاف فعلى مستوى طريقة العرض المنهجي الذي تعتقد الباحثة بضرورة القبولية وفق القناعات المنهجية لأي باحث بما يقتضي منطقية العرض وسلامته المنهجية وأدائه لوظيفته البحثية دون خلل قد يكون سبباً في تشويه أو انحراف البحث العلمي عن مساره السليم وأهدافه التي يتعارف عليها الباحثون.

إن تقسيم العناصر في هذا الفصل وفق مبحثين ما هو إلا تقسيم يهدف إلى تقديم العمل في صورة منظمة تيسر للقارئ له فهم محتوياته واستيعاب المراحل التي سينبني عليه العمل في مرحلة متقدمة لأن الأصل فيها أنها عناصر يكمل بعضها البعض، واستبعاد عنصر أو حذفه سيخل ببقية العناصر الأخرى وهي رؤية وظيفية تتسجم مع المدارس التي تتخذ من البنائية الوظيفية مطلباً ومنهجاً لها.

يتناول المبحث الأول من الفصل مجموعة العناصر التي باكتمالها تتضح صورة الموضوع الذي تقوم الباحثة بدراسته انطلاقاً من مراجعة للأدبيات البحثية وما كتبت من قريب حول موضوع النخب وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (Related Literature) وصولاً إلى ضبط للمصطلحات التي يفهمها يصبح التحكم في موضوع البحث أكثر تجلياً ووضوحاً.

في حين يعرض المبحث الثاني لأهم الإجراءات المنهجية الواجب إتباعها بغية الانتقال من وضعية الموضوع النظري (التساؤلات النظرية والجانب النظري) إلى الجانب الميداني أو التطبيقي وهي الحالة النهائية المرجوة من البحوث العلمية التي تبحث عن إعادة ترجمة فضولها العلمي وما يحيط بموضوعها من غموض وحيرة إلى معطيات، أرقام وإحصائيات تشرح، تحلل وتفسر الظاهرة المدروسة في ضوء السياق العام الذي تندرج فيه. وعلى هذا الأساس ووفق ما تقدم تكون مباحث هذا الفصل وفق الآتي:

المبحث الأول: موضوع الدراسة

1.1.1 الدراسات السابقة*:

إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا هو عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي من هذا القبيل لابد أن تكون له دراسات سابقة سواء ميدانية أو معلمية أو مكتبية، ومع ذلك قد يواجه الباحث صعوبات كثيرة أثناء إجراء الأبحاث العلمية بسبب عدم توفر أو نقص معين من الدراسات في المشكلة التي يقوم بالبحث فيها أو المماثلة لها¹.

إن الدراسات السابقة تشكل تراثا علميا مهما يستند اليه الباحثين، وبالعودة، إلى موضوع الدراسة فإن ثنائية النخب/تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة برزت في بعض الاهتمامات البحثية وإن لم تكن بالحجم الكبير باعتبار أن طرفي الثنائية يشكلان في حد ذاتهما موضوعان متكاملان للدراسة والبحث حيث نجد اليوم العديد من الباحثين المهتمين بموضوع النخب وقضاياها يشتغلون كثيرا في الحقل الاجتماعي والسياسي و الاقتصادي وحتى الإعلامي، ونفس الشيء بالنسبة لموضوع تكنولوجيات الإعلام ليست بالمجال المنعزل وإنما عديد القطاعات والتخصصات تبحث وتطور علاقتها بالوسائل الحديثة نظرا لما أضحت تمتلكه من خصائص ومميزات تتعكس إيجابا على الأفراد والمؤسسات على حد سواء، وعليه وجدت الباحثة نفسها في رحلة البحث المحلي، العربي والأجنبي وفي تخصصات مختلفة: علوم الإعلام والاتصال، العلوم السياسية، العلوم الاجتماعية، الحقوق، التاريخ وحتى العلوم الاقتصادية، في محاولة لرصد وقراءة ما أنجز ميدانيا وتحليليا حول الموضوع حيث بدأ العمل وفق ثلاث أسس أو تقسيمات وهي:

- قسم يبحث في تكنولوجيات الإعلام والاتصال

- قسم يبحث في النخب والنخب الجزائرية تحديدا

* إن اختيار عنصر الدراسات السابقة كأول خطوة في الإجراءات المتعلقة بعرض موضوع البحث هو اختيار مبني على قناعة منهجية وعلمية بقيمة وأهمية الدراسات السابقة، حيث ساد العرف لدى الباحثين على تبنى قوالب شبه جامدة في عرض أطروحاتهم ومواضيعهم وليس خروجاً عن المألوف أو كسرا لروتين الخطط البحثية وإنما الاطلاع وعرض البحوث التي تخدم الموضوع هو من الخطوات التي تقترح الباحثة أنه يجب الاهتمام بها مستقبلا كونها خطوة أولى تتوافق مع مبدأ التراكمية العلمية وليس مجرد سرد لمجموعة من الدراسات.

¹ إبراهيم تهامي، "الدراسات السابقة في البحث العلمي"، في: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية. إشراف فضيل دليو، علي غربي (قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، ط2، 2003، ص.105.

- قسم يبحث في النخب وعلاقتها بالتكنولوجيات الاتصالية أو الفضاء الإعلامي والاتصالي بشكل عام.

وأُسفرت عملية البحث والمراجعة للتراث النظري الذي تمكنت الباحثة من الوصول إليه في حدود علمها وإمكانياتها، إلى مجموعة من الدراسات وبعد عملية التمحيص والمقارنة مع موضوع الدراسة، تم الاستغناء عن كثير من الدراسات التي يفضل الاستفادة منها أكثر في الفصول النظرية في حين تم الإبقاء على الدراسات التي ينطبق عليها أكثر تسمية "الدراسات المشابهة" والتي شكلت نقطة انطلاق وإضاءة للمضي في هذه الدراسة، حيث سيتم عرضها وفق التصنيف الجغرافي لها: محليا، عربيا وأجنبيا على أن يكون الترتيب ترتيبا تنازليا أي من الدراسات الحديثة إلى القديمة، وذلك في إطار رصد التغييرات التي واكبت تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، مع ملاحظة تراها الباحثة أساسية لابد من الإشارة إليها وهي أن الدراسات السابقة أو المشابهة هي دراسات ميدانية أنجزت في بيئات وفترات زمنية مختلفة وبعيدا عن ضرورة توظيف أطروحات الدكتوراه -فقط- كما يرى الكثير من الباحثين باعتبار أن إنجاز الأطروحة يدخل في إطار مستوى أعلى من مستويات الماجستير، وهو رأي علمي يحترم طبعاً، لكن مما رصدته الباحثة هو وجود الكثير من البحوث الجادة التي كانت تستحق الاعتماد عليها والعودة إلى مقارباتها ونتائجها ولهذا تنوعت الدراسات التي رصدت في هذا العنصر ما بين أطروحات الدكتوراه، رسائل الماجستير وكذا البحوث العلمية المنشورة في المجالات المتخصصة.

1.1.1.1 الدراسات المحلية:

بالنسبة للدراسات الجزائرية سجلت الباحثة ملاحظة مهمة*، وهي أن المجال البحثي في هذا الموضوع لا يزال مقتصرًا بشكل عام على دراسات الاستخدامات والإشباع ذات النمط التقليدي والمحاوور الثابتة والتي ازدادت خلال الثلاث سنوات الأخيرة، خاصة مع موجة مواقع التواصل الاجتماعي مستهدفة أكثر الشباب وبالخصوص الطلبة الجامعيين، وهو ما يعني أن البيئة البحثية الجزائرية مازالت خصبة وتحتاج إلى مزيد من البحوث والاهتمام تتعدى شريحة الشباب والمراهقين والطلبة الجامعيين إلى شرائح أخرى كالنخب الذي يعتبره - إلى حد ما - العديد من الباحثين دخول في الأيديولوجيات ومغامرة

*الملاحظة التي سجلتها الباحثة تبقى شخصية ومقتصرة على الدراسات التي استطاعت الوصول إليها، إضافة إلى احتكاكها وإشرافها على عديد البحوث التي أنجزها طلبة الماستر والليسانس على مستوى جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، و أكد يحتاج الأمر إلى عمليات رصد ومتابعة للبحوث التي أنجزت عبر أقسام علوم الإعلام والاتصال المختلفة من أجل إعطاء صورة علمية تستند إلى الدراسة والبحث.

غير محسومة لذا هناك تفضيل لشرائح سهل الوصول إليها والتعامل معها (وإن كانت الشرائح المذكورة ذات قيمة وتحتاج إلى استمرارية البحث فيها)، وفي هذا الاطار رصدت الباحثة أربعة دراسات مراعية في اختيارها جمعها لثنائيتي النخب ووسائل الإعلام.

- **الدراسة الأولى:** دراسة الباحث قواسم بن عيسى (2012، 2013): استخدام البرلمانين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد، دراسة ميدانية لعينة من أعضاء العهدة التشريعية السادسة (2009، 2012)¹
- أ. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال اليوم قنوات بديلة بين صناع القرار السياسي وبين الحكوميين توفر فرصا حقيقية أمام المشاركة الشعبية الواسعة في صنع القرار، كما تؤدي إلى تطوير عمل المؤسسات السياسية، وتحقق التنسيق والانسجام فيما بينها لتجسيد الأهداف الجوهرية للسياسة العامة للدولة وبالتالي ترشيد أسلوب الإدارة والحكم وعصرنته، خاصة في الدول النامية التي عانت في أغلبها من مشاكل سياسية وتنموية خطيرة ومنها الجزائر، ولذا اهتم الباحث في هذا الموضوع بطرح التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدى يستخدم أعضاء البرلمان الجزائري تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترشيد قراراتهم السياسية، وفي تحقيق الجودة والرشاد في الحكم؟

ولتحليل وفهم التساؤل الرئيسي قام الباحث بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ✓ هل يستخدم أعضاء الهيئة التشريعية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الاستخدام الأمثل، ويوظفونها بقوة وفعالية في صنع قراراتهم السياسية؟
- ✓ هل يقوم أعضاء البرلمان بمشاركة الموظفين وجميع مؤسسات المجتمع المدني في عملية صنع القرار على مستوى الهيئة التشريعية؟
- ✓ هل يعتبر حجم النفاذ الرقمي في الجزائر كافيا لتمكين الموظفين من مشاركة البرلمانين في صنع القرار؟

¹قواسم بن عيسى، استخدام البرلمانين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد، دراسة ميدانية لعينة من أعضاء العهدة التشريعية السادسة (2009، 2012)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، (جامعة الجزائر 3 : كلية العلوم السياسية والإعلام ، 2012 / 2013).

- ✓ هل تؤثر الإنترنت كوسيلة معرفية اتصالية على عملية صنع القرار السياسي لدى عضو البرلمان الجزائري بما تتضمنه من معلومات ضخمة ومتنوعة؟ وكيف هو التأثير؟
- ✓ هل يجد البرلمان الجزائري صعوبات في إجراء الاتصالات وجمع المعلومات المتعلقة بعملية صنع القرار في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- ✓ هل يستثمر أعضاء الهيئة التشريعية في الجزائر التطورات المتلاحقة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تجسيد آليات الحكم الراشد، وتحويلها إلى إجراءات وسلوكيات ممارسة فعلياً؟

ب. منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال وصف الواقع الراهن للسلوكيات الاتصالية التي يتعامل بها أعضاء البرلمان بوصفهم صناعاً للقرار على مستوى السلطة التشريعية، مع المعلومات وتكنولوجياتها قصد الوصول إلى الحكم الراشد، كما اعتمد أيضاً الباحث على منهج تحليل النظم الذي يمكن من اكتشاف عملية التفاعل بين صناع القرار السياسي وبين تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أما عن الخلفية النظرية فقد اعتمد الباحث في إنجاز دراسته على تبني نظرية الاتصالات في تحليل النظم السياسية، إضافة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع.

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

وقع اختيار الباحث على مؤسسة البرلمان الذي يتشكل من 533 عضواً، ونظراً لصعوبة الحصر الشامل فقد تم الاعتماد على عينة طبقية من مجموعة البرلمانيين مكونة من 68 مفردة تعكس الأطياف السياسية المشكلة للبرلمان و اعتمد في إنجاز دراسته على استمارة الاستبيان التي ضمت 36 سؤالاً موزعاً على ثلاثة محاور رئيسية، إضافة إلى أسئلة البيانات الأولية، كما تم الاعتماد على أداة المقابلة من خلال إجراء مقابلات مع بعض الشخصيات البرلمانية من كلا الغرفتين قصد الحصول على معلومات إضافية لم يتم جمعها عن طريق الاستبيان.

ث. نتائج الدراسة:

ليتوصل الباحث إلى في نهاية دراسته إلى مجموعة من النتائج ومن أهمها:

- لا يتم الاعتماد على الإنترنت بدرجة كبيرة في عملية صنع القرار السياسي، ولا تعتبر وسيلة ذات أولوية من حيث الحصول على المعلومات، بحيث تعتبر الصحف والمجلات والقنوات القضائية وتقارير الخبراء المصادر الأكثر تفضيلاً واعتماداً لدى نواب البرلمان في عملية صنع القرار.
- المشاركة لا تتم في جميع القرارات التي يتم اتخاذها.

- المنظومة الإعلامية منظومة هشة لا تدعم عملية صنع القرار وتحتاج إلى تحرير أكبر من أجل ضمان تدفق حر وشفاف للمعلومات عن طريق فتح القطاع السمعي البصري، وتمكين الإعلاميين من النفاذ إلى مصادر المعلومات.
- تمارس الإنترنت تأثيراً إيجابياً على عملية صنع القرار.
- لم تذلل الإنترنت الصعوبات إلا بنسبة قليلة.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال غير مستعملة بالحجم الكافي من قبل صناعات القرار السياسي لتحقيق الحكم الرشيد كهدف منشود.

- **الدراسة الثانية:** دراسة الباحث فيصل فرحي (2012، 2013): الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي (الاقتدار السياسي)، على عينة من الأساتذة الجزائريين¹.
- أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

تطرح هذه الدراسة مشكلة بحثية تهدف الدراسة العلاقة بين اعتماد النخبة الجزائرية الممثلة في الأساتذة الجامعيين على وسائل الاتصال الجماهيري في مقابل اعتمادها على وسائل الاتصال الأخرى بما فيها الاتصال الشخصي وارتباط هذا الاعتماد بمستويات بناء اتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي أو ما يسمى بالاقتدار السياسي، في وجود متغيرات وسطية، ولقد انطلق الباحث في دراسته بعد عرض الاشكالية من فرضيتين أساسيتين:

- ينشأ الأفراد علاقات اعتماد قوية مع وسائل الاتصال الجماهيرية من أجل الحصول على المعارف والمعلومات الكافية التي تساعدهم على الفهم وتنمية معارفهم وخبراتهم ويزداد اعتمادهم عليها، كما دعمت وعززت قناعتهم وأفكارهم وتوافقت مضامينها مع اتجاهاتهم المسبقة.
- تتحدد طبيعة علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال الجماهيري وبناء اتجاهاتهم نحو القدرة على التغيير السياسي (الاقتدار السياسي) بناء على عوامل متحركة (البيئة الاتصالية، الخصائص الفردية).

¹ فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي (الاقتدار السياسي) على عينة من الأساتذة الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة (جامعة الجزائر 3: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2012 / 2013).

ب. منهج الدراسة وخلفياتها النظرية:

اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي للتعرف على خصائص المبحوثين الفردية وكذا خصائصهم كمتعرضين للمضمون الاتصالي الإعلامي ومن ثم كمتلقين، كما استند إلى مقتربي الاعتماد على وسائل الإعلام كخلفية نظرية أساسية للدراسة والاستخدامات والإشباعات .

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على عينة حصصية قوامها 100 مفردة ممثلة لأساتذة جامعيين متواجدين على مستوى جامعة الجزائر 3، مستخدما الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والذي احتوى على أربعة محاور اشتملت على 37 سؤالاً .

ث. نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- توجد علاقة ارتباطيه سلبية بين الاقتدار السياسي للمبحوثين ودرجة اعتمادهم على وسائل الاتصال الجماهيرية، أي بمعنى أنه كلما زادت درجة الاعتماد على هذه الوسائل وقربت من أن تكون قوية، ضعف بشكل شديد الاقتدار السياسي لهؤلاء والعكس صحيح.
- توجد علاقة ارتباط سلبية بين الاقتدار السياسي للمبحوثين ونوع وسيلة الاتصال الجماهيرية الإنترنت بما يعني وجود علاقة عكسية بينما تجعل من الزيادة في الاعتماد على نوع محدد من هذه الوسائل سواء كانت صحافة أو تلفزيون أو إذاعة أو كتب أو مجلات أو إنترنت يقابله بالضرورة ضعف في الاقتدار السياسي والعكس صحيح.
- توجد علاقة ارتباطيه سلبية بين الاقتدار السياسي للمبحوثين ووسيلة اتصالية بعينها من هذه الأنواع، مما يعني وجود علاقته عكسية تجعل من الزيادة في الاعتماد على وسيلة بعينها من هذه الأنواع يقابله بالضرورة ضعف في الاقتدار السياسي والعكس صحيح.
- **الدراسة الثالثة:** دراسة الباحث فريد بن زايد (2010، 2009): واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة

للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية¹

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

مع حلول القرن العشرين، شهد العالم ثورة جديدة في مجال وسائل الإعلام والاتصال أو ما اصطلح على تسميتها بالثورة الرقمية التي تتميز بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا، وبما أن

¹فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة (جامعة منتوري قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2010/2009).

الصحافة المكتوبة في حركية دائمة ونمو مستمر فهي تتأثر بما يحيط بها وتسعى باستمرار إلى التكيف مع كل الوسائل المستحدثة وتعمل تطويرها لخدمة أغراضها الفنية والإنتاجية على حد السواء. ولأن الصحافة المكتوبة في الجزائر قد عرفت مثلها مثل باقي صحف العالم تطورا مستمرا ومتلاحقا فقد حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة مستويات استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة مهنيا وصناعيا، ولقد طرح الباحث فرضيتين رئيسيتين للاجابة عن اشكالية الدراسة:

- تتراوح مستويات استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر من الاستخدام العشوائي إلى الاستخدام الإبداعي.
- أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر صناعة وممارسة.

ب. منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:

اعتمد الباحث في إجراء دراسته على المنهج المسحي الوصفي التحليلي، كما استند في انجازها على مدخلين أساسيين وهما: مقارنة الاستخدامات ومقاربة التملكات.

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على أسلوب المسح الشامل لجميع مفردات البحث المقدر عددهم 102 مفردة متواجدة على مستوى ولاية قسنطينة (مراسلين وصحفيين دائمين)، كما استند إلى استمارة الاستبيان لإجراء دراسته الميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين.

ث. نتائج الدراسة: من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- هناك مستويات مختلفة لتملك مجتمع البحث للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال تتراوح من التملك الوسيط على التملك الاجتماعي وذلك بصفة متباينة من فرد إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى.
- يستخدم الصحفيين التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في سياق ممارسة ما (استهلاك، الاتصال، التعلم) وقد يكون هذا الفعل في التكنولوجيا إما عشوائي أو مقصود، إلا أنه يبقى في الأخير لغرض ما، وغاية محدودة تترجم التصور أو التمثل الذي يعمل عليه الصحفيون لهذا الاستخدام أو الفصل في التكنولوجيا.
- تباين في استخدامات الصحفيين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

- عملية إدماج التكنولوجيات الحديثة في المؤسسات بالجزائر خاصة لخطاب مزدوج، يقوده أصحاب المؤسسة (المالك) الذي يهدف إلى الارتقاء بالمؤسسة من منطلق أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال تخلق قيمة مضافة يمكن استغلالها وتوظيفها في تحسين المنافسة وتخطي المشاكل وريح الوقت، وخطاب ثاني مفروض على المؤسسة تعكسه التحولات الاتصال والضغط التقنية المتلاحقة.
- هناك حالة من التزاوج بين التكنولوجيات الحديثة وتلك التي أصبحت تعرف اليوم بالوسائل التقليدية.
- خلقت التكنولوجيات طرائق جديدة ومبتكرة للتواصل الإنساني والمجتمعي بين الصحفيين حيث أصبح هذا الأخير قائما على التواصل الشبكي والمجتمعات الافتراضية.
- أعادت التكنولوجيات تشكيل النموذج التنظيمي والهرمي في المؤسسة الصحفية وغيرت في تركيب عناصرها المعروفة.

• الدراسة الرابعة: دراسة الباحث محمد الفاتح حمدي (2009،2010): استخدامات النخبة

للصحافة الالكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، أساتذة باتنة نموذجا.¹

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

شهدت المجتمعات الإنسانية تطورات مدهشة في تكنولوجيات الاتصال والإعلام الحديثة، حيث أصبح العالم في ظلها قرية كونية محدودة الأزمنة والأمكنة ونتج عن هذه الثورة التكنولوجية والمعلوماتية العديد من وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومن بين هذه الوسائل نجد شبكة الإنترنت التي انتشرت بحجم كبير في المجتمعات الإنسانية نظرا لدور الكبير الذي تقدمه في مختلف المجالات، ويعد المجتمع الجزائري من بين المجتمعات التي استفادت من خدمات شبكة الإنترنت حيث حاول الباحث من خلال هذه الدراسة رصد مدى الاستفادة واستخدام أحد مكونات هذا المجتمع (النخبة وأساتذة الجامعة تحديدا) لخدمة الصحافة الالكترونية التي تعتبر من التكنولوجيات الجديدة التي حملتها الشبكة العنكبوتية وهل أثر هذا الاستخدام على علاقة النخبة بالصحافة الورقية، وللإجابة عن الاشكالية طرح الباحث مجموعة من الفرضيات:

¹ محمد الفاتح حمدي، استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية. أساتذة باتنة نموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة، (جامعة الحاج لخضر باتنة: كلية الحقوق، 2009 / 2010).

- تعد سهولة الحصول على الصحافة الالكترونية، وتناولها للعديد من المواضيع بالشرح المفصل الذي يسمح للقارئ بالاطلاع على الأحداث اليومية بشكل فوري دافعا قويا لإقبال النخبة الجامعية على تصفح الصحيفة الالكترونية.
- تعد الحاجات الإعلامية والصحفية من أخبار ومعلومات متنوعة التي تحدث في العالم مقدمة الإشباع التي تسعى النخبة الجامعية لتحقيقها من خلال تعرضها لقراءة الصحف الالكترونية.
- تعد الموضوعات السياسية من أخبار وأحداث عالمية وحوارات ونقاشات دور حول قضايا سياسية من الموضوعات الأكثر تفضيلا لدى النخبة الجامعية أثناء تعرضهم للصحف الالكترونية.
- كلما تعددت مواضيع وتقنيات الإخراج الصحفي وجودة الصورة عبر صفحات الجرائد الالكترونية أدى ذلك إلى تراجع مقروئية الصحف الورقية لدى النخبة الجامعية.
- إن تطور الصحف الالكترونية من ناحية المواضيع والإخراج الصحفي لن يلغي مقروئية الصحف الورقية في المستقبل القريب والبعيد وهذا نظرا لدواعي صحية وأخرى معلوماتية لدى النخبة الجامعية.

ب. منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:

اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة لإجراء دراسته، مستندا إلى كل مدخل الاستخدامات والإشباع ومدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة كمدخلين نظريين للدراسة.

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث لإنجاز الدراسة على عينة عنقودية (المتعددة المراحل) قوامها 450 مفردة من أساتذة جامعة باتنة حيث كانت أداة استمارة الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات.

ث. النتائج الدراسة: من أهم ما توصل إليه الباحث ما يلي:

- بينت الدراسة أن الأسباب الجوهرية في استخدام أعضاء النخبة الجامعية لشبكة الإنترنت الاستفادة منها في حياتهم العملية.
- يتعرض أعضاء النخبة الجامعية بحجم كبير لمواقع الصحف الالكترونية.
- أكثر الصحف الالكترونية تصفحا لدى أعضاء النخبة الجامعية هي الصحف الالكترونية الجزائرية كونها تزودهم بالأخبار المحلية.
- أكثر الموضوعات تفضيلا لدى النخبة الجامعية في الصحف الالكترونية الجزائرية نجد الموضوعات الإخبارية والمتعلقة بالأحداث والقضايا السياسية بالدرجة الأولى.

- من أكثر أشكال التفاعلية استخداما من قبل أعضاء النخبة الجامعية البريد الإلكتروني تليها خدمة الاستفتاءات واستطلاعات الرأي.
- أهم الإشباعات التي تحققت لأعضاء النخبة الجامعية من الصحف الإلكترونية هي تلك الإشباعات المتعلقة بمعرفة الأخبار والمعلومات والتحليلات الإخبارية.
- كشفت الدراسة أيضا عن تصفح النخبة الجامعية للجرائد الورقية بحجم كبير.
- انخفاض معدل قراءة النخبة الجامعية للصحف الورقية بعد قراءة الصحف الإلكترونية.
- التعود على قراءة الصحف الورقية من أهم دوافع قراءة أعضاء النخبة الجامعية للصحف الورقية.
- هناك تردد في تبني موقف محدد من وجود تأثير للصحف الإلكترونية على الورقية.
- كشفت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية تعد عاملا مساعدا على تطور الصحف الورقية في المستقبل.
- كشفت الدراسة على أن هناك نسبة محدودة ترى بأن الصحف الإلكترونية بإمكانها أن تلغي الورقية.

2.1.1.1 الدراسات العربية:

الدراسات العربية مقارنة بالدراسات المحلية هي أكثر ثراء واهتماما بموضوع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وأيضا اهتمامها بدراسة النخب أو الصفوات كما ورد في عديد الدراسات التي رصدتها الباحثة سواء تلك المخصصة للجمهور أو لتحليل المضامين الإعلامية، ولكن أيضا تبقى هذه الدراسات قليلة وتحتاج لمزيد من البحث خاصة في ظل التغيرات التي باتت تشهدها الوسائل الإعلامية ومضامينها، وأيضا الجمهور العربي الذي تختلف طرق استخدامه وتناوله للمواد الإعلامية تبعا للبيئة الاتصالية والمحيط السياسي والاجتماعي والاقتصادي للدول العربية بشكل عام، وفي محاولة للاستفادة من بعض هذه الدراسات المشابهة لموضوع هذه الأطروحة رصدت الباحثة ستة دراسات أجريت في مناطق جغرافية مختلفة.

• الدراسة الأولى: دراسة الباحثين حفيظة سليمان البراشيدي، عبد المجيد بوعزة، نعيمة جبور، عبد

القوي الزبيدي (2015) بعنوان: إشباعات الهواتف الذكية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس¹

أ. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تطرح هذه الدراسة مشكلة بحثية معاصرة تهدف إلى تسليط الضوء على تكنولوجيا جديدة تزداد نمواً وتطوراً مع الوقت وهي تكنولوجيا الهاتف الذكي (Smartphone) من خلال الإقبال المتزايد عليها حيث تجاوز عدد مستخدميها حوالي 1.8 بليون مستخدم حول العالم وذلك مع نهاية 2012، وازدادت خدماتها وتنوعت كما تنوع المستخدمين ومن بينهم شريحة الطلبة الجامعيين والذين حسب العديد من الدراسات الأكاديمية الحديثة يعتبرون من أهم المستخدمين لهذه التكنولوجيا، وهو ما دفع الباحثين في هذه الدراسة إلى تخصيص طلبة جامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان) بالدراسة وذلك من خلال طرح مجموعة من التساؤلات:

- ماهي الإشباعات التي يحققها استخدام الهواتف الذكية لطلبة جامعة قابوس استناداً إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات؟

- ما هي الإشباعات المتحققة إيجاباً وسلباً من استخدام طلبة جامعة قابوس للهواتف الذكية؟

- هل توجد هناك علاقة معنوية بين الإشباعات المحققة لطلبة جامعة قابوس والتحصيل العلمي؟

- هل يوجد علاقة بين متغير الجنس والإشباعات المحققة لطلبة جامعة قابوس من استخدام

الهواتف الذكية؟

ب. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحثين على عينة عشوائية قوامها 138 مفردة من طلبة جامعة السلطان قابوس منهم 40.3% ذكور و 59.7% إناث، كما تم الاعتماد على طريقتين أساسيتين لجمع البيانات: أولاً استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات حيث تم بناء محاورها في ظل نظرية الاستخدامات والإشباعات واستناداً إلى مقياس ليكرت الخماسي، وتم التركيز في المحاور على ستة إشباعات متوقعة من استخدام

¹ Hafidha Suleiman Al-Barashdi, Abdelmajid Bouazza, Naeema H Jabur and Abdulqawi Al Zoubaidi,

"Smartphone Gratifications among Sultan Qaboos University Undergraduates :A Mixed –Approach Investigation". **British Journal of Education, Society and Behavioral Science**, SCIENCEDOMAIN international, 2015,p-p1-17.

الهواتف الذكية وكل واحدة تحوي سبع عبارات أساسية وهي: الترابط الاجتماعي (social interaction)، تبادل المعلومات والتسلية (information sharing and entertainment)، إثبات الوجود وتحقيق الذات (self-identity and conforming)، الشعور بالأمان والتنمية الذاتية (self-development and safety)، الحرية والخصوصية (freedom and privacy)، التعبير عن الذات وتبادل الحديث مع الآخرين (self-expression and gossip)، ولاختبار الاستبيان اعتمد الباحثين على اختبار ألفا كرونباخ للثبات والذي قدر بـ 0.910.

ثانياً تم الاعتماد على مجموعات النقاش (Group Of Discussion) أين تم رصد مجموعتين وهما مجموعة العلوم الانسانية والاجتماعية ومجموعة العلوم التطبيقية حيث ساعد تحليل ومتابعة بيانات المجموعتين في جمع البيانات الكيفية المساعدة على تحليل وتفسير نتائج الدراسة.

ت. نتائج الدراسة: توصل الباحثين إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

بالنسبة للمحاور الست للإشباع بعد التفريغ توصل الباحثين إلى أن طلبة الجامعة يرون أن استخدام الهواتف الذكية حقق لهم بالدرجة الأولى الإشباع المتعلقة بتبادل المعلومات والتسلية وذلك بمتوسط حسابي قدر بـ 3.94 وفي تحليل الباحثين لهذه النتيجة يرون أن الأمر قد يرجع لنوعية مجتمع الدراسة والذين هم طلبة جامعيون يركزون بالدرجة الأولى على تلبية حاجتهم والمتمثلة في الجانب العلمية ومواكبة المعرفة وأيضاً منح أنفسهم جانب من التسلية وهي نتيجة تتوافق مع الكثير من الدراسات الحديثة، تليها الإشباع الاجتماعي بمتوسط حسابي 3.58، وبدرجات أقل جاءت الإشباع المتعلقة بالتعبير عن الذات وتبادل الحديث مع الآخرين بمتوسط حسابي 3.46، الإشباع المتعلقة بالحرية والخصوصية بمتوسط حسابي 3.44، الإشباع المتعلقة بالشعور بالأمان والتنمية الذاتية بمتوسط حسابي 3.28، وفي المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي قدر بـ 3.09 جاءت الإشباع المتعلقة ب إثبات الوجود وتحقيق الذات.

أظهرت النتائج انه لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الإشباع المتحققة والتحصيل العلمي ويرجع ذلك إلى أن الطلبة من مختلف التخصصات والمستويات العلمية تتشابه الإشباع التي يبحثون عنها ،ماعدا الإشباع المتعلقة بالشعور بالأمان و التنمية الذاتية والأمر هنا قد يرتبط بأن الطلبة من المستويات العلمية الأولى يختلفون عن المستويات العليا في تصوراتهم وحاجاتهم.

أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الإشباع المتعلقة بالشعور بالأمان والتنمية الذاتية لصالح الطلبة الذكور أكثر من الاناث وكذا الاشباع المتعلق بالحرية والخصوصية لصالح

الطالبات أكثر من الذكور، في حين الإشباعات المتبقية أثبتت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة بينها وبين متغير الجنس.

• الدراسة الثانية: دراسة الباحث علي الضمياني النعزي (2014) تحت عنوان: استخدام الهواتف

الذكية كمصدر للأخبار لدى الطلبة الجامعيين السعوديين بالولايات المتحدة.¹

أ. مشكلة الدراسة وتساولاتها:

أنجز الباحث هذه الدراسة بهدف رصد والتحقيق (Investigate) في استخدامات الطلبة السعوديين في الولايات المتحدة الأمريكية للهواتف الذكية (Smartphones) كمصدر للحصول على الأخبار، وذلك على اعتبار التطور الكبير الذي باتت تشهده هذه التكنولوجيا من جهة، وتساعد عدد مستخدميها من جهة ثانية، استند الباحث الى نظرية الاستخدامات والإشباعات في بناء دراسته التي تقوم على مجموعة من الأسئلة حددها الباحث في:

- ماهي مصادر أخبار الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA)؟
- ماهي استخدامات الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) للهواتف الذكية؟
- إلى ماذا يستند الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) في الحصول على الأخبار من خلال الهواتف الذكية؟
- هل يستقي الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) الأخبار التي يبحثون عنها من خلال هواتفهم الذكية من وسائل الإعلام العربية أو الغربية؟
- ما مدى درجة تواصل الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) مع المجتمع الأمريكي، المجتمع المحلي السعودي في (USA)، ومع مجتمعهم الوطني في المملكة العربية السعودية؟
- هل يستخدم الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) هواتفهم الذكية لتبادل الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يساهم استخدام الهواتف الذكية كمصدر للأخبار عند الطلبة السعوديين الذين يدرسون في (USA) على التأثير على ثقافتهم؟

¹ Ali Dhumayan Alanazi, **The Use of the Smartphones as a Resource for News Among Saudi Arabian Students in the United States**. These Doctor of Philosophy (Indiana University of Pennsylvania: School of Graduate Studies and Research in Partial Fulfillmen May 2014.)

ب. أدوات جمع البيانات وعينة الدراسة:

للإجابة على التساؤلات والتحقق من الفرضيات التي وضعها الباحث، تم الاعتماد على أداة الاستبيان التي تمت ترجمة نسختها الانجليزية إلى اللغة العربية بعد عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة إنديانا بنسلفانيا (Indiana University Pansilvania) وبعدها قام الباحث في نوفمبر 2013 بإجراء دراسة تجريبية على عينة من الطلبة قوامها 10 مفردات للتأكد من سلامة الأسئلة وعدم غموضها لدى المبحوثين.

وبعد التأكد من الإجراءات التجريبية قام الباحث بتوزيع الاستبيان الذي يضم 21 سؤالاً (أسئلة مفتوحة ومغلقة مقياس ليكرت الخماسي، أسئلة متعددة الخيارات) على 789 مفردة تمثل عينة الدراسة وهم الطلبة السعوديين الذين يدرسون في الجامعات الأمريكية من خلال صفحتي الفيسبوك والتويتر للجمعية السعودية الثقافية (SACM). ليتم تفريغ ومعالجة البيانات كمرحلة أخيرة قبل التحليل بواسطة نظام SPSS الذي يتيح استخدام بعض المعاملات الاحصائية حيث استخدم الباحث معاملي (KS-Test) و(Spearman).

ت. نتائج الدراسة: وفيما يلي رصد لأهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- تتوزع العينة بين 75.2% ذكور مقابل 24.8% إناث، تتراوح أعمارهم بين 49.3% من 18 إلى 25 سنة، 36.3% من 26 إلى 30 سنة، 10.4% من 31 إلى 35 سنة، 2.8% من 36 إلى 40 سنة و101% أكثر من 40 سنة، بالنسبة لمستوياتهم العلمية وجد الباحث أن 47.7% من العينة هم في المرحلة الأولى من الجامعة (باكلوريا)، 37.1% ماجستير، 13.6% دكتوراه وأخيراً 1.6% يحضرون للاختصاص في الطب، 98.4% - من العينة لديهم هاتف ذكي
- 83.5% من عينة الدراسة تفضل استخدام الهواتف الذكية كوسيلة اعلامية حديثة مقارنة بالوسائل الأخرى: تلفزيون، اذاعة، حاسوب، الواح الكترونية.
- تتنوع استخدامات الهاتف الذكية لدى العينة 92% لإجراء المكالمات وارسال الرسائل، 77% لتحميل التطبيقات المختلفة، 86% لدخول شبكة الإنترنت، 53% للتسوق، 66% للتسليه، 93% للدخول الى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- 45% مهتمين بمعرفة الأخبار، 24% مهتمين جدا و3.6% غير مهتمين بمعرفة الأخبار.
- 37.9% من العينة يفضلون الحصول على الأخبار من خلال هواتفهم الذكية.
- 39% من العينة تستخدم هاتفها الذكي من مرة الى خمس مرات في اليوم للاطلاع على الأخبار.

- من الإشباعات المهمة التي يحققها الهاتف الذكي كمصدر للأخبار لدى العينة هو السهولة في الحصول عليها وفي أي وقت.
- أغلب أفراد العينة أكدوا بأنه بعد حصولهم على هواتف ذكية أصبحوا أكثر رغبة في الاطلاع على الأخبار وأنهم يشعرون بالعزلة دون هواتفهم.
- أكثر الأخبار التي يتم الاطلاع عليها هي المتعلقة بأخبار المجتمع الأمريكي، ثم الفن والمشاهير وبدرجة أقل اخبار المملكة السعودية.
- تستخدم شبكة الفيسبوك لنشر الأخبار أكثر من غيرها من الشبكات.
- بالنسبة للفرضيات توصل الباحث إلى عدم وجود فروق بين متغير الجنس واعتماد الهاتف الذكي كمصدر للأخبار، وجود فروق بين متغير الجنس ونشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لا توجد فروق بين متغير الجنس ولغة التفضيل لقراءة الاخبار، لا توجد فروق بين متغير الجنس والتأثر بثقافة المجتمع الأمريكي عبر استخدام الهواتف الذكية كمصدر للأخبار.
- لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير السن والاعتماد على الهواتف الذكية كمصدر للأخبار، لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير السن ونشر الأخبار عبر شبكات التواصل، لا توجد علاقة بين متغير السن واللغة المفضلة للقراءة عبر الهواتف الذكية كمصدر للأخبار، لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير الجنس والتأثر بثقافة المجتمع الأمريكي عبر استخدام الهواتف الذكية كمصدر للأخبار.
- لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي واعتماد الهاتف الذكي كمصدر للأخبار، لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي ونشر الأخبار عبر شبكات التواصل، لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي واللغة المفضلة للقراءة عبر الهواتف الذكية كمصدر للأخبار، لا توجد علاقة ارتباطية بين متغير المستوى التعليمي والتأثر بثقافة المجتمع الأمريكي عبر استخدام الهواتف الذكية كمصدر للأخبار.

• **الدراسة الثالثة:** دراسة الباحثة شريهان محمد توفيق (2009): العوامل المؤثرة في التماس

المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية.¹

¹شريهان محمد توفيق، العوامل المؤثرة في التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط مصر، كلية الآداب، 2010/2009).

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

- عُيِّنت الدراسة بمحاولة رصد العوامل المؤثرة على فئة الصفوة المصرية في التماسهم للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، من خلال تحديد الباحثة لمجموعة من المتغيرات وهي:
- معدل تعرض الصورة المصرية للمضامين السياسية على شبكة الإنترنت.
 - معدل اعتماد أفراد العينة على الشبكة كمصدر لهذه المضامين.
 - اتجاهات أفراد العينة نحو المحتوى السياسي للشبكة.
 - مدى رضا عينة الدراسة عن الشبكة كمصدر لإشباع الحاجة للمعلومات السياسية.
 - المتغيرات الشخصية والديموغرافية والتي تمثلت في نوع: الصفوة، النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، محل الإقامة، الانتماء الحزبي، حيث تسعى هذه الدراسة إلى قياس ورصد العلاقات بين هذه المتغيرات، ومحاولة التعرف على أنماط ومعدلات عملية التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، وبناء عليه وضعت الباحثة مجموعة من الفرضيات:
 - ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل انتماء عينة الدراسة على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات السياسية ومعدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها.
 - ✓ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الصفوة عينة الدراسة للمضامين السياسية من شبكة الإنترنت ومعدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها.
 - ✓ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة إلى المحتوى السياسي لشبكة الإنترنت ومعدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها.
 - ✓ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة نحو المحتوى السياسي لشبكة الإنترنت ومعدل التماسهم من خلالها.
 - ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الصفوات السياسية والإعلامية والأكاديمية وقيادات العمل الأهلي فيما يتعلق باستراتيجيات التماسهم للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت.
 - ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الصفوات السياسية والإعلامية والأكاديمية وقيادات العمل الأهلي فيما يتعلق بمعدل التماسهم للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت.
 - ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الصفوات السياسية والإعلامية والأكاديمية وقيادات العمل الأهلي فيما يتعلق بمستوى رضاهم عن شبكة الإنترنت كمصدر لإشباع الحاجة إلى المعلومات السياسية.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس أفراد العينة للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت وفقا لمتغيرات: النوع، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى التعليمي، محل الإقامة، الانتماء الحزبي.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى رضا أفراد العينة عن شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات السياسية وفقا لمتغيرات (النوع، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى التعليمي، محل الإقامة، الانتماء الحزبي).

ب. **منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:** اعتمدت الباحثة المنهج المسحي الوصفي واستخدام منهج المسح بأسلوب العينة، وصف وتحليل ورصد الظواهر والمتغيرات والعوامل المؤثرة التي ارتبطت بالتماس فئة الصفوة المصرية للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، مستندة بشكل رئيسي على مدخل التماس المعلومات، وهو أحد المداخل النظرية الإعلامية التي تدرس سلوك الفرد في سعيه للبحث عن المعلومات من وسائل الإعلام.

ت. **عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:** اعتمدت الباحثة على العينة العمدية من الصفوة المصرية بلغ قوامها 160 مفردة من الصفوة السياسية والإعلامية والأكاديمية وقيادات العمل الأهلي داخل محافظتي القاهرة وأسيوط تم توزيعهم بالتساوي، وطبقت الباحثة استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، احتوت على أربع محاور لها علاقة أساسية بمتغيرات الدراسة وأهدافها.

ث. **نتائج الدراسة:** من أهم ما توصلت إليه الباحثة:

- النسبة الأكبر من الصفوة المصرية عينة الدراسة يحرصون على التعرض بشكل منتظم على شبكة الإنترنت.
- الاستخدامات العملية المرتبطة بمجال العمل والبحث العلمي والاستخدامات المعرفية المتعلقة بالوظيفة الإعلامية للشبكة هي صاحبة النصيب الأكبر في قائمة استخدامات عينة الصفوة لشبكة الإنترنت في حيث تراجعت نسب الاستخدامات التي تركز على الجوانب الترفيهية أو التسلية.
- أهمية المضامين الإخبارية والمضامين السياسية الموجودة على الشبكة لأفراد العينة.
- الحصول على المعلومات بكافة أنواعها أهم دوافع اعتماد جمهور الصفوة عينة الدراسة على شبكة الإنترنت.
- أشارت الدراسة إلى أن ما يقارب نصف عينة الدراسة (43.8%) يواجهون صعوبات أثناء تصفحهم للشبكة (صعوبات تقنية تليها مالية ثم الصعوبات الخاصة بإجادة اللغات الأجنبية

وصعوبات تحديد مصادر المعلومات وأخيرا الصعوبات الفنية) أثرت بشكل متوسط على غالبية هؤلاء الأفراد.

- أشارت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة اعتادت التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأحداث السياسية العامة أثناء تصفحهم لشبكة الإنترنت للبحث عن المعلومات السياسية من خلالها.

- نسبة كبيرة من جمهور الصفوة عينة الدراسة لديهم اتجاهات إيجابية نحو المحتوى السياسي لشبكة الإنترنت، إذ يؤيدون كونها وسيلة سريعة للحصول على المعلومات ووسيلة للاتصال والتواصل، وأنها قادرة على تقديم أفضل تغطية إخبارية للأحداث، بالإضافة إلى قدرتها على إعطاء مساحة لحرية التعبير.

ولكن مع ذلك يشك البعض في مصداقيتها ومصداقية مضامينها وبعض مواقعها، كما يعتقد البعض أن لها تأثيرا سلبيا على قيم الأفراد والمجتمعات، كما أن لها تأثيرا سلبيا على العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

وأوضحت الدراسة أن متغير نوع الصفوات (مجال الصفوة) كان متغير مؤثر، حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لأنواع الصفوات فيما يتعلق بكل من استراتيجيات التماس المعلومات بمراحلها الثلاث:

- ✓ معدل التعرض للمضامين السياسية على الشبكة.
- ✓ معدل الاعتماد على الشبكة كمصدر للمعلومات السياسية.
- ✓ الاتجاه نحو المحتوى السياسي للشبكة.
- ✓ المتغيرات الديموغرافية والشخصية (النوع، السن، محل الإقامة، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، الانتماء الحزبي) لم تكن ذات تأثير يذكر على أفراد عينة الدراسة.

• الدراسة الرابعة: دراسة الباحثة بارعة حمزة شقير (2009): استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها¹:

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

تحدد مشكلة هذا البحث في معرفة مدى استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت، ودوافع استخدامهم لهم، والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام، فضلا عن قراءة أثر المتغيرات الوسيطة كالمتغيرات الديموغرافية والشخصية وسنوات الخبرة والدرجة العلمية والمرتبة الجامعية ونوع الكلية التي ينتمي إليها المبحوث في هذه العلاقة بين الاستخدام والإشباع، وبناء عليه طرحت الباحثة مجموعة من الفرضيات نذكر من بينها:

- ✓ يوجد ارتباط طردي بين مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام، إذ كلما زاد مستوى استخدامه للإنترنت زادت الإشباع المحققة منها.
- ✓ يرتبط مستوى الإنترنت لدى أساتذة جامعة دمشق بمستوى دوافع الاستخدام لديهم، إذ يزداد مستوى الاستخدام كلما زاد مستوى الدوافع الطقوسية والنفعية لديهم.
- ✓ تختلف دوافع استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت، والإشباع المحققة منها، إذ تزداد لديهم الدوافع النفعية مقارنة بالدوافع الطقوسية، كما تزداد إشباعات المحتوى التوجيهية والاجتماعية لديهم مقارنة بإشباعات الوسيلة شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية.
- ✓ تؤثر المتغيرات والديموغرافية لأساتذة جامعة دمشق في كل من استخدامهم للإنترنت والإشباع المحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام.
- ✓ تؤثر المغيرات الشخصية لأساتذة جامعة دمشق في مستوى استخدامهم للإنترنت والإشباع المحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام.
- ✓ كلما زاد مستوى ثقة أساتذة جامعة دمشق بالمعلومات التي يحصلون عليها من الإنترنت زاد مستوى استخدامهم له والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام.
- ✓ كلما زاد مستوى الخدمات التي يحصل عليها أساتذة جامعة دمشق من استخدامهم للإنترنت زاد مستوى استخدامهم له، والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام.

¹بارعة حمزة شقير، "استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها" مجلة جامعة دمشق، م.25، ع.1+2، 2009، ص ص .499-455.

✓ كلما زاد مستوى معرفة أساتذة جامعة دمشق بتقنيات استخدام الإنترنت زاد مستوى استخدامهم لها والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام.

ب. منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:

اعتمدت الباحثة على منهج المسح للكشف عن استخدامات أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها، مستندة إلى مدخل الاستخدامات والإشباع كخلفية رئيسية للدراسة.

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

شمل مجتمع الدراسة أساتذة جامعة دمشق في المراحل العمرية المختلفة، في الكليات العلمية والنظرية والمراتب العلمية المختلفة حيث تم اختيار العينة وفق أسلوب العينة العشوائية لمائة مفردة، حيث طبقت الباحثة أسلوب "المقابلة" من خلال استمارة المقابلة كآلية أساسية لجمع البيانات.

ث. نتائج الدراسة: توصلت الباحثة إلى العديد من النتائج نذكر من أهمها ما يلي:

- معظم أساتذة جامعة دمشق يستخدمون الإنترنت منذ أكثر من 4 سنوات، وأن النسبة الكبرى منهم يستخدمونه لمدة ساعتين يومين وذلك بدافع الحصول على البحوث الحديثة والدراسات اللازمة للعمل البحثي وتطوير المنهج الدراسي.
- جاءت إشباعات المحتوى التوجيهية في مقدمة الإشباع المحققة نتيجة استخدام الإنترنت من حيث المحافظة على معرفة آخر ما توصل إليه العلم في مجال اختصاص الاستاذ إلى التعرف على الأحداث الجديدة.
- جاء الارتباط مع آخر مستجدات التكنولوجيا واكتساب المعلومات عن الآخرين في مقدمة الإشباع الاجتماعية المحققة.
- أغلب عينة الدراسة يتقنون ببعض معلومات الإنترنت.
- أثبت الاختبار الفرضي للدراسة وجود ارتباط طردي بين مستوى استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام، وهو خلاصة للفرضيات التي اختبرتها الباحثة.

• **الدراسة الخامسة:** دراسة الباحث محمد عبد الوهاب الفقيه الكافي (2008): علاقة الصفوة

اليمنية بوسائل الاتصال، استخدامها، والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات خلال شهر رمضان (دراسة مسحية)¹

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

تتباين استخدامات الجمهور، لاسيما الصفوة لوسائل الاتصال في المناسبات المختلفة مثل: الأزمات، المناسبات الدينية كشهر رمضان، وكذلك مستويات اعتمادهم عليها، فالبعض يزيد استخدامه واعتماده للوسائل الالكترونية لاسيما التلفزيون والإنترنت... في حين يزيد استخدام البعض للوسائل المطبوعة من صحف ومجلات وكتب عامة أو دينية في حين ينصرف البعض أكثر إلى مصادر الاتصال الشخصي مثل: المحاضرات والندوات، والأهل والأصدقاء والهاتف، وعليه حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة علاقة الصفوة اليمنية بوسائل الاتصال الالكترونية والمطبوعة والشخصية أثناء شهر رمضان كمصادر وأسباب هذا الاعتماد وآثاره. وللإجابة عن الاشكالية طرح مجموعة من الفرضيات:

- توجد علاقة دالة إحصائية بين أنواع الصفوة، وكثافة تعرضهم لوسائل الاتصال المختلفة للحصول على المعلومات.

- توجد علاقة دالة إحصائية بين نوعيات الصفوة اليمنية وبين المصادر التي يتقون بها ويعتمدون عليها للحصول على المعلومات.

- توجد فروق دالة إحصائية بين نوعيات الصفوة، باختلاف دوافعهم للحصول على المعلومات.

ب. منهج الدراسة وخلفيتها النظرية:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية الكمية واعتمد الباحث على منهج المسح بنظام العينة على عينة من الصفوة اليمنية، كما اعتمد الباحث على تطبيق فرضيات نظريتين تفسران علاقة الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال وهما: نظريتي الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

قام الباحث بإجراء الدراسة على عينة قوامها 241 مفردة من الصفوات المشكلة للمجتمع اليمني كالاتي: الصفوة السياسية، الأكاديمية، الإعلام، المهنية والإدارية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان.

¹ محمد عبد الوهاب الفقيه الكافي، "علاقة الصفوة اليمنية بوسائل الاتصال، استخدامها، والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات خلال شهر رمضان (دراسة مسحية)" المجلة العربية السعودية للإعلام والاتصال، السنة 3، ع. 3، 2008، ص 197 - 248.

ث. نتائج الدراسة: من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تأثير أنماط تعرض الصفوة اليمينية لوسائل الإعلام والاتصال يمثل هذه المناسبة الدينية (شهر رمضان) أين جاء التعرض للاتصال الشخصي من خلال الأهل والأصدقاء في الترتيب الأول.
- هناك وسائل اتصال يزيد التعرض لها من قبل الصفوة خلال هذا الشهر وهي: القرآن، الكتب الدينية، المحاضرات والندوات، التلفزيون، الكتب العامة.
- جاءت الدوافع النفعية على قائمة دوافع استخدام وسائل الاتصال لدى الصفوة اليمينية والمتمثلة في شهر رمضان للحصول على المعلومات تليها القنوات الفضائية العربية.
- أوضحت الصفوة اليمينية أن أهداف الفهم والمعرفة من أهم الأهداف التي تدفعها للاعتماد على وسائل الاتصال للحصول على المعلومات.
- وضعت الصفوة اليمينية إشباعات المحتوى التي تحصل عليها من استخدام وسائل الاتصال في الترتيب الأول، في حين وضعت إشباعات عملية الاتصال في الترتيب الثاني.
- جاءت التأثيرات المعرفية فالتأثيرات السلوكية وأخيرا التأثيرات الوجدانية التي أحدثها الاعتماد على وسائل الاتصال لدى الصفوة اليمينية.
- وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوعية الصفوات وحجم التعرض لوسائل الاتصال المختلفة للحصول على المعلومات.
- عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوعية الصفوات والمصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات.
- وجود فروق جوهريّة دالة إحصائيا بين نوعية الصفوات باختلاف دوافعهم للحصول على المعلومات.
- وجود فروق جوهريّة دالة إحصائيا بين نوعية الصفوات باختلاف رؤيتهم للتأثيرات الوجدانية والسلوكية فقط، وهي ناتجة عن الاعتماد على وسائل الاتصال للحصول على المعلومات.

• **الدراسة السادسة:** دراسة الباحث رضا عبد الواحد أمين (2005): استخدامات النخب المصرية

للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقاتهم بالصحافة الورقية - دراسة ميدانية.¹

أ. مشكلة الدراسة وفرضياتها:

تدور اشكالية هذه الدراسة حول استخدامات النخب المصرية للصحف الإلكترونية وتفضيلها لها، ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام من خلال التعرف على الآليات والمحددات التي تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، ورؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين مل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية، حيث وضع مجموعة من الفرضيات للإجابة على الاشكالية:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين واستخدام الصحف الإلكترونية على الإنترنت (وضع لها الباحث فرضيات فرعية).

- وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين، ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.

- وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين واتجاههم نحو مستقبل الصحف الإلكترونية.

- وجود علاقة ارتباط بين الخبرة الزمنية للمبحوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية.

- وجود علاقة ارتباط بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.

- وجود علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.

- وجود علاقة ارتباط عكسية بين زيادة تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية وزيادة تعرضهم للصحف الإلكترونية.

ب. منهج الدراسة وخلفياتها النظرية:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بنظام العينة لأعضاء النخبة المصرية. كما لجأ إلى تبني مدخلي: الاستخدامات والإشباع، إضافة إلى مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة كخلفيتين رئيسيتين للدراسة.

¹ رضا عبد الواحد أمين، استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقاتهم بالصحافة الورقية - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه منشورة، (جامعة الأزهر، قسم الصحافة والإعلام، 2005)، ولمزيد من التفاصيل يمكن العودة إلى: رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007).

ت. عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من النخبة الذين يستخدمون الإنترنت (النخبة الأكاديمية، النخبة الإعلامية، النخبة السياسية، النخبة الدينية)، مستندا إلى استمارة الاستبيان.

ث. نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج يمكن رصد أهمها في ما يلي:

- توصلت الدراسة إلى أن أفراد النخبة يتعرضون بكثافة للإنترنت.
- تمثلت دوافع استخدام النخبة للإنترنت في الدوافع النفعية في المقام الأول، الاستفادة منها في مجال العمل، ثم الدوافع المعرفية، وجاءت الدوافع الخاصة بالتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ في المرتبة الثالثة.
- أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد النخبة يتعرضون للصحف الإلكترونية.
- خلصت الدراسة إلى أن السمة الفورية والآنية في إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية.
- كشفت نتائج الدراسة أن الصحف المصرية الإلكترونية كانت أكثر تفضيلاً لديهم عن الصحف العربية والأجنبية.
- أوضحت نتائج الدراسة أن المادة الإخبارية المتعلقة بالموضوعات السياسية جاءت في الترتيب الأول من حيث مستويات تفضيل النخبة لمضامين الصحف الإلكترونية.
- جاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع استخدام النخبة للصحف الإلكترونية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن مفهوم المشاركة النشطة من جمهور النخبة في مواقع الصحف الإلكترونية ظهر بشكل واضح أثناء مشاركتهم في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي واستخدام البريد الإلكتروني الذي توفره مواقع الصحف الإلكترونية لمستخدميها.
- بينت الدراسة أن الإشباع التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية تمثلت في تزويد النخبة بالأخبار والتعليمات الإخبارية التي يريدونها، وأنها ليست احتياجاتهم الصحفية.
- لم تحقق هذه المواقع لدى جمهور النخبة الإشباع المتعلق بتتمة المهارات أو اكتساب مهارات جديدة كما لم تلب الحاجة إلى التسلية وقضاء وقت الفراغ.
- بينت الدراسة الميدانية أن تعرض النخبة لشبكة الإنترنت وللصحافة الإلكترونية قد أثر ولكن بشكل محدود على مقروئية الصحف الورقية.

3.1.1.1 الدراسات الأجنبية:

بالنسبة للدراسات الأجنبية التي توصلت إليها الباحثة (في حدود إمكانياتها) ولأهميتها أيضا البحثية كونها تتيح للباحث إمكانية الاطلاع أكثر خصوصا مع اختلاف البيئات الاجتماعية والمدارس البحثية إلا أن الباحثة سجلت ملاحظة في أغلب الدراسات التي تم تحصيلها* وهي أن موضوع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة أو موضوع التكنولوجيا بشكل عام يستفز أكثر الاهتمامات البحثية المرتبطة بالميادين التالية :

- سجلت الباحثة أن إدخال التكنولوجيات الحديثة لمجال التعليم سواء كان التعليم العالي أو غيره من المؤسسات التعليمية يحتل فضاء كبير من الاهتمامات البحثية الأجنبية واشتركت في عناوين تقريبا تحمل نفس التوجه وتختلف في ميدان التطبيق.
- تسجيل الدراسات الميدانية المهمة بالتأثيرات (impacts) التي يحدثها استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الصحة النفسية والجسدية للمستخدمين ،إضافة الى قضايا الاستغلال والجرائم التي أصبحت تحظى بالاهتمام نظير الاستخدام السلبي لهذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة، وأغلب الدراسات توجهت إلى فئة الشباب والمراهقين والنساء ك مجال أساسي لإجراء الدراسة.
- تسجيل أيضا التوجه البحثي عن استخدام المؤسسات الاقتصادية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وهذا ما جعل منها فضاء بحثيا للكثير من الباحثين خصوصا في علم الاقتصاد والتسيير والإدارة.
- العديد من الدراسات الأجنبية المهمة بالتكنولوجيات هي رصد لواقع قطاع الإعلام والاتصال بدول معينة وخاصة دول إفريقيا الغربية، وبعض الدول العربية حيث أجرى الباحثون المنتمون لهذه الدول دراساتهم على بلدانهم الأصلية في جامعات أوروبية وأمريكية (فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية تحديدا).

* في بداية عملية البحث عن الدراسات الأجنبية ومن خلال البحث الالكتروني عبر مجموعة من الجامعات التي تسمح بالاطلاع على أطروحاتها وقواعد البيانات والمواقع المتخصصة (carin.info)،(HAL:archives-ouvertes.fr)،(memoir online)، (theses.fr) تم تحميل عدد معتبر من البحوث، وخاصة أطروحات الدكتوراه التي اجتمعت تقريبا تحت عنوان: L'usage des TIC.

- بالنسبة لموضوع النخب وعلاقتها بتكنولوجيات الإعلام لم تسجل الباحثة وجود دراسات بهذا الشكل، ولكن تم العثور على بعض الأبحاث المرتبطة بجزئيات معينة أكثرها وجه اهتمامه للنخب السياسية وعلاقتها بما يسمى الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي.
- بالنسبة لموضوع الاستخدامات والإشباعات فضلت الباحثة تخصيص فصل كامل للمدخل النظري وبالتالي ستكون هناك إشارات لأهم الدراسات التي ساهمت في بلورة نظرية الاستخدامات والإشباعات.

• الدراسة الأولى: دراسة الباحث Fernando Garchia Naddaf (2015) تحت عنوان:

Réseaux Sociaux d'internet. Pratiques électorales et usage politiques de la classe politique Chilienne.¹

ركز الباحث في هذه الأطروحة على علاقة النخب الشيلية بشبكات التواصل الاجتماعي و تحديدا التويتر والفيسبوك كشبكات مؤثرة في العملية السياسية سواء تعلق الأمر بالممارسة الحزبية والتواصل مع المواطنين أو دورها الفعال وخصوصا وقت الانتخابات أين يصبح دورها أكثر فعالية واستقطابا للرأي العام.

يرى الباحث أن موضوع الاتصال السياسي والانتخابات من المواضيع التي حظيت بالبحث والتحليل وخاصة مع موجة التطورات التكنولوجية التي شملت شرائح مختلفة ومنها الطبقة السياسية (Classe Politique) في الشيلي التي حسب الباحث مصنفة ضمن 20 دولة في العالم لديها مستخدمين نشطين عبر شبكات التواصل الاجتماعي إذ وصل الرقم إلى 18 مليون مستخدم على موقع تويتر، وهو ما جعلها تأت رابعا بعد كل من بريطانيا، الولايات المتحدة و هولندا.

يقول الباحث في اشكاليته ان الشيلي لأكثر من خمسين سنة وهي مسرح للصراع والتجاذبات السياسية مما يجعل دراسة هذا الموضوع ذو اهمية كبيرة كونه يأت مواكبا لموجة تكنولوجية جديدة

¹Fernando Garchia Naddaf, **Réseaux Sociaux d'internet .Pratiques électorales et usage politiques de la classe politique Chilienne**. Thèse de Doctorat en Science de l'information et de la Communication, (Université Paris 8 Vincennes–Saint Denis,2015).

أصبحت تحظى باستخدام الطبقة السياسية وهو ما يعني طرح ممارسات جديدة من شأنها تعزيز العملية السياسية وتفعيل الديمقراطية بشكل عام، ومنه ختم الباحث اشكاليته بأسئلة متعددة منها: ما مدى استخدام الطبقة السياسية في الشيلي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الحملات الانتخابية؟ وكيف ينعكس ذلك على أدائها وما علاقتها بمحيطها الاجتماعي؟ وهل هذه الممارسات أفرزت سياسات جديدة عززت الفعل الديمقراطي أم أنها لا تتعدى الاستخدام الواسيلي المناسب؟

ويرى الباحث أن الهدف الرئيسي من انجاز الأطروحة هو تعريف وتحديد أسس استخدام الفاعلين السياسيين في الشيلي لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الانتخابات. اعتمد الباحث في انجاز الدراسة على نظريتي الاستخدامات والإشباع وكذا نظرية الأجندة كمدخل نظرية أساسية

تبنى الباحث الملاحظة كأداة رئيسية لتحليل البيانات تحليلا كيفيا استهدفت الفاعلين السياسيين في الشيلي بمختلف رتبهم مرشحين للانتخابات الرئاسية، وزراء، نواب برلمان، رؤساء احزاب سياسية، وكل من لديهم سلطة سياسية فاعلة في البلاد ومنه فقد استطاع الباحث حصر مجال دراسته في 209 فاعل سياسي في الشيلي بين النساء والرجال، حيث قدرت النخبة السياسية النسوية ب 14 % مقابل 86 % رجال.

ومنه قام الباحث بتحليل لكل صفحات الفيسبوك والتويتر الخاصة بعينة الدراسة 209 خلال سنة 2013 وتحديدا قبل واثناء وبعد الانتخابات وذلك بالاعتماد على المواقع التحليلية التي توفرها خدمات الويب في رصد تفاعل المستخدمين مع حساباتهم التواصلية.

توصل الباحث الى مجموعة من النتائج الكيفية التي حاولت الباحثة إعادة ترجمتها وقراءتها في مجموعة من النتائج من أهمها يمكن أن نذكر:

- 64% من عينة الدراسة تمتلك مواقع الكترونية (sites web) خاص بها خلال فترة الانتخابات.
- 36% من عينة الدراسة لا تمتلك موقعا الكترونيا مخصصا لفترة الانتخابات.
- 18.6% من عينة الدراسة لا تمتلك موقعا رسميا ولا حسابا على فيسبوك أو تويتر معرف باسمها.
- النخبة السياسية الشيلية أكثر نشاطا على موقع تويتر بحيث 77% من المستخدمين رجال مقابل 23% نساء.

- تختلف النخب السياسية الشيلية في طريقة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الانتخابات.
- بعض النخب تفضل استخدام الشبكات ووضع التغريدات والتعليقات خلال الأيام الأخيرة من الحملة الانتخابية.
- تستخدم النخبة الشيلية الشبكات لرصد أفكارها وتوجهاتها الى الناخبين وفي نفس الوقت إرسال رسائل إلى المنافسين السياسيين مما نقل الصراع من الواقع الى الشبكات والعالم الافتراضي.
- تأكيد الباحث على التبعية الإعلامية الجديدة التي خلقها الارتباط بالشبكات التواصلية كنوع جديد من الإعلام.
- تغيير الرسائل الإعلامية التي يجب أن تمرر لتواكب التقنية الجديدة.
- **الدراسة الثانية: دراسة الباحثة: Pauline Leong (2015) تحت عنوان:**

Political Communication in Malaysia: A Study on the use of New Media in Politics.¹

تعتبر دراسة الباحثة Pauline Leong من الدراسات الحديثة التي اهتمت بتحليل وتفسير ظاهرة الانتشار الكبير والواسع لخدمات الإنترنت وخصوصا ما يعرف بالإعلام الجديد والقضايا التي ارتبطت به ومن أهمها موضوع الاتصال السياسي من خلال دراسة ميدانية أنجزتها سنة 2013 في ماليزيا، هذه الدولة التي تمتلك نظام حكم استمر بنفس الحزب لأكثر من 57 سنة وهذا ما جعله من أكثر الأنظمة طولا في العمر في العالم حسب ما جاء في إشكالية الباحثة، الحزب الحاكم وهو الذي يعرف باسم Barisan Nasional ويطلق عليه اختصارا اسم (BN) نجح على مدار كل تلك السنوات في استخدام وسائل الإعلام وخصوصا وقت الانتخابات ليفوز، لكن مع ظهور الإنترنت بدأت المعطيات تتغير وبرز الى الساحة حزب جديد معارض وأصبح يمتلك قاعدة شعبية وحضورا وهو حزب Pakatan Rakyat المعروف اختصارا ب (PR)، وهذا ما دفع الباحثة لتسليط الضوء على هذين الحزبين وكيفية تفاعلها مع الفضاء الاتصالي الجديد وطرحته بذلك تساؤلا رئيسيا وهو: إلى أي مدى تتأثر الأحزاب السياسية والنظام السياسي ونظام الانتخابات بما أفرزه الإعلام الجديد من رؤية وتوجهات؟ وهل تحول الإعلام الجديد الى لعب أدوار سياسية جديدة في ماليزيا؟

¹ Pauline Leong, " Political Communication in Malaysia :A Study on the use of New Media in Politics". **Journal of Democracy** ,school of Art and Social Sciences ,Monasha University,Malaysia,2015,p-p46-71.

وضعت الباحثة هدفين أساسيين لإنجاز الدراسة وهما:

- التعرف على التأثير الذي أحدثته الإنترنت على المشهد السياسي في ماليزيا.
 - معرفة الاستراتيجيات التي وضعها السياسيون وأحزابهم للتأقلم مع البيئة الإعلامية الجديدة.
- وللإجابة على تساؤلات وأهداف الدراسة قامت الباحثة بإجراء مجموعة من المقابلات وأيضاً الملاحظة كأداتين رئيسيتين لجمع البيانات. بالنسبة للمقابلات فقد أجريت في الفترة الممتدة من جانفي إلى مارس 2013 مقابلات معمقة على عينة قوامها 19 مفردة اختارتهم الباحثة بطريقة عينة كرة الثلج بحيث جاءت العينة كما يلي: 6 سياسيين من حزبي (BN) و (PR)، 7 مدونين مهتمين بالقضايا السياسية الاجتماعية (Socio-political bloggers) و 6 مراقبين مهتمين بمجال الإعلام (Media consultants).
- بالنسبة للملاحظة فقد كانت من خلال متابعات الباحثة لما يتم نشره، تداوله عبر الفضاء الإلكتروني ويخص الحزبين والحياة السياسية بشكل عام، وبناء عليه توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نرصد أهمها:
- المقابلات المعمقة التي أجرتها الباحثة قامت بتحليلها تحليلًا كميًا بعيدًا عن لغة الأرقام والإحصائيات أين أسفرت على ما يلي:
- أصبح هناك حضور جديد وقوي للفضاء العمومي الذي اكتسب حرية تعبير أكبر وبدأ يعرف نوعاً جديداً من الديمقراطية.
 - وسائل الإعلام التقليدية لم تعد لديها القدرة على التأثير كما السابق في ظل المواجهة التي أصبحت تحظى بها مع الإعلام الجديد مما أدى بالمؤسسات الحزبية إلى تغيير سياستها والانخراط في الفضاءات الإلكترونية بعيداً عن الرسائل والخطابات التي كانت تستخدمها سابقاً.
 - خاصية التفاعلية أتاحت للأحزاب استقطاب أفراد جدد لمؤسساتهم، كما أنه برز مفهوم جديد في ماليزيا كما في كل العالم هو: Cyber Communities.
 - أصبحت هناك حروب من نوع جديد وهي الحروب الإلكترونية Cyber-Warfare بحيث كلا الحزبين يستغلان الفضاءات الإلكترونية الجديدة للتعبئة والحشد ضد الآخر.
 - من النتائج المهمة التي رصدتها الباحثة وجود تأخر في الانخراط في الفضاءات الإلكترونية مع اتساع الفجوة الرقمية بحيث العديد من المناطق وخاصة شرق ماليزيا لا تحظى بالتغطية الشبكية التي مازالت تسيطر فيها وسائل الإعلام التقليدية على غرار التلفزيون والراديو، وأن العديد من السياسيين الذين يتجاوزون سن 45 غير مكونين على تبني الوسائل الإعلامية الحديثة.

- وفي ختام نتائجها توصلت الباحثة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي صارت أكثر حضورا وقوة وتفاعلا مقارنة بالمدونات والمواقع الالكترونية.

• **الدراسة الثالثة:** دراسة الباحثين Ahmet CETİNKAYA, Ozgur Erkut SAHİN, Ali Murat KIRIK (2014) تحت عنوان:

A Research on Social and Political Use of Social Media in Turkey¹

هدف الباحثون من خلال انجازهم لهذه الدراسة إلى التركيز على الاستخدامات السياسية والاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها أصبحت ذات استخدام واسع وكبير بين مختلف الطبقات والأعمار في تركيا وفي كل أنحاء العالم، على غرار تويتر، فيسبوك، انستغرام Google+ ... وغيرها من الشبكات التي أدخلت مفاهيم جديدة على الممارسة اليومية، الاجتماعية والسياسية للأفراد وأنتجت فضاءات ومساحات جديدة للعملية الديمقراطية.

تم الاعتماد في عملية جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمت ترجمة نسخها الانجليزية إلى اللغة التركية تحت إشراف الباحثين كي لا يحدث هناك تناقض أو غموض في الأسئلة بين النسختين الانجليزية والتركية، وتوزعت على 18 سؤالا تنوعت بين أسئلة البيانات الشخصية للمبحوثين (demographic information of participations)، وأسئلة خصصت لطبيعة التكنولوجيا المستخدمة لدخول شبكات التواصل الاجتماعي، مع تحديد فترات الدخول وأهم الشبكات المستخدمة، وكذا أسباب ودوافع (Motivaties) استخدام هذه الشبكات من خلال مقياس "ليكرت الخماسي" أسئلة حول طبيعة هذه الاستخدامات السياسية والاجتماعية ومدى تأثيرها على تبني الفرد التركي لها. وأخيرا أسئلة حول رؤية عينة الدراسة لهذه الشبكات وهل تتفق أو لا مع الاستخدامات السياسية والاجتماعية لها من جهة وعلى تأثيرها على المجتمع التركي والتوقعات المنتظرة منها.

تم توجيه أسئلة الاستبيان إلى عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في تركيا قدرت بـ 180 مفردة، تم التوزيع على مدار أسبوعين، وبعد عملية الاسترجاع تم الحصول على 160 استمارة

¹ Ahmet CETİNKAYA, Ozgur Erkut SAHİN, Ali Murat KIRIK, "A Research on Social and Political Use of Social Media in Turkey". **International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)**, 2(4),December 2014),p-p49-60

صالحة للتحليل الإحصائي الذي استخدم فيه برنامج SPSS. ولقد توزعت عينة الدراسة على 52.2% إناث مقابل 47.2% ذكور.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر من أهمها:

- يقضي 46% من أفراد عينة الدراسة من ساعتين إلى أربع ساعات يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- يعتمد 75.6% من افراد العينة على هواتفهم الذكية من أجل استخدام الشبكات ،ثم بدرجة ثانية الحواسيب 66.9% وبدرجة اقل الألواح الالكترونية 23.1%.
- غالبا ما يستخدم 32.2% من عينة الدراسة الشبكات في الاستخدامات السياسية والاجتماعية مقابل 29.8% أحيانا و11.2% من العينة تستخدمها بشكل دائم.
- تنوعت دوافع استخدامات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في الشق السياسي والاجتماعي مع تسجيل دافع الحصول على المعلومات من اجل القدرة على محاجة الآخرين (arguments with others) للمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب2.78، ثم الاستخدام بسبب مساعدة هذه الشبكات لأفراد العينة على اتخاذ القرارات في الأمور المهمة بمتوسط حسابي 2.71، ثم تنوعت الدوافع بين استخدامه لإمكانية الحصول على المعلومات والأخبار بشكل سهل وسريع، مواكبة الأحداث والتطورات، الاطلاع على المعلومات السياسية المهمة، وجود ما يمكن الحديث به مع الآخرين، بعض أفراد العينة يستخدمه لأنه مهم ومثير (interesting and exciting)، والبعض الآخر للاطلاع على جديد المسؤولين في مواقع عملهم وأخيرا هناك من يستخدمه لأنه يساعد على الاسترخاء (relax) وقد يشبع فضول آخرين (staisfy curiosity).
- يعتبر الفايسبوك وتويتر أهم شبكات التواصل التي تحظى باستخدام عينة الدراسة في المجال السياسي والاجتماعي بنسبة 78.9% من العينة ،يليه موقع يوتيوب 47.2%، انستغرام 47.2%، لينكدان 31.7%.
- يتفوق التويتر على كل شبكات حيث يستخدم 67.7% من العينة للاطلاع على القضايا السياسية والاجتماعية.
- تنتوع القضايا السياسية التي تهتم عينة الدراسة وذلك بحسب المعطيات المتوفرة حيث وقت إجراء الدراسة كان حصار غزة يحتل واجهة الأحداث وهو ما جعل عينة الدراسة تختاره بأكثر من

72.7% من إجابات المبحوثين. 26.7% مهتمين بمتابعة أخبار الربيع العربي مقابل نسبتيين متساويتين (24.8%) للقضيتين السورية والمصرية.

- تنوعت رؤية المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في تركيا لكن يلاحظ من النتائج اجابتيين مهمتين احتلتا قمة الترتيب وهي رؤية المبحوثين بأنها لن تحدث أي تغيير في تركيا (will not change any thing) بمتوسط حسابي مرتفع مقارنة ببقية الاجابات قدر ب3.90 وأيضا في المرتبة الثانية لمن يرى بأن استخدام هذه الشبكات سيزيد من الهوية والتقسيم (divide up) بين أفراد المجتمع التركي.

• الدراسة الرابعة: دراسة الباحثين S. Dhanavandan ، Mohammed Esmail ، V.Mani (2008)

بعنوان: دراسة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف المكتبيين¹

تطرح هذه الدراسة مشكلة بحثية تهدف إلى تسليط الضوء على التغييرات التكنولوجية الحديثة التي مست قطاعات مختلفة داخل الهند بغية مواكبة التطورات الحديثة، ومن بينها القطاع المكتبي والذي شهد تحولات كبيرة في الانتقال من العالم الورقي إلى العالم الرقمي، وعليه تبحث هذه الدراسة في التعرف على الاستخدامات الحديثة لفئة مهمة داخل المجتمع الهندي وهم المكتبيين وتحديد الفئات المسؤولة أو المحترفة (Library Professionals) داخل قطاع المكتبات بمنطقة تاميل نادو (Tamil Nadu)، وللإجابة على الاشكالية وضع الباحثين مجموعة من الفرضيات:

تقبل عينة الدراسة على استخدام مختلف الأدوات التكنولوجيات الحديثة في تواصلها مع الجهات التي تتعامل معها:

- تتفاعل عينة الدراسة بشكل مختلف مع تكنولوجيايات الاتصال في أدائها لأعمالها.

- توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير الجنس والاقبال على استخدام تكنولوجيايات الاتصال.

- توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير السن والاقبال على استخدام تكنولوجيايات الاتصال.

كما اعتمد الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على خصائص المبحوثين الفردية وكذا خصائصهم كمتعرضين لمضامين تكنولوجيايات الاتصال وعلاقتها بالعمل المكتبي من جهة وعلاقتهم بمحيطهم الاجتماعي كفاعلين من جهة ثانية، حيث استهدفت الدراسة عينة عشوائية قوامها 175 مفردة

¹ S. Dhanavandan, S. Mohammed Esmail, V. Mani, "A Study of the Use of Information and Communication Technology (ICT) Tools by Librarians" . *Library Philosophy and Practice* 2008 (August) .

متاحة على الرابط: <https://www.webpages.uidaho.edu/.../dhanavandan-esmail-mani.pdf>

ممثلة للمكتبيين المحترفين في منطقة تاميل نادو بالهند أين تم تطبيق استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات وبعد توزيعها تم استرجاع 170 استمارة صالحة للتحليل، حيث توصل الباحثين على مجموعة من النتائج نذكر من أهمها:

- تقبل عينة الدراسة على استخدام كل التكنولوجيات المتوفرة مع تفوق لتكنولوجيا الهاتف النقال والإنترنت بنسب كبيرة وخاصة خدمة البريد الإلكتروني مما سهل من العملية التواصلية وساهم في تسريع الأعمال.
- أظهرت النتائج أن استخدام التكنولوجيات الاتصالية تساهم في ابقاء عينة الدراسة على صلة كبيرة بالخبراء زملاء العمل والأصدقاء من خلال خدمة البريد الإلكتروني والإنترنت بشكل عام.
- أظهرت النتائج أنه لا توجد علاقة إحصائية بين متغير الجنس والاقبال على استخدام التكنولوجيات.
- أظهرت النتائج أنه لا توجد علاقة إحصائية بين متغير السن والاقبال على استخدام التكنولوجيات.

• الدراسة الخامسة: دراسة الباحث Sanjit Kumar Roy (2006) تحت عنوان:

Determining Uses and Gratifications for Indian Internet Users ¹

أنجز الباحث هذه الدراسة بهدف التعريف بمستخدمي الإنترنت في الهند، وذلك في ظل التزايد المستمر للمنخرطين في هذه الشبكة، ومن منطلق تبني فروض نظرية الاستخدامات والإشباع التي ساهمت وبشكل كبير في تحديد حاجات ،دوافع الجمهور من استخدام وسائل الإعلام ومازالت ذات قوة وتأثير في دراسة الإنترنت، يبرر الباحث انجازه لهذه الدراسة أنها تأت في ظل انتشار بحوث الاستخدام والاشباع في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا مقابل نقص كبير في البحوث الهندية وانجازها سيسمح بالكشف عن خصائص المستخدمين الهنود ولماذا يقبلون على هذه الشبكة وعلى ماذا يبحثون في تصفحهم للمواقع؟ وهذا ما سيساعد الباحثين والمختصين وحتى المسيرين لفهم لماذا ينجذب المستخدم الهندي لهذه الشبكة.

¹ Sanjit Kumar Roy, "Determining Uses and Gratifications for Indian Internet Users". CS-BIGS ,Vol 2 –

1,2008,p-p78-91

طرح الباحث رؤيته وفق سؤال رئيسي: ما هي الإشباعات المتحققة من استخدام الإنترنت؟ وهل يختلف في ذلك الذكور والإناث؟

لإنجاز الدراسة اعتمد الباحث على بيانات مركز البحث والتعليم بالهند (CREED)، وتم رصد مستخدمي الإنترنت في ولاية Madhya Pradesh الذين ترتبط بيوتهم بشبكة الإنترنت (Households Having An Internet)، وذلك من خلال الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، ضمت مجموعة من الأسئلة تبدأ بسؤال الدوافع من استخدام الإنترنت يضم 26 عبارة تم بناؤها على مقياس ليكرت الخماسي، ثم سؤال يحوي مجموعة من الاختيارات قدمها الباحث حول الجدوى من استخدام الإنترنت وفق خيارين للمبحوثين: نعم أو لا.

تم توزيع الاستبيان على عينة قوامها 6400 مستخدم، تم استرجاع 4512 استمارة قابلة للتحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS النسخة 15، حيث أكد الباحث على أن 75.5% من العينة الأصلية تفاعلت مع أسئلة الاستبيان، 67% من العينة ذكور، 33% إناث، 30.5% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 30 و 50 سنة، 44.7% تتراوح أعمارهم بين 25 و 30 سنة و 24.8% منهم أعمارهم أقل من 25 سنة، في حين يستخدم 29.5% من أفراد العينة الإنترنت منذ ثلاث سنوات.

بعد تفريغ البيانات وباستخدام نظام Spss قام الباحث باختبار صيغة معامل احصائي (FactorAnalysis) لتسهيل معرفة أكثر الإشباعات التي قسمها الباحث الى ستة أجزاء، ليتم الوصول الى النتائج التالية:

- يقبل المبحوثين على استخدام الإنترنت بحثاً عن مجموعة من الإشباعات جاءت وفق نتائج التحليل الإحصائي مرتبة على النحو التالي:
- تنمية الذات ويدخل في إطار هذا الاشباع مجموعة من الإشباعات الفرعية: التعبير عن الآراء بحرية، الإبداع والتجديد، السيطرة على الامور.
- الاطلاع على ما يحدث في المنطقة وفي العالم.
- التواصل مع الأصدقاء.
- يساهم في منح فرص جديدة للعمل.
- تبادل الآراء والتواصل مع أفراد آخرين خارج الهند.

- يختلف دوافع استخدام الذكور والاناث في بعض المحتويات المتعلقة باستخدام الإنترنت¹ حيث تجتمع هذه الإشباعات وفق ما جاءت به النظرية: الإشباعات العملية، وإشباعات المحتوى.

ملاحظة:

على تعدد الدراسات التي اتخذت من تكنولوجيات الإعلام والاتصال مدخلا رئيسيا لها يمكن الإشارة إلى مجموعة من البحوث في هذا المجال:

في موضوع التكنولوجيات الحديثة وربطها بالعملية التعليمية* رصدت الباحثة عشرات أطروحات الدكتوراه التي ناقشت هذا الموضوع، حيث ستكتف الباحثة بعرض عناوين بعرض الأطروحات وبياناتها وذلك لعدم ارتباطها الكبير بالموضوع سوى ما تعلق بفكرة الاستخدام (Usage) وما يرتبط به من استفادة خاصة على مستوى الاجتماعي والوظيفي.

▪ دراسة الباحث Eric-Normand Thibeaurt تحت عنوان:

Accès, pratiques et usages des technologies d'information et de la communication en Education au sein de l'espace francophone. Etude de cas réalisés au Viet Nam, en Moldavie, au Burkina-Faso et en République Démocratique du Congo.

وهي أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2014 في جامعة Paris Descartes، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم التربية.

▪ دراسة الباحث Hourbette Daniele تحت عنوان:

Genre et usages des Technologies de l'information et de la communication. Une étude de cas une Ecole d'ingénieur en agronomie.

وهي أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2010 في جامعة Paris Descartes، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم التربية.

¹ الدراسة تحتوي العديد من الاحصائيات والأرقام المتعلقة بنتائج التحليل للاستفادة يمكن العودة للدراسة كاملة من خلال

www.bentley.edu/csbig/vol2-1/roy-pd

*أهتم الغرب منذ ستينيات القرن الماضي بقوة وتأثير وسائل الإعلام على العملية التعليمية وخصصوا منذ ذلك الوقت الى وقتنا الذي انتشرت فيه أكثر هذه التكنولوجيات دراسات وبحوث تحلل الظاهرة، ونجد أنه في الجزائر بدأ الأمر متأخرا نوعا ما ويرتبط الأمر بتأخر انخراط الجزائر في المنظومة الاتصالية الحديثة، ومن الدراسات التي يمكن اعتبارها رائدة في هذا المجال تشير الى دراسة الباحث عبد الوهاب بوخنفوة وهي أطروحة دكتوراه تحت عنوان: المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال. التمثل والاستخدامات، دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر

▪ دراسة الباحث **Awoko Kokou** تحت عنوان:

De l'utilisation de medias et des technologies de l'information et de la communication dans l'éducation de 1960 a 2006 :le cas du Togo.

وهي أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2007 في جامعة Université de Rouen، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم التربية.

▪ دراسة الباحث **Alexia Fournier Fall** تحت عنوان:

Enseignement à distance supporte par les NTIC au Sénégal: vers l'accession d'un public
Etude empirique sur le profil des étudiants de nouveau à l'enseignement supérieur.
l'enseignement à distance supporté par les NTIC au Sénégal.

وهي أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2006 في جامعة Fribourg بسويسرا، كلية الآداب.
و في مجال التأثيرات:

▪ دراسة الباحثة **Donna M Hughes** تحت عنوان:

The Impact of the use of New Information and Communication Technologies on trafficking in Human Beings for sexual Exploitation.Study of the Users.

وهي دراسة صدرت عن الاتحاد الأوربي، لجنة المساواة بين الرجل والمرأة (CDEG) وذلك سنة 2001.

2.1.1 قراءة في الدراسات السابقة:

من خلال استعراض وتتبع الدراسات المشابهة لاحظنا أنها تشترك وتتفق مع موضوع دراستنا في العديد من المؤشرات، كما أنها تختلف معها في جزئيات أخرى تبعا لمحاورها المدروسة:

1.2.1.1 قراءة في الدراسات المحلية:

بالنسبة لدراسة الباحث "قواسم" والتي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيات المعلومات والاتصال في ترشيد القرارات السياسية ترى الباحثة أن هذه الفكرة هي نقطة جزئية داخل الدراسة التي سيتم اجرائها، بحيث اضافة إلى نواب البرلمان كعينة للدراسة فانه أيضا سيتم ادراج فئات أخرى لها علاقة بالقرار السياسي لتصبح الرؤية أكثر شمولية مع التوسع في معرفة الاستخدامات المختلفة للسياسيين كفة نخبوية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على أداء العينة .

ما يمكن الإشارة إليه أيضا من خلال قراءة هذه الدراسة أن الإطار الزمني قد يصنع فرقا كبيرا واختلافا في النتائج التي ستتضح مع نهاية إجراء البحث بحيث نعرف أنه في زمن التطورات التكنولوجية ما كان موجودا قبل خمس سنوات قد شهد تغييرات كثيرة ومختلفة خاصة مع ثورة شبكات التواصل الاجتماعي واتساع رقعة مستخدميها، أيضا من وجهة نظر الباحثة منهجيا أن الباحث قد أكثر من استخدام الفرضيات /وان كانت هذه النقطة محل اختلاف منهجي بين الباحثين لكن القارئ والمتصفح للفرضيات الست التي وضعها الباحث يجد أنه كان يمكن اختصارها الى ثلاث أو أربع فرضيات تتسجم مع طبيعة الموضوع أو الاكتفاء بالتساؤلات المطروحة .

اعتماد الباحثة على دراسة الباحث "فرحي" جاءت لأمرين أساسيين وهما :أن الباحث ركز في دراسته على أحد أنواع النخب في الجزائر وهي النخبة الأكاديمية ممثلة في أساتذة الجامعة، وثانيا ربطه لهذه النخب بوسائل الإعلام باعتمادها كمصدر للحصول على المعلومات وخاصة في المجال السياسي، وهذا ما يجعل من هذه الدراسة ذات أهمية للباحثة خاصة في جزئية رصد وسائل الإعلام، أنماط التعرض، فهم دوافع التعرض، مدى الانخراط في الحياة السياسية ...

من وجهة نظر الباحثة أن اقتصار الباحث على أساتذة جامعة الجزائر كعينة للدراسة كان فيه نوع من القصور باعتبار أن العنوان كان يحوي كلمة النخب الجزائرية، وكان سيكون أفضل لو رصد جامعات جزائرية أخرى لتوسيع مفهوم النخبة الأكاديمية أو إضافة فئات أخرى تكمل النخب الأكاديمية على غرار: نخب الأطباء والمحامين ..

ركزت دراسة الباحث "بن زايد" على فكرة أساسية وهي مدى امتلاك واستخدام الصحفيين الجزائريين لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وهي أيضا فكرة جزئية تبحث فيها هذه الدراسة بشكل أكثر اتساع من خلال محاولة الوصول الى صحفيين يحتلون مراكز القرار والمسؤولية في مؤسسات اعلامية مختلفة، وتفاعلهم مع المستجدات التكنولوجية، وتركيزا أكثر على جزئية الاستخدام والاشباع الذي يتحقق للنخب الإعلامية من خلال اقبالها على هذه التكنولوجيات.

كما توصل الباحث "بن زايد" في دراسته إلى مجموعة من النتائج المهمة في مجال التملك والاستخدام، ومن بين النتائج التي اثارت اهتمام الباحثة إشارة الباحث الى السياقات المختلفة للصحفيين اثناء عملية الاستخدام (استهلاك، اتصال، تعلم ...) وبين عشوائية الفعل وقصديته (استخدام التكنولوجيات) والتباين في الاقبال على هذه الوسائل وهي من النقاط التي تشترك وتبحث فيها هذه الدراسة، وإن كان الباحث استهدف مجتمعا مطليا كليا (مراسلين صحفيين ودائمين بولاية قسنطينة) فإن

هذه الدراسة تبحث في عينة من الإعلاميين يمثلون مؤسسات اعلامية متنوعة ومناطق جغرافية غير محددة (وإن كان التركيز أكثر على العاصمة الجزائرية) بهدف الكشف عن هذه الفئة كقوة نخبية وقيادية لها القدرة على التوجيه وإيصال رسائل مختلفة لأفراد المجتمع وكيف تتعاطى اليوم من موقعها ومسؤوليتها مع هذه التطورات التكنولوجية الحديثة.

اعتماد الباحثة أيضا على دراسة الباحث "حمدي" كدراسة مشابهة حيث ركزت هذه الدراسة على مدى استفادة واستخدام النخبة الأكاديمية (أساتذة جامعة باتنة) لخدمة الصحافة الالكترونية كتكنولوجيا جديدة (خلال تلك الفترة الزمنية) وهل أثر هذا الاستخدام على علاقة النخبة عينة الدراسة بالصحافة الورقية، وبما أن هذه الدراسة تستهدف أيضا النخب الأكاديمية كأحد عينات الدراسة فإنها تعتبر دراسة مساعدة للباحثة خصوصا أنها ركزت كثيرا على مجالات الاستخدامات والإشباع، خصوصا أن عددا من نتائج الباحث التي توصل اليها كانت مساعدة في استكمال بعض التصورات حول خصوصية النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالوسائل الإعلامية سواء كانت تقليدية أو حديثة.

مع التأكيد على خصوصية النخبة المقترحة للدراسة مقارنة بالنخبة المدروسة من طرف الباحث، حيث تسعى هذه الدراسة الى التواصل مع النخب الأكاديمية الذين يشغلون مناصب قيادية داخل مؤسساتهم الجامعية وهذا لتحديد ومعرفة مدى إقبالهم، استفادتهم وتفاعلهم مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

2.2.1.1 قراءة في الدراسات العربية:

بالنسبة لدراستي الباحثة "حفيظة البراشيدي والباحثين معها"، ودراسة الباحث "النعزي" فهي من الدراسات الحديثة التي يحسب لها أنها طرقت جزئية مهمة وهي استخدام الهواتف الذكية وما تحققه من إشباع وهي نقطة تلتقي فيها مع اعداد هذه الأطروحة التي حدد فيها الهاتف الذكي كأحد مكونات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وإن اختلفتا معها في مجال التطبيق كونها استهدفت طلبة جامعيين فإن الإشباع التي وضعت ليست واحدة رغم الاستناد إلى نفس النظرية وهي الاستخدامات والإشباع، بحيث كانت متنوعة وعامة لدى "البراشيدي ومن معها من الباحثين" وجاءت مرتبطة بجمع الأخبار والاهتمام بها لدى "النعزي" في حين جاءت متخصصة في هذه الدراسة كونها تستهدف النخب التي من المفروض احتياجاتها من استخدام الهواتف الذكية لن تكون مثل احتياجات الطلبة، يسجل على

أطروحة الباحث "النعزي" أنها حوت عددا كبيرا جدا من التساؤلات وأيضا عددا كبيرا من الفرضيات التي كان يمكن اختصارها أو الاكتفاء بها بدلا عن التساؤلات.

بالنسبة لدراسة الباحثة "شريهان توفيق" فقد تم الاعتماد عليها كونها رصدت بالدراسة النخب المصرية وكيفية حصولها على المعلومات السياسية عبر شبكة الإنترنت أي أنها ترصد ظاهرة التكنولوجيا كوسيلة إعلامية حديثة للحصول على الأخبار، ما يهم الباحثة في هذه الدراسة هو وجود النخب كمتغير أساسي وأيضا هي نخب متعددة: سياسية، إعلامية، أكاديمية وهي نقطة التقاء مع موضوع الأطروحة التي تبحث في كيفية استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وتم التركيز فيها على جزئية الإنترنت وان اختلفت معها في الوسائل.

أما بالنسبة لدراسة الباحثة "حمزة شقير" فإن الباحثة اعتمدت عليها كدراسة مشابهة حيث اعتبرتها من الدراسات الجادة التي اطلعت عليها في مجال الاستخدامات والإشباع، أين ركزت الباحثة "حمزة شقير" في دراستها على معرفة مدى استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في تركيزها على المتغيرات الوسيطة (العوامل الديموغرافية) وهي نقطة تشترك مع هذه الدراسة التي تحاول رصد علاقة المتغيرات الشخصية للنخب الجزائرية عينة الدراسة واستخدامهم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وان كان يسجل أيضا على هذه الدراسة الإكثار من استخدام الفرضيات حيث وصلت الى 10 فرضيات رئيسية، إضافة الى وجود أربع فرضيات فرعية للفرضيتين الأولى والثانية، (وهو ما سبق الإشارة إليه مع دراسة الباحث قواسم والباحث النعزي).

بالنسبة لدراسة الباحث "محمد الكافي" فهي دراسة جادة تشترك مع هذه الدراسة في تركيزها على النخب كمجال مهم للدراسة وعلاقتهم بوسائل الإعلام، وإن كانت هذه الدراسة تستهدف فترة محددة (وهي شهر رمضان وكيف تعتمد من خلاله النخب على وسائل الإعلام) فإنها طرحت أفكارا متشابهة مع ما تريده الباحثة وهو التركيز على الدوافع والإشباع التي تحققها وسائل الإعلام لهذه النخب بوصفها فئة مميزة وفاعلة اجتماعيا وأن دوافعها ورغباتها تختلف عن الجمهور العام.

بالنسبة لدراسة الباحث "رضا عبد الواحد أمين" فهي تعتبر من الدراسات الأساسية التي اعتمدت عليها الباحثة، فكانت منذ اطلاعها عليها* تفكر في بلورة موضوع الصحافة الالكترونية الذي تبحث فيه

* بعد اطلاع الباحثة على أطروحة الباحث رضا عبد الواحد أمين، استطاعت التواصل معه (خلال الموسم الجامعي 2011، 2010) أين كان يشغل منصب عميدا لكلية الإعلام بجامعة البحرين وذلك للاستفسار عن بعض نقاط الموضوع، ومحاولة أخذ استشارة في الجانب المنهجي والميداني أين وجدت الباحثة تعاونًا وترحابًا من طرف الباحث.

هذه الدراسة المشابهة والذي أيضا تجدر الإشارة إلى أنه أخذ حيزا معتبرا من البحث والدراسة بين الباحثين سواء محليا، عربيا وحتى أجنبيا باعتبار الصحافة الالكترونية في مرحلة معينة كانت المشهد الأبرز من مشاهد التطور الواسع للإعلامي (كما شهدت دراسات مواقع التواصل الاجتماعي بعد ذلك مشهدا جديدا لدراسة الباحثين).

حيث ركزت دراسة الباحث "عبد الواحد أمين" على استخدامات النخبة المصرية للصحف الالكترونية وتفضيلاتهم لها، ومدى الاشباع الذي يحققه هذا الاستخدام، وهي أيضا نقاط مهمة لدراسة الباحثة، لكن تجدر الإشارة الى أن الباحثة اهتمت وركزت على فكرة تعددية النخب التي اشتغل عليها الباحث، هذه التعددية التي لم تجدها الباحثة في دراسات أخرى اطلعت عليها (ما عدا دراسة الباحثة شريهان توفيق والباحث محمد الفقيه الكافي) كانت تطرح أمامها علامات استفهام وبحث وفضول حول توصيف حال النخب الجزائرية: وجودها، فاعليتها المجتمعية، علاقتها بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، ومدى استفادتها منها.

3.2.1.1 قراءة في الدراسات الأجنبية:

بالنسبة لدراسة الباحثين "Fernando Naddaf" و "Pauline Leong" فهما دراستين ركزتا جهديهما على النخب السياسية وكيفية استفادتها من شبكات التواصل الاجتماعي سواء خلال فترات الانتخابات أو العمل السياسي بشكل عام، ومنه ترى الباحثة أن هتتين الدراستين الحديثتين مهمتين جدا في الأبعاد التي تناولتاها والتحليلات التي قدمتها، فهما تشتركان مع موضوع الأطروحة في البحث في زاوية النخب وعلاقتها بالتكنولوجيات الحديثة مع اختلاف آليات التحليل والبيئة الجغرافية للدراسة مما يجعل لكل نوع من النخب مميزات خاصة التي تطبعه.

بالنسبة لدراسة الباحث "Cetinkaya Ahmet" والباحثين معه، فهي دراسة مهمة في الاستخدامات والإشباعات المركزة على جزئية شبكات التواصل الاجتماعي والاستخدام المخصص للمجال السياسي والاجتماعي وإن اختلفت مع هذه الدراسة كون المستهدفين هم جمهور من شرائح مختلفة وهذا ما يجعل دوافعهم وإشباعاتهم تختلف عن جمهور متخصص مثل النخب ولكن حصرها للمجالين السياسي والاجتماعي تحديدا لفت نظر الباحثة خاصة في جملة الدوافع والإشباعات التي وضعت في استمارة البحث كما أنها تشترك معها أيضا في جزئية التركيز على الإعلام الجديد.

بالنسبة لدراسة الباحث " S. Dhanavandan ومن معه من الباحثين"، فأنها دراسة تتفق مع هذه الدراسة في جزئية استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتختلف معها في مجال التطبيق إذ استهدفت المكتبيين على اعتبارهم شريحة مهمة تحتاج الى استخدام هذه التكنولوجيات في عملها ومحيطها، فإن الدراسة تركز على أنواع أخرى من النخب تراها الباحثة أكثر حضورا وفعالية في المشهد الجزائري. وأخيرا وظفت الباحثة دراسة الباحث "Roy" كدراسة مشابهة لهذه الدراسة ومساعدة لها كونها استهدفت بشكل عام استخدامات وإشباعات الجمهور العام لشبكة الإنترنت، وجاءت مفيدة للباحثة في طريقة تبنيها للاستخدامات والإشباعات من جهة وتركيزها على الإنترنت كتكنولوجيا حديثة من جهة أخرى وان اختلفت معها في الجمهور المستهدف.

- ويمكن تلخيص أهم نقاط التشابه، الاختلاف والاستفادة من الدراسات المشابهة بشكل عام كما يلي:
- اهتمت الدراسات التي تم عرضها بتوصيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال (صحافة الكترونية، إنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال...) ومدى استخدامها والاعتماد عليها في مجالات مختلفة تبعا لنوع النخب (الصحفيين، السياسيين، الأكاديميين...)
 - وحتى الجمهور العام.
 - الدراسات المشابهة التي تم الاستناد إليها هي دراسات وصفية، استخدم أغلبها المنهج المسحي وركزت على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات.
 - تناولت أغلب هذه الدراسات النخب كمجتمع أساسي للدراسة وذلك من خلال التركيز على نخبة واحدة أو التعددية في النخب.
 - استخدمت معظم الدراسات نظرية الاستخدامات والإشباعات كمدخل نظري أساسي لها مع وجود بعض المداخل التي تم اضافتها للتدعيم مثل نظرية انتشار المبتكرات، وهو ما عزز من استفادة الباحث من كيفية تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات.
 - اختلفت نتائج الدراسات السابقة بما يتوافق والمحاور المدروسة والأهداف المسطرة، إلا أنها تحيلنا الى العديد من المؤشرات ذات العلاقة بدراستنا: وخاصة ما ارتبط بالنخب ومن أمثلة ذلك: إشارتها الى عادات وأنماط التعرض، دوافع الاستخدام والإشباعات المحققة وهي مؤشرات تحاول هذه الدراسة التعمق فيها بالبحث والتحليل.
 - ساهمت هذه الدراسات خاصة في شقها الميداني في إعطاء رؤية منهجية وميدانية مساعدة في الموضوع.

- الدراسات السابقة ركزت على الخلفية التقليدية لنظرية الاستخدامات والإشباعات وأهملت دور الجمهور الفعال والنشط وهذا ما تحاول هذه لدراسة تسليط الضوء عليه خصوصا أنها تتعامل مع فئة نخبوية.
- ساعدت الدراسات الموظفة في التعرف إلى المناهج والأساليب المستخدمة وكيفية تطبيقها إضافة إلى رصد استثمارات الدراسات ومتابعة محاورها وما ورد فيها من أسئلة مما ساعد في صياغة الأسئلة التي تتناسب وتتوافق مع موضوع الدراسة.

3.1.1 اشكالية الدراسة:

إن الوسائل الإعلامية والاتصالية تشهد في وقتنا الحالي نموا وتسارعا كبيرا على محتوياتها وأدواتها، وذلك بفضل الثورات التكنولوجية المتتالية والتي أحدثت تحولات كبيرة ونقلات نوعية مست ميادين مجتمعية مختلفة (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، إعلامية، دينية، ثقافية... إلخ)، ولعل تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (Les NTICs) أصبحت السمة البارزة التي تطبع المشهد المؤسساتي (مؤسسات، هيئات، منظمات، إدارات...) وحتى على مستوى الأفراد، وذلك بما توفره من تطبيقات وخدمات تشهد هي الأخرى تحديثا وتطويرا مستمرين، هذا التغيير لم يشمل فقط الوسائل ومحتوياتها وإنما تعداه إلى الجمهور المستخدم والمستفيد من هذه التكنولوجيات سواء كان جمهورا عاما أو نخبويا، فتيار التكنولوجيا أصبح يجذب ويستقطب مستخدمين متنوعين وفي مناطق مختلفة من العالم.

وإذا كانت التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الحديثة (مثلما سبقت الإشارة) قد أصبحت السمة البارزة التي تطبع المشهد: المؤسساتي، الفردي والمجتمعي، وتفرض تغييرات هامة على مستويات مختلفة، فلقد باتت من الضرورة بحث تلك التغييرات التي تحدثها إن على مستوى النخب أو على مستوى الجماهير ومحاولة الاقتراب ولو قليلا من بعض الجوانب ذات العلاقة بهذا المجال سيما منها ما يضع النخب في مواجهة مباشرة أو بالأحرى في تماس مباشر مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

وعند الحديث عن تأثير تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في المجتمع بأطيافه المختلفة، ومدى تأثيرها على النخب بوصفهم طيفا من أطياف المجتمع فإنه يتبادر إلى الذهن فوراً تلك الفئات التي تتواجد عادة في قمة هرم المجتمعات، والمتصدرة لمختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والعلمية المعرفية والثقافية...، والتي عادة ما تترافق معها أحكام خاصة دون سائر المجتمع، ومن المفترض أن تكون دائما سبّاقة للجديد مستوعبة له قبل غيرها، قادرة على الوصول إليه دون سواها.

وإذا كانت هذه ميزة النخب بشكل عام، فلا بد من الإشارة أيضا إلى أن لكل بيئة خصائصها ومميزاتها، وإذا كانت الميزة العامة للنخب عالميا هي السبق في مواكبة الجديد واستيعابه والوصول إليه، فعمل هذا الحكم لا يصدق على جميع البيئات في العالم، ولذلك لا بد في هذا السياق من تمييز النخب المعنية بالدراسة في هذه الأطروحة وتمييزها عن غيرها، إذ قد لا يصدق عليها ما قد يصدق على باقي النخب في العالم، والنخب المعنية بالدراسة في هذه الأطروحة كما هو واضح من عنوانها، إنما هي النخب الجزائرية، وهي تنتمي إلى بيئة سائرة في طريق النمو، لذلك قد لا يصدق عليها ما يصدق عادة على نخب العالم الأول، وهي في الوقت ذاته إذا ما قورنت بالبيئة العامة التي تنتمي إليه من حيث الجغرافيا، أي إلى قارة إفريقيا، فإنها تعدّ رائدة على عديد الدول الأخرى الواقعة في القارة نفسها، ولذلك فلا شك أنه سيكون للنخب المنتمية إلى الجزائر، ما يمايزها من إحدى الجوانب عن العالم الأول، ومن جانب آخر عن العالم الأكثر تخلفا.

وإذا ما تعلق الأمر بالتكنولوجيا فمعايير التقدم والتأخر فيها تتخذ أبعادا أخرى، ذلك أن الفجوة الرقمية بين مختلف العوالم فيها فجوة هائلة، إذا ما قورن فيها العالم الأول بالعالم الساعي في طريقه للنمو، وبالعالم المتخلف، ولعل المرء لا يكون مبالغا أبدا إذا قال بأن سنة التأخر الواحدة في عالم التكنولوجيا قد تقابلها عشرات السنوات إن لم نقل المئات بحساب الزمن العادي.

ولذلك فمسألة التكنولوجيا من مختلف جوانبها تعدّ في حد ذاتها إشكالا من الإشكالات العويصة، والتي ما فتئت الدول والهيئات والمنظمات تحاول رطب الصدع فيها، وهدم الفجوة الرقمية الرهيبة بين مختلف أطرافها، لكن غالبا دونما جدوى.

وهنا تجد الباحثة نفسها أمام إشكال جوهري تتداخل في تكوينه مختلف المتغيرات في هذه الأطروحة ومختلف التفاصيل فيها، ألا وهو العلاقة بين النخب الجزائرية والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، سيما إذا علم مثلما سبقت الإشارة إلى أن النخب هي في الأعم الأغلب عادة ما تكون سباقة إلى الجديد مستوعبة له قبل سواها، لكننا هنا بإزاء نخبة تحكمها عوامل أخرى كسياق التقدم العام، والبيئة السياسية والاجتماعية.

وبناء على ما سبق يمكن أن تترجم الاشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في تساؤل رئيسي وهو: كيف تستخدم النخب الجزائرية عينة الدراسة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (الحاسوب، الهاتف الذكي والألواح الإلكترونية)، و ما هي الإشباع المتحققة؟

وبغية الإجابة عن هذا التساؤل بشكل أكثر توضيح تقترح الباحثة تجزئته إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية ويمكن تحديدها في:

✓ ماهي عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟

✓ ماهي دوافع وحاجات استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟

✓ ماهي الإشباعات التي تحققها النخب الجزائرية عينة الدراسة من استخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟

✓ ما مظاهر توظيف النخب الجزائرية عينة الدراسة لهذه التكنولوجيات في المجال المهني والتواصلية؟

✓ ما هي التمثلات (التصورات أو الرؤى) المختلفة التي تحملها النخب الجزائرية عينة الدراسة نحو تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وكيف ترى لعلاقتها مع المؤسسات الاجتماعية المختلفة؟ وماهي تصوراتها لمستقبل استخدام النخب لهذه التكنولوجيات؟

✓ هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية من عدمها بين استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وبين السمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المجال النخبوي)؟

4.1.1 أسباب اختيار الموضوع وأهميته:

1.4.1.1 أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيار الباحثة لهذا الموضوع اختيارا عشوائيا، وإنما كان مبنيا على مجموعة من التصورات التي سبقت ايداع المشروع وتبلورت أكثر مع بداية العمل عليه، ويمكن تقسيمها إلى:

أ. الأسباب الذاتية:

- إنجاز هذه الأطروحة يدخل في سياق الحصول على درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة، حيث يعتبر سببا رئيسيا ذاتيا من خلال رغبة الباحثة مواصلة العملية البحثية في مواضيع أخرى لها علاقة بالتخصص، فبعد العمل في مرحلتي الليسانس والماجستير على

- تحليل مضامين المواد السمعية البصرية والمواد الصحفية المكتوبة* لفت التطور الكبير في مجال الوسائل الإعلامية والاتصالية وعلاقتها بال جماهير المتعددة والمختلفة النظر للبحث والتقصي.
- الرغبة في دراسة التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والوقوف عند أهم تطوراتها وما قدمته للجمهور، خاصة وأنها مازالت فضاء يشهد تطورات وثورات متتالية وهذا ما يجعل منها مجالاً خصبا لإجراء الدراسات والبحوث الأكاديمية.
- الرغبة في دراسة وتوصيف النخب الجزائرية والاقتراب من واقعها ميدانيا خصوصا في ظل كثرة الانتقادات الموجهة لها، وإطلاعي على العديد من الدراسات والبحوث التي أقرت بتراجع أدوارها، ضعفها وعدم تفاعلها وهو أمر خلق لدي حالة فضول ورغبة في معرفة مدى تفاعل النخب الجزائرية مع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال باعتباره المظهر الأبرز خلال الفترة الحالية.

ب. الأسباب الموضوعية:

- تعتبر النخب الجزائرية من الفئات الأكثر تأثرا في الحياة العامة، والقادرة على أحداث تغييرات واتخاذ القرارات في المجتمع، وهذا ما يدفع بي إلى محاولة معرفة مدى استخدامها وتفاعلها مع المستحدثات الإعلامية والاتصالية الجديدة، وبما أفادتها وكيف ينعكس ذلك على أدائها داخل المجتمع.
- تشكل التحديات الهائلة التي يطرحها تفجر ثورة الاتصال والإعلام وتدفق المعلومات أحد أهم القضايا التي تشغل الرأي العام، ومنه كان من المهم إيجاد دراسات أكاديمية توضح الصورة وتبين العلاقة القائمة بين الوسيلة واستخدامها من طرف الجمهور وكيفية الاستفادة منها.

2.4.1.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في حد ذاتها، حيث أضحت عاملاً مهماً اليوم في مجال التنمية وشاهداً على التحولات التي مست مجالات حياتية مختلفة ارتبطت بها، وجعلت من تداول المعلومات قاعدة أساسية لها، فتكنولوجيات الاتصال والإعلام في مجالاتها المختلفة باتت تشكل جانبا مهما يستحق الدراسة والتحليل خصوصا مع التحولات العميقة،

* نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية في مضمون الاخبار (ليسانس)، الأحداث السياسية في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لمضمون جريدتي الخبر والشروق اليومي (ماجستير).

السريعة والغير المسبوقة التي طبعت المنظومة الإعلامية والاتصالية، هذه الاخيرة تحولت في فترة وجيزة الى صناعة ضخمة تشهد نمواً ومنافسة كبيرة داخل الأسواق والاقتصاديات العالمية القائمة على المعرفة. فما يشهده قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال من ثورات متتالية تزاوجت فيها البنية المعلوماتية بالاتصالية ساهم في تغيير الخريطة التواصلية العالمية، وألغى حواجز الزمان والمكان، وخلق مفاهيم وممارسات جديدة إن على المستوى الفردي، الاجتماعي، المؤسساتي والدولي وهذا ما يحتم على الباحثين أيضاً مواكبة هذه التغيرات، فالمتابع للدراسات الإعلامية الحديثة يجد أنها أصبحت تركز جهودها على متابعة مختلف التطورات التي يشهدها قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ورصد التأثيرات والاستخدامات المختلفة من طرف الجمهور.

أهمية هذه الدراسة أيضاً تكمن في أهمية الفئة التي تم اختيارها كمجال للبحث، وهي النخب الجزائرية (les élites Algériennes) التي كما تم الإشارة إليه في الإشكالية لم تحظ باهتمام بحثي كبير على مستوى الدراسات الإعلامية، رغم أن هذه الفئة المفروض بما تمثله من ثقل وحضور داخل المجتمع تحتاج إلى تسليط الضوء عليها من جهة، ومن جهة ثانية معرفة علاقتها بهذه التطورات التكنولوجية، وكيف تستخدمها ومدى استفادتها منها وانعكاس ذلك عليها وعلى بيئتها الاجتماعية.

5.1.1 أهداف الدراسة:

يهدف إجراء البحوث العلمية بشكل عام إلى تسليط الضوء على مختلف الظواهر التي تشكل تحديات ورهانات وتساهم في تطوير وتحسين الحياة الانسانية، ويندرج اجراء هذا البحث في اطار معالجة موضوع على صلة كبيرة من الأهمية وهو استخدامات وإشباعات النخب لتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر، وما يعرفه هذا القطاع الحساس من تطورات سريعة وملحوظة، دراسة هذا الموضوع تأت من خلال ربطه بفئة اجتماعية "النخب وتحديد النخب الجزائرية" التي تحتل هي الأخرى مكانة اجتماعية مهمة باعتبارها أحد مكونات الجمهور الذي يتعرض لهذه التكنولوجيايات على اختلاف أنواعها ومستوياتها وعليه تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على ماهية تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة وما يرتبط بها من قضايا وإشكاليات.
- توصيف واقع قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر والكشف عن أهم التحديات والرهنانات.

- رصد الظاهرة النخبوية بشكل عام، والاقتراب من توصيف العلاقة بينها وبين الفضاءات الإعلامية والاتصالية الجديدة.
- تسليط الضوء على النخب الجزائرية الحالية باعتبارها فئة مهمة وذات حضور وتأثير في قطاعات مختلفة داخل الدولة الجزائرية، والكشف عن مدى توافقها مع الجمهور النشط من جهة وعلاقتها بالفضاءات الإعلامية والاتصالية الجديدة من جهة أخرى.
- التعرف على درجة استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.
- التعرف إلى أهم التطبيقات والخدمات التي تتيحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وتستخدمها النخب الجزائرية عينة الدراسة.
- الكشف على دوافع استخدام النخب الجزائرية لهذه التكنولوجيات.
- رصد مختلف الإشباعات المحققة من استخدام النخب الجزائرية لهذه التكنولوجيات.
- التعرف على مظاهر توظيف النخب الجزائرية عينة الدراسة لهذه التكنولوجيات في المجال المهني والتواصلية (الاجتماعي).
- الكشف عن مختلف التمثلات (الرؤى أو التصورات) التي تحملها النخب الجزائرية عينة الدراسة نحو تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومعرفة رؤيتها للعلاقة مع المؤسسات الاجتماعية المختلفة.
- رصد أهم تصورات النخب الجزائرية لمستقبل استخدام النخب لهذه التكنولوجيات.
- تبيان مدى وجود علاقة ذات دلالة احصائية من عدمها بين استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وبين السمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، نوع النخبة).
- رصد مدى استمرارية نجاعة تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات - كمدخل نظري تفسيري لهذه الدراسة - وقدرتها على مواكبة التطورات التكنولوجية.

6.1.1 ضبط المفاهيم:

يرتكز أي موضوع علمي يخضع للبحث والدراسة على مجموعة من المفاهيم التي تشكل في عمومها مفاتيح أساسية (des mots- clés) يوصل من خلالها الباحث ما يريده من معاني لغيره، وفي هذه الدراسة تستند على ثلاثة مفاهيم أساسية وهي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، النخب الجزائرية الاستخدامات والإشباعات.

لنتفرع عن هذه المفاهيم مجموعة من المفاهيم الفرعية التي تتطلب الإشارة إليها من أجل الضبط الجيد للمفهوم الاجرائي باعتباره المفهوم الأساس الذي سيمكن الباحثة من الربط بين ما سيتم تقديمه وشرحه نظريا وما سيترتب عليه تطبيقيا أو ميدانيا، وذلك بالعودة أولا الى الضبط على المستويين اللغوي من خلال المعاجم والقواميس ثم الضبط الاصطلاحي من خلال الربط بالباحثين والمتخصصين ومحاولة تقديم قراءة نقدية ثم صياغة المفهوم الاجرائي بما يتناسب ومتطلبات البحث، بالإضافة الى أنه سيتم الاستعانة بعرض مجموعة من المفاهيم المشابهة والمساندة لموضوع الدراسة.

1.6.1.1 مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

ترى الباحثة من خلال هذه الدراسة أن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والذي يطلق عليه اختصارا (NTICs/NICTs) في ترجمتها الانجليزية أو الفرنسية:

New information and communication technologies

Les nouvelles technologies de l'information et communication

هو مفهوم أساسي لهذه الدراسة يحتاج بداية شرحا وتعقيا قبل عرض المفهوم الاجرائي ،ولأنه مفهوم مركب فيجب تجزئته أولا وتعريف جزئياته قبل اعادته في صورته الأولى المركبة.

قراءة أولى لهذا المفهوم الواسع، المتعدد، المتجدد، المرتبط بمجالات حياتية مختلفة، يقود الى ضرورة الإشارة الى خمسة مفاهيم تدخل ضمن سياقات الدراسات الإعلامية والاتصالية ولكنها عرفت تحولات وتغيرات بفعل التطورات التقنية والممارسات سواء على المستوى الفردي أو الجمعي أو المؤسساتي.

أولاً: مفهوم التكنولوجيا (Technologie/Technology):

أ. لغة:

لقد اشتقت كلمة تكنولوجيا من الكلمة اليونانية "Techne" وتعني فنا أو مهارة، والكلمة اللاتينية "Texere" وتعني تركيباً أو نسيجاً، والكلمة "Logos" وتعني علماً أو دراسة، وبذلك فإن كلمة تقنيات تعني علم المهارات أو الفنون أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة¹. وبالعودة إلى الاشتقاقات اللغوية لكلمة تكنولوجيا لا نجد لها موضعاً في القواميس العربية حيث عمل المشتغلين على تعريب كلمة تكنولوجيا إلى تقنية أو تقنيات، كما يطلق عليها البعض الآخر كلمة تقانة أو تقانات².

وعرف قاموس La Rouse³ مصطلح التكنولوجيا على أنها:

Technologie: étude des outils, des procédés et des méthodes employés dans les diverses branches de l'industrie. Ensemble des termes propres à un art, à une science, à un métier.

كما عرف قاموس Oxford⁴ مصطلح التكنولوجيا على أنها:

Technology: the application of scientific knowledge for practical purposes especially in industry.

فلاحظ أن كلا التعريفين يتفقان على أن التكنولوجيا هي فن استخدام المعرفة العلمية، التطبيقية، التي تستهدف مجالات مختلفة وخصوصاً الصناعية.

ب. اصطلاحاً:

- هي المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجي، ويسيطر بواسطتها على المادة لتحقيق النتائج العملية والعلمية المرغوب فيها، وتعتبر المعرفة العلمية التي تطبق في حل

¹ - مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2004) ص 44.

² لمزيد من التفاصيل أنظر علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية (بيروت، سلسلة أطروحات الدكتوراه 53، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2005)، ص-ص 52 - 57.

³ La Rouse, Dictionnaire de Poches, (Imprime en Allemagne par GGP Media GmbH.2011),P 800.

⁴ Oxford Collections. Dictionary for students of English.(LONDON, Oxford University Press, Fifth Impression., 2003),P791

المشاكل العلمية ذات الطابع العلمي والمنتصلة بتقديم السلع والخدمات جانباً من التكنولوجيا الحديثة¹.

- يعرف "جال بيرث Brith.G" التكنولوجيا بأنها: "التطبيق المنظم للمعرفة العلمية أو أي معرفة أخرى لها نفس الطابع من أجل الوصول إلى أغراض علمية، وهي لذلك تؤدي إلى تقسيم متناه في الصغر للأعمال، وأن هذا التقسيم من شأنه أن يجعل المعرفة ممكنة وتسهيل القيام بمتطلباتها"².

- كلمة تشير بصفة عامة إلى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الانسان في توجيه شؤون الحياة، فهي بشكل عام الاستخدام المفيد المختلف في مجالات المعرفة³.

- متابعة استخدام معطيات العصر من وسائل وأجهزة ومبتكرات، وتطبيق استخداماتها الحديثة والاستفادة منها في شتى مناحي الحياة الإنسانية بما في ذلك تأثيرها في مجال المعلومات والاتصال الإعلامي بمختلف وسائله وقنواته و أجهزته⁴.

تتفق جل هذه التعريفات مع التعريفات اللغوية، على أن التكنولوجيا تستهدف أساساً تحسين حياة الانسان من خلال استثمار الوسائل التي تساهم في حل المشاكل من خلال المعرفة، التطبيق العملي والعلمي، أما اضافة الباحثة للتعريف الرابع فذلك لارتباطه بموضوع البحث حيث سيتم التركيز على قطاع أساسي من قطاعات التكنولوجيا وهو قطاع الإعلام والاتصال وما شهدته من تطورات.

ومن خلال التعريفات السابقة يؤكد العديد من الباحثين المهتمين أنه ينظر الى التكنولوجيا من خلال ثلاث معان:

- التكنولوجيا كعمليات (Processes): وتعني التطبيق النظامي للمعرفة العلمية أو معرفة منظمة لأجل مهمات أو أغراض علمية.

- التكنولوجيا كنواتج: (Products): وتعني الأدوات والأجهزة والمواد الناتجة من تطبيق المعرفة العلمية.

¹ حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية (القاهرة، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص 13.

² عبد الرؤوف الضبع، التغيير الاجتماعي (الاسكندرية، المكتبة المصرية، 2002) ص 34.

³ جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005) ص 48.

⁴ أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال والإعلام التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2005) ص 11.

- التكنولوجيا كعملية ونواتج معا: وتستعمل بهذا المعنى عندما يشير النص إلى العمليات ونواتجها معاً، مثل تقنيات الحاسوب¹.

ت. إجرائياً:

ترى الباحثة أن التكنولوجيا هي التطبيق المنظم للمعرفة العلمية، وما ينبثق عنها من وسائل وآليات وبرامج تساهم في حل المشكلات وتحسين الأداء في مجالات حياتية مختلفة.

ثانياً: مفهوم الإعلام والاتصال:

قبل التقديم التعريفي لمفهوم الإعلام والاتصال جدير بالذكر أن المصطلحين عرفا تطورات ملحوظة سواء من حيث المضمون أو الممارسة وحتى استخدام المصطلحات²، وأيضاً العودة الى الترجمة الأجنبية سواء باللغة الانجليزية أو الفرنسية تحيلنا الى معاني متعددة.

❖ مفهوم الإعلام:

ليس هناك تعريف محدد للإعلام أو العمل الإعلامي بسبب اتساع مفهومه وتداخله في الكثير من مجالات النشاط الانساني، والعلاقات الانسانية بمختلف أنواعها، ولهذا يصعب تحديد لفظة الإعلام بسبب اختلاف مناهجه وتعدد أدواره، وتباين مذاهب الباحثين فيه³.

أ. الإعلام لغة:

وفي محاولة لضبط مفهوم الإعلام يشير "إبراهيم إمام" إلى أن كلمة Communication مشتقة في الأصل من الكلمة اللاتينية "Communicate" وتعني: يذيع، أو يذيع عن طريق المشاركة الشخصية أو الجماعية أو الجماهيرية⁴.

¹ الهاشمي، مرجع سابق، ص، ص 45،46.

* مع التطور في الوسائل والثورات المتتالية في مجال الاتصالات طفت الى السطح مجموعة من المصطلحات التي يستخدمها الكثيرون بنفس الطريقة فمثلاً يشاع اليوم استخدام مصطلح الإعلام الجديد new media مرادفاً للإعلام الإلكتروني أو الإعلام الرقمي أو الإعلام الشبكي ...

³ المعجم الإعلامي، محمد جمال الفار (عمان)، دار اسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، (2010)، "مادة الإعلام"، ص، ص 26،27.

⁴ عبد الرزاق محمد الديلمي، مدخل إلى الإعلام الجديد (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص 107.

ب. اصطلاحاً:

يمكن إيراد مجموعة من التعاريف التي ترى أن الإعلام هو:

- مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات.¹
- القيام بالإرسال أو الإيصال، كما هو إعطاء وتبادل للمعلومات سواء كانت مسموعة، أو مرئية بالكلمات والجمل أو الإشارات والصور والرموز.
- جعل المعلومات التي نريد إرسالها معروفة ومفهومة لدى المرسل إليه، ولا تعتبر إعلاماً كل رسالة لا يفهم المستقبل معناها، ولا يشارك المرسل فهم رموزها.
- الإعلام هو "المنتج" أي الأنباء والبيانات وسائر مضامين ومخرجات والإعلام والأنشطة والصناعات الثقافية".
- والإعلام يدل على مضمون الرسالة، فالرسالة يمكن أن تكون إعلامية بشكل أو بآخر أي أنها تعلم عن شيء ما، لكن الإعلام يمكن أن يدل على تدفق الرسائل ذات الاتجاه الواحد من المرسل إلى المستقبل فيقال لقد أعلمني فلان.²

ت. إجرائياً:

في قراءة للتعريف السابقة يمكن القول أن الإعلام هو عملية تستهدف إيصال ونشر المعلومات من مرسل إلى مستقبل بهدف الإخبار دون الحاجة إلى وجود تفاعل في العملية الإعلامية، لكن ما يلاحظ اليوم ومع التطور الهائل في وسائل الاتصالية أنه برزت آليات جديدة يمكن من خلالها التفاعل عبر مختلف الوسائل والوسائط الإعلامية المتاحة خصوصاً في ظل زيادة عدد المستخدمين والمستهلكين لهذه التكنولوجيات الإعلامية.

❖ مفهوم الاتصال:

تعددت وتتنوع تعريفات الاتصال وفقاً لتنوع مجالات اهتمام الباحثين في هذا المجال، ومن ثم أصبح تحديد هذا المفهوم أمراً في غاية الصعوبة والتعقيد.³

¹ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل (عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015) ص 19.

² الهاشمي، مرجع سابق، ص 19.

³ محمد علي البدوي، دراسات سيميوية إعلامية (بيروت: دار النهضة العربية، ط1، 2006)، ص 14.

أ. الاتصال لغة:

كلمة الاتصال Communication مشتقة في لفظها الانجليزي من الأصل اللاتيني communis أي common، معناها مشترك فعندما نقوم بعملية اتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة communesse مع شخص أو جماعة أخرى أي أننا نحاول أن نشترك سويا في معلومات أو أفكار أو مواقف واحدة.¹

ب. اصطلاحا:

للاتصال تعريفات عدة حيث تناولت البحوث والدراسات الحديثة معنى الاتصال بمفهومه العلمي، وقد قام عدد من الباحثين والدارسين بوضع تعريفات معنى الاتصال:

- يقول الباحث الإعلامي "جورج لندرج" Lender. G: إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عادة حركات أو صور أو لغة أو شيء منبه للسلوك².
- كما يعرف "بيرلو" Berlo الاتصال على أنه: "العملية التي يتم بها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص الى آخر"³.
- كما يعرف الاتصال: "على أنه العملية الرئيسية التي تحمل بداخلها عمليات فرعية وأوجه نشاط متنوعة، وهو تفاعل بالرموز اللفظية الشخصية وغير الشخصية، بين طرفين: أحدهما مرسل والثاني مستقبل ينشأ عنه تفاعل وردود فعل إيجابية كانت أم سلبية"⁴.

ت. إجرائيا:

الاتصال هو عملية تفاعلية تبادلية بين طرفي العملية الاتصالية (مرسل/مستقبل) لمجموعة من المعلومات والأفكار من خلال قنوات اتصالية متعددة ومختلفة.

وكما تم الإشارة إليه في مصطلح الإعلام فالعملية الاتصالية هي الأخرى شهدت تحديثات وتغييرات على مستوياتها وعلى مستوى الاتصال الانساني بشكل عام، وبرزت مصطلحات جديدة صارت سمة أساسية للعملية الاتصالية من بينها: التفاعلية، اللاتزامنية وتجاوز الحدود الزمانية والمكانية واضعاف السلطة التي كان يتمتع بها المرسل بحيث أصبح الجمهور أكثر نشاطا ومشاركة في الفضاءات الاتصالية

¹ أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والإنترنت بين السياسة والتكنولوجيا (القاهرة: الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)، ص 20.

² عصام صلاح، مرجع سابق، ص 33.

³ عبد الله محمد عبد الرحمان، سسيولوجية الاتصال والإعلام (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2000)، ص 52، 51.

⁴ عبير الرحباني، الإعلام الرقمي (الإلكتروني) (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص 09.

، مما تطلب عملية إعادة مراجعة الأدبيات الكلاسيكية أو التقليدية في العملية الإعلامية والاتصالية بشكل عام سواء على مستوى: المصطلحات، النظريات، المناهج وحتى الأدوات البحثية.

ويرى الباحث "فضيل دليو" أن: "كلمتا الإعلام والاتصال قد تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر*، ولكن على العموم يمكن القول أنه إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات والأخبار والمعلومات، فإن الاتصال يستلزم الحوار ووجود العلاقات، وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية) فالإتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة)، انه يفعل الإعلام بجعله أمرا عمليا، ومن ثم فقد وجد اعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام فالإتصال أشمل وهو أكثر استعمالا حاليا في التراث الأكاديمي المتخصص".¹

من جهته الباحث "عزي عبد الرحمان" يشير إلى أن: اللغات الأجنبية ساهمت أيضا في احداث ترادف أو خلط بين الإعلام والاتصال فكلمة (Communication) باللغة الانجليزية تشير إلى الإعلام والاتصال معا كالقول (Communication Personnel) أي الاتصال الشخصي و (Mass Communication) أي الاتصال أو الإعلام الجماهيري، ويضاف حرف (S) على كلمة (Communication) فتصبح (Communications) ويقصد بذلك وسائل الاتصال مثل الهاتف والأقمار الصناعية والألياف الضوئية.

أما في اللغة الفرنسية فتضاف كلمة (Information) الى كلمة (Communication) للتمييز بين الإعلام كالقول علوم الإعلام والاتصال (Science de information et de la Communication) غير أن كلمة (Information) لا تعني بالضرورة الإعلام بل المعلومة كما في تعبيرات اللغة الانجليزية (Information Technology) أي تكنولوجيا المعلومات و (Information Society) أي مجتمع المعلومات.²

ثالثا: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

بعد التطرق إلى مفهومي التكنولوجيا، والإعلام والاتصال لابد من التطرق إلى المفهوم الناشئ عن تركيب هذه المصطلحات؛ حيث برز مصطلح يجمع بين هذين المصطلحين وهو مصطلح "تكنولوجيا الإعلام والاتصال" (على أن يتم مناقشة مصطلح الحديثة أو الجديدة بعد ضبط مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال)، حيث تجدر الإشارة إلى أن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال ورمزه (TIC, ICT)

* وهذا ما يعيدنا إلى مقولة الباحث "مارشال ماكلوهان" حين تحدث على أن الوسيلة هي الرسالة .

¹ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للعلام والاتصال (NICT/NTIC). المفهوم، الاستعمالات، الآفاق (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1

، 2010)، ص 25.

² عزي عبد الرحمان، دعوة الى فهم المصطلحات الحديثة للإعلام والاتصال (تونس: الدار المتوسطة للنشر، ط1، 2011) ص، ص 15، 16.

ليس مفهوماً وحيداً المعنى والتخصص، فهو من اهتمام عدة تخصصات: الرياضيات، الإعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الاجتماع، علم النفس، هندسة الاتصالات، الفلسفة... ولقد ظهر مفهومه في ثمانينيات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية باسم مصطلح **تكنولوجيا الإعلام** (Information Technologies) أو (IT) الناتج عن دمج الحواسيب بالخطوط الهاتفية، ثم في اليابان باسم **الكمبيوتر والاتصال** (C C) Computer and Communication، ولاحقاً في أوروبا (إسبانيا، فرنسا...) باسم (Teletemati-ca-que) و (Informati-ca-que Telecomuni-c-tion) أي الاتصالات عن بعد والإعلام الآلي، وأخيراً وبتأثير من علوم الإعلام والاتصال شاع في أوروبا المصطلح الحالي (TIC, ICT)¹.

وفيما يلي رصد لبعض التعريفات :

- تكنولوجيا الاتصال والإعلام: هي مجموعة من التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والاتصالي، الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الوسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة، المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور².

ومن خلال هذا التعريف الذي حاول أن يشير إلى العملية الإعلامية والاتصالية التي تفعل من خلال التطورات الحاصلة والتي تمثلت في هذا التعريف في الدمج بين المحتوى والحاسبات الالكترونية.

- عرفها آخرون على أنها: هي كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي والتكنولوجيات السلكية واللاسلكية، والايكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة للتكنولوجيات ذات قدرات فائقة على إنتاج وجمع وتخزين ومعالجة ونشر واسترجاع المعلومات بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معاً³.

¹ فضيل دليو، **تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، بعض تطبيقاتها** (الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع، ط1، 2014)، ص 16.

للإشارة الباحث الجزائري فضيل دليو من الباحثين الذين قدموا للمكتبة الجزائرية والعربية وطلبة علوم الإعلام والاتصال اصدارات مهمة تناولت موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال ثلاث كتب اعتمدت عليها الباحثة كمرجع مهم في انجازها لهذه الأطروحة وينصح بالعودة إليها لمعرفة تفاصيل أكثر عن طبيعة هذه التكنولوجيات خاصة من خلال رصد المفاهيم، التطورات والآفاق.

² محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير** (الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ط2011، 1)، ص 3.

³ مجاهد جمال، شدون شيبية، طارق الخليفي، **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2010)، ص 322.

نلاحظ أن هذا التعريف جاء أكثر شمولية وانسجاماً لموضوع الدراسة حيث ركز على طبيعة الدمج التي تشمل التزاوج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي والتكنولوجيات السلوكية واللاسلكية، والليكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة ذات الأشكال الجديدة للتكنولوجيات التي تتميز بقدرات فائقة في تسهيل وتيسير العملية الإعلامية والاتصالية .

ويتجه بعض الباحثين والمتخصصين إلى تحديد المفهوم وفقاً لنظرة شمولية متكاملة، متضمنة كلاً من مصطلحات التكنولوجيا، المعلومات، المجتمع معاً، حيث يرون أن التكنولوجيا وسيلة ضرورية لإنجاز المهام وتيسير تحقيق أهداف الحياة الإنسانية طبقاً لقيم كل المجتمع وتلبية رغبات الأفراد، بما يعني أن تكنولوجيا الاتصال تتضمن جوانب ثقافية وتأثيرات مجتمعية ولا تقتصر فقط على الجانب التقني فالتكنولوجيا هي جزء متكامل في مصفوفة اجتماعية أكبر¹.

أما مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والذي هو المصطلح الذي تبنته الباحثة في هذه الدراسة وبعد عمليات البحث والمطالعة فإنه لا يوجد تعريف محدد لهذا المصطلح بحيث تصنع كلمة الحديثة أو الجديدة (Nouvelle , New) الفرق في التعريفات، فنحن اليوم نعيش ثورة تكنولوجية في وسائل الإعلام والاتصال، وما يتم كتابته اليوم قد يبدو قديماً أو تقليدياً بعد مدة من الزمن مثله مثل تلك الوسائل الاتصالية التي أصبح يطلق عليها الوسائل التقليدية مثل الصحافة المكتوبة، والإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى الوسائل الجديدة ذات الدعامة الالكترونية التي أنتجت لنا نشراً الكترونياً جديداً جعل من آلية التواصل السمعي البصري عبر شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة المتلقي يحظى بفضاءات جديدة ومختلفة، وهذا ما أعطى الفرصة لبعض الباحثين ليقدموا مصطلحات ودراسات تبحث في آفاق هذه التطورات ومن ذلك ما أطلعنا عليه الباحث "بول ليفنسون Paul Levinson" في كتابه بعنوان: "أحدث وسائل الإعلام الجديدة" **New New Media** والذي صدر العام 2013*، بحيث طرح في كتابه وجهة نظر دافع من خلالها على تسمية أحدث وسائل الإعلام الجديدة بدلاً من وسائل الإعلام الاجتماعية .

¹ حافظ، مرجع سابق، ص، ص 13.12.

* صدرت النسخة العربية من الكتاب سنة 2015، ويمكن العودة إليها لمعرفة رؤية الباحث بول ليفنسون حول اشكالية المصطلحات وتحديداً تبنيه لمصطلح new new media، مزيد من التفاصيل أنظر بول ليفنسون، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترهبة ربيع (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2015)

ومن خلال جملة التعريفات والتوضيحات السابقة ترى الباحثة من خلال هذه الدراسة أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة هي: الوسائل الالكترونية أو الأجهزة القائمة على ثلاثية: الإعلام الآلي، الاتصالات عن بعد والسمعي البصري، المساعدة على نقل، تبادل وتخزين المعلومات، كما أنها شهدت تطورا على المستويين التقني والمضاميني، هادفة الى تسهيل وتيسير العملية الاتصالية بين فئات الجمهور المختلفة، ونحدها في هذه الدراسة بالوسائل التالية**، الحاسبات الإلكترونية المرتبطة بشبكة الإنترنت والمتمثلة في الحاسوب الشخصي، الألواح الذكية، الهواتف الذكية، والتي أتاحت تطبيقات وخدمات من قبيل شبكات التواصل الاجتماعي، الصحافة الإلكترونية، صحافة النقال، محركات البحث، المدونات...

كما تجدر الإشارة الى ملاحظات مهمة في سياق انجاز هذه الدراسة:

- يستخدم مفهوم تكنولوجيا الاتصال وكذلك مفهوم تكنولوجيات المعلومات في سياقات متنوعة سواء في الدول المتقدمة أم النامية فضلا عن أن كلاهما يشتمل على مدى واسع من التقنيات التي يرتبط تطورها بدرجة تطور المجتمع.
- إن استخدام كلمة حديثة في قولنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة يثير مسألة أن كلمة (الحديثة) ذات طابع نسبي فما يعد حديثا في مجتمع ما لا يعد حديثا في مجتمع آخر، والمثال على ذلك أنه في الدول النامية كثيرا ما يستخدم مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة ليشير مثلا إلى تقنيات مثل أجهزة التلفزيون والهاتف والفيديو كاسيت في حين أن هذه التقنيات ذاتها ينظر إليها في المجتمعات المتقدمة بوصفها أدوات تقليدية وليست حديثة.
- إنه في إطار المجتمع الواحد تخضع كلمة حديثة إلى إعادة تعريف بصفة مستمرة كلما حدثت تطورات أحدث في التكنولوجيا القائمة خاصة وأن التغيرات في مجال تكنولوجيا الاتصال متابعة ومستمرة¹.

** ان التطور الكبير والمتسارع الذي يشهده مجال الإعلام والاتصال يجعل من تحديد المستجدات وحصرها أمرا صعبا وعليه حاولت الباحثة تقديم ما وجدت الكثير من الأبحاث تدرجه في هذا المجال .

¹ جمال، شبيبة، الخلفي، مرجع سابق، ص 322.

مفاهيم ذات الصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

سادت في البيئة البحثية مجموعة من المصطلحات التي تتداخل وتتكامل مع مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي تعتبر هي الأخرى فضاءات مستقلة للبحث والتقيب، سعت الباحثة لإيرادها كمفاهيم ذات صلة وعلاقة بالمصطلح الرئيسي للدراسة ومن بينها:

✓ مفهوم المعلومات:

كلمة "Information" هي المقابل الانجليزي لكل من المعلومات والإعلام في العربية، وهي مشتقة من الكلمة اللاتينية "Informatich" التي كانت تعني عملية الاتصال أو ما يتم إيصاله أو تلقيه. أما تعريف المعلومات اصطلاحاً فهي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين، أو لاستعمال محدد لأغراض اتخاذ القرارات، أي البيانات التي أصبحت لها قيمة بعد تحليلها، أو تفسيرها أو تجميعها في شكل ذي معنى والتي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية وفي أي شكل¹.

وتذهب بعض البحوث والدراسات إلى أن مفهوم المعلومات يعني ثلاثة استخدامات هي:

- المعلومات كعملية أي أنها فعل الإعلام.
- المعلومات كمعرفة، وذلك ما تم إدراكه في المعلومات كعملية.
- المعلومات كشيء غير ملموس فالمعرفة والمعتقدات والآراء هي بطبيعتها أشياء غير ملموسة لا بد عن توصيلها من التعبير عنها بطريقة مادية، كإشارات أو نصوص أو اتصال، رأي نوع من هذا التعبير يشكل بالضرورة المعلومات كشيء².

✓ تكنولوجيا المعلومات: Information Technology

هو مصطلح يشيع استخدامه أكثر في تخصص المكتبات والمعلومات ويعرف على أنه البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات، وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفعالية³.

¹حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2009)، ص 22.

²الدليمي، مرجع سابق، ص 137.

³مكاوي، علم الدين، مرجع سابق، ص 36.

✓ مجتمع المعلومات : "Information society":

مفهوم حول اقتصاد عالمي لما بعد عصر الصناعة، والذي يستخدم المعلومات على أنها عمليته الرئيسية¹.

تعددت الآراء حول ظهور هذا المصطلح (مجتمع الإعلام والمعلومات)، إذ يشير عدد من الباحثين إلى أن مصطلح مجتمع الإعلام والمعلومات ظهر في الستينات على يد مارشال ماكلوهان² في كتابه "مجرة غوتنبورغ"، وعلى الرغم من أن هذه العبارة دخلت عالم النسيان، إلا أنها عادت إلى الظهور في بروكسل عام 1994، عندما عرض المحافظ الأوروبي "مارتن جامان" تقريره حول الطرق السريعة للإعلام والمعلومات.

ويرى بعض الباحثين أن مجتمع الإعلام والمعلومات، بدأ في الظهور في الخمسينات من القرن العشرين على يد "فرتز ماتشلب" الذي قام بتصنيف ثلاثين (30) صناعة وتقسيمها إلى أربعة فئات أساسية.

- الأبحاث و التطور
- التعليم
- وسائل الاتصال
- المعلومات.

ويحدد المفكر الأمريكي "ألفن توفلر" أن ملامح هذا المجتمع قد بدت عام 1956، عندما تجاوز عدد العاملين في قطاع الإعلام كل عدد العاملين في كل القطاعات الإنتاجية الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها².

✓ ثورة تكنولوجيا الاتصالات:

يقصد بها تلك التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصالات التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن العشرين والتي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثير والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد أو بين المجتمعات وهي تشمل ثلاث مجالات.

أولها: ثورة المعلومات: أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم المتمثل في الكم الهائل من المعرفة في أشكال وتخصّصات ولغات عديدة.

¹سؤدد فؤاد الألوسي، إيديولوجيا صحافة الإنترنت (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص 268.

²محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، ماهيته وخصائصه (الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2003)، ص، ص 67،68.

ثانيهما: ثورة وسائل الاتصال: المتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية مروراً بالتلفزيون والنصوص المتلفزة وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية.

ثالثهما: فهو ثورة الحاسبات الالكترونية: التي توغلت في كافة نواحي الحياة، وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها والإنترنت خير مثال على ذلك¹.

✓ الإعلام الرقمي:

الإعلام الرقمي أو الإعلام الالكتروني يعرف على أنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل اعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون، والإعلام الالكتروني هو الاشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي².

✓ الإعلام الجديد:

هناك عدة تعريفات لهذا الإعلام الذي تعددت وسائله وخصائصه مما انعكس على هذه التعريفات ومنها ما جمعه الباحث "علي خليل شقرة" في كتابه "الإعلام الجديد"³ نقلا عن مجموعة من الباحثين والمتخصصين نذكر منها اختصارا في السياق الذي يتوافق مع دراستنا ما يلي:

- اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.
- مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.
- يشير الى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة الى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.

¹ سامية محمد جابر، نعمات أحمد عثمان، الاتصال والإعلام، تكنولوجيا المعلومات (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2003)، ص، ص 107،108.

² فيصل أبو عيشة، الإعلام الالكتروني (عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط 1، 2010)، ص 276.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي (عمان: نبلاء ناشرون وموزعون، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص 54-51.

- يشير إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم.

2.6.1.1 مفهوم النخبة: ELITE

قبل وضع التعريف الاجرائي الذي تريده الباحثة في هذه الدراسة* يجب أولاً محاولة البحث والتقيب في هذا المصطلح الذي شاع استخدامه وتداوله، سواء بين الباحثين في دراساتهم الأكاديمية ومقالاتهم العلمية أو حتى بين غير المتخصصين.**

النخبة لغة:

لفظ النخبة مشتق من فعل لاتيني Elire المشتق من Éligere، وهذا الفعل كان مستخدماً في القرن 11، ويعني الانتخاب والاختيار، ثم أصبح لفظ النخبة يحمل الدلالة على الإشارة إلى عناصر مهمة في مجال ما، أو في مجتمع ما فيقال نخبة الفرسان، ونخبة العلماء ونخبة الجيش أو نخبة المجتمع.¹

و في قواميس ومعاجم اللغة العربية ورد مفهوم النخبة كما يلي:

- النخبة: المختار من كل شيء، جاء في نخبة أصحابه، خيارهم.²

* ولأن موضوع الدراسة يتناول النخب وتحديدا النخب الجزائرية، ونظرا لكثرة وتشعب التعريفات واختلافها بين المدارس والاتجاهات، وحتى السياقات الزمنية والثقافية والبيئية الاجتماعية والسياسية التي قدم فيها المصطلح وانتشر، فالباحثة ستكتفي بضبط المفهوم على المستويين اللغوي والاصطلاحي من خلال المعاجم والقواميس، ومن ثم صياغة التعريف الاجرائي وبلورته وفق ما يتطلبه موضوع الدراسة على أن يتم تخصيص فصل في محاولة لعرض أهم القضايا والإشكاليات المتعلقة بالنخبة بداية من ظهورها وتطوراتها وأهم روادها ومدارسها ثم تركيزا على النخب الجزائرية.

** وجدت الباحثة في ضبط مصطلح النخبة صعوبات كثيرة، وذلك نظرا لقلّة الدراسات الأكاديمية - حسب اطلاعها - حيث أغلب الدراسات كانت نقلا عن كتابات الباحث توماس بوتومور وترجمة لبعض مؤلفات رواد نظريات النخبة أمثال باريتو، موسكا، لاسويل، مانهايم ...، في حين الباحثين المعاصرين لم يكتبوا في هذا المجال كثيرا، واكتفوا بالنقل والترجمة أكثر من الكتابة بما يتوافق ومعطيات العصر وجاءت أغلب البحوث متخصصة في النخب المرادفة للنخب السياسية أو النخب الحاكمة وعلاقتها بالسلطة في حين الأنواع الأخرى لم تحظ بدراسات كثيرة. وربما تتفق الباحثة هنا كثيرا مع ما أورده الباحث أحمد مفلح مفلح في دراسته حول سسيولوجيا المثقفين العرب، عندما بدأ في ضبط مصطلح المثقف عنون عصره بأزمة مصطلح متحدثا على أنه: "ليس من السهولة بمكان إيجاد تعريف محدد للمثقف متفق عليه في الخطاب العربي، أو في غيره من الثقافات ... وهو ما تراه الباحثة أيضا إشكالية في تعريف النخبة، وهو ما يتوافق مع ما كتبه بوتومور في كتابه النخبة والمجتمع معنونا الفصل الأول بالنخبة: مفهوم وعقدة. لمزيد من التفاصيل حول دراسة الباحث: أحمد مفلح مفلح يمكن العودة إلى: أحمد مفلح مفلح، في سسيولوجيا المثقفين العرب، دراسة وصفية من خلال تحليل مضمون مجلة المستقبل العربي 1989، 2008. (بيروت: سلسلة اجتماعيات عربية، 3، منتدى المعارف، 2013)، ص، 48.

¹ Giovanni Busino, *Elites et élitismes*, (Alger: collection approches, casba édition, 1998), p 03.

² المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى وآخرون (تركيًا: مجمع اللغة العربية، المكتبة الإسلامية، الجزء الأول، 1982)، "مادة النخبة" ص 908.

- نخبة: المختار من كل شيء يمثل العلماء والمتقون، نخبة المجتمع، جاء في نخبة أصحابه، أي في خيارهم جمع نخب.¹

- نخبة: جمع نخب: أفضل ما يختار من شيء، نخبة القوم، النشئ، نخبة المحصول، أفضل ما يكون، صفوة، خيرة، هذا نخبة الرجال، عدد محدود من أفراد فئة أو جماعة، يمتازون على أقرانهم، يحوزون الأفضلية في مجال معين، نخبة الكتاب، مجموعة مختارة من أفضل الأشياء وأحسنها في نوعها، نخبة من الكتب، نخبة من اللوحات الزيتية². نخبة: جمع نُخب ونُخبات.

✓ من كل شئ: المختار من الأدباء؛

✓ من الناس: المنتخبون، المنتقون؛³

✓ Elite: نخبة- خيرة- زهرة- صفوة مجتمع

✓ Élitisme: نخبوية (مذهب يحبذ النخبة على حساب الجماهير)

✓ Elitaire (adj): نخبوي منقسم إلى نخبة⁴

✓ Elite: صورة- خيار -⁵

وفي المعاجم الأجنبية ورد مصطلح النخبة كما يلي:

- ✓ **Elite:** ce qu'il ya de meilleure, de plus distingué dans une société.
- ✓ **Déélite :** de premier plan ; supérieur : trieur déélite
- ✓ **Elite :** a Superior groupe
- ✓ **Elites :** pl. personnes qui occupent le premier rang par leur formation intellectuelle : les élites de la nation⁶
- ✓ **Elite:** noun top people in a group or society. Ex the country is run by elite of thirty families⁷

1 المحيط: معجم اللغة العربية، أديب اللجمي وآخرون (بيروت: المجلد الثالث (ف.ي)، ط3، 1996)، "مادة النخبة" ص 1240.

2 المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، نطوان نعمة وآخرون (بيروت: دار المشرق، ط1، 2000)، "مادة نخبة"، ص 139.

3 الرائد، معجم لغوي معاصر، جبران مسعود (بيروت: دار العلم للملايين، ط8، جوان 2001) ، ، "مادة النخبة" ، ص 1257.

4 المنهل قاموس فرنسي-عربي، سهيل المدريسي (بيروت: دار الآداب، ط2 ، 2012) ، "مادة النخبة" ، ص 447.

5 المعنى الأكبر، معجم اللغة الانجليزية الكلاسيكية والمعاصرة والحديثة، حسن سعيد الكرمي (لبنان : مكتبة لبنان، 2001)، "مادة النخبة" ص

385.

⁶ La Rouse, Op.cit, p247.

⁷York Dictionary of Government and Politics (Lebanon :York Press ,librairie du Lebanon publisher, second edition,2000) "Elite recherché ",p101

وفي قراءة لهذه التعريفات اللغوية، نجد أنها جميعاً تتفق على أن النخبة أو الصفوة كما ورد في بعضها هي فئة أو جماعة من الناس تمتلك مستوى أو مؤهلاً أو نفوذاً رفيعاً، تمارس نشاطاً معيناً وتحتل من خلاله السلطة والقيادة في مجتمعها.

✚ المفهوم الاصطلاحي من خلال المعاجم والقواميس المتخصصة:

بعد التطرق إلى المفهوم اللغوي لمصطلح النخبة، استندت الباحثة إلى مجموعة من المعاجم والقواميس المتخصصة في مجالي العلوم الاجتماعية والسياسية لتقريب المفهوم من وجهة نظر أهل التخصص باعتبار المصطلح ينتمي إلى الفرعين، ونظراً لأهميته فقد استقل تخصص يدرس هذا الموضوع وغيره من المواضيع المشتركة بين المجالين السياسي والاجتماعي يصطلح عليه بعلم الاجتماع السياسي. وفيما يلي عرض لمجموعة من التعريفات حسب ما ورد في المعاجم والقواميس التي تحصلت عليها الباحثة:

✚ مفهوم النخبة في معجم علم الاجتماع (دينكن ميشيل):

يرتبط مفهوم النخبة بتوسيع السلطة والنفوذ داخل المجتمع وتعرف بأنها: جماعة من الأشخاص يتم الاعتراف بعظمة تأثيرها، وسيطرتها على شؤون المجتمع الذي تؤلف النخبة فيه أقلية حاكمة، يمكن تمييزها عن الطبقة المحكومة وفقاً لمعيار القوة والسلطة بدلالة تمتعها بسلطان القوة والنفوذ والتأثير في المجتمع أكثر مما تتمتع به الطبقة المحكومة فيه. وذلك بسبب ما تمتلكه هذه الأقلية من مميزات القوة والخبرة في ممارسة السلطة والتنظيم داخل المجتمع الأمر الذي يؤهلها لقيادته.¹

✚ مفهوم النخبة في معجم علم الاجتماع (عبد الهادي الجوهري):

إنها جماعة أو فئة قليلة داخل المجتمع لها مكانتها الاجتماعية العالية وتؤثر على أو تحكم بعض أو كل شرائح المجتمع الأخرى.²

✚ مفهوم النخبة في معجم علم الاجتماع المعاصر (معن خليل العمر):

يشير هذا المصطلح إلى جماعة أقلية تمتلك نفوذاً أو تأثيراً على الآخرين، ويعترف بها على أنها في القمة.³

¹ معجم علم الاجتماع، دينكن ميشيل، ترجمة احسان محمد الحسن (بغداد: دار الرشيد للنشر، 1980) "مادة نخبة" ص، ص 117، 118.

² معجم علم الاجتماع عبد الهادي الجوهري، (الاسكندرية: المكتب الجماعي الحديث، 1999)، "مادة نخبة"، ص 131.

³ معجم علم الاجتماع المعاصر معن خليل العمر، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1، 2006)، "مادة نخبة" ص 209.

✚ مفهوم النخبة في قاموس علم الاجتماع (محمد عاطف غيث):

تشير إلى جماعة من الأشخاص يمثلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين، ويستخدم المصطلح بالتحديد للإشارة على النفوذ الذي تمارسه هذه الجماعة وبخاصة القلة الحاكمة في مجال محدد.¹

✚ مفهوم النخبة في قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية (مصلح الصالح):

- طبقة من الأشخاص بلغوا الحد الأعلى أو الرقم القياسي في مجال نشاطهم.
- لجماعة التي تمتلك مراكز التفوق والسمو في المجتمع.
- جماعة في المجتمع تمتلك مراكز في مجال معين في مجالات التفوق والسمو.
- جماعة من الفاعلين يملكون السلطة.
- الأشخاص الأعلى الذين لديهم السلطة والقوة في جماعة.
- أقلية فعالة ومسئولة هيأت لخدمة الأكثرية بطريقة مقيمة اجتماعيا الأشخاص الذين يحصلون على الدخل الأكبر والتميز الأكبر والأمن الأكبر في المجتمع.
- الأشخاص الذين يؤدون الوظائف الأكبر أهمية في المجتمع.²

✚ مفهوم النخبة في معجم المؤلفات السياسية (فرنسوا ستاتيليه وآخرون):

إن النخبة هي الاسم المعطى لطبقة أولئك الذين لديهم النسب الأكثر ارتفاعاً في الفرع الذي يمارسون فيه نشاطهم.³

✚ مفهوم النخبة في موسوعة العلوم السياسية (ناظم عبد الواحد الجاسور):

مجموعة من الأفراد أو فئة يعترف بعظمتها في التأثير والسيطرة على شؤون المجتمع، وأول من كتب في النخبة المفكر الايطالي باريتو، حيث أكد بأن النخبة هي الطبقة الحاكمة التي تشكل الأقلية من أبناء الشعب، والتي تتميز عن غيرها من الطبقات بالقوة والنفوذ.⁴

وبالعودة الى المفاهيم التي تبنتها المعاجم والقواميس، فإنها لا تختلف عن ما ورد في السياقات اللغوية للمصطلح من تأكيد على أن النخبة ما هي إلا: فئة أو أقلية من أفراد المجتمع - توجد في القمة -

¹ قاموس علم الاجتماع، محمد عاطف غيث (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2005)، "مادة نخبة" ص، ص 154، 155.

² قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي، عربي مع التعريف وشرح المصطلحات، مصلح الصالح الشامل (المملكة العربية السعودية: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1999)، "مادة نخبة"، ص 185

³ معجم المؤلفات السياسية، فرنسوا ستاتيليه، اوليفيه دوهاميل، ايفلين بيزيه، ترجمة عرب صاصيلا (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 1997)، "مادة نخبة"، ص 140.

⁴ موسوعة علم السياسة، ناظم عبد الواحد الجاسور (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، 2009)، "مادة نخبة"، ص 354

وتسيطر سواء في مجالها أو في مجتمعها من خلال امتلاكها لمجموعة من الخصائص التي تميزها عن الأكثرية على غرار النفوذ، القوة ...

■ التعريف الاجرائي للنخبة:

هي فئة أو أقلية متميزة عن غيرها من أفراد المجتمع الجزائري بخصائص من قبيل: المستويات الوظيفية أو العلمية وتمتلك سلطة ونفوذا في الفرع أو المجال الذي تنتمي اليه مما يؤهلها ويمكنها من اتخاذ القرارات والتأثير في مختلف جوانب الشأن العام (سياسيا، اجتماعيا، اعلاميا، اقتصاديا، ثقافيا.... وذلك حسب مجالها)، ونظرا لتعددية المجالات وتنوعها وصعوبة الاحاطة بجميع مفردات النخب الجزائرية فسيتم حصرها في هذه الدراسة بأربع أنواع أساسية* وهي: النخبة السياسية، النخبة الدينية النخبة الإعلامية، النخبة الأكاديمية.

✚ مفاهيم ذات الصلة بالنخبة: يرتبط مفهوم النخبة بمجموعة من المفاهيم التي قد تبدو متشابهة

تصل إلى حد الاستخدام المترادف، مما يستدعي ضرورة توضيح البعض منها:

✓ النخبة والصفوة:

أول ما بدأت الباحثة العمل على موضوع الأطروحة والبحث في مصطلح النخبة كثيرا ما تصادفت مع عديد كتب العلوم الاجتماعية والسياسية التي تستخدم مصطلحين هما: الصفوة وأحيانا النخبة على اعتبار أنهما مترادفين ومن أمثلة ذلك حصول الباحثة على كتابين مترجمين لنفس المؤلف وهو كتاب Elite and Society للباحث توماس بوتومور Bottomore، الذي يعتبر من بين أشهر الباحثين الذين كتبوا في موضوع النخبة، الكتاب الأول بعنوان الصفوة والمجتمع ترجمة الباحث "محمد الجوهري" ومجموعة من الباحثين والصادر بالقاهرة عن دار المعارف سنة 1978، أما الكتاب الثاني فهو بعنوان النخبة والمجتمع ترجمة الباحث "جورج جا" والصادر عن المؤسسة العربية للدراسات والنشر ببيروت سنة 1988 بحيث جاءت محتويات الكتابين متقاربة وحاملة لأفكار متشابهة مختلفة فقط في مصطلحي النخبة والصفوة.

* سيتم تقديم شروحات حول كيفية اختيار أنواع النخب عينة الدراسة ومفهوم كل واحدة في المبحث الثاني من هذا الفصل من خلال عنصر مجتمع وعينة الدراسة.

وكما ورد في التعريفات اللغوية فإن مصطلح النخبة يقابله في اللغتين الفرنسية والانجليزية مصطلح واحد: Elite، والذي قابله الكثير من الباحثين بمصطلح النخبة.

للإشارة وكما جاء في دراسة الباحث "فضيل حضري" فقد برزت في أدبيات التراث العربي مؤلفات ضخمة استخدمت هذا المفهوم على غرار مؤلف "صفة الصفوة" لابن القيم الجوزية، وكتاب "صفوة التصوف" للمقدسي، وكلّ ما تدل عليه كتابات العلماء المسلمين في استعمالهم لمفهوم النخبة والصفوة أن هناك فرق بين المفهومين، ويمكن القول من أجل توضيح الصورة أكثر أن مفهومي النخبة والصفوة في المجال الاجتماعي تتقابل مع مفهومي "الأرستقراطية" و"البرجوازية" في المجال السياسي، فالصفوة التي تبدو ذات طابع معياري تقابلها الأرستقراطية، بينما النخبة التي تبدو ذات طابع مادي فتقابلها البرجوازية، ولعل هذا الذي أشار إليه باريتو في كتابه **العقل والمجتمع**، المجلد الثالث، ص 1430 حينما قال أنه " كان على الارستقراطيات العسكرية والدينية والتجارية أن تشكل جزءاً من النخبة الحاكمة"¹.

ومن الباحثين من يشير الى أن الصفوة هي نخبة النخبة، وإن كانت التعريفات المختلفة لا تميز بدقة بين الصفوة والنخبة، فالقرآن الكريم مثلاً يشير الى الرسل والأنبياء على أنهم صفوة حيث يتم ذكرهم بكلمة **اصطفى** للتدليل على امتلاك النبي خصائص متميزة ومنفردة في وسطه الاجتماعي.²

✓ النخبة والطبقة:

يميز الباحثين بين مصطلحي النخبة والطبقة، في أن نظرية النخبة جاءت رداً على المفهوم الماركسي عن الطبقات وتقنيها للمقولة الماركسية بأن المجتمعات الرأسمالية تعرف طبقات محددة دائمة ووراثية، حيث قال النخبويون إن هذه المجتمعات تعرف حركة اجتماعية تسمح بالدخول والخروج منها بسهولة من خلال عمليات الارتقاء الاجتماعي داخل السلم الاجتماعي.³

¹ حضري فضيل، تشكل النخبة الدينية في الجزائر، دراسة ميدانية بمنطقة تلمسان، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع غير منشورة (جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2012/2013)، ص 53، 52.

² محمد لعقاب، قضايا ساخنة في الإعلام والسياسة والثقافة (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص 189.

³ موريس دوفرجه، علم اجتماع السياسية. تر سليم حداد (لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 1991)، 161.

ولتفصيل أكثر يمكن الرجوع الى نفس المرجع واستكمال من ص161 الى ص 171، كما يمكن العودة أيضا الى كتابات بوتومور في هذا الشأن حيث كتب فصلا كاملا بعنوان من الطبقة الحاكمة الى نخبة السلطة وقدم فيه شروحات مهمة عن نظرية الطبقة الماركسية والانتقال الى النظرية النخبوية، أنظر في هذا السياق ت بوتومور، **النخبة والمجتمع**. تر جورج جحا (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1988، 2)، ص 23 الى ص 46.

الاختلاف بين الطبقة والنخبة أيضا يعتمد بشكل واسع على حقيقة أن الطبقات تتحدد في سياق الموقع الاقتصادي والنفوذ، بينما قد تتحدد النخبة لا على أساس القاعدة الاقتصادية وفي الواقع تمثل النخبة الحاكمة في بعض الأحيان مقطعاً من الطبقة المسيطرة ضمن النفوذ السياسي.¹

✓ النخبة والمتقف:

بين النخبة والمتقف اشكالية اصطلاحية أخرى نجدها تطفو إلى السطح، فكثيرون هم الذين يطلقون على بعض الأشخاص أو الفئات نخبة بمعنى متقف أو العكس، وأصبحت تطالعنا اليوم الكتب والمقالات خاصة الصحفية على مصطلح يجمع بين الاثنين وهي **النخبة المتقفة**. من جهتم الباحثين أصدروا عشرات الكتب والعناوين* التي تتحدث عن المتقف وإشكالية الثقافة وعلاقة المتقف بمجتمعه ومن حوله، وآخرون رجعوا بكتابتهم الى ما يسمى بالمراجعات سواء للمصطلح أو للبيئة التي يدور في فلكها، فالباحث الفرنسي جيرار ليكلرك (Gérard Leclerc) أصدر العام 2003 كتابا تحت عنوان **سسيولوجيا المتقفين** أشار في مقدمة كتابه الى: "أنها قضية مفروغ منها: لقد مر أكثر من قرن على وجود المتقفين...، كما استطرده بالحديث عن هذه الفئة قائلا: "يبدو المتقف جزءا من الفئات الاجتماعية الاشكالية التي لا نعتبرها طبقات ولا يمكن اعتبارها من المهن، فالعمال والموظفون والمزارعون ينتمون الى عالم العمل كما يشكل الأطباء والصحفيون والمحامون جزءا من عالم الوظائف، أما وضعية المتقف فهي ليست شكلا من اشكال العمل، ولا هي مهنة فهل يكون المتقفون طبقة اجتماعية، فئة يمكن احصاؤها، شبكة من المتجانسات؟ هل يشكل المتقفون شبكة مجموعة محدودة المعالم متجانسة ويمكن تعريفها بسهولة؟ هل يستجيب المتقفون لوظيفة -يمكن ان نطلق عليها هنا اسم الوظيفة الذهنية -محددة جدا؟ أو هل يقومون بنماذج متعددة من الأنشطة الاجتماعية ذات الطابع السياسي الثقافي..."²

الباحث ليكلرك أورد أيضا في كتابه أن علماء الاجتماع الأمريكيون هم أول من حاول تقديم تحليل منظم تناول طبيعة المتقف ووظيفته ومن بينهم الباحث ليبست **Lipst** الذي وصف العام 1959 المتقفين

¹ خليل العمر، مرجع سابق، ص 209.

* ولأن الموضوع لا يبحث في اشكالية المتقفين، وإنما الحديث عنه جاء في سياق التفريق بينه وبين النخبة، ولزيد من التفاصيل يمكن العودة الى مجموعة من الكتب ومن أمثلة ذلك: محمد الشيخ: المتقف والسلطة 1991. محمد عبد الجابري: المتقفون في الحضارة العربية 1996، علي حرب: أوهام النخبة 1996، ادوار سعيد: صورة المتقف 1996، وأيضا ما كتبه جون بول سارتر في كتابه دفاع عن المتقفين، ومن الذين كتبوا كثيرا عن المتقفين أنطونيو غرامشي من خلال تقسيمه المتقف الى متقف تقليدي، وعضوي ومن كتبه من دفاتر السجن.

² جيرار ليكلرك، سسيولوجيا المتقفين، تر جورج كنورة (بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، 2008)، ص 11، 12.

بكل "من يبدع ويوزع ويمارس الثقافة أي العالم الرمزي الخاص بالإنسانية والذي يتضمن العلم والفن والدين".¹

ولما كان المثقفون لا يمثلون طبقة، فهم إذن نخبة وهذا ما تمت تسميتهم به من قبل "توماس بوتومور" 1964 و "بروم و سيسلزنك" 1977، اللذين قصدا بها أقلية من الأفراد يستطيعون التأثير على مناسبات مؤسسات المجتمع الحديث مثل المؤسسة السياسية والإدارية والاقتصادية والعسكرية، وهذا يعني أنهم نخبة مثقفة وليس طبقة، علماً أن النخبة لا تجمعهم فرص معاشيه واحدة، ولا نفوذ واحد ولا يمارسون تأثيراً على المجتمع.²

ويبرز الاختلاف بين المثقف والنخبة خصوصاً الدينية منها فيما قاله ريمون آرون R. Aron في تمييزه بين المثقف وكل من له علاقة بالمجال الديني حينما يكتب "لقد ظل المثقفون طوال التاريخ يخدمون من يقدم لهم قوتهم اليومي، لقد ظلوا دائماً رفاق رجال الدين طالما أن رجال الدين هم المسيطرون على الحكم... وهو بذلك ينفي صفة المثقف على كل عنصر من عناصر النخبة الدينية".³

✓ النخبة والأنتجنسيا: (Intelligentsia)

تعدد وتنوع المفهوم حسب المدارس الفكرية والاجتماعية، لكن ما يجب الإشارة إليه أنه ظهر في روسيا حيث استخدم في منتصف القرن التاسع عشر، حينما كانت الطبقة العليا في روسيا منقسمة إلى قسمين: البيروقراطية الحاكمة من جهة، وصفوة المثقفين التي تتألف أساساً من المتخصصين في الفنون وأصحاب المهن العليا وبعدها امتد استخدامها إلى بلدان أخرى في أوروبا واتسع نطاق استخدامه وأصبح يشير إلى المثقفين الذين يتبنون آراء راديكالية تناهض النظم السياسية الأوتوقراطية.⁴

الأنتجنسيا هي طبقة أو فئة اجتماعية تعنى بالإنتاج والإبداع وممارسة الفكر. بمعنى أنها طبقة من المثقفين المتتورين. وتشمل الأساتذة، والمبدعين، والمفكرين، والفنانين. وفي القرن الواحد والعشرين يطلق هذا المفهوم على النخبة المثقفة الوطنية القريبة من السلطة التي تسير حقلاً علمياً أو أدبياً أو فنياً. ولها دور وساطي وتثويري مهم داخل المجتمع.⁵

¹ المرجع نفسه، ص 17

² حضري، مرجع سابق، ص 54.

³ المرجع نفسه، ص 54.

⁴ محمد لعقاب، (قضايا)، مرجع سابق، ص 190

⁵ جميل حمداوي، سسيولوجيا النخب. النخبة المغربية أنموذجاً (حقوق الطبع محفوظة للمؤلف، ط1، 2015 الكتاب متاح على موقع الألوكة

ص.5. (www.alukah.net)

وحسب مختلف التعريفات فان الأنتلجنسيا هي: "صفوة الصفوة، وتتميز بكونها تعطي ولائها للأفكار وللمعرفة وتمثل الجانب الخلاق في الفكر الاجتماعي والسياسي، فهي تراقب، تدرس، تتأمل، تنتظر، تحلل، وتتشغل نقدياً بالأفكار والقيم والتصورات الإيديولوجية التي تتعدى المشاغل والمقاصد العملية المباشرة، أي أن الرجل الأنتلجنسيا أعلى مستوى في اهتماماته من المثقف والمفكر"¹.

✓ النخبة والمفكرين:

المفكر هو ذلك المثقف الذي تجاوز نطاق تخصصه في مجال الانتاج الثقافي ليلبغ درجة التنظير والتحليل والاستشراف المستقبلي ليس فكريا وحضاريا فحسب بل سياسيا أيضا².

✓ النخبة والتقنوقراط أو التقنوقراطية:

شكل من أشكال الحكومة. ويقصد بها حكومة التقنية أو حكومة الكفاءات. وتتشكل هذه الحكومة الأقلية من النخبة العلمية الفنية المثقفة، وهي حكومة متخصصة في الاقتصاد والصناعة والتجارة والإعلاميات والهندسة وغالبا ما تكون غير حزبية³.

✓ النخبة والأوليغارشية: (Oligarchy) أو (الأوليغاركية)

يقصد بها حكم الأقلية أو هي فئة صغيرة من المجتمع تسيطر على مقاليد الحكم، وتتميز بالحسب والنسب والنفوذ والثروة، والسلطة العسكرية. ويرادفها في القرآن لفظ (المالئ).و غالبا ، ما تحكم الحكومات الأوليغارشية عائلات وراثية ذات النفوذ المالي والسياسي والعسكري. ويعد أفلاطون أول من أشار إلى النخبة الأوليغارشية في كتابه (الجمهورية)، عندما صنف أنظمة الحكم إلى ثلاثة: الدولة المثالية (الجمهورية)، والدولة الديمقراطية، والدولة الأوليغارشية. وتبعه في ذلك تلميذه أرسطو الذي قسم الدول في كتابه (السياسة) إلى ستة أصناف: ثلاثة تحترم القانون وتتقيد به، وثلاثة لا تلتزم بالقانون، ومنها حكم الأوليغارشية. ومن ثم فالأوليغارشية عند أرسطو هي حكومة الأثرياء، لأنها تتمتع بسلطة المال والثروة والجاه والملكية الخاصة⁴.

يُجمع مفكرو النخبة على أن النخبة هي أقلية، وهذا ما خلق تداخلا بين مفهوم النخبة ومفهوم الأوليغارشية أي حكم الأقلية، فالنخبة الحاكمة هي أقلية حاكمة، ولكن ليست كل أقلية حاكمة هي

¹ محمد لعقاب، (قضايا)، مرجع سابق، ص 190

² محمد لعقاب، (قضايا)، مرجع سابق، ص 186.

³ حمداوي، مرجع سابق، ص 5.

⁴ المرجع نفسه، ص 6.

بالضرورة نخبة، أو تخضع في تحليلها لنظرية النخبة، فقد تكون هذه الأقلية حكماً استبدادياً أو قلة عسكرية تسيطر على مقاليد الأمور.¹

نظرية النخبة تريد أن تقول أنه يوجد نظام سياسي يعتمد على آلية التوفيق بين النظم الأوليغارشية من خلال مبدأ حكم الأقلية، وبين النظم الديمقراطية من خلال المعاصرة كما يرى أصحاب نظرية النخبة محكومة من طرف الأقلية، لكن هذه الأقلية تحظى برضا الشعب، وتحترم قيم الممارسة الديمقراطية بمفهومها المعاصر.²

✓ النخبة والجماهير:

يمكن تفسير الاختلافات في تحديد النخب بتمايز جماعات النخبة من مجتمع إلى آخر في أصولها وثقافتها وتوجهاتها، ولكن على الرغم من هذه الاختلافات إلا أن القاسم المشترك بينهما يكمن في أن المصطلح يفيد في دلالاته الأولى الإشارة القلة الأكثر مكانةً وتأثيراً في المجتمع في مختلف الميادين ويمكن أن نستدل هنا بالتوافق الشديد بين بعض التصورات الإسلامية والغربية، فقد كان "ألكسيس دوتو كفيل" يعتبر من النخبة نقيض للجماهير، لأن الأولى منظمة ومتجانسة ومؤهلة للقيادة ولضمان الحقوق والحريات للجماهير، وهذا الطرح يبدوا بأن الفقيه في كتابه "مختصر كتاب البلدان" عندما ذكر بأنه خارج مجموعة "الخاصة" (النخبة بالتعبير الإسلامي) توجد الكثير من "الجماهير" العامة التي لا هم لها إلا إشباع حاجاتها الطبيعية.³

ويذهب المفكر الإسلامي "أبو الأعلى المودودي" إلى الكشف عن اتفاقه مع المفكرين الأوربيين من دعاة النخبوية الذين كانوا من المعارضين لفكرة أن الجماهير (العامة) بإمكانها أن تلعب دوراً خلاقاً في التاريخ بمعزل عن قيادة نخبة نشيطة وفعالة، عندما توجه إلى التأكيد على أهمية الدور الذي تلعبه النخبة في المجتمع بقوله "إن القوة الحقيقية في الأمة لا تكمن في العامة ولكن في صفوتها التي تمتلك القدرة على فرض النظام الصالح أو تتسبب في حدوث انهيار بالفوضى والتفكك".⁴

¹ إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي (عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998)، ص 149.

² المرجع نفسه، ص 150.

³ عبد النور خيثر، تطور القيادات للثورة التحريرية (1954-1962)، أطروحة دكتوراه في التاريخ المعاصر غير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2005/2006)، ص 16.

⁴ المرجع نفسه، ص 17.

3.6.1.1 Uses and Gratification :الإشباعات والاستخدامات

ارتبط مفهوم الاستخدامات والإشباعات بواحدة من بين أهم نظريات علوم الإعلام والاتصال، بحيث ساد هذا المفهوم في العديد من الأدبيات والدراسات الإعلامية، التي كانت في بدايتها تبحث عن مدى تأثير وسائل الإعلام في الجمهور "ce que les médias font aux gens"، لتتغير الواجهة وتتطور بحوث الإعلام والاتصال مركزة في مرحلة متقدمة من تطور علوم الإعلام والاتصال على الجمهور أو المستخدم كما يصطلح عليه User وتحول السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام. " ce que font les gens avec médias" ?

وفيما يلي عرض لمفهوم الاستخدامات والإشباعات، مع ملاحظة أنه سيتم تخصيص الفصل النظرية للمقاربة النظرية التي ستقدم معلومات أكثر تفصيلا عن نظرية الاستخدامات والإشباعات منذ ظهورها الى تطوراتها.

أولاً: مفهوم الاستخدام:

أ. لغة:

استخدام (خ د م): استخدم، استخدماً أي اتخذته خادماً، طلب منه أن يخدمه، استخدمه الآخر طلب منه خادماً.¹

ب. اصطلاحاً:

يشير الباحث عبد الوهاب بوخنوفة² إلى أن مفهوم الاستخدام (Usage) ظهر في القرن 17 وهو يحيل منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره، ويتمثل استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة او تطبيقية لتلبية حاجة ما ،وفي دراسات الاستخدامات فإن موضوع الاستخدام يشير إلى ممارسة، كما يحيل إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات، وهو نفس الكلام الذي نجده واردا في قاموس "La Rousse":

Usage : Action, fait de se servir de ch. Pratique habituellement observée dans un groupe, une société³

¹الرائد معجم ألفبائي في اللغة العربية، جبران مسعود (بيروت، دار العلم للملايين، ط3، 2005)، "مادة استخدم"، ص.69.

²عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التمثل والاستخدامات، دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ والاولياء في الجزائر، اطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2006 / 2007)، ص. 50.

³ Le Petit Larousse Illustré 2017, (France, imprimé par Pollina, 2016) "recherche : usage ", p.1189 .

ترى الباحثة أن أبحاث الاستخدام المعاصرة والاهتمام بها تدين إلى كتابات الباحث "برولكس" Serge Proulx في حد علمها واطلاعها - حيث تستعرض بعض الفقرات التي وردت في مقال له نشر سنة 2005 بعنوان:

"Penser les usages des technologies de l'information et de la communication Aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances ":

".... On trouve dans le dictionnaire Robert de sociologie (1999), deux sens principaux à la notion d'usage. En premier lieu, cette notion renvoie à la « pratique sociale que l'ancienneté ou la fréquence rend normale dans une culture donnée », sens proche donc du terme de mœurs, les pratiques étant ici « vécues comme naturelles ». En second lieu, les auteurs du dictionnaire de sociologie spécifient que l'usage renvoie à « l'utilisation d'un objet, naturel ou symbolique, à des fins particulières ». On pense ici aux usages sociaux d'un bien, d'un instrument, d'un objet pour mettre en relief « les significations culturelles complexes de ces conduites de la vie quotidienne ». C'est assurément ce deuxième sens qui est utilisé dans le contexte des études d'usages des TIC nous pouvons dégager une définition de l'usage qui sort du cadre individuel considéré jusqu'ici Ainsi, les *usages sociaux* sont définis comme les patterns d'usages d'individus ou de collectifs d'individus (strates, catégories, classes) qui s'avèrent relativement stabilisés sur une période historique plus ou moins longue, à l'échelle d'ensembles sociaux plus larges (groupes, communautés, sociétés, civilisations....¹.

وترجمة لما ورد من أفكار الباحث "برولكس" فإن إشكالية مصطلح الاستخدام تشير بعد استعراضه ل ما ورد في قاموس "Robert de Sociologie" إلى الطابع الاجتماعي الذي يحيلنا إلى الممارسات الفردية أو الجماعية ذات المدلول الثقافي ذو البعد المركب والذي يقود ممارساتنا اليومية خلال فترات زمنية تختلف باختلاف الممارسات والمجتمعات ،هذه الممارسات التي ترتبط اليوم أساسا بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة بحيث انتقل من الحديث عن الاستخدام الفردي إلى الحديث عن الاستخدام الاجتماعي.

¹ لمزيد من التفاصيل أنظر :

Serge Proulx , " Penser les usages des technologies de l'information et de la communication Aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances". Texte publié in Lise Vieira et Nathalie Pinède, édés, Enjeux et usages des TIC : **aspects sociaux et culturels** (Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, Tome 1,2005), p p 7–20.

وهذا ما يتفق معه أيضا الباحث "لاكروا Lacroix"، حيث اقترح تعريفا لمفهوم الاستخدام يقول فيه "إن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيد إنتاج نفسها، وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها".¹

ويربط مفهوم الاستخدام بوسائل الإعلام والاتصال يقودنا هذا المفهوم أيضا إلى معنى: ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية؟ وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية والسياسية-تقنية والاقتصادية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر صيرورة الاستخدام، حيث يشير الباحث "عبد الوهاب بوخوفة" إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا، تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته.²

ت. التعريف الاجرائي:

تقصد الباحثة بالاستخدام في هذه الدراسة هو كيفية إقبال وتعرض النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، أي عادات وأنماط تعرضهم لهذه التكنولوجيات في ضوء المعطيات الديموغرافية أو العوامل الشخصية التي تم تحديدها على مستوى الدراسة.

ثانيا: مفهوم الاشباع:

أ. لغة:

الإشباع في اللغة مأخوذة من الشبع (فتح الشين وفتح الباء)، والشبع (بكسر الشين) أشبع يشبع إشباعا فهو مشبع، أشبعه طعاما حتى شبع: وتدل على امتلاء في الأكل وغيره، أشبعه ضربا وركلا: ضربه ضربا شديدا، وثوب يشبع الغزل أي كثير، أشبع الكلام: أحكمه، ورجل شبيع العقل أي وافره،

¹ بوخوفة (المدرسة)، مرجع سابق، ص 50.

² عبد الوهاب بوخوفة، "الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات"، مجلة اتحاد الأذاعات والدول العربية، ع. 2، 2007، ص ص 69-

أشبع نهمه العلمي: أكثر من البحث والقراءة ما من درس يحفظه إلا يشبعه حفظاً: يحفظه عن ظهر قلب، أشبع فضوله أرضاه، أشبع رغبته، نال ما يكفيه.¹

ب. إصطلاحاً:

بالبحث في المعاجم والقواميس المختصة في مجال الإعلام على اعتبار أن المصطلح خاص بوسائل الإعلام والاتصال نجدها تحيلنا مباشرة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، أو تعيدنا إلى الجانب النفسي والاجتماعي، فنجد مثلاً في المعجم الإعلامي الباحث "محمد منير حجاب" يتبنى تعريف علماء النفس وتحديد نظريات التحليل النفسي التي تشير إلى أن الإشباع يعني: "خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساساً بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفضاً للتنبيه كأنه لذة، أي أن الإشباع يمكن تعريفه على أنه أرضاء رغبة، أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضاً على الحال التي يتم فيها ذلك"².

ث. التعريف الإجرائي:

هي النتائج المحققة أو الحصيلة النهائية لتعرض النخب الجزائرية عينة الدراسة واستخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال أو هي الهدف الذي تسعى إليه النخب الجزائرية عينة الدراسة لتحقيقه من خلال اقبالها على استخدام التكنولوجيات الحديثة للعلام والاتصال تلبية للحاجات وتحقيقاً للرغبات.

¹ اللسان العربي الصغير قاموس عربي، عبد الهادي ثابت (قسنطينة: دار الهداية، 2001) ص. 217 وقاموس المعاني (قاموس إلكتروني وهو تطبيق أيضاً على الهاتف يقوم بترجمة الكلمات من اللغة العربية إلى العربية في www.alamaany.com/ar/dict/ar-ar/ يوم 2017/08/31 سا 9:40).

² المعجم الإعلامي، محمد منير حجاب (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الجزء الأول، 2004) (مادة إشباع"، ص، ص47، 48).

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

1.2.1 نوع الدراسة ومنهجها:

بما أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف ووصف كيفية استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، ومدى تفاعلها معها اجتماعيا ووظيفيا، فإنها تندرج ضمن **البحوث الوصفية** التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع بقصد الوصول الى استنتاجات منطقية مفيدة¹، إذ من الضروري أن يصور الباحث الظاهرة التي يبحثها تصويراً دقيقاً سواء كانت هذه الظاهرة موضوعاً أو موقفاً أو مجتمعاً فالحصول على البيانات هو وصف هذا المجتمع، وينبغي على الباحث ألا يقوم بمجرد الوصف، بل عليه أن يستخلص الدلالات والمعاني المختلفة التي تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي أمكن الحصول عليها، وهذا بالطبع يدفعه إلى ربط بعض الظواهر ببعضها واكتشاف العلاقة بين المتغيرات وإعطاء ذلك التفسير الملائم².

والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو **المنهج المسحي (Servey Methodology)** الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها، وطرق الحصول عليها من هذا المنهج³.

ومتابعة للدراسات السابقة تم الوقوف على مدى اعتمادها على منهج المسح، وهذا ربما لما يتمتع به من يسر في التطبيق، كما أنه لا يكتف فقط بمعرفة لماذا وقعت الظاهرة أو أسبابها، وإنما يتعداها الى التفسير والشروحات وفي ضوء هذا فان المنهج المسحي سيساهم في هذه الدراسة في تقديم المعلومات حول النخب الجزائرية واستخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وكذا محاولة تشخيص ومعرفة

¹مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبويك، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية** (الاسكندرية، دار الوفاء، 2007)، ص 95.

²غادة عبد التواب اليماني، **بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي، البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي** (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية طبع ونشر وتوزيع، 2014)، ص، ص 31، 30.

³**الموسوعة الإعلامية**، محمد منير حجاب (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد السادس، 2003)، "مادة المناهج"، ص. 2316.

الظروف المحيطة بهذا الاستخدام، ومنه إمكانية تقديم تفسير للأدوار والوظائف التي تساهم بها هذه التكنولوجيات تجاه النخب وعلاقتها بمجتمعها وفي الأخير الوصول الى أهم الاستنتاجات.

2.2.1 مجالات البحث:

لكل بحث مجالات ثلاثة رئيسية هي: المجال الجغرافي، المجال البشري والمجال الزمني، أما المجال الجغرافي (المكاني) فإنه يعني تحديد المنطقة التي ستجري فيها الدراسة ، في حين أن المجال البشري يتكون من أفراد أو جماعات أو منظمات بناء على موضوع الدراسة، بينما المجال الزمني للبحث يقصد به الوقت الذي يتوقع أن يستغرقه إعداد البحث بأكمله مع تخصيص فترات زمنية محددة يشار إليها للانتهاء من كل مرحلة أساسية من مراحله¹، وعليه جاءت مجالات هذه الدراسة على النحو التالي:

1.2.2.1 المجال الجغرافي أو المكاني:

تمثل في هذه الدراسة في مجموعة من المؤسسات التي اعتبرت وجهة أساسية لإنجاز الدراسة وخاصة في اطارها التطبيقي العديد منها كان على مستوى الجزائر العاصمة باعتبارها العاصمة السياسية والاقتصادية ومقرا لمختلف الهيئات الرسمية و الإعلامية، كما أنها تتواجد بها أغلب القيادات الفاعلة على مستوى الساحة الجزائرية، حيث كانت للباحثة زيارات الى مجموعة من المؤسسات الجامعية، مقرات بعض الأحزاب السياسية، مبنى البرلمان الجزائري، مقرات بعض المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة، مقرات بعض الجمعيات الدينية والمؤسسات الدينية الرسمية، اضافة الى حضور الباحثة لبعض الملتقيات الوطنية والدولية والتي كانت فرصة للالتقاء بمفردات البحث (أنظر الملاحق).

2.2.2.1 المجال الزمني:

وهي الفترة التي استغرقها انجاز هذه الدراسة (والتي طالت مدتها الزمنية نوعا ما مقارنة بسنة التسجيل وذلك لمجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية)، حيث سنكتفي بالإشارة إلى الاطار الزمني للاستبيان منذ انجازه مرورا بإجراءات الصدق والثبات وانتهاء بالتوزيع النهائي والاسترجاع حيث استغرق

¹وقفي السيد الامام، البحث العلمي. اعداد مشروع البحث والكتابة التقرير النهائي (جمهورية مصر العربية: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط2011، ص62.

الأمر حوالي السنتين أين امتدت الفترة منذ نهاية شهر سبتمبر 2015 الى غاية نهاية شهر ديسمبر 2016.

3.2.2.1 المجال البشري:

هم أعضاء النخب الجزائرية عينة الدراسة أين سيتم التفصيل في هذا العنصر على مستوى مجتمع الدراسة.

3.2.1 مجتمع البحث وعينته:

إن مجتمع البحث هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي¹، وفي هذه الدراسة الموسومة باستخدامات النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، فإن مجتمع البحث هو كل النخب الجزائرية، واعتماد مصطلح نخب بالجمع بدل نخبة بالمفرد يدل على تعدد أنواعها من جهة وكبر حجمها من جهة ثانية، وكما ورد في التعريفات المنهجية السابقة فإن النخب تتنوع وتتعدد تبعاً لمجالات وجودها وانتمائها، وعليه فمجتمع الدراسة يتمثل في كل المفردات التي يمكن أن تنتمي الى اطار النخب، ويمكن تحديد مجموعة من الخصائص المميزة لها على غرار:

- اتساع مجالات النخب وتنوعها (سياسية، أكاديمية، عسكرية، دينية، رياضية، فنية، اقتصادية...)
- مما يجعل من الصعب ضبط مفرداتها أو القدرة على متابعة جميع فئاتها والتي تتعدد خلفياتها المعرفية والثقافية وحتى الأطر الاجتماعية والاقتصادية التي تنحدر منها.
- النخب ليست منغلقة داخل مجالات انتمائها، وإنما كثيرا ما يلاحظ وجود التداخل بين مجال وآخر فقد نجد من النخب السياسية من هم نخب أكاديمية إعلامية، وقد نجد نخبا دينية أكاديمية وهكذا...

ونظرا لما تم ذكره سابقا فإنه من الصعب اجراء مسح شامل لكل مفردات النخب الجزائرية (أو وضع قائمة أو اطار لمعرفة كل المفردات المكونة لهذا المجتمع) مما يحتم اللجوء الى أسلوب المعاينة الذي يعني طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون (الجزائر: دار القصبية للنشر، ط2، 2006) ص.298.

من جميع عناصر، مفردات، ومجتمع الدراسة وما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هذه الدراسة.¹ حيث يسمح هذا الأسلوب باستثمار الجهد والوقت المبذول في عملية الوصول إلى مفردات البحث من جهة، وتسهيل الوصول إلى البيانات الدقيقة التي تشكل بعد معالجتها معلومات تساهم في الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها.

وبناء على ما سبق فمن الضروري اختيار العينة التي تتناسب وطبيعة الموضوع حيث تعتبر **العينات** جزء من مجتمع البحث تمثله تمثيلاً مناسباً، وهي فئة جزئية من وحدات المجتمع لها نفس خواص المجتمع الأصلي، وعليه فإن اختيار العينة وقياس المتغيرات موضوع البحث تكون ممثلة لوحدات المجتمع الأصلي وعند ما يفرغ الباحث من تغطية العينة بالدراسة فإن هدفه الأساسي يتركز على تعميم النتائج المحصل عليها من دراسة العينة وإسقاطه على محيط المجتمع ومفرداته.²

وفي هذه الدراسة تعتبر **العينة القصدية** أو **العمدية** هي الأنسب للدراسة³، وفي هذا السياق يشير الباحث "صالح بن نوار" إلى أن العينة القصدية هي التي يقوم فيها الباحث باختيار عدد الوحدات أو المفردات الممثلة للمجتمع الكلي، والتي هي على علاقة مباشرة بموضوع البحث من أجل تزويده بما يحتاجه من بيانات تعرفه بحقيقة الموضوع³، وعليه سيكون اختيار الباحثة اختياراً قصدياً للمفردات التي تنتمي إلى النخب الجزائرية.

هذا الاختيار القصدي تم وفق مجموعة من المراحل، لذا يمكن تسمية العينة المختارة بالعينة القصدية المتعددة المراحل، ويمكن شرحها وتوضيحها على النحو التالي:

¹ رحي مصطفى عليان، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2009) ص،ص 227،228.

² لحسن عبد الله باشوية، وآخرون، **البحث العلمي: مفاهيم، أساليب تطبيقات** (الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2010) ص.258. هناك من الباحثين من ينتقدون العينات غير العشوائية أو غير الاحتمالية باعتبار أنها لا تعطي الفرصة لكل مفردات المجتمع الأصلي بالظهور، والمجال فيها متروك للباحث للاختيار مما يصعب من تعميم النتائج المتحصل عليها، إلا أن تبني الباحثة للعينة القصدية كأحد العينات غير الاحتمالية نابع من اتفاقها مع العديد من الباحثين الذين يردون على تضعيف هذا النوع من العينات ومن بينهم الباحثين **Madden** و **Dillan** و **Firtel** الذين يؤكدون على أن العينات غير الاحتمالية وفي بعض أنواع البحوث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة الأصلي و تعطي نتائج جيدة وتخدم أهداف البحث بشكل أفضل من العينة العشوائية وذلك إذا تم اختيارها اختياراً دقيقاً. لمزيد من التفاصيل حول الموضوع أنظر محمد عبيدات وآخرون، **البحث العلمي، القواعد، المراحل والتطبيقات** (عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 1999) ص،ص 94.

³ صالح بن نوار، **مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية** (قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2012)، ص.196.

المرحلة الأولى: هي مرحلة تحديد الفئات الأساسية من المجتمع الكلي الذي يحمل تسمية النخب الجزائرية، وكما سبق الإشارة إليه فهو إطار عريض غير محدد بقوائم ثابتة أو متعارف عليها أين تم اختيار قصدي لعينة من أنواع أو فئات النخب الجزائرية والتي تمثلت في 4 فئات أساسية وهي:

- النخب الأكاديمية
- النخب السياسية
- النخب الإعلامية
- النخب الدينية

اختيار هذه الرباعية لم يكن عشوائيا، وإنما بناء على القراءات والملاحظات التي رصدت حيوية هذه النخب وتفاعلها وتأثيرها داخل المجتمع مقارنة بالنخب الأخرى، إضافة إلى أن إمكانيات الباحثة وجهدها سمح لها بالتواصل فقط مع هذه الفئات التي تتواجد في فضاءات قارة يمكن الوصول إليها والتواصل معها.

المرحلة الثانية: في هذه المرحلة تقوم الباحثة بإعطاء تعريف إجرائي لكل نخبة من النخب المختارة والتي تخضع هي الأخرى لعملية القصد في اختيار مفرداتها نظرا أيضا لتشعب وتعدد الفئات الفرعية التي تندرج تحتها أي أنه تم الاختيار القصدي داخل كل فئة من الفئات الأربع السابقة جاءت كما يلي:

على مستوى النخب الأكاديمية: حددت الباحثة النخب الأكاديمية في هذه الدراسة بأساتذة الجامعات الجزائرية الذين يشغلون إضافة إلى وظيفتهم البحثية التدريسية (أستاذ باحث) مناصبا إدارية على مستوى مؤسساتهم الجامعية، بالنسبة لهذه الفئة تعتقد الباحثة أنه لا توجد اختلافات كبيرة بينها فسواء كانت النخب تنتمي إلى جامعات في الشرق، الغرب، الشمال أو حتى الجنوب الجزائري فهي تمارس وظيفة واحدة وهي التسيير والاضطلاع بالبحث العلمي في الجامعة مما يجعل مفرداتها متجانسة إلى حد ما، والذي يصنع الفرق قد يكون في نوعية المنصب الذي تشغله النخب الجامعية أو ربما وجود عدد كبير من الطلبة والأساتذة والعمال في جامعة مقارنة بأخرى قد يزيد أعباء النخب المسيرة وقد يكسبها في المقابل خبرة وحضورا في الساحة الجامعية الجزائرية، وعلى هذا الأساس عادت الباحثة إلى تصنيف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الذي يقسم إلى ثلاث مناطق وهي منطقة الشرق (Région Est) منطقة الوسط (Région Centre) ومنطقة الغرب (Région Ouest)¹ وكل منطقة تضم مجموعة من المؤسسات

¹ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر: موقع www.mesrs.dz/universities

الجامعية وعليه فقد خضعت هذه الفئة أيضا الى القصد في اختيار المؤسسات الجامعية حيث روعي في الاختيار: تنوع المجال الجغرافي وأيضا امكانية وصول الباحثة الى هذه الجامعات مع محاولة التنوع في التخصصات العلمية للمبجوثين وكذا المناصب التي يشغلونها: رؤساء جامعات ونوابهم، عمداء كليات ونوابهم، رؤساء أقسام ونوابهم، مسؤولي ميادين، رؤساء شعب وتخصصات التكوين.

على مستوى النخب السياسية: حددت الباحثة النخب السياسية في هذه الدراسة بالنخب الحزبية التي تضم السياسيين الذين يشغلون مناصبا عليا أو مسؤولة على مستوى أحزابهم: رؤساء أحزاب، أعضاء مكاتب وطنية، رؤساء مكاتب ولائية... اضافة الى المنتخبين عن هذه الأحزاب وتحديدًا في الغرفة التشريعية السفلى أو ما يعرف بالبرلمان، ولأن الساحة السياسية في الجزائر تعج بالأحزاب المختلفة الحضور والتأثير والتوجهات بين ما تعرف بالنخب الحزبية الموالية للنظام أو النخب الحزبية المعارضة للنظام فإن الباحثة أخضعت هذه الفئة أيضا الى القصد في اختيار الأحزاب السياسية ذات التمثيل

والحضور في الجزائر حيث روعي في الاختيار: نتائج الانتخابات التشريعية الأخيرة 2012¹، كمعيار رأته الباحثة مناسبة لرصد مفردات هذه النخب وبعد الاطلاع على نتائج التشريعات اختارت الباحثة أحزاب الثلاث مراتب الأولى من مجموع 27 تشكيلة سياسية شاركت في هذه الانتخابات وشملت حتى المترشحين الأحرار، ومنه جاءت أحزاب: حزب جبهة التحرير الوطني: (FLN)، حزب التجمع الوطني الديمقراطي (RND)، وتكتل الجزائر الخضراء الذي يضم ثلاثة أحزاب وهي: حركة الإصلاح الوطني، حركة النهضة وحركة مجتمع السلم ممثلة لعينة النخب السياسية في هذه الدراسة.

على مستوى النخب الإعلامية: تقصد الباحثة بالنخب الإعلامية في هذه الدراسة الصحفيين العاملين في قطاع الإعلام والذين يشغلون مناصب المسؤولية داخل مؤسساتهم الإعلامية: مدراء مؤسسات اعلامية، رؤساء تحرير، رؤساء أقسام، مدراء الانتاج...، أين خضعت هذه الفئة أيضا الى القصد في اختيار المؤسسات الإعلامية حيث روعي في الاختيار تمثيل: المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع العام، المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع الخاص، كما كان هناك تنوع للمؤسسات الإعلامية: من اذاعة تلفزيون، صحافة مكتوبة، وكالة الأنباء.

¹ <http://www.apn.dz/ar/component/mtree/search-by/appartenance-partisan> موقع المجلس الشعبي الوطني الجزائري

على مستوى النخب الدينية: تقصد الباحثة بالنخب الدينية في هذه الدراسة المشتغلين في الحقل الديني بالجزائر والذين يشغلون إما مناصب عليا على مستوى وزارة الشؤون الدينية والأوقاف والمديريات والمؤسسات التابعة لها، أو المنتمين الى الجمعيات الوطنية المعتمدة ذات الصبغة والنشاط الديني، أين خضعت هذه الفئة أيضا الى القصد في اختيار مفرداتها ومراعاة تمثيل الجهات الرسمية وغير الرسمية: المسؤولين الرسميين بالقطاع، أئمة المساجد الذين يتمتعون بصيت وشهرة على مستويات إما وطنية وحتى محلية، جمعيات دينية مثل: جمعية العلماء المسلمين، جمعية الارشاد والإصلاح ...

المرحلة الثالثة: حجم العينة: لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعين من عينات بقواعد جامدة لأنه يتغير من حالة إلى حالة حسب طبيعة المجتمع المدروس، وأسلوب دراسته وموضوع البحث، ومدى وفرة المال، والوقت والبشر¹. وحسب الكثير من الباحثين فإن تحديد حجم العينة الملائم هو أكثر أوجه التعيين إثارة للجدل، حيث يعتبر تحديد عدد مفردات العينة من الأمور الهامة جداً، والتي على الباحث أن يوليها أهمية خاصة، فصغر حجم العينة قد يجعلها غير ممثلة لمجتمع الدراسة الأصلي، وربما بالمقابل فإن زيادة حجم العينة بشكل كبير يكون مكلفاً ويتطلب من الباحث الكثير من الوقت والجهد، وبالتالي لا يوجد عدد محدد أو نسبة مئوية من حجم مجتمع الدراسة الأصلي يمكن تطبيقه على كل الدراسات².

وبناء عليه، وفي ظل غياب أرقام معرفة لأعداد أو القوائم الخاصة بالنخب التي تم تعيينها كفئات للدراسة، فقد تم اختيار 400 مفردة كعينة لإجراء هذه الدراسة موزعة بالتساوي بين الفئات الأربعة المختارة جاءت على النحو التالي:

- عينة النخب السياسية: 100 مفردة
- عينة النخب الأكاديمية: 100 مفردة
- عينة النخب الإعلامية: 100 مفردة
- عينة النخب الدينية: 100 مفردة

والجداول التالية تمثل النخب والفئات والمؤسسات التي تم اختيارها كعينة تمثيلية:

¹ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2007)، ص.112.

² منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2014)، ص.137.

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة من النخب السياسية.

النخب السياسية	مسؤولين، إطارات في الأحزاب السياسية، نواب البرلمان الجزائري
الأحزاب السياسية	
حزب جبهة التحرير الوطني	40
التجمع الوطني الديمقراطي	30
تكتل الجزائر الخضراء	30
المجموع	100

المصدر: من إعداد الباحثة

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة من النخب الأكاديمية.

النخب	الجامعات*	الشرق	الوسط	الغرب	مج
رؤساء جامعات ونوابهم	7	8	3	18	
عمداء كليات ونوابهم	23	21	4	48	
رؤساء أقسام ونوابهم	13	4	9	26	
مسؤولي ميادين، شعب وتخصصات التكوين	4	2	2	8	
مج	47	35	18	100	

المصدر: من إعداد الباحثة .

*الجامعات المعنية بإنجاز الدراسة: جامعة الجزائر 3، جامعة الجزائر 2، جامعة قسنطينة 3، جامعة قسنطينة 2، جامعة أم البواقي، جامعة الحاج لخضر باتنة، جامعة سطيف 1، جامعة تلمسان، جامعة ورقلة.

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة من النخب الإعلامية.

مج	مسؤولين وإطارات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية				النخب
	وكالة الأنباء	الصحف المكتوبة	القنوات التلفزيونية	القنوات الاذاعية	م. الإعلامية
					المؤسسات الإعلامية
50	05	15	20	10	المؤسسات العمومية
50	/	20	30	/	المؤسسات الخاصة
100	05	35	50	10	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة من النخب الدينية.

المجموع	النخب الدينية
40	مسؤولين، مديرين وإطارات بوزارة الشؤون الدينية والأوقاف
35	أئمة المساجد
25	مسؤولين وإطارات بالجمعيات الدينية
100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة .

4.2.1 أدوات جمع البيانات:

يتفق الكثير من الباحثين على أن دقة ونجاح البحوث العلمية يتوقف بدرجة كبيرة على قدرة الباحث في اختيار الأدوات المنهجية المناسبة لطبيعة الموضوع من جهة، والمسهلة لجمع البيانات المساعدة فيما بعد على الاجابة على تساؤلات الدراسة من جهة ثانية.

وقبل عرض الأداة التي أستخدمت بشكل رئيسي في هذه الدراسة تجدر الإشارة إلى أن الباحث يحتاج دائما إلى أدوات مساندة لعلها وأهمها في هذه الدراسة هي المسح المكتبي، فنجد بعض الباحثين أمثال: "جاك فرانكل" Jack R Fraenkel أو "دونالد آري" Donald Ary في كتاباتهم حول منهجية البحث العلمي يهتمون كثيرا بضرورة إجراء المسح المكتبي أو ما أسموه (General referance tools) كون هذه الخطوة ستجعلنا قريبين من موضوع بحثنا (A researcher needs to be familliar with sources)

وأكثر اطلاعا وفهما (knowledge is power)¹، وهو الأمر (المسح المكتبي) الذي بقي مستمرا مع الباحثة طيلة إنجاز الأطروحة نظرا لمتغيرات الموضوع فكل مرة كانت الباحثة تجد أبحاثا ومعلومات جديدة متعلقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال وخاصة مع تسارع التطبيقات التكنولوجية والتحديث المستمر للإحصائيات، وهذا ما خلق لديها في البداية حالة ارتباك من كثرة وتشعب المعطيات التي تطلبت تركيزا وربطاً مباشراً للموضوع ومع تحديد التكنولوجيات التي سيتم العمل عليها أصبحت الصورة أكثر وضوحاً، حيث أمكن الاطلاع -في حدود الامكانيات المتوفرة- على عديد المراجع المرتبطة بالموضوع والمتواجدة على مستوى المكتبات الجامعية الوطنية التي أمكن زيارتها وخاصة مكتبات أقسام علوم الإعلام والاتصال، العلوم الاجتماعية، العلوم السياسية، التاريخ والاقتصاد لجامعات أم البواقي، قسنطينة 2، قسنطينة 3، الجزائر 2، الجزائر 3* .

كما تجدر الإشارة إلى أنه خلال فترة إعداد الأطروحة استفادت الباحثة من زيارات لجامعات عربية (الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، جامعة محمد الخامس ... إضافة إلى بعض الزيارات إلى المكتبات الخاصة) في إطار تریصات قصيرة المدى تقدمها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي دعماً للباحثين لإنهاء أطروحاتهم والاحتكاك مع باحثين وجامعات أخرى أمكن الاطلاع على مجموعة من الكتب والدراسات والمقالات التي لها علاقة بموضوع البحث وخاصة في جزئية النخب حيث سجلت الباحثة ملاحظة مهمة وهي أن الباحثين مثلاً في المملكة المغربية يهتمون كثيراً بهذا الموضوع وربطه بالبيئة والخصوصية المغربية حيث يمكن رصد العديد من المؤلفات في هذا السياق مقارنة بقلّة الدراسات الجزائرية في هذا الموضوع خاصة في الفترات الحديثة.

¹المزيد من المعلومات يمكن العودة إلى الباحثين من خلال كتابين وهما :

Jack R Fraenkel, Norman E Wallen, Helen H. Hyun, **How to design and evaluate research in education** New York: published by McGraw-Hill, 8th Edition, 2012, p. 38.

Donald Ary, Lucy Cheser Jacobs, Chris Sorensen, **Introduction to research in education** (Canada: Wadsworth Cengage learning, 8th Edition, 2010), p. 2.

² تشير الباحثة في هذا السياق إلى الجهود الكبيرة التي تبذل على مستوى المكتبات الجامعية الجزائرية، حيث يسعى القائمين عليها على توفير المناخ والبيئة البحثية الملائمة للباحثين الجزائريين والسهر على تزويد المكتبة بالمراجع الحديثة، والزائر لمختلف المكتبات يقف على هذا الأمر سواء من حيث الهياكل المتوفرة، قواعد البيانات التي أصبحت متاحة للباحثين والطلبة على حد سواء، وأن هذه الخدمات جعلتها تصبح مكتبات تنافسية حتى مع المكتبات العربية والأجنبية.

وطبعا كانت هناك استفادة كبيرة من البحث الإلكتروني من خلال العديد من المراجع التي تم الحصول عليها وخصوصاً باللغة الأجنبية، وكذا تصفح مواقع الهيئات المختصة والمهتمة بالتكنولوجيات الإعلامية والاتصالية.

وبالعودة إلى أدوات جمع البيانات فإن هذه الدراسة قد اعتمدت على أداة واحدة لجمع البيانات، وهي "الاستمارة الاستبائية Questionnaire"، حيث تعد من أكثر أدوات جمع البيانات كفاءة لتحصيل بيانات عن طبيعة الظاهرة المدروسة وتعرف الاستمارة على أنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث، وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي اختارها، وترسل أسئلة الاستبيان المكتوبة عادة بالبريد العادي أو أية طريقة أخرى كالبريد الإلكتروني إلى مجتمع البحث أو إلى مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات الذين اختارهم الباحث كعينة لبحثه.¹

للإشارة ما دفع الباحثة لاختيار أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات يرجع للاعتبارات التالية:

- يعتبر الاستبيان في هذه الدراسة أداة تتلائم مع الدراسات الوصفية و منهج المسح الذي تستند إليه هذه الدراسة، والذي سيساعد على تحصيل أكبر قدر ممكن من البيانات التي تساهم في الإجابة عن التساؤلات والأهداف البحثية وهو ما جعله أيضاً من أكثر أدوات البحث الكمي شيوعاً في ميادين الدراسات الإعلامية وحتى فروع أخرى على غرار: العلوم الاجتماعية، علم النفس والتربية، العلوم الاقتصادية والإدارية ...
- عينة الدراسة التي اعتمدت عليها الباحثة هي عينة كبيرة (400 مفردة) يصلح لها الاستبيان أكثر من أي أداة أخرى لجمع البيانات مثل الملاحظة أو المقابلة التي تتطلب جهداً و وقتاً*.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط3، 2012)، ص. 165.

*أوردت العديد من كتب منهجية البحث العلمي مميزات وجدوى اعتماد الباحثين على الاستبيان كأداة مهمة لجمع البيانات ومن أمثلة ذلك ما أوردته الباحثة هلال منال المزاهرة في كتابها القيم **منهج البحث الإعلامي**، حيث أشارت إلى أن الاستبيان يعتبر من أكثر أدوات البحث الكمي شيوعاً في الاستخدام في ميادين الدراسات المتعلقة بعلوم الاجتماع، التربية، السياسة والإعلام، ويمتاز الاستبيان عن غيره من أدوات القياس بأنه يتطلب جهوداً ونفقات أقل بكثير مما تتطلبه المقابلة، كما يمكن تطبيقه على أعداد كبيرة في وقت واحد، ويتوفر للاستبيان ظروف التقنين أكثر مما يتوفر للمقابلة نتيجة التقنين في الألفاظ وفي ترتيب الأسئلة، وفي تسجيل الإجابات، كما يمتاز الاستبيان بأنه يعطي فرصة كافية للتفكير في أغلب الحالات، فلا يتعرض للضغط الذي يتعرض له الفرد في موقف المقابلة. لمزيد من التفاصيل أنظر: المزاهرة، (مناهج)، مرجع سابق، ص-ص 205-232.

وقبل الاخراج النهائي للاستمارة الاستبائية، وتماشيا مع الشروط المنهجية والعلمية في إعدادها فقد مر تصميم الأداة بمجموعة من المراحل المهمة قدرتها الباحثة في ثلاث مراحل أساسية وهي:

أ. مرحلة التصميم المبدئي للاستبيان (مشروع الاستبيان):

في هذه المرحلة استتدت الباحثة في عملية التصميم على الخلفية المنهجية والمعرفية لموضوع البحث والتمثلة أساسا في اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، المقاربة النظرية من خلال فروض مدخل الاستخدامات والإشباع، كما تم الاستفادة مما ورد في استمارات الاستبيان الخاصة بالدراسات السابقة، ليتم في نهاية هذه المرحلة عرض مشروع الاستبيان على الأستاذ المشرف أين تم التشاور على العديد من العبارات والأسئلة التي يتم الإبقاء عليها خدمة لموضوع البحث.

ب. مرحلة اختبار مشروع الاستبيان: (أو كما يتعارف عليها الباحثين بإجراءات الصدق والثبات):

تعتبر هذه المرحلة أحد أهم مراحل بناء أدوات جمع البيانات قبل النزول بها إلى الجانب الميداني، وهي أحد الإجراءات المنهجية التي لا يستغني عنها أي باحث كونها تساهم وبشكل كبير في الإبقاء أو التعديل أو حتى تغيير محتويات الاستبيان، ومنه سعت الباحثة من خلال هذه المرحلة على الانتقال من مشروع استبيان إلى نسخة نهائية قابلة للتجريب والتطبيق.

- الصدق: Validity

هذا الاجراء المهم يساعد الباحثين على معرفة إلى أي درجة تقيس الأداة الغرض الذي صممت من أجله أو مدى توفير الأداة للبيانات المطلوب الحصول عليها من أجل الاجابة عن مشكلة الدراسة، ولأهمية هذا الاجراء كتب أحد الباحثين وهو¹ "Louis Cohen" عن الصدق كأحد المفاتيح المهمة لنجاح البحث، وإذا لم يتحقق الصدق فان نتائج البحث لا قيمة ولا معنى لها.

"Validity is an important key to effective research .if a piece of research is invalid then it is worthless ...

وللتأكد من مدى صدقية الاستبيان اعتمدت الباحثة على نوعين من الصدق وهما صدق الأداة، إضافة إلى صدق المحكمين، والذين يدخلان في اطار الصدق الظاهري أو الخارجي لأداة جمع البيانات.

¹ Louis Chohen, Lawrence Manino and Keith Morrison, **Research Methods in Education**(London and New York, Taylor and Francis Routledge library, 6th ed, 2007) ,p. 133.

أ. صدق الأداة:

قامت الباحثة بتجريب الاستبيان على عينة تجريبية من المبحوثين قوامها 10% من إجمالي العينة الأصلية من نفس المجتمع (أي ما يمثل 40 مبحوثاً من أفراد النخب الجزائرية البالغ عددهم في هذه الدراسة 400 ووزعت على الفئات الأربع بمعدل 10 استمارات لكل فئة: 10 للنخب الأكاديمية، 10 للنخب السياسية 10 للنخب الإعلامية و 10 للنخب الدينية)، الهدف من هذا الاجراء هو رصد اذا كان هناك غموض أو عدم وضوح في الأسئلة بالنسبة للمبحوثين حيث سجلت الباحثة بعد استرجاعها للاستمارات بعض الملاحظات والتي كانت أهمها طول أسئلة الاستبيان و تحفظ في الاجابة على بعض الأسئلة التي هدفت منها الباحثة لتأكيد بعض الاجابات وعليه تمت عملية مراجعة للاستبيان من أجل إخضاعه للإجراء الثاني وهو صدق المحكمين.

ب. صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين¹، وهم أساتذة متخصصين في علوم الإعلام والاتصال ومهتمين ببحوث الجمهور وأيضاً بالتطورات التكنولوجية، أين تم تعديل الاستمارة في ضوء ملاحظاتهم وخاصة المنهجية منها، ووفقاً لرأي الأساتذة المحكمين فقد تم الإبقاء على أغلب أسئلة الاستبيان التي عرضت للتحكيم وبنسبة تجاوزت 80 % وهي نسبة تعتقد الباحثة بكفايتها ومناسبتها ليتحقق الصدق الظاهري للاستبيان، كما تم بعد هذا الاجراء وبالتشاور مع الأستاذ المشرف تغيير وتعديل الأسئلة الأخرى محل التحكيم والتي صبت معظمها في جمع الخيارات التي كانت متفرعة بشكل كثير خاصة في المحور الثاني الخاص بالعادات والأنماط، تعديل بعض الاقتراحات على مستوى محور الإشباع بما يتناسب وخصوصية المبحوثين (النخب)، وأن تضيف الباحثة أسئلة مدعمة في المحور الخامس الخاص بالتمثلات.

¹ تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة داخل وخارج الوطن وهم:

أد فضيل دليو: أستاذ باحث بجامعة قسنطينة 3، أد صالح بن نوار: أستاذ باحث بجامعة أم البواقي.

أد جمال العيفة: أستاذ باحث بجامعة عنابة، د بوزيان نصر الدين: أستاذ باحث بجامعة قسنطينة 3.

د ليلي فيلالي أستاذة باحثة بجامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، د ضيف ليندة: أستاذة باحثة بجامعة أم البواقي.

د نايلي نفيسة: أستاذة باحثة بجامعة أم البواقي، د العابد سكيبة: أستاذة باحثة بجامعة قسنطينة 3.

د سلامي سعيداني: أستاذ باحث بجامعة المسيلة، أ/د رضا عبد الواحد أمين أستاذ الإعلام بجامعة المملكة، مملكة البحرين.

د/أشرف قادوس: استاذ محاضر بجامعة مصراتة ليبيا، د/ثريا أحمد البدوي، أستاذ الإعلام، جامعة القاهرة

الثبات: Reliability

بعد إجراء الصدق الذي قامت به الباحثة على الاستمارة الاستبائية الخاصة بموضوع الدراسة، تأت مرحلة التأكد من الثبات التي يقصد بها ضمان الحصول على نفس النتائج تقريبا إذا أعيد تطبيق الاستبيان أكثر من مرة على نفس المجموعة من الأفراد تحت ظروف متماثلة، أو مدى الاتساق في الإجابة على الاستبيان من قبل المستجيب إذا طبق الاستبيان نفسه عدة مرات في نفس الظروف.¹

ولقياس ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوبين للتأكد من الاستبيان:

الأسلوب الأول: وهو طريقة إعادة التطبيق Test. retest method: وتعتبر هذه الطريقة من أبسط الطرق وأسهلها في تعيين معامل ثبات الاختبار، وتتلخص هذه الطريقة في تطبيق الاستبيان على مجموعة من الأفراد، ثم يعاد التطبيق مرة أخرى على نفس المجموعة، ويحسب معامل الارتباط بين التطبيقين لتحصل على معامل ثبات ودرجات الاختبار.²

وعليه طبقت الباحثة هذه الطريقة على عينة قوامها 40 مفردة من العينة الكلية للدراسة، قدر الفاصل الزمني المفروض بثلاثة أسابيع، ولكن نظرا لحصول تأخر في استرجاع بعض استمارات المرة الأولى أضافت الباحثة مدة زمنية أخرى ليصبح الفارق الزمني بين التوزيع الأول والثاني أربعة أسابيع، وعلى عكس ما تبنته الباحثة **منال المزاهرة** بسهولة الطريقة وبساطتها، لكن الباحثة وجدت صعوبات كبيرة في التعامل مع المفردات وإقناعها بجدوى إعادة ملئ الاستبيان للمرة الثانية مما جعل الوقت يأخذ حيزا زمنيا تجاوز حدود الشهرين من أجل استكمال التطبيق.

ولمعرفة اتفاق الاجابات من اختلافها، تبننت الباحثة تطبيق معادلة كوبر³ لحساب النسبة المئوية للاتفاق بين الفترتين الزمنيتين، حيث تنص هذه المعادلة على:

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق} - \text{عدد مرات الاختلاف}}$$

حدد **كوبر** نسبة الثبات بدلالة نسبة الاتفاق فذكر أنه إذا كانت نسبة الاتفاق 85 % أو أكثر فهذا يدل على ارتفاع الثبات.

¹المزاهرة، (مناهج)، مرجع سابق، ص 96.

²مرجع نفسه، ص 107.

³ اليماني، مرجع سابق، ص، ص 226، 227 (استفادت الباحثة من الطريقة التي طبقتها عادة عبد التواب اليماني في طريقة تطبيق معادلة كوبر)

ولاحتمساب الثبات تم طبعاً استبعاد محور البيانات الشخصية والاكتفاء فقط بالمحاور الأربعة المتبقية (23 سؤالاً)، أين قامت الباحثة بوضع استمارات الفترة الزمنية الأولى مقابل استمارات الفترة الزمنية الثانية وملاحظة كل سؤال لوحده كيف تمت الإجابة عليه خلال التطبيق وإعطاء نسبة 100 % في حالة الاتفاق وفي حالة وجود اختلاف في الأسئلة كانت الباحثة تقوم بتقليص النسبة حسب الاختلاف الموجود فمثلاً إذا كان السؤال اختياري، وتم اختيار متغير واحد في المرحلة الأولى ثم قام المبحوث باختيار متغيرين في المرحلة الثانية فتمنح له الباحثة نسبة 99 % وتحتسبه كحالة اختلاف أو عدم اتفاق، وتنقص النسبة أو تزيد حسب الفارق الموجود وهكذا إلى أن تم تفريغ محتويات 40 استمارة.

وبعد تطبيق المعادلة تحصلت الباحثة على نسب اتفاق في مجموع الأسئلة التي تمت مقارنتها ومعالجتها أين بلغت النسبة 87 %، وبالعودة إلى معادلة كوبر فإن الاستبيان يتمتع بثبات مناسب للانتقال به إلى مرحلة التوزيع النهائي.

للإشارة ما رصدته الباحثة على إجابات المبحوثين أن حالات الاتفاق برزت بشكل كبير في المرحلتين رغم الفارق الزمني، وأن جل الاختلافات التي سجلت كانت ترتبط أساساً بالأسئلة التي كانت تبحث عن اتجاهات المبحوثين فمثلاً كان هناك انتقال من المحايد إلى الموافق أو من الموافق إلى الموافق بشدة، لكن لم يتم رصد في أي استمارة تم تفريغها ومتابعتها أنه تم الانتقال من المعارض إلى الموافق بشدة أو العكس وتقرأ الباحثة هذه النتائج بطريقتين أولاً أن النخب الجزائرية هي نخب أحد خصائصها الوعي والإدراك لما يحيط بها من متغيرات ولذا تفاعلها مع الاستبيان (وإن كان بطيئاً) في المرحلتين ساد نوع من الاهتمام والتركيز في الإجابة حيث تم تسجيل لبعض التشطيبات للإجابات وإعادة الكتابة أو الاختيار ولا تدر الباحثة هنا هل هو تفكير من طرف المبحوثين في الإجابات الأولى أم أن هناك حرص على تقديم إجابات تعكس شخصية المبحوث كونه نخباً أي أن إجاباته يجب أن تكون على المقاس أو أنه نوع من الحذر الذي تتعامل به النخب الجزائرية عينة الدراسة مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة حيث تم تسجيل في المرحلتين تفوق محايد (لا أدر) وكأن العينة تفضل أن تتهرب من الإجابة أو عدم الإفصاح عن رأيها والاكتفاء بالمنطقة الرمادية.

الأسلوب الثاني: طريقة الاتساق الداخلي أو التجانس الداخلي: Internal Consistency

وتعتمد فكرة هذه الطريقة على مدى ارتباط الوحدات أو البنود مع بعضها البعض داخل الاستبيان، وكذلك ارتباط كل فقرة مع محور الاستبيان ككل، وهو عادة ما يسمى بمعامل ألفا الذي اقترحه **كرونباخ**

عام 1951 (ALPHA Cronobah)، وهو الثبات الذي يشير إلى قوة الارتباط بين الفقرات في الاستبيان، وهو الذي يستخدمه أغلب الباحثين من خلال الحاسب الآلي، ذلك أن معامل ألفا الذي اقترحه كرونباخ يمثل مدى ارتباط العبارات مع بعضها البعض داخل الاستبيان، وكذلك ارتباط كل عبارة مع الاستبيان ككل.¹

وعليه قامت الباحثة وبعد معالجة البيانات من خلال نظام الحزمة الإحصائية Spss أين توصلت إلى صياغة الجدول التالي:

جدول رقم (5): معامل ثبات الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان من خلال تطبيق معادلة كرونباخ ألفا.

المحور	رقم السؤال	عدد الفقرات	قيمة ألفا المحصلة
المحور الرابع	20	20	0,89
المحور الخامس	23	8	0,88
المحور الخامس	24	10	0,87
المحور الخامس	25	6	0,91
معامل الثبات	/	44	0.89

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

ومن خلال متابعة النتائج المتحصل عليها فإن قيمة معامل ألفا تراوحت بين (0.87 و 0.91) للمتغيرات التي تم إدراجها، وبلغت قيمة ألفا للفقرات 44 التي تم احتسابها من نتائج الاستبيان (0.89)، وهي قيمة قريبة من التي تم تحصيلها من خلال طريقة التوزيع على مرحلتين، فإن معامل الثبات مرتفع وأن الاستبيان يخرج من صيغة مشروع إلى صيغة استبيان نهائي قابل للتوزيع، ويتمتع بمشروعية الإجابة عن التساؤلات الدراسة.

ت. مرحلة الاخراج: الاستبيان في صيغته النهائية:

بعد الانتهاء من الإجراءات المنهجية الخاصة بالاستبيان وصلت به الباحثة إلى صورته الأخرى النهائية التي تتيح لها النزول به إلى الميدان، وعليه فقد ضمت الاستمارة الإستبائية لهذه الدراسة تسعة وعشرين (29) سؤالاً تنوعت بين أسئلة مغلقة وأخرى يعطى فيها للمبحوثين حرية الاختيار وفق تفضيلاتهم ورغباتهم، كما أدرجت أسئلة مفتوحة تستهدف ترك المبحوثين لتقديم اجاباتهم وتصوراتهم

¹المزاهرة، (مناهج)، مرجع سابق، ص 106

للموضوع المطروح، كما توزعت هذه الأسئلة على خمسة محاور أساسية ذات علاقة مباشرة بتساؤلات وأهداف الدراسة:

المحور الأول: محور السمات العامة أو ما يعرف بالبيانات الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة، من خلال تناوله لبيانات ذات أهمية وقيمة لهذه الدراسة جاءت تحت سداسية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، المجال النخبوي، الوظيفة وسنوات ممارسة النشاط.

المحور الثاني: محور عادات وأنماط استخدام المبحوثين لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، يهتم هذا المحور من خلال طرح 12 سؤالاً برصد التكنولوجيات الاتصالية التي تستند إليها النخب الجزائرية عينة الدراسة ومعرفة كثافة الاستخدام من خلال المعدلات الزمنية للاستخدام، أهم الخدمات التي تقدمها التكنولوجيات وتبحث عنها النخب وكيفية تفاعلها مع تطبيقات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

المحور الثالث: محور دوافع تعرض النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، هو محور مهم في هذه الدراسة كونه يحاول رصد ومعرفة أهم الدوافع التي جعلت النخب الجزائرية عينة الدراسة تقبل على التعرض للخدمات التي تتيحها تطبيقات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

المحور الرابع: محور الإشباعات التي تحققها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لمستخدميها من النخب الجزائرية عينة الدراسة، يهدف هذا المحور المهم أيضا إلى الكشف عن الإشباعات التي تحققت للنخب جراء تعرضها للتكنولوجيات (من خلال الخدمات والتطبيقات المتاحة) ولأهميته تم بناء مقياس من 20 عبارة تقيس مجموعة من الإشباعات التي يتوقع تحقيقها، والعاكسة أساسا لمحور الدوافع السابق.

المحور الخامس: محور تمثلات (الرؤية) النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومستقبلها وهو المحور الأخير في الاستمارة الاستبائية، من خلال تسعة أسئلة أساسية تهدف إلى الكشف عن رؤية النخب لحقيقة هذه التكنولوجيات وظيفيا واجتماعيا، كما تم الاستعانة في أربع أسئلة ببناء مقاييس مكونة من مجموعة من العبارات تساعد في الكشف عن الرؤية والاتجاه.

* للإطلاع على الاستبيان أنظر إلى الملاحق

ملاحظات:

- اعتمدت الباحثة على أكثر من طريقة لتوزيع الاستبيان على أفراد العينة تنوعت بين التوزيع المباشر والالتقاء بالعينة من طرف الباحثة، أو من طرف جهات مشكورة قدمت المساعدة سواء كانت جهات رسمية متعاونة أو مجموعة من الزملاء والأصدقاء، أيضا تم الاعتماد على التوزيع بالنسبة للمفردات التي تعذر على الباحثة التنقل إليها أو انشغالاتها التي حالت دون التعامل مع النسخة الورقية حيث قامت الباحثة بتصميم نسخة الكترونية ساهمت في تسهيل عملية التوزيع والاسترجاع.
- بالنسبة لبناء عبارات المقاييس التي اعتمدت عليها الباحثة في العبارة فإن عبارتها تتدرج من الموافق بشدة الى المعارض بشدة: (موافق بشدة)، (موافق)، (محايد)، (معارض)، (معارض بشدة)، حيث تعطى لكل منها درجة على التوالي: 5. 4. 3. 2. 1 في حال العبارات الإيجابية والعكس في حال العبارات السلبية، ليتم استخراج الاتجاه وذلك من خلال حساب المتوسط الحسابي للإجابات عن كل عبارة وكذا الانحراف المعياري لها، ثم يستخرج اتجاه العينة ككل بعد ذلك.
- بعد التواصل مع المبحوثين وتسليم الاستمارات أو إرسالها الكترونيا أخذت العملية حيزا زمنيا طويلا لاسترجاع الاستمارات الأمر الذي خلق الكثير من الصعوبات لدى الباحثة خصوصا التنقل بين مؤسسات مختلفة، بحيث كان هناك الكثير من المبحوثين الذين يحتجون بالانشغال المستمر، السفر وعدم ايجاد وقت للاطلاع عليها، هناك من احتج بنسيانها في أحد مكاتب العمل أو البيت أو ضياعها رغم منحهم نسخا احتياطية بعد السؤال عن امكانية استرجاع الاستمارة، وهناك حتى من اعتذر بشكل صريح عن تقديم المساعدة وفي المقابل ومن باب الأمانة العلمية كما وجدت الباحثة من لم يعط للاستمارة اهتماما أو وقتا كان هناك عينات من أفراد النخب المتعاونين.

5.2.1 تحليل البيانات:

لتحليل البيانات الاحصائية التي تم رصدها استعانت الباحثة بالنسخة الحديثة من برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية¹ SPSS Version 22، إضافة الى برنامج Microsoft Excel 2007 وذلك بغية تحليل البيانات و المعطيات التي تم تحصيلها من خلال أداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان.

وللقيام بعملية وصف (la description) لإجابات المبحوثين (النخب الجزائرية عينة الدراسة) على أسئلة الاستبيان استندت الباحثة إلى الاحصاء الوصفي من خلال مجموعة من المقاييس المساعدة جاءت على النحو التالي:

- لمعرفة اجابات المبحوثين تم التفرغ من خلال الاعتماد على النسب المئوية (%) والتكرارات (ك)
- المتوسط الحسابي: الذي يعتبر من أكثر مقاييس النزعة المركزية شيوعا في الاستخدام، وفي بحوث الاتصال يستخدم على نطاق واسع لرصد وتحليل استجابات المفحوصين على المقاييس والاختبارات والاستبيانات².

حيث أن المتوسط الحسابي = مجموع القيم (الدرجات) / عدد القيم.

- الانحراف المعياري: يعتبر هذا المقياس من مقاييس التشتت الشائعة الاستخدام، لسهولة معرفة معناه الاحصائي ويستخدم لبيان درجة تشتت الاجابة عن وسطها الحسابي ويتم استخراجها بأخذ الجذر التربيعي للتباين، وكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التشتت وزاد تجانس الافراد حول استجاباتهم³.
- اختبار كا مربع: يستخدم كا² في الكثير من التطبيقات من بينها اختبار كا² للاستقلالية، وفي هذه الحالة يتم التطبيق على مجموعات عينة واحدة لمعرفة مدى اختلافهم أو عدم اختلافهم في جانب معين، ثم يتم مقارنة كا² المحسوبة ب كا² الجدولية عند درجة حرية ومستوى الدلالة

¹ Statistical Package for the Social Sciences

هذه الحزمة عبارة عن مجموعة من البرامج المحوسبة والمعدة مسبقا (جاهزة) لإدخال ومعالجة البيانات الاحصائية من خلال الحاسوب، ظهرت أقدم الاصدارات من الحزمة عام 1970، بهدف التشغيل على الحاسبات الكبيرة ثم توالى الاصدارات المتطورة من تلك الحزمة.

² عبد العزيز بركات ، مقدمة في التحليل الاحصائي لبحوث الإعلام (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط2014، 1) ، ص. 114.

³ عدنان كريم نجم الدين، الاحصاء للاقتصاد والادارة (عمان، دار وائل للطباعة والنشر، ط1، 2000)، ص ص 73، 72.

- 0.05 التي تقارن بالدلالة الاحصائية (sig) فاذا كانت α المحسوبة أكبر من α الجدولية فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرات.¹
- مقياس مجموعة التقديرات (مقياس ليكرت) الخماسي، حيث يعتبر من مقاييس الاتجاه التي يكثر استخدامها في الدراسات الإعلامية مثل دراسات الرضا والاشباع، وتقدير أوزان حاجات الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام.²
 - مستوى الأهمية: الذي تم احتسابه وفقا للمعادلة التالية:
 - مدى التطبيق = العلامة القصوى - العلامة الدنيا / 3
 - مدى التطبيق = $5 - 1/3 = 1.33$ وبناء على ذلك يكون :
 - الأهمية المنخفضة: من 1 إلى 2.33
 - الأهمية المتوسطة: من 2.34 إلى 3.66
 - الأهمية المرتفعة: من 3.76 فأكثر.³
- وبغية تفسير النتائج المتحصل عليها سعت الباحثة لربطها بالدراسات السابقة، المداخل النظرية التي تم الاستناد إليها وكذا مجموعة من القراءات والدراسات ذات الصلة بموضوع البحث.

¹بركات، مرجع سابق، ص 198

²فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات (قسنطينة، مطبعة جامعة منتوري، 2004)، ص. 39.

³ صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي، تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، جوان 2013)، ص. 248.


خلاصة:

ماذا يبحث الموضوع؟ ولماذا هذا الموضوع تحديداً؟ وكيف يمكن إنجازه؟ وهل يمكن النزول به إلى الميدان؟ وقبل كل ذلك هل سبقني باحثين آخريين إليه؟... وغيرها من الأسئلة -المشروعة- التي في العادة تؤرق وتستنزف الباحثين عند رغبتهم في إنجاز بحث أو كتابة مقال أو حتى إجراء ملخص لموضوع ما، وجدت الباحثة نفسها عند استكمال آخر عنصر من هذا الفصل تلاحظ أن هذه الأسئلة تبتعد عنها رويدا ليحل مكانها تصورات باتت أكثر وضوحا حول موضوع: استخدامات وإشباعات النخب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر الذي لم يكن في بدايته سوى مشروعا -طموحا - يحمل بعض الأفكار التي غلب عليها التشويش وعدم الوضوح.

إن تقيد الباحث بخطة علمية منظمة يساهم في الانتقال بموضوعه من مرحلة إلى مرحلة أخرى، هذا التقيد لا يعن أن يتحول الباحث إلى مجرد متلق يدون فقط ما يجده أمامه، بل هو مطالب بعمليات الانتقاء والتصحيح والممارسة النقدية للأفكار والتصورات التي ينقلها عن باحثين آخرين أو يرصدها كملاحظات من واقع بيئته ومجتمعه.

عرض الباحثة للفصل الأول عزز من قناعتها بأن البحوث في تخصص علوم الإعلام والاتصال بشكل عام وبعوث الجمهور بشكل خاص هي بحوث تحتاج نفسا طويلا واجتهادا، وتذكيرا متواصلا للباحث بضرورة أن يتحلى بمميزات الباحث من أمانة وجدية وموضوعية علمية وإن كانت الموضوعية في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية تبقى نسبية لتعاملها مع هذا الكائن الاجتماعي الذي لا يحظ بالاستقرار دائما في ميولاته وتصوراته.

العرض المنهجي لهذا الفصل سمح للباحثة ببناء تصورات للفصول القادمة التي تساهم في إنجاز الموضوع، تصورات قائمة على مجموعة من الاقتراحات والاختيارات التي فصلت فيها الباحثة بتخصيص فصل مستقل للمداخل النظرية للدراسة، وجهة نظر قد تحظى باتفاق أو اختلاف مع باحثين آخرين ولكن رؤية الباحثة لضرورة استقلالية الفصل ترجعه لارتباطه الكبير بموضوع الدراسة ومساهمته في توضيح مختلف التصورات القائمة حول الاستخدامات والإشباعات وعلاقتها بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ومنه جاءت فكرة بناء الفصل الثاني في هذه الأطروحة.



الفصل الثاني:
المداخل النظرية
للدراسته

الفصل الثاني: المداخل النظرية للدراسة

تمهيد

المبحث الأول: مدخل الاستخدامات والإشباعات

- 1.1.2 نشأة النظرية ومراحل تطورها.
- 2.1.2 عناصر النظرية.
- 3.1.2 فروض النظرية.
- 4.1.2 أهم نماذج الاستخدامات والإشباعات.
- 5.1.2 مدخل الاستخدامات والإشباعات بين النقد والايجابيات.

المبحث الثاني: مدخل انتشار المبتكرات

- 1.2.2 نشأة النظرية وتطورها
- 2.2.2 فروض النظرية ومفاهيمها الأساسية
- 3.2.2 عناصر عملية انتشار المبتكرات
- 4.2.2 خصائص ومراحل عملية انتشار المبتكرات
- 5.2.2 التقسيم النوعي للجمهور حسب درجة تقبله للأفكار المستحدثة
- 6.2.2 نظرية انتشار المبتكرات بين النقد والايجابيات.

خلاصة

تمهيد:

تعتبر النظريات العلمية من الدعامات المهمة التي تسند مسار أي بحث علمي وتوجهه في دراسة الظواهر والمواضيع من خلال جمع البيانات وربطها بعضها البعض، لتشكل في نهاية البحث نتائج وإجابات عن تساؤلات وفرضيات تعين الباحثين على فهم العلاقة بين مختلف المتغيرات وتفسيرها تفسيراً منهجياً.

فالنظريات العلمية تعتبر محصلة لمجموعة من الجهود والدراسات والأبحاث التي أجريت في فترات زمنية ومكانية مختلفة، وطبقت في ظروف متباينة وتخصصات متعددة كانت تستهدف بالأساس محاولات: الفهم، التفسير والتنبؤ للظواهر الغامضة أو القضايا الجديدة.

وفي علوم الاعلام والاتصال توجت جهود العديد من الباحثين في إنتاج نظريات علمية تشرح وتفسر الظواهر والعلاقات المتداخلة بين الأطراف المختلفة (عناصر العملية الاعلامية والاتصالية: المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، الأثر)، وتأثيرها داخل مجتمعاتها (فمثلاً تساعد هذه النظريات في تقديم شروحات لفهم علاقة الجمهور بالوسائل الاعلامية المختلفة ومن يؤثر في الآخر في ظل التطورات التكنولوجية التي تشهدها مختلف المجتمعات ...). خصوصاً مع انفتاح علوم الاعلام والاتصال على تخصصات علمية أخرى كعلم الاجتماع، علم السياسة، الأدب علم المعلومات والتكنولوجيا ... وذلك لدراسة الظواهر الاتصالية ذات الأبعاد المختلفة، وربما من أهمها اليوم ذلك التغلغل الكبير الذي أصبحنا نلاحظه للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال فردياً، مؤسساتياً ومجتمعياً.

وفي محاولة لفهم موضوع هذه الدراسة ومن خلال عنوانها، وكذا الاطلاع على التراث النظري والدراسات السابقة، ولأهمية النظرية العلمية فإنه من المناسب الاستناد إلى مدخلين نظريين أساسيين وهما "مدخل الاستخدامات والإشباعات"، إضافة إلى "مدخل انتشار المبتكرات" وعليه جاء هذا الفصل قارئاً لهذين المدخلين مفسراً مدى ارتباطهما بموضوع الدراسة، أين حاولت الباحثة تقديم عرض يخدم الموضوع ويفيده خاصة عند الانتقال إلى الشق التطبيقي.

المبحث الأول: مدخل الاستخدامات والإشباعات

1.1.1 نشأة النظرية ومراحل تطورها:

إن البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباعات جاء نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بدايات القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور محاولة الربط بين الاستخدام والأسباب، حيث تم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد إلى تلبية حاجيات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، حيث أطلق عليه "الاستخدامات والإشباعات"¹. واعتبرت النظرية التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية من بين النظريات التي أحدثت ثورة على تيار فكري كان سائدا في البدايات الأولى لبحوث علوم الاعلام والاتصال.²

يرجع الاهتمام بالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري، بالرغم من أنّ هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام، ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينيات، وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الاتصال بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد كما يقول عالم الاعلام والاتصال الجماهيري كاتز³ .Katz.

وخلال هذه الفترة (عقد الأربعينيات من القرن العشرين) أدى إدراك الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الاتصال، وكانت النظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي كانت ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة،

¹ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال(عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص. 172.

² Charon Danielle, Une **Introduction a la Communication**.(université du Québec, collection et communication et société,199) ,p.33.

³ بسام عبد الرحمان المشابقة، نظريات الإعلام (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011)، ص. 84.

وتتصرف بناء على نسق واحد، وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية، فلم يعد ممكناً فهم الجماهير بهذه الطريقة.¹ وبحسب الباحثان: "وينر Wimmer" و"دومينيكا Dominick" ترجع بدايات النظرية إلى الاهتمام بأسباب اختيارات الجمهور للاستماع للاذاعة أو قراءة الصحف المكتوبة باعتبارها وسائل الاعلام المتوفرة في فترة الأربعينيات وما الذي يحققه هذا الاستخدام للجمهور²، وعليه اعتبرت دراسة عالم الاجتماع الأمريكية "Herzog" سنة 1940 من البحوث البحوث الأولى في مجال الاستخدامات والإشباع، حول مسألة إتباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برنامج ألعاب (QUIZ) الإذاعي، ومن بين نتائجها، أي الرغبات التي أفصح عنها المستجوبون، والتي مازالت تأخذ بعين الاعتبار في بحوث الاستعمالات وإتباع الرغبات في يومنا هذا كالاتي:

- التنافس: ويعني أن المستمع، إلى البرنامج عندما يشارك عن بعد ويحاول أن يتبارى مع المتنافسين في البرنامج من خلال محاولته الإجابة على الأسئلة التي يطرحها منشط البرنامج.
- التريبة: أي من خلال الاستماع إلى الأسئلة التي تطرح في البرنامج والأجوبة الصحيحة عليها، يكتسب المستمع معلومات جديدة.
- التقييم الذاتي: ويقصد به أن المستمع يقارن نفسه بالمتنافسين من جهة، ومن جهة ثانية يقيم نفسه من خلال الأجوبة الصحيحة التي يقدمها وهكذا استخلصت الباحثة أن البرنامج الإذاعي يتيح الفرصة لمستمعيه لكي يشبعوا بعض الرغبات النفسية.³

وفي دراسة ثانية عام 1942 لنفس الباحثة "Herzog" بعنوان: "ماذا نعرف حقيقة عن مستمعي المسلسلات الإذاعية اليومية"، كانت قد قامت باستقصاء رأي عينة مكونة من 2500 مستمع حول أنواع الرغبات التي يتحصلون عليها من المسلسلات الإذاعية اليومية، وكشفت دراستها على أن الرغبات التي أفصح عنها المستمعون تمثلت في:

- التنفيس العاطفي: ومعناه التخلص من الشحنات العاطفية ومن التوترات ومن القلق، أو إزالة العقل، حسب تعبير "Freid".

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظريات المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص. 239.

² Thomas E. Ruggiero , "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". **Mass Communication & Society**, 3(1), University of Texas, El Paso, Print Journalism, Memorial, 2000, p-p3-37.

متاح على الرابط: www4.ncsu.edu/~amgutsch/Ruggiero.pdf

³ عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيرة، الإعلام والمجتمع، رؤية سيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية (الجزائر: دار الوسيم للنشر والتوزيع، 2010)، ص. 61.

- الاستغراق في أحلام اليقظة: ويعني أن المستمع يتخيل نفسه في وضعيات أو أماكن أو أدوار يصورها المسلسل اليومي ويتحدث عنها.
- السلوك الاجتماعي اللائق: ويقصد به تبني المستمع لسلوكيات ومواقف يتحدث عنها المسلسل اليومي، ويتم التعبير عنها وفق قيم المجتمع، وقواعده ومعايره.
- وبناء على نتائج هاتين الدراستين نحتت الباحثة مصطلح الاستعمالات والإشباع، وهو ذات المصطلح الذي مازال يستعمل في بحوث هذا الميدان إلى يومنا هذا.¹
- وفي عام 1945 جاءت دراسة بيرلسون "Berlson"، التي أجراها عندما توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك فكان سؤاله عما افتقده الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بها، مثل دور نقل المعلومات و الأخبار، والهروب من العالم اليومي، وتقديم التفسيرات حول الشؤون العامة وتقديم المعلومات حول الأوضاع المالية والإعلانات وأحوال الطقس وأنها أداة للتواصل الاجتماعي.
- وفي عام 1949 لاحظ وولف وفيسك "Wolf" et "Filsk" أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال، وهي وظيفة التجول في العالم القريب أو الخيالي أو تقديم صورة البطل الذي لا يقهر، وتقديم المعلومات حول العالم الحقيقي.²
- تعرضت الدراسات السابقة لمجموعة من الانتقادات تتمثل في:
- أولاً: أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للمبوحين "Open.Endedway" حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.
- ثانياً: اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات إشباع من الجمهور في فئات مصنفة تتجاهل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعاً لكثافتها.
- ثالثاً: لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباع التي تم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.
- رابعاً: فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كميّاً أو مفاهيمياً.

¹ المرجع نفسه، ص، ص 61، 62 .

² المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 173.

بناء عليه فإن هذه الدراسات لم تعطي صورة مفصلة وأكثر تصاعدياً لإشباع وسائل الإعلام تؤدي إلى صيغة نظرية نهائية لتعميمات علمية¹.

أما البدايات الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباع كانت من خلال دراسة أجراها **ياهو كاتز** "KATZ" العام 1959 من خلال نشره لمقال رد فيه على رؤية **بيرنارد برلسون** "Bernerd Berlson" بموت حقل بحوث الإعلام، وقال أن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير، بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، واقترح **كاتز** "KATZ"، التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الإعلامية؟

وطرح نموذج **"ريلبي و ريلبي"** "Reily and Riely" سنة 1951، الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق إشباع متباينة².

وقد افترض **كاتز** "KATZ" في عام 1959 أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية التعرض، وتوجه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه ووجد **ماكويل** "Mcquail" في استعداده للعديد من هذه الدراسات، أن هناك قدراً من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد مثل، اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، الاستعداد المسبق للهروب إلى عالم الخيال، والاندماج مع الأبطال والبطولة في أحوال الفلق والعزلة والاضطرابات والمتاعب الشخصية وكذلك دعم السلوك والاتجاهات، وزيادة تقدير الذات، ثم قيام وسائل الإعلام في المساعدة على التفاعل الاجتماعي ودعم الألفة مع البيئة، ويضيف **ماكويل** أن هذه الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة والمتوقعة³. ومنذ العام 1970 بدأ **كاتز** ومجموعة من الباحثين بالعمل على الاهتمام بما يبحث عنه الجمهور من خلال وسائل الاعلام⁴.

¹ حمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام (القاهرة: مكتبة نانسي دمياط، 2006) ص ص، 11، 12.

² عبد الواحد أمين (الصحافة)، مرجع سابق، ص. 34.

³ يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ج2، 2013)، ص. 319.

⁴ **Dictionary of Media and Communications**. Marcel Danesi, (United States of America: M.E. Sharpe, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, ,2009), p.296

وكان أول ظهور للنظرية بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز "KATZ" وبلومر "Blumler" العام 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر¹. واستمرت بعدها الدراسات الإعلامية فترة السبعينيات والثمانينيات التي سعت الى تطوير النظرية فسعى كل من Palmgreen و Rayburn إلى محاولة ايجاد العلاقة بين الدوافع النفسية والإرضاء في التواصل من خلال دراسة اجريت على عينة من مشاهدي التلفزيون العام، وفي نفس الفترة أجرى مجموعة من الباحثين أمثال: (1974Gurevitch·Katz·Blumler)، (1974Gurevitch·McQuial)، (1979Blumler)، (1979 Katz)، (1979 Rayburn، Palmgreen)، (1979Swanson)، (Rayburn، Palmgreen·Wenner)، (1980)، (1989، Babrow)، (1984 Rayburn، Palmgreen) مجموعة من الدراسات خلصت الى أن الحالات المعرفية والوجدانية لها أثر في تعزيز استخدام وسائل الاعلام المختلفة².

وفي أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات برزت بحوث جديدة تتعلق أساسا بتأثير التكنولوجيات الجديدة على الجمهور خصوصا مع تطورات شبكة الانترنت، وفي كتاب "ويندال Windhal" بعنوان "الاستخدامات والإشباعات في مفترق الطرق"، أكد على أهمية انطلاق النظرية من أفراد الجماهير على عكس البحوث التقليدية التي اتخذت من وسائل الاعلام نقطة انطلاق لها، وهو ما دفع بالكثير من المهتمين بشؤون الاستخدامات والإشباعات الى ضرورة ربط نظرية الاستخدامات والإشباعات بالبحوث العصرية والحديثة وهو ما أطلق عليه بالاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات.

حيث يرى بعض الباحثين أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل، يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والإشباعات، فقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالأنترنترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية، وقد بينت معظم الدراسات الحديثة للاستخدامات والإشباعات على نفس التصور

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003 ص. 253.

² Abd El-Basit Shaheen, **Uses and Gratification of online advertising ,a comparative study between Germany and Egypt** . degree of Doctor of philosophy (PhD) in mass communication, (Germany :Technical University , 2010) ,p .13

* لمزيد من التفاصيل حول الدراسات والبحوث التي أجريت خاصة في فترة الثمانينات والتسعينات ومراسل سابقة يمكن مراجعة: نظرية الاستخدامات والإشباعات في القرن الحادي والعشرين: رؤية وصفية تقييمية للباحث: عبد الرزاق الديلمي، دراسات وبحوث في الاعلام (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015)، صص 8 - 43.

الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا، إلا إنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والانترنت¹.

ويتميز المقرب الحديث للاستخدامات والإشباعات الذي بدأ يتبلور منذ الثمانينات من القرن الماضي بتوجيه الاهتمام أكثر فأكثر إلى تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل شبكة الانترنت، والهاتف النقال، وبالتالي لم يعد التلفزيون يستأثر باهتمام الباحثين كما كان الحال من قبل²، كما أدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة إلى إحياء الاهتمام بهذا الاتجاه لكونها تقدم للجمهور فرصا أوسع من الاختيارات وعددا أكبر من الاستخدامات والإشباعات، ونتيجة لهذا الفهم أجريت العديد من الدراسات حول الاستخدامات والإشباعات لوسائل الاتصال الجديدة: (1991 Walker)، (1995 Funk) (1996 Lin) (Perse) (1996 and Dune).

إن هذا الاهتمام المتزايد لاستخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وفي مقدمتها الانترنت يعد نتيجة منطقية لخصائص هذه الوسائل وأهمها: التفاعلية والجمهور المجزأ، وصفة اللاتزامنية، "التفاعلية" عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة أعلى من السيطرة والتحكم، والتفاعلية في نظر البعض الآخر مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختيار المتاحة أمام المستخدم، وحجم الجهود الذي يبذله المشارك في العملية الاتصالية من أجل الحصول على المعلومات، وتشير التفاعلية كذلك إلى دور الوسيلة في تفعيل وتشجيع التفاعل الشخصي بين قطاعات جماهيرية واسعة.

أما المفهوم الثاني المرتبط بوسائل الاتصال الجديدة والذي يعمل في اتجاه سيادة هذا الاتجاه فهو مفهوم "الجمهور المجزأ"، أو بعبارة أوضح إمكانية القائم بالاتصال أن يصل برسالته إلى جماهير عديدة كل منها يمثل قطاعا متجانسا في داخله بخلاف الحال مع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي تصل إلى جمهور عام متباين وغير قادر على الاتصال المباشر والفوري مع القائم بالاتصال، أو بأعضاء آخرين في نفس الجمهور.

¹ بيسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2008)، ص 120.

² عزني، بومعيزة، مرجع سابق، ص 79.

ويشير المفهوم الثالث "اللاتزامية" إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة عبر الوسيلة الاتصالية في الوقت الذي يناسب ظروف طرفي العملية الاتصالية، أي أن المرسل والمتلقي لديه إمكانية إرسال واستقبال وتخزين، واستدعاء المعلومات من الوسيلة في الوقت الذي يراه ملائماً¹.

وفي مجال الاستخدامات الحديثة يشير الباحث "يوسف محمد" الى أن الاتصال الرقمي يعتبر بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته، بل إن الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الانترنت، وأصبح البريد الإلكتروني "E-mail" والحوار "Chat" والتجول بين المواقع المتعددة يستقطع وقتاً كبيراً باختياره لتلبية حاجاته للاتصال بالغير، ولذلك تتصدر بحوث استخدام الاتصال الرقمي، وبصفة خاصة الانترنت كافة البحوث والدراسات التي تجرى في هذا المجال، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع في هذه البحوث والدراسات².

فالاستخدامات الحديثة لهذا المدخل تقوم على ضرورة التحديد الدقيق لطبيعة الجمهور المستهدف، للحصول على فهم أفضل للعلاقة بين الخصائص الاجتماعية للجمهور، وطبيعة استخداماته للوسيلة والسياق الذي تستخدم فيه الوسيلة³، ومن انتشار تكنولوجيات الاتصال الحديثة صاحب هذا الانتشار تأثيرات عديدة خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام، وتشتمل تلك التأثيرات على اعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال فلم يعد القائم بالاتصال هو المسؤول الوحيد عن اختيار الرسائل والمضامين الاعلامية وفرضها على الجمهور، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك أفرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعال في المشاركة في انتاج وصياغة هذه المضامين ويتضح ذلك بشكل واضح في تعامل مستخدمي الانترنت والانتقائية العالية التي يمارسونها وطبيعة الدور الذي يؤديه في عملية الاتصال عبر الانترنت⁴.

¹حمادة، مرجع سابق، ص 123،122. يمكن العودة الى هذا المرجع لمعرفة تفاصيل أكثر عن دراسات أجريت في هذه الفترة، كما أنه سيتم التطرق الى خصائص تكنولوجيات الاتصال بأكثر تفصيل على مستوى الفصل الخاص بالتكنولوجيات الاعلام والاتصال.

²محمد، مرجع سابق، ص 339.

³السيد بخت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الاعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية (العين، الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2004)، ص ص 29،28.

⁴رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الاعلام الإلكتروني (مصر: قسم الصحافة والاعلام، جامعة الأزهر، 2007)، ص

وشهدت الساحة البحثية الإعلامية غريبا، عربيا وجزائريا اجراء عشرات الدراسات الاعلامية التي استهدفت استخدامات فئات مختلفة من الجمهور للتكنولوجيات على اختلاف مجالاتها: الصحافة الالكترونية، راديو الانترنت، التلفزيون الرقمي، شبكات التواصل الاجتماعي، الهواتف الذكية.

وقد أشار الباحث "رضا عبد الواحد أمين" إلى الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعيات فيما يلي:

- اتجاه يهتم بالربط بدوافع الاستخدام وأنواع الإشباعيات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، فتعرض الفرد لوسيلة معينة سيؤدي إلى إشباعيات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية.

- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام، وبين سلوكيات تلك الرسائل واتجاهاتها.

- اتجاه يهتم بتأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها، مثل المتغيرات الشخصية، والسياق الذي تم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي، وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه إلى ضرورة تقديم دلائل حول تأثير وسائل الإعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية¹.

وبشكل عام يمكن القول أن مدخل الاستخدامات والإشباعيات مر بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها كالآتي:

✓ مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): واهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقد الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي.

✓ مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): وهي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه، وقد امتدت هذه النظرية خلال عقد الستينات من القرن الماضي.

¹ عبد الواحد أمين، (النظريات)، مرجع سابق، ص 87، 86.

✓ مرحلة البلوغ: (المرحلة التفسيرية): وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباعات، وامتدت هذه المرحلة من عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن¹.
وبالنسبة للباحثة وفي ظل التطورات الحديثة وتنوع الدراسات الاعلامية يمكن الحديث عن إضافة مرحلة رابعة وهي:

✓ مرحلة الماكبة: (المرحلة التطوعية)*: أين يتم تطويع عناصر وفروض النظرية بما يتناسب ويتلاءم مع المستجدات التكنولوجية الجديدة دعامتها الأساسية الجمهور الذي صار أكثر فاعلية ونشاطا يستند الى ما أتاحتها الفضاءات و التطبيقات الجديدة للانترنت مروراً بالجيل الأول للويب وصولاً إلى الجيل الخامس أي تقريبا منذ نهاية الثمانينات 1989 الى وقتنا الحالي مع التوقع المستمر لبروز أشكال جديدة ومختلفة، وهذا مما يعني حسب رأي الباحثة أن نظرية الاستخدامات والإشباعات مازالت قادرة على الاستمرارية وهذا رداً على الباحثين الذين يقرون بانتهاء ووفاء النظرية، وينسجم مع هذا الرأي ما كتبه الباحثة **Anabel Quan Haase** في مقال لها حول الموضوع بعنوان :

"Is the Uses and Gratifications Approach Still Relevant in a Digital Society? Theoretical and Methodological Applications to Social Media".²

أكدت فيه على أهمية الدور الذي تلعبه هذه النظرية واستمراريتها في بحوث الاتصال الحديثة :

"The U&G approach continues to play a unique and important role in studies of communication, sociability, information science, and journalism.... "

هذه البحوث التي تستهدف معرفة ما يبحث عنه المستخدمين من خلال استخداماتهم اليومية للتكنولوجيات الحديثة على غرار الهواتف الذكية، الألواح الالكترونية التي صار استخدامها يوميا في حياة الأفراد من خلال التطبيقات المستخدمة كالفيسبوك، تويتر ...

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2007)، ص، ص 298، 299.
* هي رؤية تراها الباحثة مهمة خاصة في ظل تزايد الجدول حول جدوى تطبيق النظرية في البحوث المعاصرة.

² Anabel Quan-Haase, "Is the Uses and Gratifications Approach Still Relevant in a Digital Society? Theoretical and Methodological Applications to Social Media". **Media. J Mass Commun Journalism**, volume2, . 2012

"The U&G approach relevant to the study of social media. One of the key areas of study in the U&G approach is how individuals use media and integrate it into their everyday live routines and practices. As social media platforms continue to proliferate and apps for smart phones and tablets increase in diversity and functionality, individuals are adopting a multiplicity of sites, services, tools, games, etc. This makes it necessary to understand what digital tools they employ, when they use them during the day, and how these fit with their daily routines and practices..."

وهي أيضا نفس الفكرة التي يتفق فيها الباحث **Thomas E. Ruggiero** في مقال له:

بعنوان ¹: "Uses in the 21st Century and Gratifications Theory"، أكد فيه على أن أي بحوث اتصالية مستقبلية يجب أن تضع بجديّة في اعتبارها نظرية الاستخدامات والإشباعات :

"Any attempt to speculate on the future direction of mass communication theory must seriously include the U&G approach...."

2.1.2 عناصر النظرية:

تدور معظم كتابات نظرية الاستخدامات والإشباعات حول عدة مفاهيم (عناصر) تمثل أساس دراسات هذه النظرية وتركز عليها وهي كما يلي :

1.2.1.2 الجمهور النشط:

ترتكز نظرية الاستخدام والإشباع على أن جمهور وسائل الإعلام مشارك نشط في عملية الاتصال، وأنه يختار من بين هذه الوسائل ومضامينها ما يحقق له إشباعات لاحتياجات قائمة لديه، هذه الرؤية الجديدة للدور الذي يقوم به الجمهور في عملية الاتصال، كانت مناقضة للمفاهيم السائدة عن ذلك الدور من قبل، التي وصفت الجمهور بالسلبية والخمول².

¹ Thomas E. Ruggiero, **Op-cit**, p-37-3.

² سعد آل سعود، الاتصال والاعلام السياسي (الرياض، القنوات للنشر، ط1، 2007) ص، ص، 111، 112.

ويرى "بلملر" "Blumler" أن المقصود بالنشاط عند الجمهور، هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الرسائل الإعلامية المختلفة التي يمكن أن تحدث وقت التعرض لوسائل الإعلام¹.

ويرى "ليفي" و"ويندال" أن نشاط الجمهور له بعدان هما:

البعد الأول: التوجه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات:

أ. **الانتقائية:** هي الاختيار المقصود لواحد أو أكثر من البدائل المتاحة وذلك بأن يقوم الجمهور باختيار وسائل اتصالية معينة، ويختار التعرض لمضمون معين فيها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين الإدراك والتذكر.

ب. **الانشغال:** وهي الدرجة التي يدرك بها فرد من الجمهور العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام ودرجة تفاعل الفرد مع المحتوى أو الوسيلة.

ج. **المنفعة:** وهي استخدام الفرد لوسيلة معينة بقصد تحقيق هدف معين ذلك أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

البعد الثاني: البعد المؤقت: وهو تقسيم نشاط الأفراد على أساس الجهد المبذول وهو على النحو الآتي:

أ. **الانتقاء قبل التعرض:** ويرتبط هذا بتوقع الجمهور بأن التعرض لوسيلة دون الأخرى أو مضمون معين يحقق لهم الإشباع المطلوب، كما أوضحت دراسة "ليفي" سنة 1977، بأن البحث عن المضمون أو الوسيلة عند الأفراد يعكس خبرات الفرد بوسائل الإعلام وإدراك مضامينها.

ب. **الانتقاء أثناء التعرض:** ولهذا علاقة بما قبله فالتعرض ذاته يظل سلوكاً انتقائياً يحوي عدداً كبيراً من الخيارات للفرد.

ج. **الانتقاء بعد التعرض:** ويرتبط هذا بالتذكر الانتقائي للرسائل التي تعرض لها الفرد، ويعد هذا من نشاط الجمهور في التفاعل مع الرسالة مما يؤدي إلى عدم نسيانها بالكلية.

د. **المنفعة قبل التعرض:** حيث يحصل الجمهور على منافع قبل التعرض من خلال الحديث والنقاش الاجتماعي، ومحاولة التنبؤ بما قد يحصل للرسالة.

هـ. **المنفعة أثناء التعرض:** وهي المنفعة التي قد تنشأ من تعرض الفرد لوسائل الإعلام.

¹ المراهرة، (نظريات) مرجع سابق، ص 190، 191.

و. **المنفعة بعد التعرض:** ويرتبط هذا السلوك الذي ينعكس على الفرد من خلال المعلومات التي قد حصل عليها من الرسالة¹.

وتشير الدراسات التي أجريت مؤخرا عن استخدام التكنولوجيات الحديثة إلى نشاط وافر، ومقنع للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الايجابية لهذا الجمهور، ومزيد من القوة التي يكتسبها من خلال الإمكانيات الهائلة التي تتيحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، والتي أتاحت له كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام، وسيطرتها على مصادر المعلومات، ووضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الاعلامية، فمن خلال البريد الإلكتروني والقنوات الفضائية والانترنت وغيرها، أمكن للكثير الحصول على كثير من المعلومات والآراء التي ربما تكون قد حظرت بشكل رسمي بين دولهم، ولهذا يقول "Ganley": "إن الأفراد أمكنهم في إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ويستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ولم تصمم من أجلها"².

وفي هذا السياق يمكن الإشارة الى ما سمي بموجة ثورات الربيع العربي التي شهدتها البلدان العربية منذ 2011، والتي أدت إلى الاطاحة بأنظمة ورؤساء هذه الدول، أين أدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي إلى تشكيل مجموعات وفعاليات أعطت للحراك الجماهيري، الاحتجاجات والنضال تسميات مختلفة، وتحول ما سمي بالإعلام الجديد أو البديل من خلال: المنتديات الالكترونية، المدونات، شبكات التواصل الاجتماعي إلى واجهة جديدة تستخدمها الجماهير بمختلف مكوناتها لإحداث التغييرات والمطالبة بالإصلاح في مجالات الحياة المختلفة: سياسيا، اجتماعيا، اقتصاديا ... واستطاعت هذه التحولات التي أعتبرت ثورة هائلة في وسائل الاتصال أن تنهي أو تغير مفاهيم كانت سائدة على غرار: حارس البوابة، أحادية المرسل أو مصدر الرسالة لتحل محلها مفاهيم تتطور يوميا وفي مقدمتها التفاعلية.

2.2.1.2 الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

يرجع الفصل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحثة " ماتيلدا رايلي " "Matilda Raily" عام 1951، ولقد صنفت "بالمجرين" و"روبين" "Rubin" و "Palmgreen" الدوافع النفسية إلى أربعة أصناف هي: دوافع مزاجية، دوافع معرفية، دوافع عاطفية ودوافع اجتماعية وتعويضية³.

¹ المرجع نفسه، ص ص 191، 192.

² عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 38.

³ عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص 304، 305.

ويعني هذا الأمر أن جمهور وسائل الإعلام متفاعل مع بيئته الاجتماعية، أين تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها الجمهور ووسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل، بل تؤثر أيضاً على تفسيره لمعاني الرسالة الاتصالية التي يتعرض لها¹. حيث حلت الباحثة ماتيلدا رايلي "Matilda Raily" العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية على النحو الآتي:

أ. الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

ذلك أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً منعزلين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل: السن، المهنة، النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي لها تأثير في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وبذلك تبين فشل الجمهور السلبي بعد ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع.

ب. الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال:

ذلك أن العوامل النفسية قد تؤدي في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الاتصال، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن (الجمهور) الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم، وتحقق مشاهدة التلفزيون مثلاً العلاج لهذه المشكلات².

نظراً لأن هناك فروقاً واختلافات فردية، فإن الأنماط المختلفة من البشر يختلفون بين اختيارهم وإدراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الجماهيري، مما يعني أن العوامل النفسية يمكن أن تلعب دوراً في تحديد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام، وفي دراسة لـ: "دونيمو" "بالمجرين" و "رايبرن" حول الأصول النفسية والمجتمعية لاستخدام وسائل الاتصال أشارت الدراسة إلى أن العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية تعمل كلها في تناسق كي تؤثر في استخدام وسائل الإعلام وتوافق هذه الرؤية العديد من باحثي الاستخدامات والإشباع الذين يعارضون دوماً مصطلح "الحشد"، لتمييز

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص.39.

² المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 193.

جمهور وسائل الإعلام طبقاً لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة¹.

3.2.1.2 دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال². ولقد اختلف علماء الاتصال وعلم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وكان هذا الاختلاف امتداداً لتحديد مفهوم الدوافع التي يعرفها الباحث روبين Rubin بأنها: "مجموعة من الرغبات تؤثر على ردود الأفعال، وتؤدي إلى البحث عن إرضاء الحاجات الانسانية"³ وتقسم معظم الدراسات الاتصالية دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما: الدوافع النفعية، والدوافع الطقوسية على النحو الآتي:

أ. **دوافع منفعية:** وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار وبرامج المعلومات، حيث أن وسائل الاتصال تجمع معلومات لنا عن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسنا خاصة مع ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث معظم إرسالها على مدى 24 ساعة، كما تتضمن الدوافع المنفعية الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات والتعلم الذاتي في مجالات عديدة.

ب. **دوافع طقوسية:** وتشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتتعمق هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات وبرامج الترفيه المختلفة⁴.

ولقد اعتبر تان "Tan" (1985) أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين مقسماً الحاجات إلى خمسة أقسام أساسية وهي :

- حاجات معرفية: وهي المرتبطة بتدعيم اكتساب المعلومات، المعرفة، فهم البيئة المحيطة.

¹ عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 117.

² عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص.39.

³ Shaheen, Op. cit ,p19

⁴ عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص 306.

- حاجات عاطفية: ترتبط بتدعيم العواطف، الاستماع، الخبرة الجمالية.
 - الحاجة للتكامل الشخصي: وهي المرتبطة بتدعيم المصداقية، الثقة، الاستقرار.
 - الحاجة للتكامل الاجتماعي: ترتبط بتدعيم وتقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء والعالم.
 - الحاجة لتخفيف التوتر: المرتبطة بالهروب والترفيه والاسترخاء.¹
- للإشارة هناك وجهات نظر مختلفة حول دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهي على النحو الآتي:

- يرى أصحاب الاتجاه الأول: أن الدوافع داخلية يدركها الجمهور ويعيها بشكل مباشر، وأن الجمهور يستطيع تحديد النتائج التي يهدف إلى الحصول عليها من وسائل الإعلام.
- أما مؤيدو الاتجاه الثاني: فيرون أنه يصعب إدراك الدوافع بشكل مباشر من قبل الجمهور، ويجب أن يستدل على هذه الدوافع من خلال معتقدات وسلوكيات أعضاء الجمهور.
- أما أصحاب الاتجاه الثالث: فقد انتقدوا الرؤيتين السابقتين، ورأوا أنه من الصعب التوصل للدوافع، لأن الحاجات الأساسية للفرد ربما تؤثر في تعرضه لوسائل الإعلام، وربما تكون هذه الحاجات أساسية لدرجة أنه لا يمكن معرفتها على أساس أنها محدّدات للتعرض لوسائل الإعلام، وبهذا لا يمكن التوصل لهذا الدافع.
- وأما أصحاب الاتجاه الرابع: ومنهم "Babrow"، و" Auctim" رأوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس بالضرورة أن يكون مدفوعاً بل قد يكون سلوكاً اعتيادياً.²

4.2.1.2 توقعات الجمهور من وسائل الاتصال:

تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض، إلى وسائل الاتصال، وتعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال، وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية أخرى طبقاً لاحتياجاتهم فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر إشباعاً لاحتياجاتهم، حيث أن

¹ Shaheen, Op. cit .p19

² عبد الحكيم العدلي، مرجع سابق، ص 118.

السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة في إشباع احتياجاتهم المختلفة.

كما يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام حال التعرض لها إشباعا لحاجاتهم وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد، وقد عرف مفهوم "التوقع" من عدد كبير من الباحثين ومنها تعريف "ماكلويد" و"بيكر" "McIlloid" "Buker" القائل بأن التوقع هو "احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة" بينما عرفها كاتز "Katz" بأنه: "مطالب الجمهور من وسائل الاعلام". واقترن هذا المفهوم بمدى مقابلة الإشباع الذي يحقق للأفراد توقعاتهم المسبقة لمرحلة ما قبل التعرض بشأن خصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها والمتمثل في الإشباعات المتحققة قياسا بالإشباعات المطلوبة والمتوقعة¹.

إن الأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل ورسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها، وهو ما تشير إليه نظرية القيمة المتوقعة "Value Theory Expectancy"، لصاحبها مارتن فيشين Martin Fishbein، حيث استفاد "بالمجرين 1984 Palmgreen" من هذه النظرية ليؤكد أن: "التوقعات هي سيناريو يقرر الفرد من خلاله ما يتوقعه من وسائل الإعلام، وتحديد مدى إشباعها لهذه التوقعات"²، كما تقدم التوقعات تفسيراً واضحاً لدوافع التعرض للجمهور لوسائل الإعلام، فهي ترى أن الشخص يختار بدائل وسائل الإعلام: الوسيلة والمضمون، طبقاً لقيمتها في إشباع حاجاته حسب توقع الأفراد لهذه القيمة ومن ثم فإن إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى، والعكس صحيح³.

¹المزاهرة، (نظريات) مرجع سابق، ص ص 198، 199.

² **Encyclopedia of Communication Theory**, Stephen W. Littlejohn Karen A. Foss, (United States of America: SAGE Publications, Library of Congress Cataloging-in-Publication, 2009) ,p.979.

³عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 119.

5.2.1.2 التعرض لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال، حيث يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع¹.

كما أنه توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة، وتعرضه لوسائل الاتصال، وتعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبي احتياجاته، وتغيير استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيات الاتصال وظهور وسائل جديدة مثل القنوات المشفرة والانترنت يتطلب اتفاقاً مستمراً للحصول على خدماتها أو لمضامينها بعكس أفراد الجمهور الذين يكونون محددين بقناة تلفزيونية واحدة فلا يكون هناك مجال واسع للاختيار، ولا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة في هذه القناة عن ضرورة إشباعها لبعض الحاجات لديهم².

6.2.1.2 إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباع منذ السبعينات من القرن العشرين بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل، ووفق النظرية يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية، واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات التي يختلف الباحثون فيما بينهم حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام³.

يمكن تقسيم الإشباعات إلى نوعين أساسيين هما:

أ. إشباعات المحتوى: وتقسّم إلى نوعين على النحو الآتي:

– إشباعات توجيهية: وتتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة الالكترونية)، مرجع سابق، ص 42.

² عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص 310.

³ المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 201.

- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية، حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسره من خلال تحقيق إشباعات مثل: إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين.

ب. الإشباعات العملية:

تنتج إشباعات العملية عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسائل اتصالية معينة ولا ترتبط بسمات وخصائص المضمون، وتقسم إلى نوعين على النحو الآتي:

- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

- إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال توحيد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات من ضعف علاقة الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة¹.

3.1.2. فروض النظرية:

وضع الباحثين الأسس العلمية، والفرضيات الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها، وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة، لذا وضع إيلياهو كاتز "Eliahu kataz"، وزملاؤه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك الفروق الفردية.

- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشيع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

¹ عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص 311، 312.

- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيةها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط¹.

هذه الفرضيات تتسجم مع الطرح الذي قدمه وأكدته **ليتل جون** "Little John" من خلال حديثه على أن:

- جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

- جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات، ويحاول إشباعها من خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة.

- وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى، أي أنه إلى جانب ما تقدمه وسائل الإعلام من اختيارات متعددة للجماهير تبحث أيضاً عن مصادر أخرى لهذا الإشباع مما يجعل وسائل الإعلام تدخل في منافسة مع هذه المصادر².

4.1.2 أهم نماذج الاستخدامات والإشباع:

توجد عدة نماذج مفسرة لمدخل الاستخدامات والإشباع يمكن الارتكاز على أهمها فيما يلي:

1.4.1.2 لنموذج الأساسي أو القاعدي (The Basic Model):

وهو نموذج عرضه كل من "كاتز"، "بلومر" و"قوروفيتش" سنة 1974³، اهتم هذا النموذج بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد، واتجاهاته السلوكية لإشباع هذه الحاجة من بين البدائل المختلفة، ومنها وسائل الإعلام ومحتواها، وبناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وما يمكن أن تشعبه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الوظيفية التي يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى.

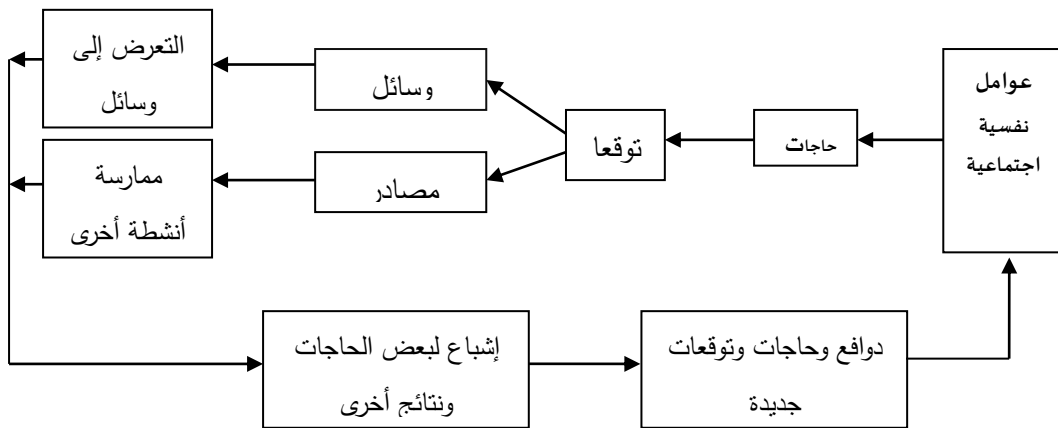
¹ المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق ص ص 181، 182.

² محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 1997)، ص ص 47، 48.

³ Shaheen, Op-cit, p .14

فهو يرى أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات (الحاجة إلى التسلية، والهروب برسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون أو الذهاب إلى النادي)، فيترتب على ذلك اتخاذه قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كآمنة وهو يؤدي كل مرة إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها، ونشوء حاجات جديدة أو عدم إشباع بعض الحاجات وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات¹ كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم (1): تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات.



المصدر: محمد، مرجع سابق، ص334

2.4.1.2 نموذج روزينجرين 1944:

يعرض هذا النموذج مجموعة العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات والإشباع، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية اجتماعية لدى الإنسان وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وبالتالي تتولد الدوافع لحل مشكلات فردية تختلف في حد ذاتها،

¹ محمد، مرجع سابق، ص 333،334

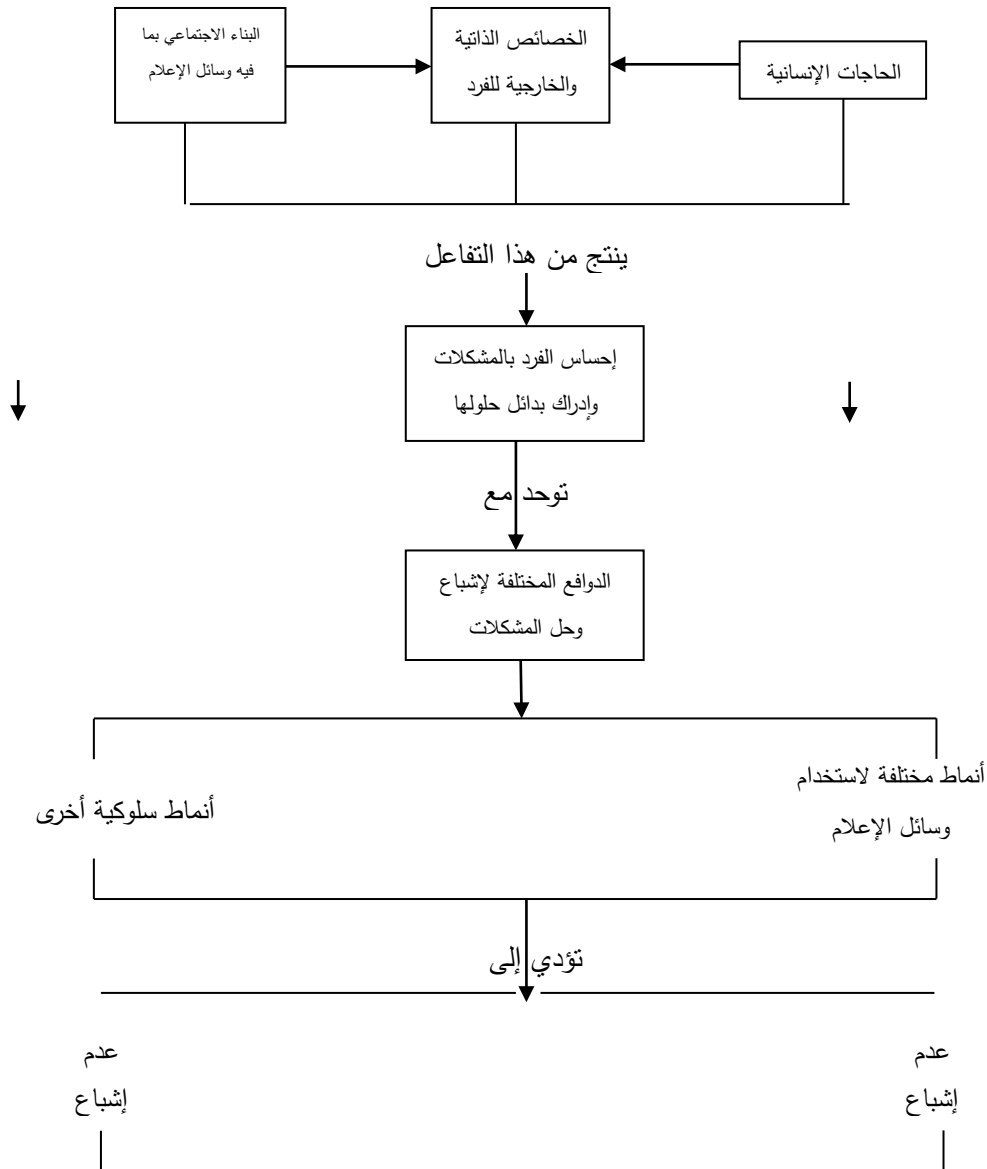
وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباع المطلوبة¹.

ولقد حدد في هذا النموذج أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم "ماسلو" مثل الحاجة الصحية، الحب، القبول، تحقيق الذات بين ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن.

وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات وبالتالي اختلاف السلوك واختلاف المحتوى، ويترتب على ذلك أيضاً إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها، ويمكن تلخيص العلاقات البنائية في نموذج "روزنجرين" كالاتي:

¹ - عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص 301.

شكل رقم (2): نموذج روزينجرين للاستخدامات والإشباع.



المصدر: محمد، مرجع سابق، ص 337

وهذا من الممكن أن يتأثر أيضاً بالخصائص الذاتية والخارجية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الإعلام، والبناء الثقافي والسياسي والاقتصادي في المجتمع¹.

¹ المرجع نفسه، ص، ص 336،337.

3.4.1.2 نموذج ويندال 1986:

قام ويندال "Windhal" بعرض هذا النموذج الذي يجمع بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، حيث كان مفهوم الاستعمال هو حجر الزاوية في هذه الدراسة اعتماداً منه أن معرفة طبيعة استعمال وسائل الإعلام، وجذورها المتنوعة ستمكن من فهم العملية الإعلامية وتوقع آثارها، ويرى الباحث أن خصائص الفرد وما يترقبه من وسائل الإعلام وإدراكه لها ودرجة ولوجه إليها، سوف تقود إلى قرارات يتخذها الفرد بشأن ما إذا كان يستعمل محتوى وسائل الإعلام أم لا، ولقد أشار "ويندال" إلى أن استخدام وسائل الإعلام قد يتخذ أشكالاً متنوعة على النحو الآتي:

- في معظم بحوث التأثير، تحدد خصائص محتوى وسائل الإعلام معظم النتائج، في مثل هذه الحالات يمكن أن ينظر إلى استعمال وسائل الإعلام على أنه عامل وسطي وحسب، ونتيجة مثل هذه العملية يمكن أن تسمى "تأثيراً"، وبالتالي تلعب عملية الاستعمالات والإشباع دور الوسيط، أي تعزز التأثيرات المحتوى أو تضعفه.

- في العديد من العمليات، فإن النتائج ترجع إلى استعمال أكثر مما تعود إلى خصائص المحتوى، فاستعمال وسائل الإعلام يمكن أن يقصي نشاطات أخرى أو يمنعها أو يقلصها، كما يمكن أن يكون له عواقب مثل: الاعتماد على وسائل إعلامية معينة، وعندما يكون الاستعمال السبب الرئيسي في النتيجة فيسمى هذا الأخير "عاقبة".

- وهناك النتائج التي تحدد في جانب منها بمحتوى وسائل الإعلام (أي واسطة الاستعمال)، وفي جانب آخر بالاستعمال وعليه، فإن هناك عمليتين تعملان بصفة متزامنة، وتتسببان فيما يمكن وصفه "العاقبة، التأثير" والعمليات التربوية كثيراً ما تسفر عن مثل هذه النتيجة، وهناك قسم من النتيجة يتسبب في المحتوى المساعد على التعلم (التأثير)، وقسم منه هو نتيجة العملية التي من خلالها يؤدي إلى استعمال وسائل الإعلام ألياً إلى اكتساب بعض المعلومات وتخزينها.

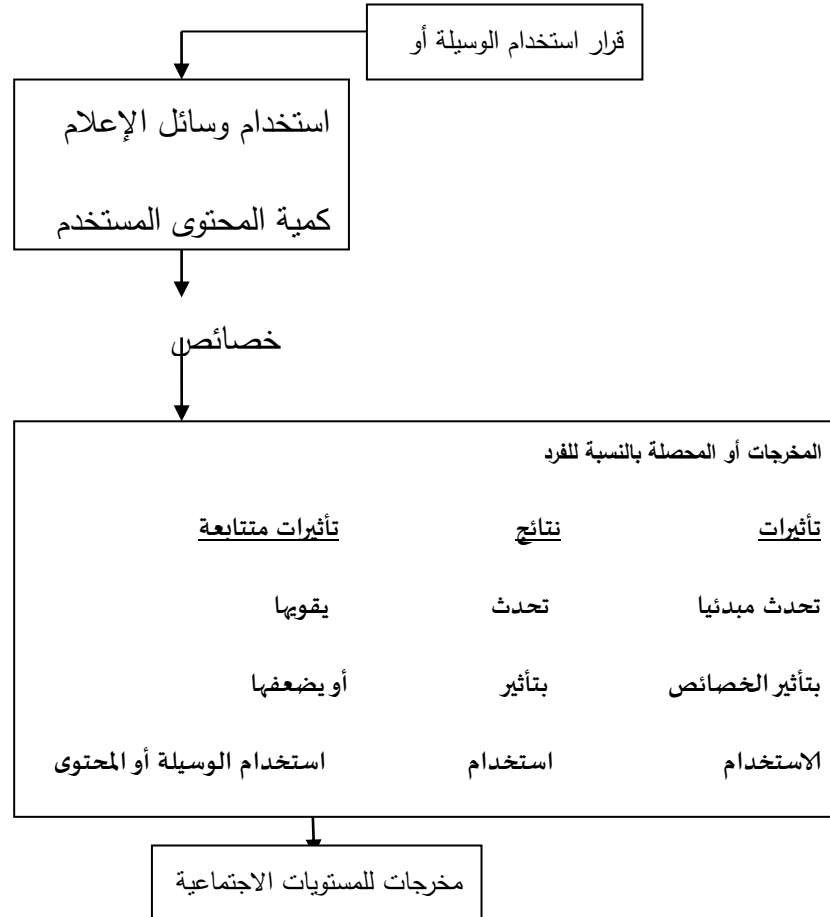
- هذه أهم الأفكار التي جاءت في مساهمة "Windhal" التي يقول فيها أن مثل هذه النتائج يمكن أن توجد على مستوى الفرد أو المجتمع على حد سواء¹.

- ومنه فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.

¹ عزوي، بو معيزة، مرجع سابق، ص، ص 76، 78.

- رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلامية.
 - قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل تشغل وقت فراغ الأخرى:¹
- شكل(3): نموذج ويندال.



المصدر: محمد، مرجع سابق، ص 338

وعلى الرغم من نجاح هذا النموذج في الربط بين الاستخدامات والتأثيرات، إلا أن هناك صعوبات ترتبط بعدم وضوح مخرجات عملية الاتصال الجماهيري، وبالتالي عدم القدرة على وضع حدود فاصلة بين ما هو تأثير أو مجرد نتيجة أو تتابع للتأثير بناء على معايير موضوعية وأسس منهجية وقابلة للقياس.²

¹ عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص 302.

² المرجع نفسه، ص 339.

5.1.2 مدخل الاستخدامات والإشباع بين: الانتقاد والايجابيات:

بعد تطور البحوث الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع منذ السبعينات من القرن العشرين الماضي وحتى يومنا هذا، وبعد تقديم النظرية لاستراتيجية جديدة لدراسة استخدامات الجمهور وإشباعاته وتفسيراتها ازداد إدراك الباحثين لأهمية الجمهور النشط، وعلى الرغم من هذا التطور، إلا أن هناك صوراً من النقد وجهت للنظرية منها ما يلي¹:

إن أول انتقاد جاد هو ذلك الذي قدمه "Elliott" منذ مدة أي بعد صيانة النظرية بشكل صريح في بداية السبعينات من القرن الماضي ويمكن إيجاز انتقاده فيما يلي:

- أ. اهتمام النظرية بالخصائص السيكلوجية على حساب الأبعاد الاجتماعية.
- ب. الاعتماد على استجابات لأفراد الجمهور ونتائجها كأدلة على الحاجات الأساسية.
- ت. ليس هناك اتفاق حول هذه الحاجات حيث تتعدد بتعدد الباحثين.
- ث. الانتقاد بأن مشاهدة التلفزيون مثلا هي عملية مخططة وهي في الواقع عملية عرضة وغير مخططة.

ج. مشاهدة برامج معينة قد تعود للعادة أو لشبهاتها.

ح. تهمل النظرية البيانات والعملية الاتصالية.

خ. تعتبر النظرية الجمهور فعلاً وبإمكانه الافصاح عن رغباته ودوافعه².

إضافة إلى انتقادات Elliott يمكن إضافة بعض الانتقادات الأخرى من أهمها:

- تعدد الحاجات النفسية والاجتماعية والسياسية واختلافها من فرد إلى آخر، وصعوبة تحديد المفاهيم المتعلقة بالنظرية مثل الحاجة لإشباع الدافع، الهدف، والوظيفة وعدم الاتفاق على تعريفات محددة لها، كل ذلك يؤدي إلى اختلاف بين النتائج عند تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، تبعاً لاختلاف التعريفات، وبالتالي يقدر في مصداقية طرق القياس المستخدمة لمعرفة حاجات الجمهور.

- تفترض النظرية أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام متعمد وهادف، ولكن يصعب تعميم هذا الافتراض فهناك بعض الاستخدامات غير المتعمدة وغير الهادفة، كما تفترض النظرية أيضاً إيجابيات وفعالية المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع، وقد لا يكون ذلك، وهناك من ذهب إلى أبعد من ذلك

¹ المزاهرة، (نظريات) مرجع سابق، ص 209.

² عزي، بومعيزة، مرجع سابق، ص 86.

بقوله إن وسائل الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها، ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف¹، ونلاحظ أن النقد الثاني يتفق كثيراً مع ما قدمه "Elliott".

- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع لا يشكل نظرية مستقلة، وإنما هو إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي، ويعتقد بعض منتقدي النظرية أن فرضياتها الأساسية (أي أن الحاجات الفردية لأعضاء الجمهور والإشباع التي يحصلون عليها تؤثر في نماذج انتباههم لمضامين الإعلام الجماهيري وفي طرائق استخدامهم للمعلومات التي يتلقونها)، هي في جوهرها صياغة مبسطة لنظرية الفروق الفردية المرتكزة على عامل البنية المعرفية، ويؤخذ عليها من ناحية أخرى أنها حتى اليوم لم تستنتج سوى قوائم طويلة من الحاجات والإشباع التي تستمدتها من الاستثمارات، وأنها عجزت عن إعطاء تفسير منظم يذهب أبعد من ذلك².

- يوجد عدم تماثل بين نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع باختلاف الثقافات والخصائص الديموغرافية وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم على كل المجتمعات، حيث هناك القليل من الحاجات المشتركة بين كافة أفراد الجمهور مثل: الحاجات البيولوجية، بينما باقي الحاجات تختلف من فرد لآخر حسب ثقافته أو نوعه أو ظروفه الاقتصادية.

- يطرح تطبيق هذه النظرية تساؤلاً حول قياس الاستخدام وهل يمكن قياسه بالوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض وهل تشير كثافة التعرض إلى قوة الدافع أم أن عامل الانتباه أثناء المشاهدة يؤخذ في الاعتبار مما يتطلب عزلاً كاملاً لكافة العوامل الأخرى المؤثرة على كثافة التعرض³.

- صعوبة قياس الحاجات يجعل عملية استنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام⁴.

وفيما يتعلق بالانتقادات التي وجهت إلى هذا المقترح في ظل تكنولوجيات الاتصال المتجددة، يمكن أن نشير إلى ما دونه الباحثين: "عزي عبد الرحمان" و"السعيد بومعيزة" في كتابهما: "الإعلام والمجتمع" في ثلاث مظاهر أساسية كالآتي:

¹ سعد آل سعود، مرجع سابق، ص ص 118،119.

² فريال مهنا، علوم الإعلام والاتصال والمجتمعات الرقمية (بيروت، دمشق: دار الفكر المعاصر، دار الفكر) 2003، ص. 156.

³ عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص 314،315.

⁴ عبد الواجد أمين، (الصحافة) مرجع سابق، ص ص 45،46.

- فرداني بصفة مفردة، ولا يأخذ بعين الاعتبار، إلا الإشباع السيكولوجي الفردي المنجر عن الاستعمال الفردي لوسائل الإعلام ويتم إهمال السياق الاجتماعي لاستعمال وسائل الإعلام، وهذا يتجاهل فكرة أن بعض استعمال وسائل الإعلام يمكن لا يكون له أية علاقة بالبحث عن الإشباع، يمكن أن يفرض علينا مثلاً.

- لا توجد إلا عناية نسبية مولاة لمحتوى وسائل الإعلام، فالباحثون يهتمون بمسألة لماذا يستعمل الناس وسائل الإعلام، لكن اهتمامهم قليل فيما يخص المعنى التي يستخلصها الناس من استعمال وسائل الإعلام.

- يبدأ المقترح من فكرة مفادها وسائل الإعلام هي دائماً وظيفية بالنسبة للناس، ويمكن بالتالي وضمناً منحهم التبرير لكيفية تنظيم وسائل الإعلام حالياً¹.

رغم كثرة الانتقادات التي وجهت من طرف الباحثين لمدخل الاستخدامات والإشباع، إلا أن العديد من الباحثين تصدّوا للرد على الانتقادات التي وجهت لهذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام منها:

✓ أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور، إلى ثلاث مراحل: تتمثل في الانتقاء قبل التعرض، والاهتمام أثناء التعرض وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض.

✓ استطاع الباحثون وضع قائمة الحاجات والإشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له، وبذلك تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم².

✓ النظرية تمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، وهي تهتم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.

✓ إن استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع لها أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة واسعة وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة، كما أن التناقض بين

¹ عزي ، بومعيرة، مرجع سابق، ص 89.

² عبد الواحد أمين، (الصحافة) مرجع سابق، ص، 46.

الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، والإشباع التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعاً لحاجاته.

✓ إن اختلاف الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للنظرية، وليس نقطة سلبية عليها، حيث إن المجتمعات تختلف نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية، ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة¹.

✓ تتمثل أهمية مدخل الاستخدامات والإشباع فيما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة كالتقنيات الفضائية والانترنت كما يؤكد "Fischier" حيث يفترض أن المستخدمين لديهم أهدافاً معينة معقدة ومرتفعة التكلفة وبالتالي تكون الاستخدامات والإشباع المترتبة عليها مرهونة بالظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لأفراد الجمهور².

وبعد التعرف الى مدخل الاستخدامات والإشباع ورصد أهم المحطات التي مر بها ونظراً لأهمية خصوصاً العناصر والفروض التي بني عليها مع الإيجابيات التي رصدها له الكثير من الباحثين المهتمين، ترى الباحثة أن توظيفها لمدخل الاستخدامات والإشباع كخلفية أساسية لهذه الدراسة سيساعد على تحقيق :

- النظرية تنطلق من نقطة مهمة جداً وهي افتراضها للجمهور النشط وبما أن هذه الدراسة تستهدف دراسة فئة مهمة داخل المجتمع الجزائري وهي النخب الجزائرية التي تمتلك مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من الجماهير فستساعد على معرفة كيفية استخدامهم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة بوصفهم أفراداً فاعلين في المجتمع الجزائري من خلال معرفة عادات وأنماط استخدامهم للتكنولوجيات .

- استخدام النظرية أيضاً سيساعد في معرفة أهم دوافع تعرض النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء مجموعة الدوافع التي تم الإشارة إليها: الدوافع النفعية، الدوافع الطقوسية.

¹ المزاورة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 203.

² عدلي العبد، عاطف العبد، مرجع سابق، ص 317.

- تبني هذه النظرية أيضا سيساهم في الكشف عن الإشباع التي تبحث النخب الجزائرية عينة الدراسة عن تحقيقها من خلال تعرضها واستخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة: إشباع المحتوى، الإشباع العملية.

المبحث الثاني: مدخل انتشار المبتكرات: Diffusion Innovation Theory

تحاول نظرية انتشار المبتكرات تقديم تفسير سوسيولوجي لكيفية انتشار الأفكار والمنتجات الجديدة ولكيفية تبنيها من طرف الأفراد والمجتمعات،¹ حيث تعتبر هذه النظرية من بين النظريات التي تصنف اليوم في خانة النظريات المهمة بالدراسة والبحث في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، إضافة الى مجموعة أخرى من النظريات في محاولة لمواكبة الظاهرة التكنولوجية وكيفية تبني المستخدمين أو الجمهور لها، وبما أن هذه الدراسة تستهدف معرفة كيفية استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة فإنه لا بد من معرفة أيضا مدى تبنيها (Adoption) لهذه التكنولوجيايات، ويأت هذا المبحث معرفا بهذه النظرية، و صولا الى علاقتها وكيفية الاستفادة منها في هذه الدراسة.

1.2.2 نشأة النظرية وتطورها:

جاءت نظرية انتشار المبتكرات على يد الباحث "إيفرت روجرز" **Rogers Everett** وهو متخصص في مجال علم الاجتماع الريفي والعمل الاجتماعي، الذي ركز على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات أي كل الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج والاستهلاك، حيث كان الاهتمام منصباً آنذاك على تحديث المجتمع الريفي الأمريكي، وجعله مواكباً للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، التي جعلت من الولايات المتحدة الأمريكية قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية.² انطلقت هذه النظرية من الدراسات والأبحاث المنجزة في إطار تمديد النظرية وتعميق العلاقات الشخصية، وأطلق عليها بعض الباحثين نظريات التأثير المحدود أو البحوث التي تجري حول انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة، وهذه النظرية تشبه نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين مع توسعها في وسائله.³

وبنفس الطريقة البحثية وجد علماء الاجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين في الريف يمكن فهمه في إطار نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين، وأنه يمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها متشابهة تماماً لعملية التصويت في الانتخابات، وأن النصيحة في الحالتين تم تليبيتها من خلال الاتصال الشخصي، وتأثير قادة الرأي الذين يتفوقون وخصائصهم تماماً مع

¹ فضيل دليو، (التكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 63

² المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 303

³ بسام عبد الرحمان المشابقة، نظريات الاتصال (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011)، ص 177.

ما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي¹. وتعود أصول نظرية انتشار المبتكرات كما ورد في موسوعة نظريات الاتصال (Encyclopedia of Communication Theory) إلى الباحث الفرنسي السوسيولوجي "Gabriel Tarde"² حيث يمكن اعتباره أول من طور ووضع المفاهيم الأساسية التي قامت عليها النظرية فيما بعد خصوصا مصطلح قادة الرأي (leadership)، ثم جاءت أعمال الباحثين Wissler "Clark"، "Bruce Rayn" و "Neil Gross" وغيرهم من الباحثين كدراسات متفرقة قاموا بها في عدة ميادين، مثل الأنثروبولوجيا، التربية والزراعة، وقد أثبت الباحثون أن المزارعين لدى تبينهم فكرة جديدة معينة، يتأثرون أولاً بالمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام حول هذه الفكرة، كما اهتم بها أيضا الباحثين في مجالات التربية من خلال محاولات لنشر طرق التدريس الجديدة، أو فكرة تنظيم الأسرة، واقتناء جهاز تقنية مياه جديدة لتفادي الأمراض وغيرها من المجالات على اختلافها وتنوعها، الأمر الذي جعل العلماء يهتمون بشكل كبير بدراسة هذه الظاهرة ومحاولة التعرف على أثرها في النظام الاجتماعي القائم³.

وقد أسهم علماء الاجتماع من خلال دراستهم في التواصل، إلى قبول مجموعة من الأفكار الجديدة ساعدت على زيادة فعالية الممارسة الزراعية والجوانب الصحية، وقد تأسست هذه الدراسات على عدة دوافع أهمها التغيير لا بد أن يحدث بين المواطنين حتى يتمكن أن يتحقق الاقتراب بينهم وبين الممارسات الإيجابية النافعة للمجتمع، وقد أسهمت العديد من هذه الدراسات التي استهدفت إحداث التغيير في السلوك في التوصل إلى استخدام أساليب وطرق حديثة في التوعية الصحية، التخطيط العائلي وزيادة استخدام المعلومات السلبية⁴.

وبالعودة إلى الباحث الذي ارتبطت النظرية باسمه وهو "Everett Rogers" فقد عرج في أحد فصول كتابه الذي يحمل عنوان النظرية على تاريخ البحث في مجال انتشار المبتكرات A History of Diffusion Research على مجال الاتصال Communication عرض من خلاله كيفية انتقال النظرية إلى علم الاعلام والاتصال والتي جاءت مع بدايات فتح جامعات تدرس تخصص علوم الاعلام والاتصال بعد أن كانت البحوث تجرى أكثر في تخصصات العلوم السياسية، العلوم الاجتماعية والعلوم الاجتماعية

¹ المزاورة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 303.

² Stephen W. Littlejohn Karen A. Foss, Op-cit,p,307,308

³ بسام عبد الرحمان المشابقة، الإعلام والسلطة (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013)، ص 180.

⁴ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهير، (القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1984)، ص 177.

النفسية، لتستقل علوم الاعلام والاتصال وتصبح لديها مقررات ومناهج تطرقت للنظرية، هذه النظرية التي ارتبطت مع فكرة الاكتشافات أو المبتكرات الجديدة.¹

أما ما يربط بين هذه النظرية وبين تكنولوجيا الاتصال باعتبارها المحور الأساسي لهذه الدراسة فإنه على الرغم من أن هذه النظرية اعتبرت ولوقت قريب قديمة وعفا عليها الزمن، فإنها استعادت بريقها من جديد مع تنامي أهمية التكنولوجيات، والأفكار والممارسات الجديدة والمتعلقة بشكل خاص بالانترنت وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وقد أجريت حولها العديد من البحوث من تخصصات مختلفة التي عنيت بعملية تبني تكنولوجيا الاعلام بغية اقتراح نماذج تفسيرية وأفكار اضافية تخص محددات التبني: الفردية والمجتمعية والظرفية.²

ومن البحوث الحديثة التي استخدمت النظرية الدراسات التي خصصت لتبني تقنيات وتطبيقات الهواتف المتنقلة والتي ركزت على قدرة المستخدم على تقبل المبتكرات التكنولوجية الجديدة في فضاءات جديدة باحثة في انتشار المبتكرات الاتصالية، تبني المستخدمين للتقنيات الاتصالية للهواتف النقالة، تقبل التقنيات المتطورة للهواتف النقالة: (2010: Nam, Yoonjae, and George A. Barnett) ،

(2009: Mallat, Niina, Matti Rossi) ، (2008: Lopez Nicolas ,Carolina ,Francisco) ،³

2.2.2 فروض النظرية ومفاهيمها الأساسية:

تفترض هذه النظرية أن قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد.

يقترَب مدخل انتشار المبتكرات كثيراً من مدخل تدفق الاتصال على مرحلتين والذي يفترض أن الرسالة الإعلامية تصل إلى جماهير عن طريق أفراد يتميّزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تفاعلهم مع وسائل الاتصال الجماهيرية، فهم يقومون بدور حارس البوابة، وهم الذين يقومون بعملية نقل مضامين الرسائل الإعلامية إلى غيرهم من الجماهير، ومن هنا يطلق عليهم اسم قادة الرأي "Opinion-

¹لمزيد من التفاصيل حول الموضوع أنظر

Everett M. Rogers, **Diffusion Of Innovations**. (United States of America: Free Press, New York, Third Edition United 1983) ,p-72-74

²منال هلال المزاهرة، **تكنولوجيا الاتصال والمعلومات** (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1،)، ص 91.

³لمزيد من التفاصيل حول الموضوع أنظر ثريا أحمد البديوي، **مستخدم الانترنت: قراءة في نظريات الاعلام الجديد ومناهجه** (القاهرة: دار عالم الكتب، ط1، 2015)، ص.102.

leaders". مفهوم قادة الرأي في مدخل انتشار المبتكرات الحديثة لا يختلف كثيراً عن مدخل انتقال المعلومات على مرحلتين غير أنه يضيف تفاصيل أكثر حول شخصية قائد الرأي¹.

فروض النظرية تقودنا للحديث عن أهم المفاهيم التي تدور في فلكها وكيفية اسقاطاتها على مجال الاعلام والاتصال فدراسة كيفية انتشار الأفكار المستحدثة أو المبتكرات هي دراسة في عملية الاتصال، ولكنها دراسة لشكل خاص من الاتصال والمعدل الكبير الذي تنشأ به هذه الأفكار وتتطور وتنتشر مما جعل العلماء يهتمون أكثر من ما مضى بدراسة هذه الظاهرة وأثرها في النظام الاجتماعي القائم، ولقد أشار "روجرز" في كتابه (الأفكار المستحدثة وكيفية توصيلها) إلى أن الاتصال ضروري لعملية التغيير الاجتماعي وهو الذي يتم عند ما يحدث التغيير في تركيب وظيفية النظام الاجتماعي². وعليه نرصد أربعة مفاهيم اساسية تتدرج ضمن النظرية وهي:

أولاً: مفهوم قادة الرأي: يتضح مفهوم قادة الرأي في العملية الاتصالية بمجموعة من الخصائص والمحددات تتمثل في:

- ✓ يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم، فهم حريصون على مطالعة الصحف، الاستماع إلى الراديو، ومشاهدة البرامج ذات الصلة بحقلهم³.
- ✓ يتصل قادة الرأي أكثر من غيرهم بالجهات المسؤولة عن برامج التغيير مثل: المسؤولين عن المشاريع التثموية وغيرهم، فهم يقومون بالتعبير عن آرائهم وآراء أتباعهم، بهذه البرامج وينقلونها للمسؤولين.
- ✓ يتميز قادة الرأي بمركز اجتماعي أفضل من غيرهم، نتيجة مواقعهم العملية أو الاقتصادية أو الاجتماعية والتخصصية، مما يعزز موقع تأثيرهم على أتباعهم من جهة، ومكانتهم أمام المسؤولين.
- ✓ قادة الرأي أكثر انفتاحاً على العالم، وأكثر تقبلاً للأفكار الجديدة والتغيير من غيرهم، وهذا أمر طبيعي بحكم متابعتهم لوسائل الاتصال وانفتاحهم على الآراء الجديدة.

¹ المزاورة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 306.

² أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والإنترنت بين السياسة والتكنولوجيا (القاهرة: الدار المصرية السعودية لنشر والتوزيع، 2010)، ص 327.

³ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري (رام الله: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999، 1)، ص 206.

✓ مشاركة قادة الرأي الاجتماعات أكبر من مشاركة الأتباع فيها فهم يشاركون في المناسبات الاجتماعية، ويسارعون في الانغماس في القضايا الاجتماعية المرتبطة بهم، ولعلّ هذه المشاركة تشكل جزءاً أساسياً في التعبير عن مواقفهم المتميّزة في الآخرين.

✓ يكون قادة الرأي أكثر ابتكارية، ولديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول، إذا كان النظام الاجتماعي يحبذ التغيير، ولكن إذا كانت معايير المجتمع تقليدية، ولا تحبذ التغيير فإنّ قادة الرأي يكونون أقلّ ابتكارية لأنهم يحاولون الالتزام بتوجهات نظامهم الاجتماعي¹.

ومنه فهذه الأدوار التي يؤديها قادة الرأي تمكنهم من التأثير على اتجاهات وسلوكيات الآخرين، يمكن تسميتهم بالإضافة إلى قادة رأي، النخبة، الصفوة وهم يمثلون نمطاً من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع، ويكتسبون مصداقية الرأي والسلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد وان يلاحظ في وقتنا الحديث ومع انتشار وتنوع وسائل الاتصال أن مفهوم قادة الرأي هو الآخر تعرض الى تغييرات بحيث ساهمت الوسائط التكنولوجية الجديدة في خلق قادة رأي جدد لم يكونوا موجودين على الساحة وربما لا تنطبق عليهم الخصائص السالفة الذكر فقد لا يتمتعون بالانتماءات السياسية مثلاً أو لديهم علاقات ونفوذ لكنهم من خلال استخدامهم للتطبيقات الحديثة على غرار شبكات التواصل الاجتماعي نجحوا في إعادة وصياغة رأي عام جديد تلتف حوله طبقات مختلفة، والأمثلة على ذلك عديدة ومتنوعة أين نجح العديدين من خلال بثهم لمقاطع فيديو عبر موقع اليوتيوب أو عبر صفحاتهم على الفيسبوك من التحول الى مشاهير يحظون بالمتابعة لكن في هذه الدراسة نركز أكثر على قادة الرأي أو النخب الموجودة في أرض الواقع والتي لديها انتماءات ومؤسسات فعلية سواء كانت سياسية أو أكاديمية أو اعلامية أو دينية، ويمكن تلخيص تلك أهم مميزات قادة الرأي في ما يلي:

- قادة الفكر يلتزمون بمعايير التنظيم الاجتماعي الذي ينتمون إليه أكثر مما هو الحال بالنسبة للفرد العادي.
- قادة الفكر يستخدمون مصادر للمعلومات أكثر موضوعية ودقة من الناحية الفنية ، وأكثر انفتاحاً على العالم الخارجي مما هو الحال بالنسبة للتابعين لهم.
- لقادة الفكر علاقات ومشاركات أكثر مما لتابعيهم.

¹ المزاورة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 307.

² نجحت شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الحديثة في خلق نظام النجومية الذي يفتحه بابه ليس فقط للمشاهير أو النخب الموجودين فعلياً ومعروفين على الساحة، وإنما منحت فضاءاً لأشخاص كانوا مجهولين، أصبحوا من خلال هذه التطبيقات نجومياً ومشاهير.

- لقادة الفكر مركزاً اجتماعي أرفع مما هو الحال بالنسبة لتابعيهم.

- قادة الفكر أكثر قابلية لابتكار الأفكار المستحدثة وتبنيها مما الحال بالنسبة لتابعيهم¹.

وفي دراسته السابقة لاستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية أشار الباحث "رضا عبد الواجد أمين" إلى أهمية دراسة النخبة وعلاقتها بالصحافة الإلكترونية كنموذج إعلامي مستحدث أتاحتها ظروف تطبيقات التكنولوجيا الحديثة عبر شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت). وفي موضوعنا هذا تبرز أيضاً أهمية إدراك دراسة النخب الجزائرية وعلاقتها بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال كنموذج مستحدث أتاحتها التغييرات الهائلة التي شهدتها مجال الإعلام واكتشافات جديدة ولهذا كان تبني هذا المدخل في الدراسة مساعداً لنا في معرفة دور النخب (الصفوة الجزائرية) كأحد أشكال قادة الرأي في المجتمع الجزائري في مدى تبني هذه التكنولوجيات وانعكاس هذا التبني على محيطها الفردي والاجتماعي.

ثانياً: مفهوم الأفكار المستحدثة:

يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع ما يدرك من قبل الفرد على أنه جديد، وكما يقول "روجرز" فإن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغيير الاجتماعي سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساساً على الاتصال المباشر وغير المباشر يمكن أن يقال أن التغيير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال².

كما تعتبر الفكرة المستحدثة أو الابتكار أي فكرة جديدة تدخل إلى النظام الاجتماعي، إنه الجدة المتصورة للأفكار والممارسات والأهداف لدى الفرد، وأي فكرة يراها مواطنو المجتمع بأنها جديدة ستطبق على هذه العملية³.

ثالثاً: مفهوم الانتشار:

عرف "روجرز" الانتشار على أنه المعالجة التي يتم من خلالها نشر الابتكار، حيث يتم نشره عبر قنوات معينة خلال مدة زمنية بين أعضاء النظام الاجتماعي، بينما عرف التبني على أنه القرار المتخذ لتطبيق الابتكار⁴.

¹ افريت م روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، (القاهرة: عالم الكتب، 1992)، ص 381.

² عبد الواجد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 48.

³ أبو أصعب، مرجع سابق، ص 207.

⁴ المزاهرة، (نظريات) مرجع سابق، ص 305.

والمقصود بالانتشار أيضا هو انتقال الأفكار والتكنولوجيات والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس، فالانتشار إذا مرتبط بالتجديدات والابتكارات، والانتشار أيضا هو العملية التي ينتقل بواسطتها التجديد أو ينتشر فيها بين المستخدمين أو بين الناس، ويتمثل أساس عملية الانتشار في التفاعل الإنساني الذي يترتب عليه انتقال الفكرة الجديدة من شخص إلى آخر¹.

رابعاً: قنوات الاتصال:

الاتصال هو العملية التي بواسطتها ينتقل تجديد معين، وينتشر انتشارا واسعا بين الناس الذين يكونون نسقا اجتماعيا معيناً، ويعمل الاتصال أيضا على أحداث التفاعل الإنساني، الذي تنتقل الأفكار الجديدة بمقتضاه من شخص إلى آخر، وهناك نوعان من الاتصال:

الأول: الذي يعتمد على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وأشكال الاتصال المختلفة كالإعلام والإعلان والداعية وغيرها لنشر الأفكار المستحدثة بين أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف².

والثاني: الذي يعتمد على تأثير الجماعات المرجعية والأسرة والأصدقاء وقادة الرأي، ومن ثم فإن ميكانيكية الاتصال المباشر والقرار الجماعي هما الأساس في عملية اتخاذ القرار، وتستطيع وسائل الإعلام هنا أن تعاون بطريقة غير مباشرة بتغذية المناقشة بالمعلومات وبخلق الإدراك وتوضيح القضايا المثارة. وقد أسفرت البحوث التي أجريت عن الاتصال عن عدة وظائف أساسية لوسائل الاتصال والإعلام في عملية نشر الأفكار المستحدثة.

- **وظيفة الحث:** تتمثل هذه الوظيفة في البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتبنيه، والحث بصفة عامة على تبني الأفكار المستحدثة.
- **وظيفة التقييم:** تتمثل في البرامج المصممة لتقديم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين، ويبحثون عن مواد إضافية، وصيغة أو تحليلية، لكي تساعدهم على تقييم ما يبحثون فيه.
- **وظيفة الأخبار:** وهي الرسالة القصيرة التي يقصد بها تقييم الفقرات الإخبارية البسيطة، مثل: إعطاء معلومات عن أماكن وجود العيادات الطبية لتنظيم الأسرة ورعاية الأم والطفل وعدد ساعات العمل بها، وبناء على ذلك تقوم وسائل الإعلام بنشر الابتكار بين الجمهور، وفق طرق وآليات تسهل قبوله لديه³.

¹ منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2010)، ص 118.

² المرجع نفسه، ص 120.

³ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفية النظرية وآلياته العلمية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2006)، ص 106.

- **وظيفة التعزيز:** الاهتمام بموضوع ما أو للحفاظ على عادة معينة، فإنه يجب أن تقوم بعملية تعزيز، حيث إن التعزيز والتأكد المستمر أمر مطلوب.
- **الوظيفة المهنية:** هي البرامج المصممة للمجموعات ولأفراد المرتبطين مباشرة بأعمال التنمية مثل: البرامج التي تعد للعاملين في ميادين التنمية وللمدرسين والأطباء وكذلك المقابلات.

3.2.2 عناصر عملية انتشار المبتكرات:

تتضمن عملية انتشار المعلومات أو الأفكار أو السلع الجديدة أربعة عناصر رئيسية أو أربع وحدات تحليلية، ويمكن تحديد هذه العناصر أو المتغيرات الهيكلية في أربعة عناصر أساسية على النحو التالي:

1.3.2.2 الفكرة المستحدثة:

اجتهد كثير من الباحثين في محاولة وضع تعريفات للفكرة المستحدثة، وقد قام أحد الباحثين بعمل دراسة مسحية لهذه التعريفات فوجد أنها تزيد عن خمسين تعريفاً، ما بين تعريفات محددة وتعريفات ضمنية، على أن أكثر التعريفات شيوعاً وقبولاً التعريف الذي يذهب إلى أن الفكرة المستحدثة هي الفكرة التي يتصور الشخص المستهدف أنها جديدة ولا شبيهة لها، وبالتالي يمكن القول بأن جدّة الأفكار بالنسبة للفرد هي التي تحدد تصرفاته إزاءها¹.

2.3.2.2 الاتصال بهدف نشر الفكرة المستحدثة:

تتمثل عملية نشر الأفكار المستحدثة في خروج فكرة جديدة من مصدرها، إلى جمهور مستهدف لاستخدامها أو إتقانها، ومن هنا فإن الاتصال يمثل الأداة الأساسية لنقل هذه الفكرة وإحداث التفاعل الإنساني الذي تنتقل الأفكار الجديدة بمقتضاه من شخص لآخر. ويتخذ الاتصال أحد نمطين هما: الاتصال الرسمي وغير الرسمي².

3.3.2.1 التركيب الاجتماعي الغالب على البيئة المستهدفة:

يؤكد الباحثون في مجال الإعلام على أنه يكاد يكون من غير المعقول دراسة عملية الانتشار دون وجود قدر من المعلومات المتعلقة بالتركيب الاجتماعي الذي يعيش في إطاره الأفراد المتوقع اعتناقهم للفكرة الجديدة، حيث تتأثر عملية نشر الأفكار المستحدثة بالمعيار الاجتماعي السائد أي النمط السلوكي

¹ محمد حسين، مرجع سابق، ص 178.

² المرجع نفسه، ص 180.

الشائع بين أفراد تنظيم اجتماعي معين، ويتميز التنظيم الاجتماعي باشتراك أفراد في اتباع سلوك اجتماعي واحد يستهدف حل ما يصادفونه من مشكلات، وجميع الأعضاء في تنظيم اجتماعي واحد يتعاونون طالما أن لديهم إحدى المشكلات المشتركة بينهم، والتي يسعون إلى حلها، وعلى هذا الأساس يجب أن تركز الدراسات الخاصة بالتحديث -إلى جانب الفرد- على البيئة الاجتماعية، نظراً لأن معظم الأفكار المستحدثة تتطلب قولاً مسبقاً من قبل الغالبية العظمى من أفراد التنظيم الاجتماعي السائد قبل أن يتخذ الفرد قراره باعتماد الفكرة الجديدة، ومن المحتمل -في العديد من الحالات- أن يرغب الفرد في اعتناق فكرة معينة، ولكنه لا يستطيع ذلك ما لم ينضم إليه آخرون في هذا الاعتناق¹.

4.3.2.2 الفترة الزمنية اللازمة لانتشار الأفكار المستحدثة:

ترتبط الفترة الزمنية لانتشار الفكرة المستحدثة بمجموعة من العوامل والمحددات على النحو الآتي:

• نوع الفكرة المستحدثة:

حيث تختلف إمكانية قبولها وتجريبها طبقاً لطبيعتها وسهولة قبولها وتجريبها، فاتجاه الأفراد إلى تغيير أنماطهم الاستهلاكية التي تعودها أقل لفترة طويلة، أو تغيير أساليب وطرق الصناعة التقليدية التي درجوا عليها عشرات السنين.

• طبيعة المجتمع الذي تنشر فيه الفكرة:

إذا افترضنا تساوي الفكرة المستحدثة فإن معدل انتشارها زمنياً في المجتمعات المتحضرة يكون أسرع بكثير من معدل انتشارها في المجتمعات البدائية الغير المتحضرة².

4.2.2 خصائص ومراحل عملية انتشار المبتكرات:

1.4.2.2 خصائص انتشار المبتكرات:

قبل معرفة المراحل الأساسية لعملية انتشار المبتكرات كما حددها الباحثين أصحاب النظرية، لابد من رصد ومعرفة أهم الخصائص التي تؤدي إلى انتشار المبتكرات فليست كل الأفكار الجديدة والمستحدثة متكافئة من حيث أوجه ذبوعها وانتشارها، لأنها ليست متشابهة تماماً في الخصائص والصفات التي تجعل بعضها أكثر رواجاً، وأسرع تقبلاً من بعضها الآخر، وقد عرض "روجرز"

¹ المرجع نفسه، ص، ص 180، 181.

² المرجع نفسه، ص ص 181، 182.

و"شوميكرز" قائمة من الخصائص التي تم استنباطها من دراسات عديدة في ميادين الزراعة، والطب والتعليم والتسويق وغيرها وتشمل ما يلي:

- **الميزة النسبية:** يقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة والأسلوب الجديد¹.
 - **الملائمة:** وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة، وكذلك مع الحاجات العالية من هذا المستحدث، والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع وهو أمر يتطلب الكثير من الجهد².
 - **التعقيد:** يقصد بها درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام، وقد لوحظ أن بعض الأفكار المستحدثة أكثر وضوحاً وأيسر استعمالاً من بعض الأفكار الأخرى، وأن هذا يرتبط بدرجة قبول أفراد المجتمع لها وانتشارها بينهم.
 - **القابلية للتقسيم والتجزئة:** بعض الأفكار والأساليب يمكن تقسيمها وتجربتها مجزأة، وكلما نجح الفرد في تجربة جزء ينتقل بسهولة إلى أجزاء تالية، وبعض الأفكار والأساليب الأخرى تكون غير قابلة للتجزئة، وقد استخلص "روجرز" أن الأفكار والأساليب المستحدثة يمكن تجربتها مجزأة- تكون على العموم- أسرع في التبني للأفراد والمجتمعات من الأفكار والأساليب التي لا يمكن تجربتها³.
- وفي ذلك يشير الباحث رضا عبد الواحد إلى أن المستحدثات التي يمكن تجزئتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد لاسيما أن مدة العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها⁴.
- **قابلية التداول:** يقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة أو الأساليب المستحدثة بين الأفراد "وقد لوحظ أنه كلما كانت النتائج المترتبة على تبني الفكرة واضحة جلية للعيان، كلما كان قبول الآخرين وتبنيهم لها سهلاً ميسوراً⁵.

¹ عماد مكاوي، حسن السيد، مرجع سابق، ص ص 256، 257.

² عبد الواحد أمين، (الصحافة) مرجع سابق، ص 50.

³ عماد مكاوي، حسن السيد، مرجع سابق، ص 257.

⁴ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 50.

⁵ عماد مكاوي، حسن السيد، مرجع سابق، ص 257.

بالنسبة للعوامل الخمس المذكورة سابقاً يمكن إدراجها للمستحدث نفسه، أو أنها خصائص متعلقة بالمبتكرات الجديدة، أما بالنسبة للفرد المتبني لهذه الأفكار أو المستحدثات فهو الآخر يتميز بمجموعة من الخصائص أو الصفات يمن الحديث فيها كآلآتي:

- **ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه:** من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته وثقته بها، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واستخدامه، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه.

- **الدوافع الوقتية:** من أقوى العوامل النفسية نحوى تبني المستحدثات، ذلك أن بعض الأفراد يحبوا أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات سواء كانت أفكار جديدة، أو آليات جديدة أو حتى لو كانت صحيحة جديدة في علم الأزياء، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة للمتبنين الأوائل تنخفض ويبدوون بالبحث عن مستحدث جديد وهكذا.

- **قيم ومعتقدات الفرد وتصوراتها الخاصة:** حيث تحدد القيم والمعتقدات أنماط السلوك الموجود عند أفراد المجتمع، وهي كذلك مقاييس وإرشادات لأفراد المجتمع لإشباع السلوك المسموح به، وقد أثبتت البحوث والتجارب التي أجريت أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير، وقد وجد أن بعض هذه المعايير قد تقف حائلاً دون انتشار بعض الأفكار الجديدة وقد يساعد بعض منها على تسريع هذه العملية، ويمكن تصور أن هذه القيم والمعايير تدرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحدثة، والمعايير الحديثة، وفقاً لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحوى التجدد والتطوير والتغيير، ولهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاه الإيجابي نحوى التغيير ووجود التطور التكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة وانتشار العلاقات المنطبقة والانفتاح على الخارج، والتساهل في دخول الأفكار الجديدة والقدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم وهو ما يعرف بالقدرة على النقص الوجداني¹.

2.4.2.2 مراحل عملية التبني:

أما بخصوص مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة فقد حددها الباحثين بأنها تمر عبر خمسة مراحل أساسية على النحو التالي:

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص- ص 51-53

✓ مرحلة الوعي بالفكر:

في هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي يأتي عفويا أو مقصودا، وينفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

✓ مرحلة الاهتمام:

في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار عنه في المرحلة السابقة، ولذلك فإن سلوكه يصبح هادفا بشكل قاطع.

✓ مرحلة التقييم:

في هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار، في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر، وما يتوقعه مستقبلا، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.

✓ مرحلة التجريب:

يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق -تضييق- كلما كان ذلك ممكنا على سبيل التجربة لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق اسع، أما إذا لم يقتنع بجدواها فإنه يقرر رفضها.

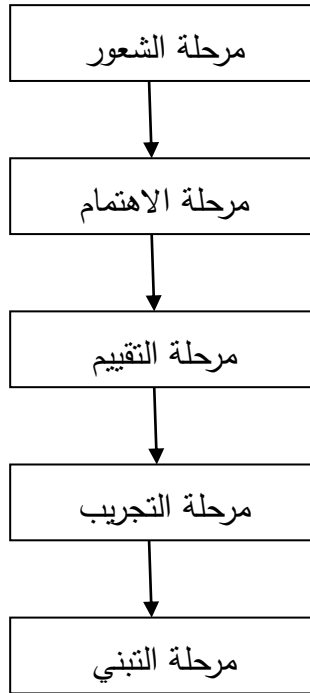
✓ مرحلة التبني:

تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، والفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجدواها وفوائدها¹.

وفيما يلي نموذج مراحل التبني:

¹ عماد مكاوي، حسن السيد، مرجع سابق، ص ص 258، 259.

شكل رقم (4): النموذج التقليدي لمراحل عملية التبني.



المصدر: سعد الحديدي، إمام علي، مرجع سابق، ص 132

وقد وجهت مجموعة من الانتقادات إلى هذه المراحل مما أسفر عن طرح نموذج جديد يتأسس على أن عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي عملية ذهنية أي تتصل بعقل الفرد، ذلك أنه ينتقل من خلال تفكيره من مرحلة المعرفة الأولى بالفكرة المستحدثة إلى مرحلة اتخاذ قرار باعتمادها أو رفضها، ثم إلى تأكيد هذا القرار، وقد وضع "روجرز" و"شوميكر" إطار هذا النموذج الجديد الذي يتضمن مجموعة من المداخلات المؤثرة في مجموعة العمليات الخاصة باتخاذ القرار التجديدي، والتي تنتهي إلى نتائج محددة تتمثل إما في قبول الفكرة المستحدثة أو رفضها ويتكون النموذج المفتوح من ثلاث جزئيات.

✓ المتغيرات المؤثرة في عملية القرارات التجديدية:

وتشمل مجموعة من المتغيرات المرتبطة بالمتلقي كالخصائص الشخصية التي تشير إلى الاتجاه العام نحو التغيير، والخصائص الاجتماعية التي تتمثل في مدى انفتاحه على الأفكار الجديدة ودرجة الاحساس بالحاجة إلى الفكرة المستحدثة أو الممارسات التجديدية، كما تشمل أيضاً مجموعة المتغيرات الخاصة بالنظام الاجتماعي والتي تعمل كحواجز أو معوقات في سبيل اتخاذ القرارات مثل: المعايير

الاجتماعية التقليدية أو التجديدية، ودرجة التسامح من جانب النظام الاجتماعي في تقبل الأفكار الجديدة، ودرجة الاستيعاب الإعلامي، وتكامل عمليات الاتصال في المجتمع¹.

✓ الخطوات التي تمر بها عملية اتخاذ القرارات التجديدية:

وتتمثل في أربع خطوات رئيسية وهي:

- المعرفة: حيث يتعرض الفرد لوجود الفكرة الجديدة ويكتسب بعض الفهم عن كيفية عملها.
- الاستمالة: حيث يكون الفرد اتجاهاً مؤيداً أو معارضاً نحو الفكرة الجديدة.
- القرار: حيث يشترك الفرد في أنشطة تؤدي إلى اختيار تبني أو رفض الفكرة.
- التأكيد: حيث يسعى الفرد إلى تأكيد القرار الذي اتخذته بشأن الفكرة الجديدة، ولكن الفرد ربما يعكس قراره، ويرجع فيه إذا تعرض لرسالات متعارضة تتعلق بهذه الأفكار المستحدثة².

النتائج أو المخرجات الخاصة بعملية التبني، والتي تتمثل في:

- قبول الفكرة أو اعتناقها أو تبنيها: ويتم ذلك لفترة معينة، إذ يحتمل ألا يستمر الفرد في اعتناق الفكرة فترة طويلة، ولهذا فقد تستمر عملية التبني، أو قد تتوقف بعد ممارسة الفكرة أو العادة لفترة زمنية معينة، وفي هذه الحالة يتحرر الفرد من الفكرة أو العادة المستحدثة، أو قد يقوم بإحلال فكرة محدثة جديدة أفضل من الفكرة الأولى.

- رفض الفكرة: والذي قد يستمر بعد ذلك، أو قد يتحول بعد فترة من الزمن إلى قبول للفكرة، وهو ما يطلق عليه "التبني المتأخر للفكرة"، ويتحقق نتيجة الجهود الاتصالية المتواصلة أو بسبب التغيرات التي تحدث لرؤية الفكرة المستحدثة³.

ومن الأبحاث التي تم تبنيها لاحقاً وخصصت للاهتمام بأبحاث الاتصال، ما قام به كل من "كوبر" و" زمود" (Cooper,zmud,1990) اللذين كثفا نموذج المراحل المقترحة من طرف "روجرز" مقترحين نموذجاً يتكون من ست مراحل لعملية تبني تكنولوجيات الاعلام: الانطلاق، التبني، التكيف، القبول، الروتينية والتحضير، ويشير هذا النموذج إلى تجاوز القرار المبدئي بالتبني أو الرفض مبرزا تعدد السلوكيات في مرحلة ما بعد التبني⁴.

¹ محمد حسين، مرجع سابق، ص 184.

² بدر، مرجع سابق، ص 336.

³ محمد حسن، مرجع سابق، ص 186، 187.

⁴ فضيل دليو، (التكنولوجيا). مرجع سابق، ص 65

5.2.2 التقسيم النوعي للجمهور حسب درجة تقبله للأفكار المستحدثة:

من أكثر نتائج أبحاث روجرز لفتنا للانتباه تلك المتعلقة بتوقعه لنسب تبني مجموعات أي نسق اجتماعي لأي ابتكار أو فكرة جديدة، حيث قامت الباحثة بالعودة الى ما دونه كل من الباحثين : "منال هلال المزاهرة" و"سمير محمد حسين"¹ حول التقسيم النوعي للجمهور رغم أنه من الصعب التوصل إلى مقاييس دقيقة يمكن بمقتضاها تقسيم الجمهور تقسيماً واضحاً لدرجة تقبله للأفكار المستحدثة والممارسات التجديدية، نظراً لارتباط تقبل الأفكار الجديدة بمجموعة من المتغيرات تؤثر في درجة قبول بعض الأفكار عن غيرها من الأفكار الأخرى، لأنه من الممكن أن نشق من نتائج الدراسات والبحوث الميدانية التي أجريت في هذا المجال تقسيماً تقريبياً ثم التوصل إليه باستخدام بعض الأساليب الإحصائية التي استندت إلى تقسيم المتبنين للأفكار المستحدثة إلى فئات على أساس الزمن الذي تم فيه تبني تلك الأفكار لدى كل فئة، ويفترض لهذا النموذج تقسيم الجمهور إلى خمس فئات كما جاء لدى الباحثين على النحو الآتي:

- ✓ **الفئة الأولى وهم فئة المجددون أو المبتكرون أو المبتدعون:** ونسبتهم المفترضة 2,5% من مجموع الأفراد الذين يشملهم تنظيم اجتماعي معين، وهم المغامرون الذين يمتلكون مصادر مالية، ويتلهفون وراء كل ما هو جديد ومبتكر.
- ✓ **الفئة الثانية وهم فئة المتبنين الأوائل أو الطليعة المبكرة:** وهم الذين يتبنون الفكرة بدرجة عالية، وفي وقت قصير نسبياً، وتصل نسبتهم إلى 13.5%، وتقع بعدهم نقطة قصيرة انحناء حيث تتوقف موجة التبني من الاستمرار في الزيادة بمعدل سرعة متزايد، وهم ممن يجدون مميزات استراتيجية نسبية في تبني كل ما هو جديد، وما هو مبتكر، وهم غالباً ما يكونون من قادة الرأي في المجتمع.
- ✓ **الفئة الثالثة وهم فئة الأغلبية أو الأغلبية المبكرة:** والتي تقبل الفكرة المستحدثة بمعدل سرعة متناقص بعد نقطة الانحناء الأولى وتصل نسبتهم إلى 34%²، وهم من المستخدمين التابعين للمستخدمين الأوائل، المتبنين الأوائل (قادة الرأي)، وهم يمتازون بالحذر في تعاملهم مع كل ما هو جديد أو مبتكر.

¹المزيد من التفاصيل أنظر منال المزاهرة (نظريات)، مرجع سابق، ص، ص 310،311 ومحمد حسين، مرجع سابق، ص، ص 196،197.

²محمد حسين، مرجع سابق، ص 197.

✓ **الفئة الرابعة وهي فئة الأغلبية أو الغالبية المتأخرة:** وهي التي تبدأ من نقطة الوسط للمنحنى الخاص بالتوزيع المعتاد أو الطبيعي لمفردات المجتمع، حيث يبدأ التبني في الانكماش بمعدل سرعة متناقص إلى أن يصل إلى نقطة الانحناء الثانية، التي يزداد بعدها معدل التناقص في تقبل الأفكار وتصل نسبة هذه الفئة إلى 34%، وهم ممن يتبنون الجديد أو المبتكر عندما لا يجدون من تبنيه خسائر.

✓ **الفئة الخامسة وهي فئة المتكئون أو المتخلفون أو المتأخرون أو المنسجمون أو المتقاعسون:** وهي التي تبدأ بعد نقطة الانحناء الثانية حتى نهاية الشكل الانتشاري للتوزيع المعتاد لمفردات المجتمع حسب تقبلهم للأفكار المستحدثة عبر الزمن، وتصل نسبة هذه الفئة إلى 16%. فئة المتكاسلون هذه هم غالباً ما يكونون من المهتمين اجتماعياً، وليس لديهم أي رأي قيادي أو ميل للقيادة أو عملية اتخاذ القرار فهم منساقون يتحركون وراء الركب منصاعين.

6.2.2 نظرية انتشار المبتكرات بين: النقد والايجابيات:

وجهت للنظرية المتعلقة بنشر الأفكار المستحدثة عدداً من أوجه النقد والتي كان من أهمها ما رصده الباحث "فضيل دليو" في كتابه "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات والآفاق"، وذلك أن نموذج النظرية حسب الباحث: "لم يفرق بين الأفكار الضارة وغير الضارة مع إغفاله للفوائد النسبية والعوائد الأخروية كدوافع للتبني أو الرفض، كما أن ترتيب مراحل تبني المبتكرات ليس حتمياً بحيث قد تتداخل مع بعضها البعض، أو قد يستغني عن بعضها (التجريب)، وأن بعضها الآخر (التقييم) لا يمكن اعتباره مرحلة مستقلة لأنه يتم في الغالب خلال كل مراحل الانتشار".¹

من جهتها الباحثة "منال هلال المزاهرة" في كتابها "نظريات الاتصال" اتفقت مع الباحث دليو في الانتقادات الموجهة للنظرية مع إشارتها إلى أن: "النظرية امتازت بالعديد من النقاط الايجابية ومنها قدرتها على وضع كيفية انتشار الأفكار المستحدثة، وتفسير الأسباب والدوافع التي تقود الأفراد إلى الإقناع والتبني للمستحدثات"، كما رأت الباحثة أن: "للنظرية البحثية أهمية كبيرة في مجال علم الإعلام إذ أنه يمكن أن يفسر كيفية تبني الأفكار لوسيلة من وسائل الإعلام الجديدة، دون غيرها (كالقنوات الفضائية،

¹ فضيل دليو، (التكنولوجيا). مرجع سابق، ص 66

الشبكة العالمية للمعلومات وذلك على سبيل المثال)، في ضوء المراحل الخمسة للتبني التي حددها "روجرز"¹.

الباحث "حسنين شفيق" هو الآخر رصد النظرية وفق رؤية تقييمية اتفقت مع ما عرضه الباحثان: "دليو" و"المزاهرة" ليضيف أن لمدخل انتشار المبتكرات أهميته البحثية الكبيرة في مجال علم الاعلام الجديد، إذ أنه "يمكنه تفسير كيفية تبني الأفراد لوسيلة من وسائل الاعلام الجديدة دون غيرها (كالتقنيات الفضائية، الشبكة العالمية للمعلومات، أدوات الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي...)"²، وهذا من الأمور المهمة التي حذت بالباحثة إلى تبني هذه النظرية كمدخل مساعد ومرافق لمدخل الاستخدامات والإشباع، مع تسجيل ملاحظة مهمة وضرورية (سبق الإشارة إليها على مستوى الاشكالية البحثية) أن طبيعة المجتمع الجزائري وخصوصيته تفرض بشكل عام مستوى معين من التبني يتوافق مع طبيعة المجتمع الجزائري الذي يختلف أفراده نخباً كانوا أو جمهوراً عاماً عن تبنيهم للمستحدثات والتطورات التكنولوجية الجديدة عن بيئات غربية يعرف عليها سرعة تبنيها للمبتكرات الجديدة التي عادةً ما تنتقل إلى المجتمعات الأقل تقدماً وتطوراً تصبح في حكم القديمة لهذه المجتمعات الغربية.

¹ المزاهرة، (نظريات)، مرجع سابق، ص 317.

² حسنين شفيق، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014)، ص 174.

خلاصة:

يعتبر مدخلي الاستخدامات والإشباعات وكذا انتشار المبتكرات من المدخل النظرية التقليدية القديمة (عقد الأربعينيات من القرن الماضي كما سبق الإشارة اليه مع نشأتها ومراحل تطوره)، لكن الملاحظ أن هذه المدخل وخصوصا الاستخدامات والإشباعات مازالت تفرض حضورها حتى مع ظهور مداخل جديدة، حيث سعت الكثير من الدراسات المعاصرة التي تبنت هذه المدخل الى محاولة ألقمتها بما يتناسب مع ما يعرف بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أو الفضاءات والوسائل الاعلامية الجديدة على اختلاف مصطلحاتها ومفاهيمها (الإعلام الجديد، الإعلام الإلكتروني، الوسائط الجديدة، فضاءات الويب....)، خصوصا وأن الجمهور النشط الذي ترفع لصالحه هذه النظريات لم يبق هو نفسه، وإنما صار أكثر حركية وتفاعلية وكلما تطور المشهد التكنولوجي تطورت معه العناصر الاتصالية، وبقيت الأسئلة الأساسية مطروحة حتى مع تغير الوسائط على حد قول الباحث "E.Ruggier": لماذا يقبل المستخدمون على هذه التكنولوجيات، عن أي حاجات يبحثون؟ وما هي أهم الإشباعات التي يسعون الى تحقيقها من خلال الاستخدامات المختلفة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟

"Theoretically and practically, for U&G scholars, however, the basic questions remain the same. Why do people become involved in one particular type of mediated communication or another, and what gratifications do they receive from it? Although we are likely to continue using traditional tools and typologies to answer these questions, we must also be prepared to expand our current theoretical models of U&G to include concepts such as interactivity, demassification, hypertextuality, asynchronicity, and interpersonal aspects of mediated communication. Then, if we are able to situate a "modernized" U&G theory within this new media ecology, in an evolving psychological, sociological, and cultural context, we should be able to anticipate a highly serviceable theory for the 21st century"¹.

¹ Thomas E. Ruggiero, Op-cit ,p-p 3-37

**الفصل الثالث: تكنولوجيا
الاعلام والاتصال الحديثة:
المهية، التوصيف، النموذج
الجزائري**

الفصل الثالث: تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة: الماهية، التوصيف والنموذج الجزائري

تمهيد

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيايات الاعلام والاتصال

- 1.1.3 نشأة وتطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- 2.1.3 خصائص وسمات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال.
- 3.1.3 أهمية ووظائف تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.
- 4.1.3 تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة ومخاطرها.

المبحث الثاني: التوصيف التقني والاجتماعي لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال

- 1.2.3 تطورات على مستوى الأجهزة أو العتاد.
- 2.2.3 تطورات على مستوى البرامج.
- 3.2.3 شبكة الإنترنت.
- 4.2.3 البريد الإلكتروني.
- 5.2.3 الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وخدماتها.

المبحث الثالث: واقع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر

- 1.3.3 قطاع الاتصال من الاحتكار إلى الانفتاح وتبني سياسات جديدة.
- 2.3.3 قراءة في أهم معطيات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر.
- 3.3.3 قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر في ضوء التصنيفات العالمية.
- 4.3.3 تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة بوابة الاقتصاد الجديد.

خلاصة

تمهيد:

شهدت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة تطورات سريعة ومتلاحقة مست جوانبها التقنية كما المضامينية، لتعيد النظر في العديد من المفاهيم الكلاسيكية الاتصالية، وتحجز لنفسها مكانة مهمة بين مختلف القطاعات والمجالات، ومستقطبة لشرائح من أطراف مجتمعية مختلفة (مستخدمين:users).

هذه التكنولوجيايات التي أحدثت تزاوجا مهما بين قطاعي المعلومات والاتصالات فتحت الباب واسعا أمام مستخدميها أفراد، جماعات، مؤسسات وحتى دول للحصول على خدمات جديدة، متنوعة ومختلفة عن الخدمات التي سادت مع الوسائل الاتصالية والإعلامية التقليدية، ومتجاوزة حدود الزمان والمكان في ثورة اتصالية مست بتأثيراتها حتى الجوانب السياسية، الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات الحياتية، وطارحة في نفس الوقت اشكاليات بحثية جديدة بثوب قديم حول تأثيراتها وانعكاساتها على الحياة اليومية والعامية للمستخدمين، بالإضافة إلى اشكالات جديدة ارتبطت بطبيعة هذه التكنولوجيايات: محتوياتها، خدماتها...

يحاول هذا الفصل تقديم قراءة لأهم التطورات التكنولوجية التي شهدت مراحل وثورات قبل أن تتجسد في مظهرها الحالي-الذي مازال قيد التطور- وذلك من خلال التعرف عليها وعلى أهم خصائصها وظائفها وتأثيراتها بشكل عام، مرورا بتوصيف تقني/اجتماعي لما أفرزته هذه التكنولوجيايات، وانتهاء بإسقاطات على واقع قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر باعتبارها إحدى بلدان العالم التي شهدت على غرار مختلف الدول دخول هذه التكنولوجيايات إلى حيزها الجغرافي وجذبها لمستخدمين مختلفين.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيايات الاعلام والاتصال

1.1.3 نشأة وتطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

شهدت المجتمعات الانسانية في تطورها عبر العصور عدة مراحل، ولكل عصر مميزاته وخصائصه التي تميزه عن بقية العصور السابقة، فإذا كان عصر البخار وعصر الثورة الزراعية ثم عصر الثورة الصناعية هي أكبر الاكتشافات تأثيرا في حياة البشر، فان العصر الذي نعيش فيه اليوم يستحق بامتياز تسمية عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية، فلم تعد رسالة واحدة صالحة لجميع الجماهير، وهذا ما يدل على التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصال التي جعلت من هذه القرية الكونية بناية واحدة* تتكون من مجموعة من الغرف كل واحد يتفاعل في غرفته مع العالم الخارجي، ولكنه منعزل عنك في المكان نفسه الذي تتواجد فيه معه.¹

فالنتور التكنولوجي الذي تعيشه البشرية اليوم جاء حصيلة لمجموعة من الثورات والتطورات التي أحدثت كل واحدة فيها نقلة نوعية غيرت في طبيعة الاتصال الانساني والعلاقات المجتمعية حيث يشير الباحثين الى وجود خمس ثورات اتصالية* يمكن تلخيصها في ما يلي:

1.1.1.3 الثورة الأولى: (ثورة اللغة):

لعل أبرز ما يميز الإنسان عن الكائنات الأخرى هو قدرته على التعبير عن أفكاره، وقد برزت هذه القدرة منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية، عندما ابتكر الإنسان رموز صوتية يتصل بواسطتها بالآخرين. ولقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الانساني باستخدام الإشارات، وقد تبع ذلك تطور على جانب كبير من الأهمية في ارتقاء هذا التفاهم، حينما بدأ الإنسان في استخدام

¹ محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص 20، 21

* مع التطورات التكنولوجية لم تعد مقولة العالم مارشال ماكلوهان في أن العالم اصبح قرية كونية مواكبة لهذه الثورة التكنولوجية خصوصا مع استمرارية استخدام واستهلاك مقولة village global بين العديد من الباحثين والمنظرين وحتى تلك الأبحاث والتقارير الصادرة عن مؤسسات المنظمات الدولية والإقليمية، ومن الباحثين الذين ردوا على نهاية مقولة ماكلوهان نجد الباحث "ريتشارد بلاك" "Richard A Blake" الذي يرى بأن التطور التكنولوجي الذي استند اليه ماكلوهان حينما وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها الى شظايا fragmentation، ويرى بلاك أن العالم الآن أقرب ما يكون الى البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون، ولكن كل منهم يعيش في عزلة، ولا يدر شيئا عن جيرانه الذين يقيمون معه في نفس البناية، لمزيد من التفاصيل حول رؤية بلاك وتفنيد مقولة ماكلوهان أنظر: مكاوي، علم الدين. مرجع سابق، ص-ص 345-347.

* هناك اختلافات في تصنيف الثورات التكنولوجية

اللغة. وعندما استطاع الإنسان أن يتكلم تحققت الثورة الأولى، إذ أصبح من الممكن لأول مرة أن تجمع البشرية - عن طريق الكلام- حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها.¹

2.1.1.3 الثورة الثانية: (ثورة الكتابة):

جاءت الثورة الثانية استكمالاً للثورة الأولى من خلال ظهور الكتابة التي كانت نقطة تحول في تاريخ البشرية²، ولقد حدثت هذه الثورة عندما اخترع السومريون اقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين اللين، وذلك منذ حوالي (3200 سنة قبل الميلاد) حيث حفظت هذه الألواح الطينية الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي في مراحله الأولى، لقد استغرقت هاتين الثورتين الاتصاليتين معظم التاريخ البشري، وكانت السمة الرئيسية لهذا العصر هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث والشفاهية أو حتى بعد اختراع الكتابة، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل.³

3.1.1.3 الثورة الثالثة: (ثورة الطباعة):

جاءت الثورة الثالثة استكمالاً لظهور الكتابة وتمثلت بظهور الطباعة لتكون بمثابة أعظم وسيلة اتصال عرفها الانسان، لأنها أحدثت تطورات هائلة في الحياة الثقافية والحضارية بصورة عامة⁴، ويتفق معظم المؤرخين على أن يوحنا جوتنبرج" هو أول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة وذلك حوالي سنة 1436م، وأتم طباعة الكتاب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1455م⁵.

4.1.1.3 الثورة الرابعة: (من المطبوع إلى الإكترون):

رغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرصة لتخطي حاجز المكان والمسافة، لكن في المقابل ظلت اللغة المنطوقة عاجزة على تخطي هذا الحاجز، ثم جاءت ثورة الاتصال الرابعة في منتصف القرن التاسع عشر عندما استطاع "صامويل مورس" اختراع التلغراف عام 1837 وابتكار طريقة للكتابة تعتمد على استخدام النقط، وقد تم اختراع التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند، وعد التلغراف فيما بعد

¹حسن عماد مكاوي، تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 5، 2009)، ص 42.

²المزاهرة، (تكنولوجيايات) مرجع سابق، ص52.

³ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015)، ص 67.

⁴المزاهرة، (تكنولوجيايات)، مرجع سابق، ص 53، 54.

⁵عماد المكاوي، مرجع سابق، ص43.

من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت الى وسائل إلكترونية، ففي عام 1876 استطاع "جراهام بال " أن يخترع التليفون لنقل الصوت الى مسافات بعيدة، ثم تمكن العالم "ايميل برلنجر" في عام 1887 من ابتكار القرص المسطح (Flat Disc) الذي يستخدم في تسجيل الصوت¹، وبدأ تسويق آلة الفوتوغراف منذ عام 1890 كوسيلة شعبية جذابة لتقديم الموسيقى في الأماكن العامة، وفي عام 1895 شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية، ثم أصبحت السينما ناطقة في عام 1928.

وتمكن العالم الإيطالي الأصلي "جوجيلمو ماركوني" من اختراع اللاسلكي في عام 1896، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبيا من دون استخدام الأسلاك، وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919، ثم تبعتهما الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1920، كذلك بدأت تجارب التلفزيون في الولايات المتحدة منذ أواخر العشرينيات مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب عملية في مجالات الكهرباء، والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلكية واللاسلكية، وفي أول يوليو 1941 بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة، وفي نهاية عام 1942 بلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية عشر محطات تجارية.²

لم يكن أحد يتصور في البداية أن يصبح التيار الضعيف حامل الذبذبات الالكترونية أداة فعالة في خدمة التغيير الاجتماعي، وكان الانجاز الاجتماعي الحقيقي من بين الاكتشافات التي تم التوصل اليها في نهاية القرن التاسع عشر، في مجال الكهرومغناطيسية والالكترونيات ثم الرادار وأخيرا الحاسوب، لقد حققت الالكترونيات تطورا سريعا في مجال تقنيات الاتصال.³

واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين، وخاصة الوسائل الإلكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار الترفيهية، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأساليب معيشة أفرادها، وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية، وقدمت الأفلام السينمائية واقع المجتمع وطموحاته وخيالاته، وساعدت الإعلانات في تلبية حاجات الناس إلى السلع والخدمات، وعبرت التسجيلات الموسيقية عن التحرر العاطفي والاسترخاء والتفكير، وأصبحت وسائل الاتصال الإلكترونية -وفق هذا المفهوم- هي النافذة السحرية التي نرى فيها انفسنا وعالمنا.⁴

¹ محمد محفوظ، مرجع سابق، ص 21.

² رضوان بلخيري، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال نشأتها وتطورها، (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، ط1، 2014)، ص 32.

³ فيليب بروتون، سيرج برو، ثورة الاتصال، نشأة أيديولوجية جديدة، تر هالة عبد الرؤوف مراد (القاهرة: دار المستقبل العربي، 1993)، ص

69.

⁴ عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 44،45.

5.1.1.3 الثورة الخامسة: (ثورة المعلومات والاتصالات):

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه، وقد تمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري، وفي حيز صغير للغاية، وبسرعة فائقة، كما تمثلت ثورة الاتصال الخامسة في استخدام الأقمار الصناعية وشبكة الانترنت لنقل البيانات والصور والرسوم والصوت عبر الدول والقارات بطريقة فورية، كذلك أتاحت التكنولوجيا ظهور خدمات عديدة ومتنوعة لتلبية حاجات الأفراد إلى المعلومات والترفيه مثل الحاسبات الشخصية المتنقلة، والأقمار الصناعية، والاتصال الكابلي، وميكروويف، والألياف الضوئية، والاتصالات الرقمية، وأدى ذلك إلى ظهور خدمات الاتصال الجديدة مثل التلفزيون الكابلي، والتلفزيون منخفض القوة، والفيديو كاسيت، والفيديو ديسك، والفيديو تيكس، والتلتيكس، والاتصال المباشر بقواعد البيانات، وعقد المؤتمرات عن بعد، والبريد الإلكتروني.¹

يقول الباحثون عن هذه الثورة: "إننا نعيش الآن وسط ثورة اتصالات، والتي جلبت معها العديد من التطورات لوسائل الاتصال سواء في قدراتها أو أدائها وحتى في طبيعة العالم الذي نعيش فيه... وعلى وسائل الاتصال مواكبة هذه الثورة وإلا أصبحت من ضحاياها..."²

المتابع للتطورات التكنولوجية يدرك حجم التطور السريع والمذهل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث جاء في تقرير بعنوان مؤشر المعرفة العربي 2015 أنه "لكي ندرك حجم هذا التطور يكفي أن نقارن بين الوقت الذي استغرقته كثير من التكنولوجيات الحديثة حتى تصل لعدد خمسين مليون مستخدم، والسرعة التي انتشرت بها الانترنت، وعلى سبيل المثال احتاج الهاتف إلى سبعين عاما، والراديو إلى ثمانية وثلاثين عاما، والكمبيوتر الشخصي إلى ما يقرب من عشرين عاما، والتلفزيون إلى اثني عشرة عاما فيما لم تحتج شبكة الانترنت إلا إلى أربعة أعوام فقط لا بل وصل هذا العدد إلى 143 مليون مستخدم خلال أقل من ثمانية أعوام..."³

¹ الشمايلة، معزت اللحام، يوسف كافي، مرجع سابق، ص 69.

² ويليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون، الإتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، تر أحمد طلعت البشبيشي (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص 334.

³ دبي، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، المكتب الإقليمي للدول العربية/برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مؤشر المعرفة العربي، دار الغرير للطباعة والنشر، 2015، ص 71.

وفي قراءة لهذه الثورات يرى الباحث "يحي اليحيوي" أنه يمكن الحديث عن ثلاثة حقائق مهمة:

- **الحقيقة الأولى:** أن هذا التطور إنما هو نتيجة مخاض تكنولوجي متواصل امتزج فيه أساسا البحث بالتطوير والمؤسسة الانتاجية بالسوق، وتضافرت في إرسائه قوة الاستثمار بفاعلية التنظيم والتقنين.
- **الحقيقة الثانية:** هناك من الابتكارات والإبداعات التكنولوجية في قطاع الاعلام والاتصال خصوصا ما كان له الدور الرائد وربما الحاسم في تسارع وتيرة تاريخ القطاع، اما لكونها فجرت قدرات بحث جديدة أو لأنها فتحت القطاع على فضاءات تطبيقية واسعة كالرقمنة مثلا.
- **الحقيقة الثالثة:** إن التداخل التكنولوجي الذي عرفه قطاع الاعلام والاتصال منذ نهاية السبعينيات على الأقل إنما يعمل باتجاه تقاربه وبالتالي توحيده، ولا أدل على ذلك من كوننا نعيش مرحلة ذوبان عميقة للاتصالات والمعلومات والسمعي البصري في جهاز واحد، وعلى الأمد المتوسط في شبكة واحدة.¹

بعد استعراض أهم الملامح التي طبعت الثورات التكنولوجية الخمس يمكن التنبه إلى أنه في وقتنا الحالي ومع التطورات الحاصلة من الضروري الإشارة (حسب رأي الباحثة) إلى أن ثورة سادسة مكملة للثورة الخامسة بدأت تتضح معالمها قاعدتها تطوير مستمر لبرمجيات فائقة الذكاء مع اتساع دائرة المستخدمين والمشاركين لهذه التكنولوجيات التي أصبحت مظهرا عاديا متغلغلا في حياة الأفراد اليومية، وكما قال الباحث "روبرت حسن Robert Hassan" "أصبح موضوع الثورة عاديا ونحن نتلهف على الجديد"².

2.1.3 خصائص وسمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

لقد شهد العالم تحولات متسارعة تجري على المستوى الكوني بفعل ثورة الاتصالات وانفجار المعلومات، والذي يتجسد في الحواسيب والشبكات الالكترونية، والأنظمة الرقمية، وسواها من التقنيات العالية والوسائط المركبة التي تتيح نقل المعطيات والمعلومات أو ادارة الأعمال والأموال على بعد وبسرعة قصوى، وهذا ما جعل تكنولوجيا الاعلام والاتصال تتمتع بقدرات عالية وتأثيرات متزايدة³ وانطلاقا مما سبق يمكن استخلاص بعض الخصائص التي تتميز بها هذه التكنولوجيا في ما يلي:

¹ يحي اليحيوي، الوطن العربي وتحديات تكنولوجيا الاعلام والاتصال. (الرباط: البوكلي للطباعة والنشر والتوزيع -القطيطة، ط 1، 1997) ص17.

² روبرت حسن، الاعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، تر بسمة ياسين (القاهرة: مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص 30.

³ لحرر عباس ابن تاج، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. الواقع والمعوقات (الجزائر، القاهرة: الدار الجزائرية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط1، 2015)، ص 22.

1.2.1.3 التفاعلية "Interactivity":

حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساعدت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من مننديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابياً¹.

ومثال ذلك: التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة فقد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل ومثل ذلك: التلفزيون والتلفزيون التفاعلي والمؤثرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذا البريد الإلكتروني والفيديو تكتست، وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل².

وقد تم تعريف التفاعلية من قبل الباحثين على أنها: "أحد امكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة، ويذكر "نيوهاجين" أن التفاعلية هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدم لتمييز الانترنت عن وسائل الاعلام الأخرى"، لذا فإن التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للإنترنت، والتفاعلية ليست مفهوما متناغما، وبعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقرائها³.

للإشارة على الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أنه يمكن إدراج بعض النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين ومنها:

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي، وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل لرسائل، وإنما مرسل لها في الوقت ذاته الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعل.

- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الانترنت.

¹ محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير الجزائري: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ط1، (2011)، ص 7.

² عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها (الأردن: الآفاق المشرقة، ناشرون، 2010)، ص 193.

³ شفيق، (الإعلام)، مرجع سابق، ص 30.

- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة مثلا أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد، أما البريد الالكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد.
- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل فهو اتصال يصعب التمييز فيه بين المرسل والمستقبل.
- الاستجابة هي شرط جوهر الاتصال التفاعلي ومن دونها لا يتم التفاعل.
- سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.
- ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية أي أن يدركوا أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.
- التفاعلية خاصة الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.¹

2.2.1.3 اللاجماهيرية: Demessification

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتجه إلى فرد واحد أو إلى جماعات معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كانت في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها، وهناك دلائل عديدة تشير إلى أن مفهوم القرية العالمية التي زعم "مارشال ماكلوهان" تحقيقها بسبب تطور وسائل الاتصال الجماهيري في الستينيات، قد تحول إلى مئات الآلاف من المقاطعات الصغيرة المنعزلة بسبب الوجه الفردي لوسائل الاتصال، وسعيها إلى تفنيت الجماهير الضخمة إلى شظايا، ويعلق بعض الباحثين على أن وسائل الإعلام لم تعد جماهيرية، بل أصبحت وسائل الجماهير الصغيرة.²

¹المرجع نفسه، ص ص 34،35.

² عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 19.

3.2.1.3 اللاتزامنية: Asynchronization:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في وقت دونما الحاجة لتواجد المتبني للرسالة. أو من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.

4.2.1.3 قابلية التحرك أو الحركية: Moblity:

وتسمح هذه السمة في بث المعلومات واستقبالها من أي مكان آخر أثناء حركة منتج ومستقبل المعلومات وذلك باستخدام عدد من الأجهزة المختلفة مثل التلفزيون، النقال، وهاتف السيارة، والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وجهاز الفاكس الذي يمكن استعماله في السيارة وكذلك الحاسوب الإلكتروني النقال.¹

5.2.1.3 قابلية التحويل: Convertibility:

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، وقد ظهرت مقدماته في نظام مينينيل الفرنسي "فاكدو أو الفروت أو السماعات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال بعضها والبعض الآخر في طريقه إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما وعلى شاشات التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو تكست وعلى الأسطوانات المدمجة على الرغم من اختلاف شكليهما².

الحال أيضا في أنظمة التيلتكست التي تقدمها خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع، ويبرز هذا أيضاً في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية مثل (Euronews, Eurosport)³.

¹ هارون منصر، تكنولوجيايات الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، (قسنطينة: دار الأملعية للنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص52.

² الحطامي، مرجع سابق، ص 135.

³ حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 8.

6.2.1.3 قابلية التوصيل والتركيب: Connectivity:

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها بين موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.

ومنه فهي تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتتويجه كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تقدم فيه الصنع.

7.2.1.3 قابلية الشبوع والانتشار:

يعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم، وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، لا ليكون حكراً على الأثرياء فقط وإنما يشمل كل فئات المجتمع يأتي ذلك بدعم الأثرياء لتلك النظم الجديدة، لكي تشمل القادرين على استخدامها وغير القادرين [فقد انقضى عصر الانعزال، ومن لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم على نفسه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة¹. إذ كلما تظهر وسيلة لتناقل المعلومات تعد في البداية ترفاً، ولكنها في النهاية تصبح بعد حين تقليدية يمكن استعمالها من فئات وطبقات مختلفة في المجتمع مثل استعمال التلفون وأجهزة الفاكس وغيرها من التقنيات².

8.2.1.3 التوجه نحو التصغير:

تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يلائم ظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات، ومن الأمثلة على هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسب النقال المزود بالطابعة الإلكترونية³.

¹ الحطامي، مرجع سابق، ص 195.

² منصر، مرجع سابق، ص ص 53، 54.

³ حمدي، بوسعيدة، قرناي، مرجع سابق، ص 3.

9.2.1.3 التدويل أو الكونية والعالمية: Globalization:

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيايات في اتجاه اختصار عامل المساحة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي تعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن الندرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن واللحظة، إنه بوجود وسائل الإعلام والاتصال لم يبد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول لتتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات الإعلامية متخطياً الحدود الجغرافية عابراً فوق الحدود الوطنية¹.

فالبينة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، كتعدد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال، الكترونيًا عبر الحدود الدولية ذهاباً وإياباً من أقصى مكان في الأرض، إلى أدناه في جزء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم².

10.2.1.3 التعقيد وكثافة الاستخدام:

تكنولوجيا الاعلام والاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي أبناء القوة والنفوذ السائدين في المجتمع.

11.2.1.3 الاحتكارية وسيطرة القلة قليلة عليها:

إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حالياً في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدماً ولكن أيضاً في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام

¹ المرجع نفسه، ص ص 9،10.

² الحاطمي، مرجع سابق، ص ص 195،196.

قبضة المجموعة المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي¹.

12.2.1.3 خاصية تحديد المستفيد:

وتعني هذه السمة أن المعلومات التي تتبادل سوف تكون محددة الغرض أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها، وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيايات الاتصالات المتمثلة بإحدى أنظمة البريد الإلكتروني ألا وهي الرزم البريدية الخادمة، التي تتيح مجالاً واسعاً للتحكم بكمية المعلومات المرغوبة ونوعيتها، ومن الطبيعي أن يقوم بهذه الخدمة شخص يدعى (المنسق) الذي يقوم بترتيب هذه العملية عن طريق معرفة رغبات المستفيدين وحاجاتهم من المعلومات وتجهيزهم بها عن طريق (صناديق البريد الإلكتروني) الخاص بكل مشترك لقاء اشتراك شهري أو سنوي يدفع لقاء تقديم هذه الخدمات².

13.2.1.3 سهولة الاستخدام:

حيث تتسم وسائل الاتصال الحديثة بسهولة وبساطة التشغيل، ونموذج ذلك جهاز الفيديو، وجهاز الفاكس، وأجهزة الكمبيوتر والإنترنت.

انطلاقاً من الخصائص التي تميز هذه التكنولوجيا يظهر لنا سر قوتها، والتي سمحت بوجود شكل جديد من الارتباط بين الأطراف العالمية المختلفة، وأن تحدث تغييرات جوهرية في سلوكيات وممارسات الأفراد والمؤسسات والحكومات على السواء، وقد تركت هذه الخصائص تأثيرها على المجتمعات وعلى نظم المعلومات، من خلال التطوير السريع والحاسم في أساليب تخزين واسترجاع المعلومات، مع ظهور ثقافة مؤسساتية جديدة وتغير العديد من الممارسات³ في مجالات حياتية مختلفة، وهذا ما يدفع بالباحثين إلى مزيد من الدراسات والتحليلات حول هذه الخصائص وما شكلته من تغييرات وتطورات مست بيئات اتصالية مختلفة.

¹ حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 10.

² حسن رضا النجار، "تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم والتطور"، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، (البحرين: جامعة البحرين، مطبعة جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009)، ص ص 506، 507.

³ عباس ابن تاج، مرجع سابق، ص 23.

3.1.3 أهمية ووظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

إن الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في وقتنا الحاضر أدى إلى زيادة التفاف الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية وإعلامية في شتى الميادين، ومما لا شك فيه أن هذه الوظائف تختلف من وسيلة إلى أخرى، ولكنها تعمل من أجل هدف واحد هو خدمة الإنسان وتسهيل طرق معيشته في البيئة الاجتماعية، وتختلف ميادين الاستفادة من هذه التكنولوجيا من ميدان إلى آخر¹.

فلم يعد قطاع الاعلام (المؤسسات الاعلامية والاتصالية على اختلافها وتنوعها) وحده من استفاد من التطورات التكنولوجية بل تعدى الأمر الى قطاعات ومجالات متنوعة من السياسي الى الاقتصادي الى الطبي الى الثقافي.... إلى مختلف الميادين الحيوية التي صارت تراهن على امتلاك والاستفادة من التطورات الحديثة في مجال الوسائل الاعلامية والاتصالية وتسخيرها لصالح مجالاتها ليبقى الوصول الى الجماهير المتنوعة والمختلفة هدفا أساسيا لها.

ولقد أفادت تقارير كثيرة صادرة عن العديد من الجهات والهيئات الدولية عن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية المستدامة اقتصاديا واجتماعيا، من خلال استخدامها في مجالات التعليم والصحة والتنمية الاقتصادية والحكومة الرشيدة، وتتجلى الأهمية الكبيرة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال بالدور الذي تبنته جميع البلدان الأعضاء في الأمم المتحدة عام 2000 بما فيها البلدان العربية.²

وعليه فقد أضحت تكنولوجيا الاعلام والاتصال من الأعمدة الرئيسية لقياس قوة البلدان وتقدم الأمم بعد أن دخل العالم عصر المعلوماتية بصورة مكثفة، وازداد انسياب التدفق الإعلامي بين أقطار العالم بصورة غير مسبوقه وبطرق جديدة، وقد فرضت تحديات التكنولوجيا نفسها على العصر الذي نعيش فيه، حتى اصبح هذا العصر بفضل هذا التطور التكنولوجي يعيش في بقعة محددة تحددت عوامل الزمان والمكان، مما جعل من الإعلام صناعة ضخمة تحتاج لإمكانات كبيرة ولملايين الدولارات وبفضله أصبحت الدول المتقدمة تتبوأ مواقع الريادة والتفوق على الساحة الدولية، وتسيطر على السوق العالمي

¹ حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 11.

² مؤشر المعرفة العربي 2015، مرجع سابق، ص 71.

لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات الإعلامية حتى غدت هذه الصناعة خاضعة لإمبراطوريات ضخمة تنظم السوق وفق ظروفها ومصالحها واحتياجاتها¹.

وبالعودة الى الأدبيات الاعلامية الكلاسيكية التي أشارت إلى مجموع الوظائف التي تكونت وتشكلت مع تطورات وسائل الاعلام حيث أشار مجموعة من الباحثين أمثال "لاسويل"، "ميرتون"، "تشارلز رايت" إلى الوظائف التقليدية لوسائل الاعلام مثل: الوظيفة الاخبارية، التعليمية، التسلية.... فإننا نلاحظ أنه مع التطورات الحديثة التي سادت مجال الإعلام والاتصال حافظت هذه الوظائف على وجودها وتجدها مع التحديثات التي مستها وهذا نتيجة طبيعية للتغيرات الحاصلة من فترة الى أخرى ومن بين هذه الوظائف يمكن الإشارة الى:

1.3.1.3 الوظيفة الاخبارية:

والتي تعد أحد الوظائف الأساسية لوسائل الاعلام بشكل عام، نلاحظ أنه مع التطورات الحديثة التي طبعت وسائل الاعلام والاتصال فقد طرأت تغيرات على الوظيفة الاخبارية من مجرد نقل المعلومات والأحداث إلى الجماهير من خلال صفحات الجرائد، شاشات التلفزيون ومحطات الاذاعة إلى دخول أشكال جديدة من العمل الاعلامي الذي صار يتميز بالسرعة والتنافس المستمر في نقل الأخبار والمعلومات بأشكال حملت تسميات مختلفة (صحف الكترونية مستقلة عن الطباعات الورقية تلفزيونات وإذاعات رقمية، مدونات الكترونية وظهور صحافة المواطن التي غيرت من المفهوم التقليدي للصحفي وللعمل الاعلامي، العديد من مواقع الانترنت والصفحات التي تقدم أخبارا ومعلومات، صحافة الهاتف النقال....) فلقد عملت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تميزت بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجاً للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات.²

ومع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام وخاصة على الإنترنت، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة، كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من

¹ محي الدين عبد الحليم، فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، مطبعة محمد عبد الكريم حسان، ط1، 2009)، ص191.

² حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 11.

حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها، أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين. وفي هذا السياق الجديد، بدأ الجمهور (المستخدم) يلعب دورًا محوريًا في العمل الإعلامي، حيث لم يعد متلقيًا فقط، بل منتجًا ومشاركًا، كما بدأت وسائل الإعلام في التجاوب التدريجي مع هذه التحولات سواء من حيث البحث عن طرق جديدة لتوصيل محتواها الإعلامي تتلاءم مع طبيعة مستخدميها، أو إفساح المجال للجمهور (المستخدم) للمساهمة في صناعة محتواها الإعلامي، باعتبار أن تمكين الجمهور إعلاميًا يساعدها في الاحتفاظ به ويدعم مكانتها المعنوية وإمكانياتها الاقتصادية، كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة في صناعة الإعلام، ويمكنها من استيعاب الأنواع الصحفية الجديدة في إطارها دون أن تشكل منافسًا جديدًا لها¹.

2.3.1.3 الوظيفة التعليمية التثقيفية:

في السابق كانت تطالعنا وسائل الاعلام التقليدية على العديد من الحصص التثقيفية والتعليمية التي تبث في شكل برامج وحصص ومقالات موجهة اما الى جماهير متخصصة (مثلا تلاميذ المدارس و طلبة الجامعات) أو الى جماهير متنوعة الاهتمامات وكانت في الغالب تلقينية موجهة تفتقد الى التفاعلية والمشاركة النشطة، ومع التطورات التكنولوجية أصبحنا اليوم نعيش عصرًا جديدًا سمته E. learning أو التعليم الإلكتروني الذي قدم للمستخدمين والمتعلمين فضاءات جديدة على غرار الفصول الافتراضية التي لا تشترط الحضور المكاني للمتعلم ومنحته اختيارات كثيرة ومتنوعة في التفاعل والمشاركة والحصول على مواد تعليمية بوسائط متعددة، كما مكنت الوسائل الجديدة من إمكانية الاطلاع على العديد من الكتب والمنشورات في مجالات مختلفة وذلك من خلال الولوج الى قواعد البيانات والمكتبات الرقمية ذات السعة التخزينية الضخمة، والتي قد يتم تحميلها على جهاز حاسوب أو مشاركتها وتحميلها عبر تطبيقات الهواتف الذكية التي تحولت هي الأخرى من وسيلة اتصالية إلى وسيلة تعليمية وتثقيفية من خلال تطور تطبيقاتها وخدماتها التي أتاحت للمستخدمين إمكانية المشاركة والتفاعل في مجموعات اتصالية مختلفة.

¹ السيد بخيت، "صناعة المضامين الاعلامية في البيئة الالكترونية وأدوار مستخدميها، دراسة تحليلية لأبرز المواقع الإعلامية العربية والأمريكية و مقارنة لتصورات وأدوار الجمهور المستخدم والقائمين على إدارة المحتوى صناعة مضامينها" في موقع الاعلام الجديد.الخاص بالدكتور سيد بخيت على الرابط <http://www.jadedmedia.com>، 12 أبريل 2017، ص 10:13.

3.3.1.3 وظيفة التوثيق ورقمنة المحتوى: (ثنائية التخزين والنشر):

لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية... دوراً كبيراً في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعملية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام بتناولها لعمليات التجميع، ووضع النظم والأساليب الفنية الكونية باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثم الإعلام عنه، ليتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري.¹

ليس في مجال الاتصال والإعلام فقط وإنما تعدى الأمر إلى مختلف المجالات التي توثق للتطور البشري وما يشهده من مراحل مختلفة من شأنها المحافظة على الذاكرة الاجتماعية التاريخية وعرضها للأجيال بعيداً عن النسيان أو التلف، فقد تبوأَت تقنية الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هذه المكانة الفاصلة في التعامل مع معضلة الذاكرة والتذكر، لأنها سمحت بتحويل الأشياء التي تشكل الذاكرة من صورتها التقليدية على الورق أو الكتب القديمة أو أذهان الناس أو حتى الجدران المعابد والبرديات والنقوش على الحجر، سواء كانت الذاكرة قديمة أو حديثة أم معاصرة إلى صورة رقمية قابلة للتخزين والتصنيف والفهرسة والمعالجة للتحويل من مجرد مواد تشكل الذهن إلى معارف قادرة على أن تشارك في بناء الذهن.²

ومع ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته أتاح قائمة ضخمة من المعلومات والخدمات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكة المعلومات، كما يحتوي الحاسوب الآلي على كمية كبيرة من المعلومات يمكن استرجاعها بسرعة فائقة مثل برامج النشر المكتبي والصحي وقواعد البيانات والفاكسيلي والبريد الإلكتروني، كما أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون، أو وسيلة العرض بالحاسب الإلكتروني لكي يتسلمه المستفيد في منزله أو مكتبه حيث يقترب مستخدمو النصوص الإلكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.³

¹ حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 11.

² عبد الغني عماد، الثقافة وتكنولوجيا الاتصال. التغيرات والتحويلات في عصر العولمة والربيع العربي. (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2012)، ص 63.

³ حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 11.

4.3.1.3 وظيفة الترفيه والتسلية:

من الوظائف التي اضطلعت بها وسائل الاعلام التقليدية والتي رصدت الدراسات الاعلامية الأولى أن من بين دوافع اقبال الجمهور على استخدام الوسائل الاعلامية هو بحثا عن فضاءات الترفيه والتسلية، وهي وظيفة مازالت قائمة الى يومنا هذا، مع تنوع وتعدد الأشكال التي منحتها التطورات التكنولوجية لوسائل الاعلام والاتصال من امكانيات لتحميل الألعاب الالكترونية عبر الوسائط المختلفة: هواتف ذكية، أجهزة حاسوب، ألواح الكترونية ... والتشارك في اللعب مع أشخاص آخرين ومن جنسيات وأماكن مختلفة، ناهيك عن توفير العديد من البرامج والفيديوهات ذات الطابع الكوميدي الترفيهي والتي حولت الجمهور من مجرد متلقي ومتابع لنجوم الغناء والفن والكوميديا ..الى صانع ومشارك بأعماله الخاصة وعرضها ليتهايها أشخاص آخرون.

5.3.1.3 الوظيفة الاعلانية: (التسويق، الاقتصاد، التجارة)

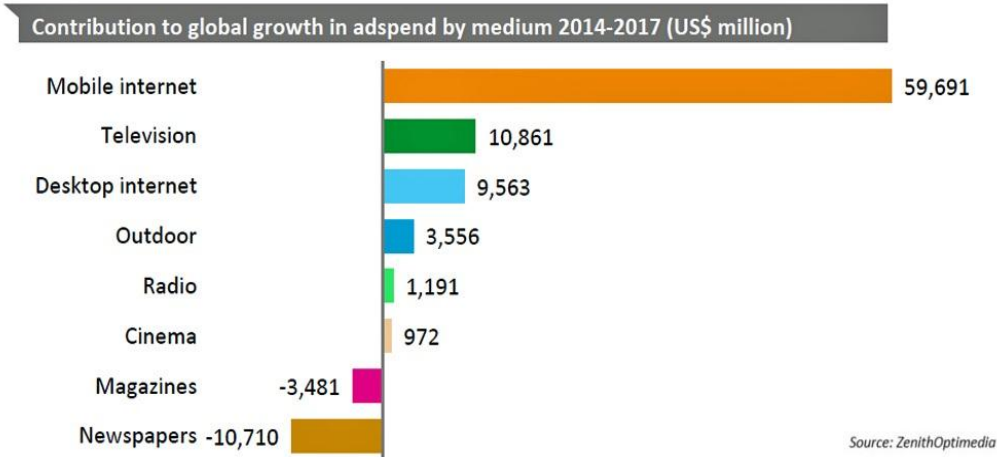
اضطلعت وسائل الاعلام التقليدية بوظيفة الاعلان عن منتجات و سلع وخدمات مختلفة وتقديمها لجماهيرها، ومع التطورات التي شهدتها مجال الاعلام والاتصال برزت مصطلحات جديدة فمن الاعلانات التقليدية الى الاعلانات الإلكترونية، ومن التسوق التقليدي إلى إمكانية التسوق الإلكتروني، حيث أظهر تقرير جديد¹ أن الإنترنت أضحي الوسيلة المفضلة للإعلانات متجاوزاً التلفاز والإعلانات المطبوعة، ويُتوقع أن تزيد أيضاً بحلول عام 2020، وذلك بعد سنوات من هيمنة التلفاز على سوق الإعلانات قبل أن يُدرك المعلنون قوة الشبكة العنكبوتية.

ومع تزايد الوقت الذي يقضيه المستخدمون هذه الأيام على الحواسيب المحمولة، والحواسيب اللوحية، وعلى الهواتف الذكية، أدى ذلك إلى زيادة الطلب على إعلانات الإنترنت وجعل المعلنين يحولون ميزانياتهم من التلفزيون إلى الإعلانات بواسطة الإنترنت، ويبين التقرير أن وسائل الإعلام عبر الإنترنت حازت العام (2015) المرتبة الأولى فيما يتعلق بالإنفاق على الإعلانات، في دول مثل أستراليا، وكندا،

¹ عبد الله حاتم، "الاعلان والتسوق عبر الانترنت يقود ثورة في نمط حياتنا". في <http://alkhaleejonline.net/articles/>، (22)

والمملكة المتحدة، والدنمارك، والنرويج، والسويد، ومن المتوقع أيضاً أن تصل إلى أعلى مستوى لها في خمس دول أخرى، هي الصين، وفنلندا، وألمانيا، وإيرلندا، ونيوزيلندا، بحلول عام 2017.

شكل رقم (5): الإنفاق على الاعلان عبر وسائل الاتصال المختلفة.



المصدر: عبد الله حاتم، "الإعلان والتسوق عبر الانترنت يقود ثورة في نمط حياتنا" في

<http://alkhaleejonline.net/articles/>

وبحسب تقرير شركة "زينيث أوبتي ميديا" الأمريكية، استحوذت الأجهزة المحمولة على الحصة الكبرى من الإنفاق على الإعلانات في سوق الإنترنت، بلغت 48.2 مليار دولار أمريكي. ومن المتوقع أيضاً أن يتضاعف هذا الرقم في السنوات القادمة، ثم جاء التلفزيون بالمرتبة الثانية مع إنفاق 13.917 مليار دولار، ثم إعلانات الإنترنت على الحواسيب المكتبية بـ 13.639 مليار دولار¹.

6.3.1.3 الوظيفة التواصلية (التشبيك):

من الأهداف الأساسية التي كانت وراء نشأة صناعة تقنية المعلومات والاتصالات وانتشارها ككل هدف التشبيك والمشاركة، أي ربط مجموعة من الأطراف قد تكون أدوات أو أشخاصاً أو مؤسسات أو مجتمعات مع بعضهم البعض عبر وسيلة أو وسائل تقنية معينة في صدارتها شبكات الاتصالات

¹ المرجع نفسه.

والمعلومات، لكي يسهل على هذه الأطراف المشاركة مع بعضها البعض في معلومات أو بيانات تمتلكها لتحقيق أهداف أو أغراض تبنيها¹،

ولقد عززت التطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال من وظيفة التواصل بين مختلف الأفراد والمؤسسات وخلق ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية Communiés Virtuelles التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد²، وفي هذا الاطار نشأت العديد من الجماعات الالكترونية الافتراضية التي تربطها مصالح معينة، عن طريق اقامة الندوات الالكترونية أو انشاء فرق النقاش الالكتروني عن طريق شبكة الانترنت³ أو باستخدام نظم القوائم البريدية أو التراسل الفوري والمحادثة والدرشة والحوارات المطولة ومجموعات الأخبار وغيرها من أساليب التواصل الجماعي، ويكون القاسم المشترك بينهم قضية ذات اهتمام مشترك أو التخصص المهني أو التوافق في الهوايات والاهتمامات، وبمرور الوقت تنشأ بين المشاركين أو الأعضاء في الموقع علاقات وثيقة على مستوى الفكر وعلاقات العمل والقناعات والآراء فينشكّل المجتمع التخيلي الافتراضي الخاص بقضية ما، لأنه يوجد فقط على الشبكة وليس في العالم الواقعي، وتعتبر المجتمعات التخيلية عبر الانترنت ظاهرة لافتة للنظر كونها تستقطب اهتمام الملايين من الأعضاء النشطين في مختلف المجالات والتخصصات ما بين أطباء وفنانين وباحثين وطلاب سياسيين وجماعات مدنية، بعدما أثبتت جدواها في تكوين علاقات قوية بين أعضائها تتعدى مجرد تبادل المعلومات المفيدة إلى حل بعض المشكلات مثل المرض أو الأزمات المالية، وأخيرا المشاركة السياسية واستخدام الحقوق الديمقراطية في ممارسة الكثير من الفعاليات والأنشطة الايجابية، وتشمل المجتمعات التخيلية حاليا مجالات الفن والأدب والفكر والموسيقى والفن التشكيلي والسينما والكتب والنشر والبحث العلمي وغيرها من أوجه الحياة الثقافية.⁴

للإشارة يعتبر الباحث "هاورد راينغولد Rheingold Howard" أول من استخدم مصطلح المجتمعات الافتراضية وعرفها على أنها: "تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة، حين يستمر أناس بعدد كاف في

¹ عماد، مرجع سابق، ص 65.

² حمدي، بوسعدية، قرناني، مرجع سابق، ص 12.

³ محمد لعقاب، المواطن الرقمي، كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية. (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط2،

2013)، ص 39

⁴ عماد، مرجع سابق، ص ص 66،67.

مناقشاتهم علنيا، لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية، كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السايبري"¹.

7.3.1.3 الوظيفة التوجيهية (تكوين المواقف والاتجاهات):

تشير هذه الوظيفة التي في حقيقتها كانت موجودة مع مختلف وسائل الاعلام -التقليدية - إلى حصول الجمهور أو المستخدمين على المعلومات وحتى الآراء والمواقف المتعلقة بقضايا مجتمعية مختلفة مما يساهم في معرفة وفهم ما يدور حوله، أي أن الوسائل الاعلامية تهدف بشكل عام إلى محاولة خلق صور حول القضايا المختلفة وفق الطريقة التي ترغب بها أو الجهة التي تنتمي إليها، هذه الوظيفة حدث لها تغير وتحول كبيرين بحيث لم يعد هناك كما في السابق حارس البوابة الذي يسمح بتوجيه ما تريده الحكومات والمؤسسات من مواقف وأجندات تخضع لترتيب مسبق، بحيث تصبح قضايا السلطة وما تريده هو قضايا الرأي العام (نظرية الأجنحة /ترتيب الأولويات)، وبرزت جهات جديدة أصبحت أيضا تشارك في عملية صنع وتكوين المواقف والاتجاهات تحررت من سطوة الرقيب التقليدي ورقابته، وأصبحت تنشط في فضاءات ومساحات إلكترونية تحت تسميات مختلفة من مدونات الكترونية، شبكات تواصل اجتماعي حيث نجحت هذه الفضاءات الجديدة في عملية استقطاب وتوجيه للرأي العام بما لا يتوافق مع توجهات المؤسسات الرسمية وخاصة السلطوية.

لقد أصبح المنقلي /المستخدم اليوم عرضة للعديد من الرسائل والوسائل التي أصبح مشاركا ايجابيا فيها من خلال تبنيه، تعليقه، انضمامه أو رفضه لهذه الرسائل التي استفادت من الامتيازات الكثيرة التي منحها التطورات الحاصلة على تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، مما أزعج الكثير من المسؤولين والسلطات في بلدان مختلفة من العالم وصلت إلى حد قطع شبكات الهواتف النقالة والانترنت عن مواطنيها من أجل الحد من انتشار مواقف معارضة لسياستهم داخليا وحتى خارجيا، ولعل أحداث الربيع العربي العام (2011) كانت مثلا واضحا في هذا المجال فرغم محاولات الرئيسيين المصري والتونسي غلق منافذ الانترنت إلا أن ذلك لم يفلح في أن يكون للانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وما عرف بالإعلام الجديد دور كبير في الاطاحة بهذين النظامين.

من جهتها أقرت الكثير من البلدان والأنظمة الديمقراطية بمدى فعالية هذه التكنولوجيات الحديثة وقدرتها في التواصل والتغيير ومنه الاستفادة منها في علاقتها مع جماهيرها.

¹ نديم منصور، سسيولوجيا الانترنت (بيروت: منتدى المعارف، ط1، 2014)، ص 21.

4.1.3 آثار تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ومخاطرها:

1.4.1.3 آثار تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

احتلت تكنولوجيا المعلومات مكانة بارزة في المجتمع المعاصر وأصبحت جزءاً أساسياً في حياة البشر نتيجة التقدم التكنولوجي السريع والمتلاحق وانتشار ما يعرف بثورة المعلومات والاتصالات التي شملت جميع المجالات ومختلف جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، ذلك أن لتكنولوجيا المعلومات فوائد كثيرة لا يمكن لأحد إنكارها، فقد ساعدت على توفير أسلوب متحضر للحياة، وساعدت على زيادة إنتاجية السلع وتوفير الخدمات والحد من الأعمال الشاقة المطلوبة للإنتاج، وتيسير سبل الحياة وتسهيل القيام بالأعمال والتواصل بين البشر بتقصير المسافات بين الدول من خلال التقنيات الحديثة، والحصول على المعلومات والدراسات والأبحاث و معرفة أحداث العالم وغيرها وعلى الرغم من الإيجابيات التي حققتها التكنولوجيا الحديثة إلا أنها قد أفرزت آثارا يمكن أن تكون سلبية على حياة الناس¹.

وفي متابعة عديد البحوث التي تتناول الظاهرة التكنولوجية الحديثة هناك دائما الاشارة إلى قضايا وإشكاليات خلقتها هذه الوسائل الحديثة، وتحتاج إلى متابعة واهتمام من الباحثين والمتخصصين في مجالات مختلفة فلم تعد وحدها بحوث الاتصال معنية بمتابعة التأثيرات وإن كانت أغلب كليات الاعلام والاتصال وفي جامعات مختلفة في العالم ترصد التطورات الحاصلة على الظاهرة الاتصالية وعلاقتها بطبيعة مجتمعاتها.

عند محاولة رصد ما كتبه الباحثون بشأن الآثار المترتبة عن التطورات التكنولوجية الحديثة وقفت الباحثة عند ثلاث مؤلفين وهم "بيل جيتس"، "فرانك كيلش" و"ميتشو كاكو " أصدروا ثلاث مؤلفات مع نهاية تسعينيات القرن الماضي، المتأمل في هذه المؤلفات يجد أنها طرحت اشكاليات ورؤى إستشرافية هي نفسها اشكاليات هذه الألفية، والتي مازالت مرشحة للتطور والاستمرار في ظل اللاتوقف الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفيما يلي عرض موجز لما جاء في هذه المؤلفات:

¹ المزاهرة، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 399.

المعلوماتية بعد الانترنت: طريق المستقبل :

كتب **بيل جيتس Bill-Gates** كتابه المعلوماتية بعد الانترنت: طريق المستقبل¹ (TheRoad Ahead)، قبل سنوات طويلة (1995)، قدم فيه رؤيته وتصوراته لما ستفرزه التطورات التكنولوجية التي ربطها بالطريق السريع للمعلومات، وفي الفصل الثاني عشر من الكتاب الذي عنوانه **بقضايا اشكالية طرح جيتس** رؤية استشرافية لما ستصير عليه الحياة الانسانية في ظل تبنيها المستمر للتكنولوجيايات، ويبدو أن العديد من الاشكاليات التي تتبأ بها صدقت في وقتنا الحاضر، خصوصا مع تزايد موجة التطوير الذي تشهده التكنولوجيايات في مجالات مختلفة وعلى رأسها تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وقد أشار **جيتس** الى أن "التقدم التكنولوجي سوف يجبر المجتمع كله على مواجهة مشكلات جديدة شائكة، ليس بإمكاننا أن نتنبأ إلا بالقليل منها، ذلك أن ايقاع التغير التكنولوجي هو من السرعة بحيث يبدو في بعض الأحيان أن العالم سيكون مختلفا تماما من يوم لآخر" ومن أهم القضايا التي تتبأ بها **جيتس** في كتابه يمكن أن نلخص ما يلي:

- سيغير تيسر الاتصالات والعمليات الكمبيوترية الحرة طبيعة العلاقة بين الأمم، وفيما بين الجماعات الاقتصادية الاجتماعية داخل الأمم، كذلك ستثير قدرات وتعدد جوانب التكنولوجيا الرقمية دواعي قلق جديدة حول الخصوصية الفردية، والسرية التجارية والأمن القومي.
- ستظهر قضايا تتعلق بالعدالة: تتعين ضرورة معالجتها فمجتمع المعلومات ينبغي أن يخدم كل مواطنيه، وليس فقط المثقفين تقنيا والمميزين اقتصاديا.
- ستبرز اختلالات في قطاعات التجارة والأعمال ومختلف الوظائف، مما ستتجم عنها الحاجة الى إعادة تدريب العاملين من جهة، والتخلي عن عديد الوظائف من جهة أخرى في ظل أن الأئمة أصبحت سائدة، حيث أن عددا كبيرا من الناس سوف يفقدون مجالات عملهم التي ألفوها وتمكنوا منها.

¹المزيد من التفاصيل يمكن العودة الى: بيل جيتس، **المعلوماتية بعد الانترنت: طريق المستقبل**. تر عبد السلام رضوان (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 231، 1998). (الفصل الثاني عشر ص 341 الى ص 374) الكتاب متاح على الموقع

- سيضيق المجال على من يعملون في الوقت الحاضر كوسطاء (خاصة عندما يقوم طريق المعلومات السريع بربط المشتريين والبائعين على نحو مباشر فيصبح الوسطاء الموجودون أقل عددا).
- من المخاوف الأخرى التي يعرب عنها العديد من الناس أن الكمبيوترات ستصبح ذكية جدا، بحيث ستتعقد لها السيطرة وتتخلص من أي حاجة الى العقل البشري.
- من المخاوف الأخرى التي تساور الناس واقع أن الترفيه متعدد الوسائط سيكون الحصول عليه سهلا للغاية، وسيكون شديد الجاذبية وأن بعضنا سيستخدم النظام بأكثر مما يتحملة وقته ومقتضيات حياته، وهو ما يمكن أن يصبح مشكلة خطيرة عندما تصبح تجربة الواقع الافتراضي ممارسة شائعة (أكثر قابلية للإدمان).
- ويتمثل أحد المخاوف الأخرى الأكثر خطورة من مشكلة الانغماس الزائد في حالة الهشاشة التي يمكن أن تتجم عن الاعتماد الكثيف للمجتمع على طريق المعلومات السريع، فهذه الشبكة والأجهزة المعتمدة على الكمبيوتر الموصلة بها، سوف تشكل الملعب الجديد، والسوق الجديد وفصل الدراسة الجديد للمجتمع، وسوف تجمع داخلها أغلب الأشكال القائمة للاتصال، إن هذه التعددية الاستخدامية سوف تمثل مصدر قوة للشبكة، غير أنها سوف تعني أيضا أننا سنعتمد عليها في كل شيء، فإمكانية حدوث تعطل كامل لطريق المعلومات السريع جدير بإثارة القلق.

ثورة الأنفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك:

من جهته "فرانك كيلش Frank Koelsch" كتب هو الآخر مؤلفا مهما عنونه بثورة الأنفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟¹ The Infomedia Revolution: How It Is Changing Our World and Your Life العام 1995، شارك فيه بفصول مهمة عن التطورات التكنولوجية وعصر المعلومات الذي يتحرك نحو مرحلة جديدة شعارها قائم على ثورة في الوسائط المعلوماتية، فحسب كيلش كما أذهلت السيارات والطائرات الأولى أجدادنا، وأدهشنا الراديو والتلفزيون لدى ظهورهما، ستقلب

¹ المزيد من التفاصيل يمكن العودة الى فرانك كيلش، ثورة الأنفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟. تر حسام الدين زكريا (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، جانفي 2000). (الفصل الرابع والعشرون ص 463 الى ص 480) الكتاب متاح على الموقع الإلكتروني: www.alkottob.com

ثورة الوسائط المعلوماتية حياتنا رأساً على عقب. حيث تعاظمت ثلاث قوى تقنية على الساحة: الحوسبة، والاتصالات، والوسائط المعلوماتية (الإعلامية) التي من خلال تكييف نفسها معاً ستحقق ثورة وتقاربا تقنيا غير مسبوق. فلقد أصبحت أجهزة الحاسوب جزءاً متمماً لحياتنا اليومية، بدءاً من ماكينات تسجيل المدفوعات النقدية حتى آلات الحاسب الرقمية ومشغلات الأقراص المدمجة وألعاب الفيديو وآلات النسخ والفاكسات والهواتف الذكية المتنقلة، وحتى الساعات التي بأيدينا ما هي إلا حواسيب مقنعة. ولذا سيكون المحرك الاقتصادي للاقتصاد العالمي الجديد مكوناً من صناعات الإنفوميديا وهي الحوسبة والاتصالات والالكترونيات الاستهلاكية.

وفي الفصل 24 من الكتاب والذي جاء تحت عنوان: التقدم أم الانسان، طرح كيلش وتتياً بمجموعة من الاشكاليات التي ستحملها التطورات التكنولوجية إنسانيا ومجتمعيا حيث قال ان :ثورة الوسائط المعلوماتية تتحدانا على المستوى الشخصي، وتثير قضايا أخلاقية جديدة وتغير من أساليب حياتنا اليومية" ومن الاشكاليات التي طرحها نجد:

- سأل "كيلش" ترى ماذا يحدث عندما يقوم الناس بالتسوق وهم بداخل منازلهم؟ وما الذي يحدث عندما يقوم سمسرة البرمجيات بمساعدة القائمين بعطلاتهم في حجز التذاكر سفرهم أو مساعدة المستثمرين في شراء الأسهم؟ وما الذي يحدث عندما يقوم أناس بالحصول على الخدمات المصرفية وهم داخل بيوتهم بدلا من الذهاب الى أحد الأفرع الحقيقية للمصرف حيث يقوم على إدارته أناس من لحم ودم؟ وهنا يشير "كيلش" إلى أنه مع تغلغل الكمبيوترات المتصلة بالشبكات داخل كل بيت في كل أنحاء الدولة ستتخفف حجم العمالة وتحول بعض الوظائف إلى عمالة زائدة ومنه يقل دور الوسطاء الذين كانوا رابطا بين مختلف المؤسسات والعملاء.

- سوف تثير الإنفوميديا قضايا أخرى متعلقة بالنظم الاجتماعية والسياسية، وأول ما يتبادر إلى أذهان معظمنا من تلك القضايا هو مسألة الخصوصية، حيث ستتساب كميات كبيرة من المعلومات عبر طريق المعلومات فائق السرعة، وهي معلومات ذات حساسية عالية وتخضع جميعها لمراقبة دقيقة من الكمبيوترات وسوف ترغب الشركات في تتبع من يقوم بالشراء وما هو الذي يشتريه والجهة التي يشتري منها، وكذا ستحرص الشركات الاعلامية على التعرف على نوعية المشاهدين وبرامجهم المفضلة وكذا أوقات المشاهدة المفضلة لديهم، فالشركات التي يمكنها الحصول على تلك المعلومات والقيام بتحليلها وتصنيفها سيكون لديها قوة هائلة فالمعلومات نفسها سوف تصبح سلعة ثمينة ومربحة، وسيطرح سؤال مهم من سيكون صاحب الحق في مراقبة

وتتبع المعلومات؟ وهنا سماهم "كيلش" بالمتلصصين، سواء كانت شركات أو حكومات فان مسألة الخصوصية ستطرح بقوة وتتبا كليلش بأن الحكومة نفسها قد تصبح واحدة من كبار المتورطين في التلصص على أنشطة الأنفوميديا.

- مشكلة آخر أثارها كتاب "كيلش" وهي إمكانية تحول الأفراد الى عالم الإدمان حيث قال بأنه يجتاحنا شعور بالقلق بين الحين والآخر من أن يصبح أولادنا أول جيل من مدمني الفيديو إذ يرتبطون على الدوام مع أجهزة التلفزيون، ألعاب الفيديو والشبكات التفاعلية.

- وختم قلقه من التطورات بالإشارة الى وجود من أسماهم بالمتشككين أو هواة التشكيك الذين لا يريدون وقد لا يستطيعون تصور التغييرات العظيمة التي تنتظرنا في مجال التكنولوجيا.

رؤى مستقبلية: كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين

باحث آخر هو "ميتشو كاكو" Michio Kaku "كتب حول تصوراته للمستقبل في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية من خلال مجموعة فصول إجتمعت تحت عنوان رؤى مستقبلية: كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين¹؟ how science will revolutionize the 21 st century and beyond الكتاب الذي صدر العام 1998 جاء تكملة للكاتبين السابقين من حيث الاتفاق على ما منحه وستمنحه هذه التطورات للمجتمعات البشرية في مجالات مختلفة حيث قال ميتشيو "أن الثورة التكنولوجية البيولوجية ستقدم وظائف جديدة بالكامل تعد اليوم ضربا من الخيال بالنسبة لنا"، حيث أشار في الجزء الأول من الكتاب وتحديدا في فصله السادس المعنون ب "هل انتهى عصر البشر؟ بمجموعة الانجازات الايجابية التي حملتها التطورات العلمية انطلاقا من الثورات الحاصلة في مجال الكمبيوتر وإرتباطه بشبكة الانترنت متسائلا في نفس الوقت عن التحديات أو المشاكل التي قد تثيرها هذه التطورات فيشير في بداية الفصل إلى أنه رغم الرؤية المتفائلة التي تتحدث عن مستقبل من التفوق والرغد وعن عالم من الاتصالات الفورية والمعرفة غير المحدودة التي تتيحها ثورة الكمبيوتر إلا أن هناك من ينحو إلى رؤية تشاؤمية مفادها أن أجهزة الكمبيوتر يمكنها أن تساعد على خلق عالم مرعب، تتحكم فيه حكومة شمولية بكل نواحي حياتنا، ففي حين هلل العديد للانترنت على أنها قوة ديمقراطية تضعف روابط الدكتاتوريات

¹المزيد من التفاصيل يمكن العودة إلى: ميتشو كاكو، رؤى مستقبلية: كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين؟ تر سعد الدين خرفان، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 270، جوان 2001). (الجزء الأول، الفصل السادس ص 157 الى ص 180) الكتاب متاح على الموقع الإلكتروني: www.alkottob.com

والأنظمة السلطوية اذ أمكن نشر المعلومات إلى ملايين البشر في العالم وبضربة واحدة على المفتاح، ومع ذلك فان هناك أخطارا حقيقية وأولها:

- تهديد الحريات المدنية: انتهاك الخصوصية والرقابة والتتصت، والتي لا يمكن إلا أن تكون أسوء في القرن الواحد والعشرين، مع ازدياد القصص المثيرة عن اقتحام Hacking الكمبيوتر بطريقة غير مشروعة، وفعل الأذى وحتى السرقة العلنية ،ولذا فقد ألح السؤال :هل هناك شفرة نهائية لا يمكن أبدا كسرها مهما كانت الحكومة أو المقتحم ذكيا؟

- الخطر الثاني المحتمل هو أن ترسل ثورات الكمبيوتر عشرات الملايين من الناس إلى طوابير الخبز ،فمن الممكن التنبؤ بأنواع الوظائف المهدة مباشرة من قبل ثورة الكمبيوتر في العقود المقبلة (الوظائف النمطية التي تقوم على التكرار والذين هم أول المستهدفين من قبل ثورة الانسان الآلي، الوظائف التي تتطلب متابعة أعمال الجرد، الوظائف التي يقوم بها الوسطاء) مما يؤدي إلى زيادة الفوارق على هذه الأرض، وقد يصبح المجتمع بشكل متزايد مجتمعا من الذين يملكون المعلومات والذين لا يملكونها .ومنه فالسؤال الحقيقي حسب ميتشو عما إذا كانت ثورة الكمبيوتر ستخلق وظائف جديدة للتعويض عن الوظائف القديمة، وعما إذا كانت ستجعل الاقتصاد أكثر ازدهارا وإنتاجية؟

- يتوقع ميتشيو أنه في أواخر القرن الحادي والعشرين ربما من 2050 الى 2100 سيكون هناك خطر من أن تصبح أجهزة الانسان الآلي واعية بحد ذاتها تدريجيا وبالتالي تشكل خطرا على وجودنا.

وبعد عرض هي الكتب الثلاث وجدت الباحثة أنها تشترك في مجموعة من القضايا والإشكاليات وهي نفس القضايا أيضا التي طرحها الباحثون المعاصرون في كتبهم (فرنسيس بال، بول ستيفنسون، بيتر ستيفن روبرت حسن، فضيل دليو، حسن عماد مكايوي، محمود علم الدين، منال هلال المزاهرة، ...) ،ومتابعة لما رصده الباحثون يمكن الإشارة باختصار إلى جملة من القضايا والإشكاليات التي حملت طابعا سلبيا أعتبر الوجه الآخر أو الأسود لهذه التكنولوجيايات الحديثة والذي تمتد آثاره على الفرد المستخدم، المجتمع، الدول.

2.4.1.3 أهم قضايا وإشكاليات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة:

✓ ظهور واتساع الفجوة الرقمية: والتي خلقت فيما بعد آثارا جانبية جاءت نتيجة لسيطرة الدول المتقدمة واحتكارها لمجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال فالفجوة الرقمية (Digital divide) ظهرت كمصطلح على مستوى محلي في البداية، فقد كانت نشأتها في الولايات المتحدة عام 1995، بصدور تقرير وزارة التجارة الأمريكية الشهيرة بعنوان السقوط من فتحات الشبكة Falling through the net الذي لفت الأنظار إلى الفارق الكبير بين فئات المجتمع الأمريكي في استخدام الكمبيوتر والإنترنت، ولكن سرعان ما اتسع المفهوم متجاوزاً النطاق المحلي لينتشر استخدامه عالمياً¹. فبمجرد أن بدأت تقريبا ثورة تكنولوجيا المعلومات في التطور وتشكيل ذاتها كتغير نموذجي اجتماعي، ثقافي، تكنولوجي واقتصادي كبير، بدأ الناس في ملاحظة أن المنافع لم تكن تتدفق بشكل مباشر وسلس، سواء داخل الدول أو عبر العالم ككل، كانت الثورة الرقمية تقوم بإحداث ما جاء سريعا ليطلق عليه "الفجوة الرقمية"².

فالفجوة الرقمية مصطلح ينتمي إلى مجتمع تكنولوجيا المعلومات والمعرفة وله العديد من المرادفات حيث نجد أنفسنا وبشكل عام أمام تسميات عديدة لمفهوم واحد وهي المسافة الرقمي، الفجوة الرقمية، الشرخ المعلوماتي، الانقسام الرقمي، الانتشار الرقمي آخرها الأمية المعلوماتية، كما للفجوة الرقمية أوجه عديدة مما دعى مختلف فصائل المجتمع لتعريفها كلا حسب اختصاصه.

السياسيون: يرون الفجوة الرقمية إشكالية تدرج ضمن قضايا الاقتصاد السياسي ولا حل لها في نظرهم من دون سند من التشريعات والتنظيمات، من أجل حماية المجتمع من فوضى وشيكة يمكن أن تلم به بفعل المتغير المعلوماتي

والاقتصاديون يرون الفجوة الرقمية نتيجة لعدم القدرة على اللحاق بركاب اقتصاد المعرفة وعلى استغلال موارد المعلومات لتوليد القيمة المضافة، ولا حل لسد الفجوة الرقمية إلا بتحرير الأسواق واسقاط الحواجز أمام تدفق المعلومات والسلع والخدمات وحركة رؤوس الأموال، وكل ذلك يتطلب سرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي.

أما التربويون: فيرون الفجوة الرقمية قضية تعليمية في المقام الأول ومظهرًا لعدم المساواة في النفاذ إلى فرص التعليم، والحل في رأيهم هو في إكساب المتعلم القدرة على التعلم ذاتياً مدى الحياة .

¹ المزاهرة، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 406.

² حسن، مرجع سابق، ص 115.

ويرى الاتصاليون: أن الفجوة الرقمية أساسها عدم توافر شبكات الاتصالات ووسائل النفاذ إليها ونقص السعة الكافية لتبادل النوعيات المختلفة لرسائل المعلومات، والحل في رأيهم هو في توفير بدائل رخيصة لإقامة شبكات الاتصالات ونشرها على أوسع نطاق.

والاجتماعيون: يرون الفجوة الرقمية ضرباً من عدم المساواة الاجتماعية عبر الفواصل الاجتماعية المختلفة كالدخل والسن والنوع ومستوى التعليم وسكان المدينة والريف، وهم يرون ضرورة توفير الشروط الاجتماعية والثقافية التي تساعد على توطين التقنية في التربة المحلية

لكن ما هو متفق عليه أن الفجوة الرقمية هي مصطلح وظيفي لوصف تلك الهوة الفاصلة بين الدول المتقدمة والدول النامية في النفاذ الى مصادر المعلومات والمعرفة والقدرة على استغلالها¹.

مما خلق توزيعاً غير عادل في المعلومات ورغم أن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC) تعمل على إزالة الحواجز التقنية أمام الاتصال العالمي ولكنها لا تزيل الحواجز الاقتصادية أو الثقافية، لأن استعمال هذه التكنولوجيا يتطلب قبل كل شيء إمكانيات مالية لشراء التجهيزات والبرامج. كما يتطلب حد أدنى من التعليم والثقافة لاستغلال مصادر المعلومات المكتوبة والسمعية بصرية العديدة والمعقدة في حالة الشبكة العنكبوتية مثلاً.

وهكذا، يبقى التعامل مع مجتمع المعلومات غير عادل لحد الآن ويظهر فجوة مزدوجة: عمودية أو جغرافية، بين دول الشمال ودول الجنوب، وأفقية، داخل كل دولة، بين الأغنياء والفقراء معلوماتياً. ولتصحيح هذه الوضعية بذلت ولازالت تبذل العديد من الجهود التعليمية التنموية والوطنية والدولية، ولكن ذلك لن يفيد كثيراً أمام السلعة المتزايدة للوسائل والمحتويات وضعف روح التضامن المحلي، الإقليمي والدولي².

✓ **البيئة التكنولوجية الضعيفة:** المستفيدون من خدمات المعلومات التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة قد تنتشر بينهم ظاهرة الأمية التكنولوجية، وعدم المعرفة الدقيقة في استثمار إمكانات تكنولوجيا الحواسيب والتكنولوجيا الأخرى المصاحبة لها، وهي ظاهرة مازالت تقف في وجه العديد من أفراد المجتمع، في عامة المجتمعات المستخدمة لهذه التكنولوجيا وخاصة في المجتمعات النامية، ومنها مجتمعنا العربي، كذلك غياب التنسيق بين المتخصصين في علم

¹نسرين سعدون، "واقع الفجوة الرقمية في الجزائر". ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي لتكنولوجيا المعلومات الرقمية الاتجاهات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات (عمان 2012/11/9). في (digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php)

²فضيل دليو، (لتكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 115.

الحواسيب والبرمجة من جهة، وبين المتخصصين والعاملين في المكتبات ومراكز الوثائق والمعلومات¹

✓ **التوزيع الجغرافي غير المناسب للمعلومات:** ففي الوقت الذي تتوفر فيه كل أنواع المعلومات في منطقة محددة من العالم، يوجد فقر شديد للمعلومات في مناطق أخرى، فالدول المقدره صناعيا تتوفر لها جميع أنواع المعلومات، وجميع أنواع تكنولوجيايات المعلومات والاتصالات، بينما زادت الدول النامية فقراً وأحياناً عزلة في هذا المجال بل وأصبح يحجب عن بعضها المعلومات².

✓ **السيطرة:** على المعلومات وأمن المعلومات (Information Security)، وقرصنة المعلومات (Information Piracy)، وفيروسات الحواسيب (Computer Viruses) التي أصبحت من الأمور التي تقلق الدول النامية والدول الصناعية على حدّ سواء، حيث يطرح اليوم جدل كبير حول أمن المعلومات في الانترنت (Internet Information Security) الذي يرتبط بالمستوى التقني. ويمكن تقسيمه الى قسمين رئيسيين أولهما: الخداع والاحتيال، وثانيهما: الاختراق.

أ. **الخداع والاحتيال:** يشمل الخداع والاحتيال كل ما من شأنه أن يخدع، أو يغري، ويغوي، أو يعش المستخدم في التعامل مع بعض المواقع أو الصفحات أو المراسلات أو البرامج، وذلك بحمله على القيام بإجراءات معينة تدرج تحت الأعمال الخادعة والوهمية، والتي ينتج عنها اشياء قد تكون بالغة الضرر مثل توريطه في خسائر أموال أو معلومات أو توريطه في مسائل قانونية، وقد يتسرب الضرر من المستخدم المخدوع الى مستخدمين آخرين قريبين من مجاله العملي على الانترنت على مستوى الأفراد والمؤسسات والمنظمات .

ب. **الاختراق:** يقصد بهذا المفهوم، مختلف عمليات السطو على المعلومات والبيانات الخاصة للمستخدمين، أو التطفل عليها ومراقبتها ومتابعتها، من وراء حجاب، ان جاز القول، أي في الخفاء وبدون حس أو علم المستخدم بأنه مراقب ومتابع، وكذلك الاقتحام القسري للموقع أو الصفحة أو وسط تخزين المعلومات بوسائل برمجية من شأنها تدمير العتاد ووسائل الاتصال المستعملة ولعل هذه مشكلة المشكلات في عالم الانترنت³ حيث تهدد التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال الحياة الخاصة لمستعمليها، فبعدما أضحت تفاعلية، أصبحت الشبكات

¹ المزاهرة، (تكنولوجيايات)، مرجع سابق ص.418.

² المرجع نفسه، ص 419.

³ علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التمنو اجتماعية. بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، يوليو، 2005)، ص ص، 159، 158.

الاتصالية تتيح المعرفة الفورية للبرامج المشاهدة من طرف المشاهدين وللمعلومات التي اطلع عليها الإنترنتيون وحتى تشخيص الحواسيب المتصلة بها. وبالطبع قد تستعمل هذه المعلومات الخاصة لأغراض تجارية لمعرفة خصائص المستهلكين فتوجه إليهم إشارات مناسبة أو تقترح عليهم سلع وخدمات خاصة، كما قد تستعمل لأغراض سياسية أو عسكرية¹.

✓ **حفظ المؤلفات وحقوق المؤلف:** لعل احدى المشكلات الرئيسية التي تواجه صناعة الاتصال اليوم، هي أساليب النسخ غير الشرعية للأفلام السينمائية، وبرامج التلفزيون، والكتب والتسجيلات الموسيقية، بدون ان تستطيع الحكومات توفير الحماية الكافية للمؤلفين والناشرين فقد اتاحت الأقمار الصناعية، ونظم الكابل امكانية التقاط برامج التلفزيون والتي تنتجها محطات أخرى تبعد الاف الاميال وتسجيل هذه البرامج وبيعها دون موافقة أصحابها، كذلك انتشرت الات التصوير التي تطبع آلاف النسخ من الكتب دون الحصول على موافقة المؤلف أو الناشر على حقوق النشر، وينطبق نفس الشيء على كافة برامج الراديو والتلفزيون وافلام السينما مما يهدد نظام حق النشر وحماية حقوق المؤلفين.²

ولا تقتصر المشكلة على استنساخ المواد الاعلامية للعرض المنزلي وإنما ظهرت شركات تقوم بالقرصنة والاستيلاء على هذه المواد وإعادة طبعها وبيعها دون اعطاء حقوق للناشر، وتخسر شركات التسجيل الموسيقية -على سبيل المثال- أكثر من 600 مليون دولار سنويا نتيجة قرصنة المواد المسجلة³.

✓ **صراع الثقافات:** حتى نهاية السبعينيات من القرن الماضي، كانت الأنظمة الإعلامية تعمل غالبا داخل حيز الفضاءات الوطنية، لكن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC) يسرت عولمة التدفق المعلوماتي وذلك بفضل الأقمار الصناعية التي أغرقت العالم بالصورة والصوت ومن أدنى العالم إلى أقصاه لاغية الحدود الوطنية. مما أدى إلى مواجهات ثقافية غير معهودة قد تؤدي إلى التثاقف والغزو الثقافي أو إلى الإفكار والتبعية الثقافيتين لصالح بعض الدول، وهذا ما يحدث حاليا مع الهيمنة الثقافية الأمريكية.⁴

¹فضيل دليو، (لتكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 112.

²مكاوي، علم الدين، مرجع سابق، ص 356.

³عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 254.

⁴ فضيل دليو، (التكنولوجيا)، مرجع سابق، ص ص، 111، 112.

✓ **نهاية الوسطاء:** أدى تطور الشبكات الاتصالية إلى زيادة العرض البرامجي وإمكانات التواصل التفاعلي، مما تسبب في تجزئة أنماط المشاهدة وغرابتها، حيث أدى هذا التطور إلى درجة وظيفة البرمجة نحو المؤخرة (الطرف المستقبل)، إذ لم يبق المشاهد خاضعا كليا لاختيارات الطرف المقدم بل أصبح يستقي مختاراته بحرية من ضمن مجموعة كبيرة من الصور والمعطيات المتوفرة. بل يبدو أن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال أصبحت تتيح للجميع إمكانية التحول إلى مرسلين للمعلومات، حيث يمكن أن يكتب أحدنا قصيدة أو قصة أو مدونة شخصية (Blog) ويبثها في العالم بكامله عبر الطرق السريعة للمعلومات أو أن يزود بنكا من الصور بإنجازاته الخاصة أو بنصائحه العامة.¹

- أصبح الدافع الرئيسي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات هو المباهاة الإعلامية أو الاجتماعية أكثر من الاستفادة من المعلومات للوصول إلى المعرفة، ومن ثم إنتاج معلومات جديدة مفيدة عنها، كذلك فقد اقتصر استثمار العديد من الدول النامية للتكنولوجيا على شراء واقتناء الأجهزة، أو تجميع أجزائها المستوردة، ولم تعط فرصة للدخول الفعلي في مجال المعرفة (Know How) والتصنيع، ومعرفة أسرار مثل تلك التكنولوجيا مع وجود استثناءات هنا وهناك، بمباركة بعض الدول الصناعية أو بالرغم منها.

- يعتقد بعض المفكرين أن الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات خاصة بعد ظهور مسألة الذكاء الاصطناعي، سيؤدي إلى ما يسمى بتسطيح العقل البشري، والاعتماد على الآلة لتؤدي التفكير بدلاً من الإنسان، والقيام بالخطوات الابداعية المطلوبة.²

3.4.1.3 مخاطر تكنولوجيايات الاعلام والاتصال:

أما بالنسبة للمخاطر التي قد تخلفها تكنولوجيا الاتصال والإعلام بشكل عام فيمكن الإشارة إليها من خلال عرضها وفق جزئيتين أساسيتين: ما قد يتعلق بالصحة النفسية (سيكولوجي) وأيضاً ما يتعلق بالصحة الجسدية (فيزيولوجي) للمستخدمين لها، في عرض المخاطر يمكن الاستئناس بتساؤل الباحث "السعيد بومعيزة" في معرض حديثه عن تأثير وسائل الإعلام على الأسرة والأطفال قائلاً: إذا كان هذا التأثير إبان محدودية وسائل الإعلام، فما هو الوضع في عصر النفتح والتكنولوجيا والدعائم الإلكترونية؟، لأن تأثيرها سيكون أعمق من قبل، نظراً لتطورها ولتعدد تقنياتها وخدماتها، فمن دون شك كلما تطورت

¹ المرجع نفسه، ص ص 114، 113.

² المزاهرة، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 419.

كلما زادت حدة تأثيراتها ووقع انعكاساتها¹، وهذا الكلام يحيلنا إلى توقع التغييرات والمخاطر المرتبطة أكثر بالتكنولوجية الحديثة. وفيما يلي أكثر تفصيل.

1.2.4 التأثيرات السيكولوجية السلبية لتكنولوجيا الاتصال:

أ. **القلق الكمبيوترى:** يقول الباحث "شريف درويش اللبان" في كتابه المهم حول "تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات" أن ثمة مرض سيكولوجي يميز العصر الحالي، هو القلق الكمبيوترى computer anxiety، الذي يعرف أيضاً باسم "سايبير فوبيا" أو "كمبيوتر فوبيا" وهو الخوف من الكمبيوتر، ومن خلال بعض التقديرات فإن هذا المرض يصيب المراهقين، واللذين وصلوا إلى حالات متقدمة في هذا المرض يعانون من الغثيان والدوار والعرق البارد.

ويرجع القلق من الكمبيوتر إلى عديد من الأسباب الكامنة، بما فيها الخوف من أنهم سوف يحدثون تلفاً في الجهاز بالضغط على المفتاح الخاطئ، والخوف من الفشل الشخصي والشعور بعدم التحكم من قبل الأشخاص اللذين لا يتمتعون بخبرة فنية عندما يواجهون نظاماً تقنياً معقداً، ومن هنا فإن السيدات والأفراد اللذين يتمتعون بمهارات حسابية أو رياضية منخفضة يعانون بصفة خاصة من القلق الكمبيوترى، ولعل التدريب على أنظمة الكمبيوتر الشخصي السهلة والإلمام بالخبرة في مجال الكمبيوتر قد يساعد في التغلب على هذا المرض النفسي، وتوجد أيضاً عدة أمراض نفسية لاستخدام وحدات العرض المرئي وتتمثل هذه الأضرار في الحد من الحرية النسبية التي ينعم بها الأفراد أثناء ممارسة عملهم وشعورهم بأنهم ليسوا أكثر من جزء في نظام بشري آلي، ما يؤدي إلى انكماش حجم المعاملات الشخصية والعزلة والوحدة².

ب. **القلق الإلكتروني:** تنتج التفاعلات الإلكترونية بين المستخدمين قلقاً إلكترونياً مستترا لا يظهر للعلن الفضائي، بقدر ما ينعكس على الشعور الانساني، يكمن هذا القلق من خلال الفعل /ردة الفعل المتفاعلة بين طرفين افتراضيين، فوضع مستخدم صورة معينة على صفحته الفيسبوكية مثلاً، ينتظر بفارغ الصبر تعليقات أصدقائه، وإذا تأخرت ردات الفعل أو لم تأت أبدا يشعر الفرد بالانزعاج أو بالتهميش من قبل أصدقائه، وغدا أرسل رسالة إلى صديق معروف أو مجهول فهو ينتظر الجواب بفارغ الصبر ويرافق لحظات الانتظار قلق وتوتر حتى يصله الرد الذي قد لا

¹ إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ط1، 2012)، ص ص 74، 73.

² شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية (القاهرة: الدار المصرية البنانية، ط1، 2000) ص. 40 العودة إلى الكتاب تتيح إمكانية التعرف على عديد المخاطر المتوقعة وبأمثلة ونماذج مقترحة من المؤلف.

يصل أبدا. هذا التفاعل في الأخذ/الرد، القبول/الرفض، الجواب/لا جواب ...تخلق لدى الفرد الافتراضي قلقا نصفه بالقلق الإلكتروني.¹

ت. التأثير على التربية والأسرة:

نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع للتقنيات الحديثة، ومن أبرزها الانترنت والهواتف النقالة والقنوات الفضائية، فقد أدخلت هذه الوسائل معها جملة من التفاعلات السلوكية والثقافية المرتبطة بها، والتي كان لها انعكاساته وآثارها السلبية الواسعة على الصعيد الفردي والأسري والمجتمعي، فقد أدى هذا إلى شيوع أنماط جديدة ومتزايدة من السلوكيات والقيم الاجتماعية التي أثرت وبشكل واسع في عملية التفاعل الاجتماعي، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، ويعود ذلك إلى وجود زيادة مستمرة وإقبال مرتفع لأعداد الناس، ومن مختلف فئات المجتمع المستخدمين للتقنيات الحديثة كالإنترنت، والمحمول، والفضائيات، وألعاب الفيديو خاصة فئة الشباب منهم، اللذين يصل استخدام بعضهم إلى درجة الإدمان، وما قد يؤثر على السلوك الإنساني، والعلاقات الاجتماعية وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة الذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية، وقيم العمل الجماعي المشترك الذي تمثل عنصراً هاماً في ثقافة المجتمع ... ولهذه التكنولوجيا آثار سلبية تمثلت في قضاء أوقات طويلة باستخدام هذه التقنيات، وبالأخص الأنترنت الذي أصبح أفراد الأسرة يتهافتون على استخدامه لأغراض التعارف والتواصل، وما يسمى (بالشات) وتكوين صداقات ومشاهدة أفلام إباحية وصور فيديو.²

وفي هذا المجال نجد الباحث "نديم منصور" في كتابه "سسيولوجيا الانترنت" خصص فصلا كاملا وهو الفصل السابع من الكتاب تحت عنوان: الانترنت والجنس الافتراضي وأنواعها مشيرا إلى خطورة هذه الظاهرة الجديدة حيث يقول: "أن الانترنت يقدم خدماته الجنسية بطريقة لم يشهد لها مثيل في تاريخ أقدم مهنة في التاريخ، حيث أصبح الجنس الافتراضي (cyberSex) موجود بكثرة عبر الأفلام الإباحية والخدمات الجنسية التي تسمح للمراهقين والشباب الدخول إلى عالمه والتواصل معه بأسلوب مثير يؤثر في النظام القيمي والأخلاقي التي تجتهد مؤسسات التنشئة الأخرى المحافظة عليه"، ويضيف الباحث قوله "تأتي هذه المواقع التي يتجاوز عددها ملايين المواقع لتؤسس لنفسها حيزا أساسيا في حياة المراهقين ومصدرا للمتعة واللذة من دون إمكانية ضبطها ورصدها من قبل الأهل والمربين".³

¹ منصور، مرجع سابق، ص 26.

² المزاهرة، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص ص 409،410.

³ لمزيد من التفاصيل أنظر منصور، مرجع سابق، ص 126.

وفي خطورة الظاهرة نجد الباحث "هاينز بايغلز Heinz Pagels " يستخدم عبارة "تدجين البشر" في إشارة إلى أن الأفراد باتوا ينغلقون على ذاتهم الحقيقية الافتراضية، ويتعمقون في البحث على الشبكة من أجل مزيد من الوهم والهلوسة، مع نكران للحقيقة التي يعيشونها¹.

من جهته الباحث "فضيل دليو " خصص في كتابه "تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، قضايا معاصرة" فصلا كاملا لما أسماه" العوالم المظلمة للإنترنت " أشار فيه إلى أن الانترنت أصبحت سوقا مغرية للباحث على الممنوعات (المخدرات، السموم، المتفجرات، الأسلحة ...) من المنحرفين والخارجين عن القانون، إضافة إلى وجود شبكات محلية، جهوية وعالمية تقدم عروضاً جنسية مغرية نفسياً ومالياً عبر مواقع ظاهرة ومستترة تحت عنوان الاباحية الجنسية عبر الانترنت والتي لاقت الدعم الكامل والتشجيع العلني من طرف الجماعات الموازية والجمعيات الافتراضية التي تعمل على فرض أخلاقياتها الاباحية في شتى المجالات لتوفير الحماية القانونية لها، حيث أشار الباحث "دليو" أن بعض وسائل الاعلام الفرنسية اعتبرت أن 60 بالمائة من مستخدمي الانترنت اطلع مؤخراً على واحد أو أكثر من مواقع الاباحية الجنسية، وبأن كلمة "جنس" هي الكلمة الأكثر استعمالاً عبر الانترنت.²

ث. إدمان الإنترنت:

بينت الإحصائيات والدراسات أن هناك إقبالاً شديداً على شبكة الانترنت من مختلف الشرائح الاجتماعية، وكل يوم يزداد عدد مستخدمي الانترنت، وبدون شك أن هذه النسبة ترتفع أضعافاً مضاعفة لاسيما بعد التأثير الفعال لمواقع الانترنت مثل "الفيس بوك" و"اليوتيوب" و"تويتر" فهذا الإقبال المتزايد على الانترنت يؤدي بالأفراد إلى الإدمان عليه، وبالتالي يؤدي إلى تفتيت وإضعاف العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة، إذ يقضي أفراد الأسرة لاسيما الشباب والأطفال أغلب أوقاتهم في تصفح المواقع على شبكة الإنترنت أو تفضيل التخاطب مع الآخرين على الشات والمسنجر على حساب العلاقات الاجتماعية المباشرة³. ولقد بينت دراسة مسحية أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية أن ستة بالمائة من مستخدمي شبكة الويب، أي حوالي 11 مليون شخص هم مدمنون في حدود قد تصل إلى 40 ساعة أسبوعياً، مما

¹ المرجع نفسه، ص 130.

² لمزيد من التفاصيل أنظر: فضيل دليو، تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة. قضايا معاصرة (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2015) فصل العوالم المظلمة للإنترنت ص ص 51-79.

³ المزاهرة، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 410.

قد يتسبب حسب المختصين في ضعف المردودية الدراسية للأطفال، والإنتاجية للموظفين، بالإضافة إلى المشاكل النفسية الاجتماعية (القلق، الغضب، الانطواء، تصديق الأكاذيب، المشاكل العائلية...) ¹.

2.2.4 الآثار الصحية السلبية لتكنولوجيا الاتصال:

أ. الإصابة بالتعب المكرر:

يرى الباحث "اللبان" أن التكنولوجيا الجديدة حملت معها العديد من المخاطر، ولعل أهم هذه المخاطر ما يسمى بالتعب المكرر Repetitive Strain Injuries أو ما يطلق عليه اختصاراً بـ R.S.Is، وهو خطر يهدد خاصة الصحفيين المتعاملين مع شاشات العرض المرئي (Visual Display Unit (VDU) وأيضاً مع ألواح الكتابة التابعة لأجهزة الكمبيوتر مما يؤدي إلى إصابات وتعب على مستوى اليد بسبب الاستخدام المكثف لهذه الأجهزة مما يسبب تعب العضلات وهو ما يؤدي إلى آلام مبرحة تتطلب راحة وعلاجاً. ²

ب. تعب العين والصداع:

إن أجهزة الكمبيوتر تضطر الأفراد إلى استخدام أعينهم، بحيث تكون على مسافة قريبة من الشاشة لوقت طويل نسبياً، وذلك على الرغم من أن العين قد صممت فسيولوجياً بحيث ترى بكفاءة لمسافات مهينة ومعقولة، ومن هنا فليس مستغرباً أن يتعرض الأفراد الذين يتعاملون بكثرة مع هذه الأجهزة لما يسمى أعراض الرؤية الكمبيوترية computer vision syndrome، وتتحدد أعراضه في تعب العين eye strain، الصداع، الرؤية المزدوجة، والصور المشوشة وارتفاع ضغط العين وعديد من المشكلات الأخرى التي يسببها الاستخدام غير الصحيح لشاشات وحدات العرض. ³

ت. تزايد مخاطر الإشعاع والمجالات الكهرومغناطيسية:

مثل بعض الأدوات المستخدمة في المطبخ وأجهزة التلفزيون، فإن عدداً من الأدوات المتصلة بالكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال تقوم بتوليد مجال محدود من الإشعاعات الكهرومغناطيسية وإشعاعات المجال المغناطيسي (EMF, Electromagnétique Field Emissions) عبارة عن موجات من الطاقة الإلكترونية والطاقة المغناطيسية، ففي فترة الستينات والسبعينات ظهرت ضجة عالمية تحذر من تأثير

¹ فضيل دليو، (تكنولوجيا الاعلام والاتصال)، مرجع سابق، ص 76، 77.

² أنظر اللبان، مرجع سابق، ص 27.

³ المرجع نفسه، ص 43.

استخدام الأجهزة الحديثة، وأهمها التلفزيون، وأجهزة المايكرويف، وموجات FM، وبنيت هذه الاتهامات على أن هذه الأجهزة ينبعث منها موجات كهرومغناطيسية قد تؤدي إلى تغيير المجال البيئي للإنسان والحيوان، وأن ذلك من الممكن أن يؤدي إلى حدوث أمراض لكن هذه الموجة سرعان ما هدأت، حيث أنه لم يكن هناك ما يؤيدها إحصائياً، وربما كانت ضغوط رجال المال والصناعة قوية بحيث توقف الحديث عن هذا الموضوع بعد فترة وجيزة من اثارته، إلا أنه وكما يقول الباحث "اللبان" سرعان ما انتشرت تقارير خلال الثمانينيات والتسعينيات تعكس القلق بشأن هذه الأجهزة التكنولوجية وخاصة الهواتف المحمولة حيث تشير تقارير إلى احتمالية الإصابة بأمراض خطيرة قد تصل إلى الإصابة بالسرطان، أو أن يصبح المستخدم لها بكثرة أكثر عرضة للزهايمر كما أنها قد تكون سببا في الاجهاض أو إصابة الجنين بتشوهات.¹

بعد استعراض أهم الآثار والتحديات والمخاطر التي تشكلها ظاهرة التكنولوجيا الجديدة، فإن الكثير من الباحثين يرون أن المجتمعات المعاصرة تعيش اليوم ثورة اتصالات واضحة نتيجة التطورات في مجال الاتصالات والكمبيوتر، مع التوسع الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري، المتفائلون يقولون إن تطور التكنولوجيا الحديثة قدم للإنسان فرصا غير مسبوقة للاتصال والتفاعل، ويشعر المعسكر الآخر بقلق عميق تجاه هذه التطورات على استخدام العمالة والتفاعل الاجتماعي والتعددية الثقافية²، وغيرها من المخاوف التي تقاسمها كثير من الباحثين.

¹ المرجع نفسه، ص ص 33،34.

² كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور-الخصائص-النظريات. (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1،2011)، ص 429.

المبحث الثاني: التوصيف التقني والاجتماعي لتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة:

إن الحديث في موضوع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال حديث متشعب فلا يمكن الإشارة إلى هذه التكنولوجيايات والتطورات في معزل عن علاقتها الاجتماعية بالإنسان والمجتمع، وهذا ما أكدت عليه الباحثة "Karn Patel" عندما أشارت إلى ذلك الترابط أو الاندماج بين الانسان والآلة والشبكات¹ (The interaction between human and technological networks) اندماج جاء في ظل متغيرات سريعة (تم الإشارة إلى الثورات التكنولوجية سابقا) أصبحت سمة للحياة الانسانية كلام أشار إليه قبل فترة طويلة عالم المستقبلات "ألفن توفلر" في مقدمة كتابه "صدمة المستقبل" حين قال: "إن التغيير هو العملية التي يغزو بها المستقبل حياتنا... أن التسارع الرهيب الذي أصبح الصفة اللصيقة بعملية التغيير في وقتنا الحاضر قد أصبح في حد ذاته قوة أساسية..."² ليخصص من خلال الكتاب فصولا تحوي صفحات ونماذج لما أصبح يعرف بتدفق الوضعيات وعطش السرعة الذي خلقته التكنولوجيايات.

هذه السرعة التي جاءت-كما سبق الإشارة إليه- نتاج التزاوج والامتزاج بين ثلاثية: الاعلام الآلي، الاتصالات عند بعد والسمعي البصري خلقت وسائط اتصالية جديدة، وأتاحت تطبيقات وخدمات منحت للمستخدمين (users) مزيدا من المرونة والسهولة في التواصل سواء على مستوى العلاقات الاجتماعية أو حتى في تحولها إلى أدوات وتقنيات أساسية في عديد مجالات العمل. وقبل التطرق إلى هذه التطبيقات التكنولوجية وما أسفرت عنه من خدمات فإنه لا بد أولا من الإشارة إلى أنه من دون التطورات التي شملت الأجهزة أو العتاد ما كان المستخدمين ليستفيدوا من هذه التحولات على البيئة الاتصالية.

وعليه سوف يتم التطرق إلى أهم التكنولوجيايات الاعلامية والاتصالية الحديثة وعلاقتها بالمجتمع من خلال عرض خمسة أفكار أساسية تبرز التطورات التي حصلت على المنظومة الاتصالية والاجتماعية وفق تبني العرض الكرونولوجي والتاريخي لأهم الأحداث المرتبطة بهذه التكنولوجيايات من جهة، وأهم الاحصائيات التي تشير إلى الاستخدام العالمي وكيف تختلف الاحصائيات وتتطور بتطور السنوات وأيضا بازدياد الفجوة الرقمية بين بلدان العالم المختلفة، كما سيتم التركيز على أهم الخدمات التي

¹ Karn Patel" Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper». **International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering**(India, Volume 3, Issue 10, October 2013) ,p- p 410-417.

²لمزيد من التفاصيل والتصورات التي جاء بها ألفن توفلر أنظر: إلفن توفلر، صدمة المستقبل، المتغيرات في عالم الغد. تر محمد علي ناصف (مطابع نهضة مصر، القاهرة، 1990).

قدمتها للمستخدمين ،وترى الباحثة أن بناء هذا العنصر من الأهمية بمكان لموضوع الدراسة كونه سيركز على المفهوم التقني والاجتماعي لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال من زوايا: التكنولوجيا، المستخدم، الاستخدام. (Technology,user,uses)، وهذا ما سيساعد فيما بعد في فهم بيئة تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر وعلاقتها بمستخدميها (المتمثلين أساسا في هذه الدراسة في النخب الجزائرية).

ترتكز هذه الخماسية على النقاط التالية:

- تطور العتاد أو الأجهزة (Hardware)
- تطور البرمجيات (Software)
- شبكة الانترنت (Internet)
- البريد الالكتروني (E- Mail)
- الشبكة العنكبوتية للمعلومات (الويب): التطور والخدمات.

1.2.3 تطورات على مستوى العتاد أو الأجهزة:

يقول الباحث "بول ليفنسون" في كتابه "أحدث وسائل الاعلام الجديدة":¹ "لا يمكنك الحصول على وسائل إعلام قديمة أو جديدة، أو بين بين ،دون معدات أو أجهزة، الأفكار تتطلب عقول تفكر فيها، وتوصلها، وتحفظ بها، كما أن المعلومات غير الواردة في العقول تتطلب أجهزة لإبداعها، وتخزينها، وتوصيلها، وتلقيها، والاحتفاظ بها، في مجال وسائل الاعلام القديمة تتطلب الكتب والصحف ورق الطباعة وطباعة مطابع، كما تتطلب الإذاعة والتلفزيون أبراج البث (وأحيانا الأقمار الصناعية) ومعدات الاستقبال أي أجهزة الراديو والتلفزيون..."، مقولة الباحث "ليفنسون" تحيلنا إلى أهمية الأجهزة كدعائم أساسية تساهم في عرض الخدمات الاتصالية الجديدة ، سنركز هنا على ثلاثة أجهزة* خلقت في السنوات الأخيرة -وما زالت - تحديا كبيرا لدى صانعيها ومستخدميها على حد سواء كونها تشهد تطورات سريعة في نوعيتها، حجمها، مساحة تخزينها وما يمكن أن تقدمه للمستخدم.

¹ ليفنسون، مرجع سابق، ص 232.

* إن تعددية الأجهزة وتنوع الخدمات التي شهدتها والتطورات التقنية التي صاحبها تجعل من الصعب الإحاطة بكل هذه الوسائل فمثلا أجهزة التلفزيون، الراديو، الفيديو، الكمبيوتر، الهاتف... وغيرها من الأجهزة الاتصالية شهدت وتشهد ثورات تكنولوجية يتم تسويقها إلى الجمهور الذي يجد نفسه محاضرا كل مرة بخدمات جديدة وعتاد جديد يدفع به إلى الاقبال والرغبة في رصد الجديد فمثلا نجد المواطنين في العديد من الدول المتقدمة كلما أعلنت شركات الهواتف الذكية على غرار سامسونغ، آيفون ... عن إصدارات جديدة يجتمعون في طوابير ويقضون ساعات طويلة أمام المتاجر للحصول على نسخهم فور إصدارها.

1.1.2.3 تكنولوجيا الحاسوب:

منذ حوالي ربع قرن كان الحديث عن الحاسب الشخصي¹ Personal Computer، يعبر عن نوع من الشطط أو المبالغة، وكانت كلفة الحاسبات تقدر بآلاف أو حتى بملايين الدولارات، وكان الحاسب الإلكتروني يشغل حيزاً مكانياً ضخماً، وكان يحتاج في إدارته إلى فريق كامل من البشر المدربين على تشغيله وصيانته، ولذلك كان تشغيل الحاسبات الإلكترونية يقتصر على الحكومات والمؤسسات الضخمة التي تستطيع تحمل كلفة التشغيل والصيانة، واليوم لا يكاد يخلو مكان من أجهزة الحاسبات الإلكترونية، ويستطيع الأشخاص العاديون إمتلاك هذه الأجهزة وتشغيلها وصيانتها، وحملها من مكان لآخر، فاستخدام الحاسبات الإلكترونية ومنتجات التكنولوجيا الصغيرة جداً هي التربة التي ينمو فيها مجتمع المعلومات².

لقد دخل الكمبيوتر في كافة مجالات الحياة واستفاد من التطورات في كل شيء، أصبح جزءاً أصيلاً في المجالات الإعلامية بكافة جوانبها وأشكالها، مما يستوجب علينا أن نتعرف عليه وعلى تطبيقاته المختلفة، وما يعيننا من دراسته هو استكشاف التزاوج الذي حدث بين الكمبيوتر من جهة، وتكنولوجيا الاتصال من جهة أخرى والذي أنتج تطبيقات اعلامية غير مسبوقه صنعت في مجملها الاعلام الجديد³.

خلفية عن تطور الحاسب الإلكتروني:

يلعب الحاسب الإلكتروني دوراً مهماً في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة فهو يحقق لنظام المعلومات مزايا السرعة والدقة والثقة و الصلاحيات، ويترتب عليها جميعاً الكفاءة العالية في الأداء، كما يقوم الحاسب بإجراء العمليات الحسابية المعقدة والتي يصعب تنفيذها يدوياً، بالإضافة إلى المقدرة الفائقة على تخزين كم هائل من المعلومات بطريقة منظمة بحيث يسهل استرجاعها في أوقات ضئيلة للغاية، كما يستطيع الحاسب الإلكتروني إنجاز كافة المهام الأخرى التي يقوم بتنفيذها نظام المعلومات، ومنها تحقيق أمن وسلامة البيانات ، والضمان الكامل ضد فقدها وتلفها من خلال المستفيدين⁴.

¹ ان كلمة كمبيوتر computer هي كلمة انجليزية مشتقة من الفعل يحسب أو يعد To compute وتستخدم اللغة العربية عدة مصطلحات للتدليل على الكمبيوتر مثل: الحاسب الآلي، الحاسب الإلكتروني، العقل الإلكتروني، الدماغ الإلكتروني والاعلام الآلي لمزيد من التفاصيل أنظر: لعقاب، (المواطن)، مرجع سابق، ص 15.

² عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 59.

³ عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات (القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص 53.

⁴ عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 59، 60.

وقد مرت الحاسبات الإلكترونية خلال تطورها بالمراحل التالية¹:

- ظهر الجيل الأول من الحاسبات عام 1946 من خلال العلماء (جون موثلى) و(ابكارت) و(جولد شياني) وهو الحاسب Eniac ثم تكونت أول شركة لإنتاج الحاسبات على المستوى التجاري باسم Univac.
- ظهر الجيل الثاني من الحاسبات الإلكترونية في أوائل الستينات بعد استخدام عناصر الترانزيستور في بناء دوائر الأجهزة الحاسبة كبديل لاستخدام الصمامات المفرغة Vacuum Tube
- أدى استخدام الدوائر الإلكترونية Integrated circuits إلى ظهور الجيل الثالث من الحاسبات الإلكترونية في عام 1969؛
- ظهر الجيل الرابع من الحاسبات خلال عقد السبعينات بعد أن تطورت الدوائر الإلكترونية المتكاملة بسرعة كبيرة وبعد تطويع المواد فوق الموصلة وأشباه الموصلات الحرارية Semiconductor.
- ظهر الجيل الخامس في بداية الثمانينات ويطلق عليه الحاسب الشخصي Personal Computer وهو يتمتع بصغر الحجم، وسهولة التشغيل، والربط من خلال وسائل الاتصال العادية مثل التلفون والتلفزيون.

أنواع الحاسبات الإلكترونية:

تتفاوت أجهزة الحاسب الإلكتروني في حجمها من نحو بوصة مربعة واحدة إلى حجرة ضخمة مليئة بالأجهزة والمعدات، كما تتنوع هذه الأجهزة من حيث اتساع الذاكرة، وسرعة معالجة البيانات، وحالياً تنقسم أنواع الحاسبات الإلكترونية إلى خمس فئات على النحو التالي²:

أولاً: المعالجات الصغيرة جداً Micro processors ويقصد بها الدوائر المتكاملة Integrated Circuit التي تتيح وظيفة التحكم، وتستخدم في إنتاج المعدات الكهربائية مثل الغسالات، والثلاجات، والأفران وهي تعمل على التحكم في تشغيل وإيقاف الأجهزة الإلكترونية؛

ثانياً: الحاسب الشخصي personal computer، وهو الحاسب الذي يستخدمه الأفراد في المكاتب والمنازل، ويسمى أيضاً الحاسب الصغير جداً micro computer، ويضم هذا الحاسب مجموعة من الدوائر

¹ الشمالية، عزت اللحام، يوسف كافي، مرجع سابق، ص 110.

² عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 68-69.

المتكاملة، كما يضم معالج واحد فقط، وهو يتعامل مع رموز Bits تبدأ من رمز واحد يصل إلى 32 رمزاً في نفس الوقت.

ثالثاً: الحاسب الصغير Mini Computer، وهو أكبر حجماً من الحاسب الشخصي، ويستخدم في الشركات الصغيرة والمحلات العامة والكليات الجامعية ويتراوح عدد الرموز التي يتعامل معها من 16-32 رمزا في نفس الوقت.

رابعاً: الحاسب الضخم Mainframe Computer، وهو عبارة عن أجهزة ضخمة تستخدمها الشركات الكبيرة، والجامعات، والمؤسسات الحكومية، ويمكن أن يتلقى هذا الحاسب ملايين التعليمات في الثانية، ويتيح رموز تتراوح ما بين 32-64 رمزاً في نفس الوقت؛

خامساً: الحاسوب العملاق Super computer، ويعبر عن أكبر الحاسبات حجماً، وأسرعها أداءً، ويكثر استخدامه في مراكز البحوث، وتحليل بيانات الأقمار الصناعية، وعلاج المشكلات شديدة التعقيد، ويتلقى هذا النوع من الحاسبات عدة بلايين من التعليمات في وقت واحد، ويصل ثمن الجهاز الواحد إلى نحو 20 مليون دولاراً.

وبلغة الاحصائيات أصدر الاتحاد الدولي للاتصالات¹ في تقريره لسنة 2016 مبرزا أن 47 % من سكان العالم منازلهم مجهزة بأجهزة حواسيب كما توقع التقرير أن ترتفع النسبة وهي التي لم تتوقف عن النمو منذ أكثر من عشر سنوات.

¹ أنشئ الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) في عام 1865 بباريس تحت اسم الاتحاد الدولي للبرق، ويرجع اسمه الحالي الى 1934 وفي 1947 أصبح وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة متخصص في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، يبلغ عدد أعضائه حاليا 193 بلدا وما يزيد عن 800 كيان من كيانات القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية، مقره في جنيف بسويسرا (المزيد من المعلومات حول الاتحاد أنظر الموقع الرسمي : www.itu.int/ar/about/page/default.aspx)

جدول رقم (6): تطور امتلاك أجهزة الكمبيوتر منزليا في العالم (بالنسبة المئوية).

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ¹
الدول المتقدمة	62,3	66,1	69,1	71,4	72,9	75,4	78,5	79,1	80,3	81,5	82,4
الدول النامية	17,6	19,7	21,4	22,8	25,3	27,3	29,4	31,3	32,9	34,3	35,5
العالم	30,5	32,8	34,5	36,0	38,1	40,2	42,4	43,9	45,3	46,6	47,6

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات الاتحاد العالمي للاتصالات.²

تشير الباحثة أولا قبل تحليل معطيات الجدول وغيره من الجداول اللاحقة التي تهتم بالإحصائيات إلى نقطة تراها مهمة وهي أنه لا بد من الاستناد إلى هذه الإحصائيات من أجل مساعدتها على توصيف الظاهرة التكنولوجية بشكل عام وتموقعها في مختلف المجتمعات، وإن كانت الباحثة في هذا الصدد تتفق مع الباحث "يحي يحيوي" عندما أشار في كتابه "العرب وشبكات المعرفة: دراسة في الموقع والواقع" أن الإحصائيات قد تنطوي على شيء من الظلم، خاصة إذا ما اعتمدت وسيلة للمقارنة بين دول غنية ذات إمكانيات ضخمة، وبين دول عديمة الإمكانيات، كما هو حال البلدان العربية، وقد تكون تلك الإحصائيات عديمة الجدوى لو عمد المرء إلى قراءة أرقامها بمعزل عن السياق العام الذي أفرز هذه الأرقام...³

وبالعودة إلى الجدول نلاحظ من خلال المعطيات أمرين أساسيين:

- سجلت الدول المتقدمة كما النامية ارتفاعا كبيرا في نسب استخدام أجهزة الحاسوب، وإن كانت الأفضلية للدول المتقدمة، والأمر يفسر بسيطرة الدول الغنية على التكنولوجيا صناعة واستهلاكها.

¹ إحصائيات 2017 هي توقعات (estimates) قدمت في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات.

² www.itu.int/en/itu-d/statistics/state/default.aspx_5/08/2017 H 1:20

³ يحي يحيوي، العرب وشبكات المعرفة دراسة في الموقع والواقع (بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، ط2007)، ص 61.

- تكشف هذه الإحصائيات -على ارتفاعها - عن غياب لشريحة تتجاوز نصف سكان العالم بعيدة عن استخدام أجهزة الحاسوب، أي أنها بعيدة عن مظاهر التقدم والتطور وهو ما يعيدنا للحديث عن الفجوة الرقمية التي أصبحت تزداد اتساعا حيث يشير الباحث "روبرت حسن" أنه على الرغم من الأبحاث التي تم تخصيصها منذ منتصف التسعينيات من القرن العشرين، أين شاركت مجموعة من الحكومات والدوائر العلمية والثقافية والمجتمعات المدنية بشكل جدي في تعريف الفجوة الرقمية واقتراح حلول لها لكنها لم تصل إلى أهدافها¹.

2.1.2.3 تكنولوجيا الهاتف النقال:

سيبقى اسم الاسكتلندي "ألكسندر غراهام بال" Alexander Graham Bell يذكر كلما تم الحديث عن الهاتف كأول وسيلة اتصالية نقلت الإشارات عن بعد من خلال إختراعه لجهاز الهاتف أو التليفون telephone، وإن كانت هناك روايات تاريخية مختلفة عن صاحب السبق في هذا الاختراع² الذي منح البشرية أبعادا جديدة في علاقاتها الاجتماعية والتفاعلية منذ 1872 ليشهد هذا الجهاز تطورات وتحولات مست شكله، مضمونه، كما طريقة عمله وصولا إلى الهواتف النقالة التي صارت أكثر ذكاء ورواجا في وقتنا الحالي.

✓ تعريفه:

الهاتف المحمول أو النقال أو الخلوي أو الجوال أو المتحرك (تعريب من الموبيل أو البورتابل) هو أحد أشكال أدوات الاتصال، والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من أبراج البث موزعة ضمن مساحة معينة³، ويعد الهاتف المتحرك بأنواعه المختلفة وبمستحدثاته واحدا من أكثر التكنولوجيات التي غيرت الطريقة التي غيرت الطريقة التي يعيش بها الانسان في مناحي الحياة كافة، ليس فقط كوسيلة اتصال هاتفي، ولكن كأداة للتجارة والترويج والترفيه وكوسيلة اعلامية جديدة كليا⁴.

وهو عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد بسرعة فائقة، نظراً لطبيعته مكوناته الإلكترونية

¹حسن، مرجع سابق، ص 116.

²لمزيد من التفاصيل في الموضوع أنظر فضيل دليو، تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة. بعض تطبيقاتها التقنية (الجزائر: دار هومة، ط1، 2014)، ص-ص 253-255.

³عصام صالح، مرجع سابق، ص 299.

⁴مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 287

واستقلاليتيه العلمية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف ب "الجوال" أو "المحمول"، ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي "الثابت" أو "السلكي"¹ الذي كانت طرفياته موصولة بشبكة من الخيوط لا تسمح بنقله إلا لمسافات محدودة.

وترجع بدايته الأولى إلى ما كان يعرف باسم المذياع الهاتفي (الراديو فونية Radiotéléphone) الذي نتج عن تطور التلغراف أو البرق اللاسلكي في أوائل القرن العشرين وبعد ظهور أول شبكة إتصالية راديو فونية عام 1928 في إنجلترا استمر البحث في مجال اللاسلكي لتحسين النوعية والمدى، حيث تم عام 1948 اكتشاف طريقة جديدة يسرت الاتصال بكل من لديه جهاز خاص، ثم طورت أنظمة هاتفية وطنية تسمح لعدد محدود من المواطنين الأغنياء الاعتناء بخدماته، وذلك قبل أن تنخفض أسعاره وينتشر جماهرياً².

ويعود تاريخه إلى عام 1947 عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيايز، التجارب في معملها "بترجرزي" الأمريكية ولكنها لم تكن صاحبة أول خلوي محمول، بل كان صاحب هذا الانجاز هو الأمريكي "مارتن كوبر" الباحث في شركة "موتورولا" للاتصالات في شيكاغو، حيث أجرى أول مكالمة به في 03 أبريل 1973.³

- أجيال الهاتف المحمول:

للتعرف على مراحل تطور الهاتف النقال والنقلة النوعية التي شهدتها من مجرد وسيلة اتصالية الى وسيلة اعلامية اتصالية لابد من الحديث عن الأجيال التي رافقت التطور انطلاقا من الهاتف النقال ووصولاً الى الهواتف الذكية على النحو التالي:

- الجيل الأول (1G) للهاتف المحمول:

ظهر الجيل الأول من الاتصالات اللاسلكية في الثمانينيات من القرن الماضي، واعتمد على الاتصال التماثلي (Analog) حيث نقل ذبذبات الصوت التماثلية كالتى تستخدم في الاتصالات التليفزيونية والتليفونية الثابتة، أول شبكة اتصال هاتفية نقالة أطلقت في العالم شهدتها اليابان من طرف NTT Telegraph and Telephone سنة 1979، ثم سنة 1981 انتشرت الشبكة في أوربا في كل من الدانمارك، فيلندا، النرويج والسويد، لتنتظر الولايات المتحدة الأمريكية حتى سنة 1983 ليستخدم الأمريكيون

¹الهاتف أو التليفون "Téléphone" كلمة أجنبية أصلها يوناني وهي مركبة من مقطعين يعني أولها télé عن بعد، وثانيها phone صوت، وهو عبارة عن جهاز للاتصالات السلكية واللاسلكية مصمم لنقل الإشارات الصوتية من خلال إشارات كهربائية وعبر مسافات طويلة.

²فضيل دليو، (تكنولوجيا الاعلام)، مرجع سابق، ص ص 257،258

³عصام صالح، مرجع سابق، ص293.

اتصالات باستخدام هواتف الجيل الأول ثم انتشرت في مناطق أخرى من العالم على غرار المكسيك، كندا ..، ما يعاب على الهاتف النقال للجيل الأول هو رداءة الصوت (quality of voice) التي كانت تميز المكالمات وكثرة التشويش (noise) الذي يسودها.¹

- الجيل الثاني (2G) من الهاتف المحمول:

أطلق رسميا الجيل الثاني للهواتف النقال في فيلندا سنة 1991، تحت اسم " Second Generation Wireless Technology " وقامت هذه التكنولوجيا علي منح المستخدمين خدمات جديدة مختلفة كليا وذات جودة مقارنة بالجيل الأول حيث أصبح بإمكان المتصلين إرسال وكتابة رسائل (SMS)، إضافة إلى الرسائل المصورة (MMS) اعتمادا على نظام (GSM:Global System for Mobile) الذي سرعان ما انتشر في كامل أوروبا.²

- الجيل الثالث (3G) من الهاتف المحمول:

في عام 1998 أطلق الجيل الثالث للهواتف النقال في أول تجربة له في اليابان، مستندا إلى تحديثات جديدة ترتبط أساسا باستخدام شبكة الانترنت، وفي 2001 ودائما في اليابان أصبحت هناك امكانية واسعة لتسويق خدمات هذا الجيل الذي يتيح التواصل بطرق متقدمة وبسرعات عالية تفوق ما كان متوفراً في الأجيال السابقة.³

تعتبر جوالات الجيل الثالث جوالات الوسائط المتعددة أو الذكية لدعمها نقل البيانات بسرعات كبيرة وتواصلها مع شبكة الانترنت وتحميل الأفلام وتبادل البريد الالكتروني والفاكس، بالإضافة الى الكثير من الامكانيات الخدمية.⁴

- الجيل الرابع (4G) للهاتف المحمول:

الجيل الرابع من شبكات الاتصالات اللاسلكية Fourth Generation of Wireless Communications يعتبر الجيل الأحدث للهواتف النقال، يتميز بسرعة تزيد 10 أضعاف عن الجيل الثالث، يعتمد على تقنية أساسية تسمى تكنولوجيا التدفق العالي (Long Term Evolution:LTE) أطلقت

¹ Garasha Sai Nitesh,Ashna Kakkar",Generations of Mobile Communication".**International Journal of Advenced Research in computer Science and software Engineering.**(India : IJARCSSE ,Volume 6,Issue 3, March2016) ,P –p 320-324.

² Ibid.p321

³ Amirtpal Singh,"A Review of Different Generations of Mobile Technology". **Journal of Advenced Research in computer Science and software Engineering.** (India : ,IJARCSSE,Volume 4,Issue 8, August 2015),P-P3404-3408

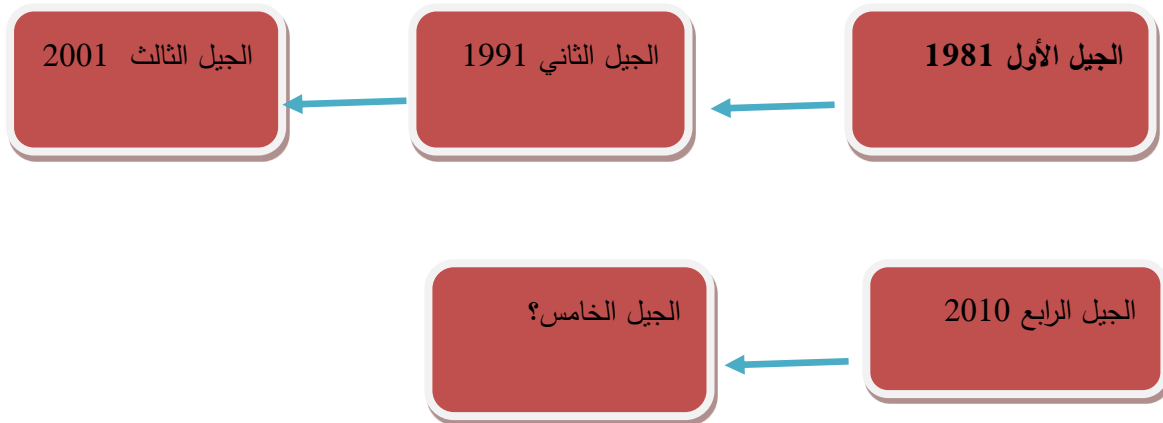
⁴فضيل دليو، (تكنولوجيا الاعلام)، مرجع سابق، ص 256.

خدماته ابتداء من سنة 2009 في العاصمتين السويدية والنرويجية، تضمن هذه الهواتف تغطية جيدة وسرعة فائقة في نقل البيانات (High speed data&good signal reliability)¹.

- الجيل الخامس(G5) مستقبل الهواتف النقالة:

يتوقع الباحثين اصدار الجيل الخامس للهواتف النقالة في حدود سنة 2020 على اعتبار أن الجيل الرابع ما زال في بداياته في عديد الدول ،ينظر من الجيل الخامس أن يكون أكثر سرعة وتجاوبا مع المعطيات مقارنة بالأجيال السابقة وأكثر استفادة من خدمات الشبكة العنكبوتية ،لكن للإشارة مازال قيد الأبحاث حيث لم تصدر بشأنه حتى الآن أية معطيات².

شكل رقم (6): تطور أجيال الهواتف النقالة (Evolution Mobile Networks)



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على Garasha Sai Nitesh,Ashna Kakkar,Op-cit,P 320

- أهم تقنيات الهواتف النقالة:

لقد تطورت الهواتف النقالة بشكل مبهز جدا خلال السنوات الماضية وجاءت التطورات حاملة معها مجموعة من التقنيات التي ساعدت على سهولة التواصل بين الأشخاص بل والتي تمكن من القيام بتنفيذ العديد من المهام والأعمال من خلال هذا الجهاز ومن أهمها³ :

¹ Garasha Sai Nitesh,Ashna Kakkar,Op-cit,P 321.

² Mohamed Meraj ud in Mir,Sumit Kummar,"Evolution of Mobile Wireless Technology from 0G to 5G ". **Journal of Advenced Research in computer Science and software Engineering**(India: IJARCSSE,Volume 6,Issue 3, August 2015),P-P2545-2551.

³ أهم خمس تقنيات حديثة في الهواتف المحمولة في <http://www.thaqafnafsak.com/2014/04/> يوم 2017/01/12 سا 10:20

- هواتف بها تقني Wi-Fi:

تعتبر الهواتف النقالة مجموعة من الوسائل الهامة جدا في عصرنا الحالي للتواصل مع الآخرين، ولقد زادت التقنيات والتطبيقات التي تؤدي الكثير من المهام ومن أهمها تقنية الواي فاي Wi-Fi التي تتيح للهواتف التي تحمل هذه التقنية الدخول إلى شبكة الانترنت وتصفحها بكل سهولة، وهذه التقنية هي اختصار لكلمة Wireless Fidelity أي البث اللاسلكي فائق الدقة والسرعة، وهي التقنية التي تستخدم موجات الراديو اللاسلكية -القادرة على اختراق الحواجز والجدران- لتبادل المعلومات بدلا من الأسلاك والكوابل مما يساعد على التحرر من قيد الكابلات، ويتيح لأي شخص أن يتصل بالإنترنت من منزله، أو فندقه، أو كوخه بدلا من الحاجة إلى الأسلاك¹.

- تقنية الواقع الافتراضي Augmented Reality :

الجميع يحلمون بالتكنولوجيا متعددة الاستخدامات والتي تتيح كافة التقنيات في جهاز واحد، وهذه التقنية التي يطلق عليها تقنية الواقع الافتراضي حيث تضيف هذه التقنية قدرات جديدة للأجهزة من خلال التعرف على العالم المحيط والتعامل مع الأشخاص بناء على هذا العالم المحيط، وهذه التقنية الموجودة في الهواتف الذكية المعتمدة على الكاميرات المدمجة عالية الجودة جنبا إلى جنبي مع تقنيات تحديد الموقع مثل البوصلة الرقمية وGPS حيث أن هذه التطبيقات تساعد على تحديد العالم المحيط ثم نقل صورة واقعية عنه، فمثلا إذا قمت بتصوير مطعم سوف يقوم الجهاز بعرض قائمة هذا المطعم وبعض المعلومات عنه.

- الهواتف المحمولة مفتوحة المصدر:

حيث أن نظام التشغيل مفتوح المصدر يعتبر بديل للكثير من الأنظمة على الأندرويد، حيث أنه يعتبر أقل تكلفة ويوفر العديد من الخدمات للمستخدمين، ويسعى المطورين إلى استخدام جوجل (Google) أو ياهو (Yahoo) كسوفت - ويرى (برنامج) يمكنه أن يعمل على أي جهاز تليفون محمول.

- نظام الدفع الإلكتروني بالهاتف:

وهذه التقنية تتيح لك إمكانية دفع وسحب الأموال من خلال الهاتف المحمول من أي حساب مصرفي أو ببطاقة الائتمان، أو من يحبون الدفع نقدا أو بشيكات، ومن الشركات الرائدة في ذلك هي شركة باي بال محفظة قوئل.

¹ محمد سلامة، "الانترنت اللاسلكية والتلفزيون التفاعلي المحمول". مجلة الفن الإذاعي (القاهرة: اتحاد الاذاعة والتلفزيون، العدد 176، أكتوبر

- تكنولوجيا اللمس ذات التغذية الراجع Tactile Feedback¹:

رغم انتشار الهواتف المحمولة التي تعمل بنظام اللمس الآن إلا أنه يوجد بعض الأشخاص الذين لا زالوا يفضلون استخدام الأزرار بدلا من اللمس لشعورهم بأن الأزرار تمكنهم من الكتابة بشكل أسهل، ولكن ظهرت تكنولوجيا جديدة تسمى تكنولوجيا اللمس ذات التغذية الراجعة التي تختلف عن تقنية اللمس العادية في أنها تقوم بعمل اهتزاز فمع كل ضغطة من المستخدم على الشاشة يصدر الهاتف اهتزاز بتردد وطول موجي معين يخبر المستخدم عن ماهية ما قام به وليس هذا فقط بل إن هذه الخاصية تجعل الأرقام بارزة حتى تتحسسها يدك بسهولة كما أنه يقوم بجعل أي صورة أو أي شيء يعرض على الشاشة بارزا بعض الشيء حتى تضغط على أي منها بسهولة.

وبلغة الاحصائيات أصدر الاتحاد الدولي للاتصالات في تقريره لسنة 2016 مبرزا أن أكثر من مليار وخمسة مئة مليون من سكان العالم لديهم هاتف نقال ،كما توقع التقرير أن ترتفع النسبة وهي التي لم تتوقف عن النمو منذ أكثر من عشر سنوات. فبحسب تقرير أصدرته شركة الأبحاث "إي ماركيتير: E-Marketer" ونشرته البوابة العربية للأخبار التقنية أنه بحلول العام 2018 نحو 51,7 % من جميع الهواتف المحمولة ستكون هواتف ذكية وستكون تلك هي السنة الأولى التي تتفوق فيها الهواتف الذكية على الهواتف التي تأتي دون أنظمة التشغيل ،وفي نهاية المطاف ستصبح الهواتف التقليدية أقلية في عالم الاتصالات رغم أنه كان الهواتف التقليدية الأكثر شعبية بسبب أسعارها كما جاء في التقرير².

من جهتها ذكرت دراسة حديثة أجرتها شركة "بايدو" الصينية أن بحلول عام 2020، سيكون هناك 6.1 مليار مستخدم للهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم، وقالت الدراسة إن 60% من المستخدمين ينظرون للهواتف الذكية كأداة اتصال في حين ينظر 23% بأنها جزء أساسي من حياتهم، و8% يستخدمونه بمثابة أداة للتواصل الاجتماعي و9% من الناس يتعاملون معها على أنها أداة للترفيه³.

¹ أهم خمس تقنيات حديثة في الهواتف المحمولة في /<http://www.thaqafnafsak.com/2014/04/> يوم 12/01/2017 سا 10:20

² عدد الهواتف الذكية سيصل إلى 2.16 مليار في 2016. تقرير نشر بموقع قناة العربية. نت: في

<http://www.alarabiya.net/ar/aswaq/economy/2014/12/14/> يوم 3/08/2017. سا 10:32

³ أسراء حسني، 'دراسة: عدد مستخدمي الهواتف الذكية يصل إلى 6 مليار خلال 4 سنوات'. جريدة اليوم السابع. المقال في

www.youm7.com/story/2016/2/2016 27/07/2017 11:12.vu

جدول رقم (7): تطور مشترك الهاتف النقال في العالم (بالمليون).

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ¹
الدول المتقدمة	1243	1325	1383	1404	1406	1443	1479	1527	1563	1603	1607
الدول النامية	2125	2705	3257	3887	4483	4817	5183	5468	5621	5909	6133
العالم	3368	4030	4640	5291	5889	6260	6662	6995	7184	7512	7740

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على احصائيات الاتحاد العالمي للاتصالات²

نلاحظ من خلال معطيات هذا الجدول النمو الكبير لاستخدام الهواتف النقالة في العالم، لكنه أيضا ما زال يطرح إشكالية التفاوت بين الدول المتقدمة والدول النامية، تفاوت يتزايد مع تزايد الاقبال على هذه التكنولوجيا ذات التطور السريع من جيل أول بسيط يكتفي فقط بإجراء المكالمات إلى جيل رابع وربما خامس ينبئان بتحولات كبيرة وسرعة فائقة في تبادل ونقل البيانات.

حيث أشار "تقرير لجنة النطاق العريض" لسنة 2016 والتابعة لهيئة الأمم المتحدة أن انتشار الهواتف الذكية يقترب من مرحلة التخمّة في كل من الولايات المتحدة وأروبا، وأن هيئة الأمم المتحدة تتطلع بتفاؤل إلى إمكانات النطاق العريض خاصة مع نشر 165 دولة للشبكات المتنقلة عالية السرعة من الجيل الرابع ووفقا لتقديرات اللجنة، إذا تحولت أبسط خدمات الهاتف المحمول، التي تعد اليوم شبه عالمية إلى خدمات النطاق العريض المتنقل عالي السرعة فيمكن ان تشكل الهواتف المحمولة عاملا رئيسيا يدفع عجلة التنمية بسرعة كبيرة وبالتالي تحقيق تقدم كبير نحو أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة.³

لتبقى معضلة الكثير من الدول الفقيرة والنامية وشعوبها التي تعاني الحروب والمجاعة في عصر يعد عصرا للاتصال وتكنولوجيا المعلومات، والتي مازالت تفتقر لأدنى الشروط الحياتية و كما قال الأمين

¹ احصائيات 2017 هي توقعات (estimates) قدمت في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات.

² www.itu.int/en/itu-d/statistics/state/default.aspx.5/08/2017 à 1:20

³ تقرير لجنة النطاق العريض للأمم المتحدة متاح على www.broadbandcommission.org في 12/08/2017، سا 12:10.

العام الأسبق للأمم المتحدة "كوفي عنان" Kofi Annan: "ينقص الناس أشياء كثيرة: الوظيفة والمأوى والغذاء والرعاية الصحية والمياه الصالحة للشرب، اليوم يعد قطع الخدمات الرئيسية للاتصال عن بعد حرمانا شديدا مثل أشكال الحرمان الأخرى تقريبا وربما تقل بالفعل فرص ايجاد العلاج لها، إن الاتصال عن بعد لا يعد قضية وزير الاتصالات فقط لكنها تمثل أيضا قضية وزراء التعليم والصحة، وكثيرين آخرين..."¹

3.1.2.3 تكنولوجيا الحاسوب اللوحي:

مع التطورات التي شهدتها الهواتف النقالة وأيضا أجهزة الحاسوب، أصبحت خاصية المحمول خاصة يراهن عليها الباحثون والمصنعون المطورون لهذه الاجهزة التي تطورت صيغها وأشكالها وخدماتها حيث أمكن جعل الحواسيب محمولة وبخصائص وصفات جديدة تجسدت في الحاسوب اللوحي (بالإنجليزية: Tablet computer, Tablet PC², Pad) أو اللوح الإلكتروني/الرقمي (بالفرنسية: Tablette électronique/numérique/tactile) هو حاسوب أصغر من الكمبيوتر المحمول وأكبر من الهاتف النقال، وهو يشبه في طريقة عمله الجيل الجديد من بعض الهواتف الذكية (اي فون، وبلاك بيري)، فهو يعمل بتقنية اللمس على الشاشة باستعمال قلم رقمي (stylus/stylet) أو باللمس المتعدد بالإصبع بدلا عن الفأرة ولوحة المفاتيح في الحواسيب التقليدية، لأن لديه برمجيات تفسر اللمسات التي يقوم بها المستخدم على سطح الشاشة.

وبالإضافة الى إمكانية التفاعل مع السطح بعدة أصابع في نفس الوقت، فان بعض الألواح (واشهرها الآيباد) تسمح لعدة اشخاص باستخدامها في وقت واحد، وهناك أجهزة أخرى لا تكون في شكل ألواح بل جدران أو نوافذ (واجهات/vitrines) لديها الخصائص نفسها.

إن فلولح الإلكتروني جهاز خفيف ورقيق ولديه شاشة ذات بلورات سائلة تستخدم بالأصابع أو بالقلم، وهو قادر على جمع تقريبا نفس خصائص الكمبيوتر التقليدي، حيث يسمح بالتنقل من خلال

¹ روبرت حسن، مرجع سبق ذكره، ص 116.

² Tablet PC is a notebook computer with a display screen on which users can write. The computers operating system allows digital "ink" to be written or drawn on the computer screen by using a special pen. This process is called "digital inking", and hand-drawn items can be saved like in any other computer document. Handwritten text can also be saved "as written", or it can be translated into typed text. See more in: Mike van Mantgem, **Tablet PCs in K-12 Education.** (Texas: All rights reserved. Distribution and copying of this excerpt is allowed for educational purposes and use with full attribution to ISTE, 2008), p 9.

القوائم والمجلدات والملفات وتصفح الانترنت...وبما ان اللوح يتضمن ايضا ميزات مكتبية، فهو يتيح كتابة النصوص او الرسم على الشاشة كما لو كنا نفعل ذلك على الورق العادي.¹

- نشأته وتطوره التاريخي:²

الحاسوب اللوحي بدأ كفكرة في عام 1968 عندما كانت الحواسيب أجهزة تكلف الملايين وتأخذ مساحات كبيرة، "ألن كاي Alan Kay" عالم الحاسوب وضع تصوراً لحاسوب سماه "داينابوك Dynabook" وكان هدف الحاسوب تعليمي، لاحقاً كتب ورقة بعنوان الحاسوب الشخصي لكل الأطفال من كل الأعمار وفيها كتب تفاصيل تصور داينابوك، مصطلح "الحاسوب الشخصي" لم يكن معروفاً أو موجوداً في ذلك الوقت، الحواسيب كانت تصنع لمؤسسات لا للأفراد لكن "ألن كاي" وغيره رأوا أن مكونات الحاسوب تصغر وتكلفتها تقل بمرور السنين وبالتالي سيتمكن الأفراد في يوم ما من شراء حواسيبهم الشخصية، لكن تصور "ألن" يذهب لأبعد من ذلك لنتوقع أن الحاسوب الشخصي سيكون محمولاً وسيكون قادراً على أداء مهمات عديدة، وفي الورقة ذكر أن الشاشة يمكنها أن تغطي كامل الحاسوب ويمكن أن تعرض ما يناسب من أزرار تعمل باللمس.

ظهر أول حاسوب محمول في أوائل الثمانينات وهو غيرد كومباس (GRiD Compass) الذي كان يباع بسعر يتراوح ما بين 8 إلى 10 آلاف دولار، البعض يرى أن لقب أول حاسوب محمول يجب أن يذهب لحاسوب "إيسون أتش أكس 20"، الذي كان يحوي شاشة صغيرة تسمح بعرض 20 حرفاً وأربعة أسطر، بعد ذلك توالى الحواسيب فهناك "تاندي تي آر أس 80 موديل 100"، وهو حاسوب يعمل ببطاريات عادية ولا زال بعض الناس يستخدمونه حتى اليوم لبساطته وجودته، شركة غريد (GRiD) صممت حاسوب غيرديباد (GRiDPad) في عام 1989 وهو حاسوب لوحي يعمل بقلم، اين تم تسويق نماذج منه لمؤسسات الأمن والجيش ثم لعامة الشعب في أمريكا ثم في أوروبا ثم في بقية العالم.

جميع المنتجات السابقة ظهرت في الثمانينات وأغلبها لم يحقق أي نجاح يذكر إلا ربما حاسوب "تاندي"، هذه الحواسيب مهدت الطريق لحواسيب أخرى في التسعينات، فمن "غيرديباد" ظهرت فكرة الحواسيب الكفية "بالم"، وأول منتجاتها كان حاسوباً يسمى زومر (Zoomer) لكنه لم ينجح كثيراً، اتجهت

¹فضيل دليو، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 278، 277

²لمزيد من المعلومات حول تاريخ الألواح الالكترونية يمكن الرجوع الى: فضيل دليو، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 279، 278، Mike van Mantgem, Opcit, p,10,11، عبد الله المهيري، "تاريخ الحاسوب اللوحي" موقع عالم التقنية في <https://www.tech->

"بالم" لإنتاج حواسيب أصغر وأبسط واستطاعت أن تحقق نجاحاً ملحوظاً لكن سوقها بدأ يقل حجمه عندما ظهرت فكرة الهواتف الذكية.

في نفس وقت ظهور "بالم زومر" ظهر قدمت شركة "pen pad Amstrad" في مارس 1993 أول نموذج لها (PDA 600) تتبعها شركة "Apple" في أوت 1993 بـ "Apple Newton"، ولن يتخذ الجهاز اسم "الكمبيوتر اللوحي" إلا في مطلع الألفية الجديدة بعد تسويق شركة "مايكروسوفت" عام 2001 نمودجا يتوافق مع نظام التشغيل "ويندوز" والذي اطلقت عليه اسم "Tablet PC Edition"، وفي عام 2007 انتجت شركة "Apple" أول لوح رقمي مصغر (iPhone) حساس للمسات أصبع مستخدميه، والذي يعتبر سلف اللوح الشهير "اي باد" (ipad) الذي تم تسويقه منذ مطلع 2010، كما طورت عدة شركات (Acer, ...) نماذجها التنافسية الخاصة، وكلها تتوافق مع نظام التشغيل "ويندوز" وتلقى رواجاً كبيراً، مما يجعلها تهدد المستقبل التسويقي للحاسوب المحمول¹.
ومن الأشكال متداولة للكمبيوتر المحمول:

- **الكمبيوتر الدفتري (Laptpo):** وهو أول ظهور للمحمول، كلمة Lap تعني حجر، وكلمة Laptpo مقصود بها الكمبيوتر الذي يوضع على الحجر.
- **الكمبيوتر اللوحي (Tablet PC):** هو تطور للكمبيوتر المحمول (Laptop)، وأهم فرق بينهما أن الكمبيوتر اللوحي يوفر خاصية الكتابة على الشاشة بقلم خاص به أو بالأصبع في بعض الموديلات، وهذا النوع يمكنك من العمل في أماكن كثيرة وبأساليب جديدة، يمكن القول أنه فعال ومتنقل ومتعدد الاستخدامات، ويقدم الأداء الوظيفي الكامل لأجهزة الكمبيوتر المحمولة الحالية (دون نقصان).
- **الآيباد (iPad):** حاسوب لوحي محمول أنتجته شركة Appel وجمعت فيه بين الحاسوب المحمول (Laptop) والهاتف المحمول (Mobile Phone)، وهو عبارة عن لوحة خفيفة تزن نصف بوصة فقط، وتعمل شاشته باللمس (Touch Screen).
- **الكمبيوتر الكفي (Palm PC):** وجاءت تسمية من Palm Pc لأن الجهاز بالكامل يمسك بكف (Palm) اليد الواحدة.²

¹ تم برصد التطور التاريخي كما سبق الإشارة إليه من خلال مجموعة من الكتابات المخصصة للألواح الالكترونية.

² محمد سلامة، مرجع سابق، ص 104.

- بعض نماجه:

يمكن تصنيف الألواح الالكترونية الى نوعين:

- **كمبيوتر شخصي فائق التنقل:** وهو موجه أساسا الى المهنيين، لأنه مبرمج أساسا لأداء تطبيقات سطح المكتب، أنه يعمل مع انظمة تشغيل ثقيلة (ويندوز اكس بي او فيستا، على سبيل المثال) فهو اكثر قوة من ال MID وثمانه لا يزال مرتفعا جدا.
 - **جهاز الانترنت النقال:** وهو موجه الى عامة الناس، انه يعمل مع انظمة تشغيل اخف (اوبونتو موبايل، ويندوز موبايل، لينكس) التي تمكنه من تشغيل اسرع وهو يستعمل عادة لتشغيل تطبيقات الوسائط المتعددة (الصوت والفيديو) وتصفح الويب، كما انه ارخص بكثير من الUMPC واصغر منه واكثر اندماجا،¹ كما تأتي الألواح الالكترونية في اصدارات مختلفة منها ما يتضمن لوحة المفاتيح وهو كمبيوتر محمول قياسي، مع امكانية الدوران للشاشة ويمكن طيه فوق لوحة المفاتيح عند استخدامه في وضع الكمبيوتر اللوحي، ونوع آخر بدون لوحة المفاتيح يطلق على لائحة وظيفي بشكل كبير حيث أخف وزنا وأصغر حجما،² كما يمكن اضافة لوحة مفاتيح خاصة للأجهزة المحمولة متناهية الصغر ولكن الاتجاه الحديث الآن هو استخدام لوحة مفاتيح وهمية ضوئية تخرج من عدسة في الجهاز لترسم على أي سطح أمامها³.
- وبلغة الاحصائيات بلغ عدد مستخدمي الألواح الالكترونية مليار مستخدم مع نهائية العام 2015، وذلك حسب الموقع الشهير للإحصائيات (Statistic) على أن الرقم مرشح للارتفاع خلال السنوات القادمة حيث حسب الموقع نفسه الذي يتوقع أن يصل الرقم مع نهاية 2020 إلى أكثر من مليار ونصف المليار مستخدم ويرى الكثير من المتابعين إلى أن إحدى أهم الفوائد الكبرى للكمبيوتر اللوحي هي سهولة حمله (One major benefit of the tablet pc is its portability) وتنوع خدماته مما جعل تزايد الاقبال عليه من سنة إلى أخرى.

¹فضيل دليو، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 281.

²تامر الملاح، "الكمبيوتر اللوحي"، المقال متاح على الرابط للموقع الرسمي لتكنولوجيا التعليم، في

<http://kenanaonline.com/tamer2011-com>، 2017/04/14، ص 21:09.

³محمد سلامة، مرجع سابق، ص 106.

جدول رقم (8): تطور عدد مستخدمي الألواح الإلكترونية في العالم (بالمليار).

السنوات	2013	2014	2015	¹ 2016	2017	2018	2019	2020
المستخدمين	0.66	0,86	1	1.12	1.23	1.32	1.4	1.46

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على احصائيات The Statisticas Portal²

تكشف الاحصائيات التي رصدت حول التكنولوجيايات الثلاث سواء كانت في شكل حواسيب أو هواتف نقالة (ذكية) أو ألواح إلكترونية على الإقبال المتزايد من طرف المستخدمين في مناطق عالمية مختلفة وهو ما يؤكد على التغلغل الكبير (une grande pénétration) الذي أصبحت هذه الوسائل تمارسه في حياة الأفراد الباحثين دوما عن مواكبة جديد التقنية.

حيث كشفت العديد من التقارير البحثية المتخصصة على أن انفاق المستخدمين على الهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر وصل إلى 600 مليار دولار خلال 2017، وسجلت الهواتف المحمولة ارتفاع واضح في نسبة الاتفاق وصل إلى ما يقرب 400 مليار دولار لنفس السنة أي بزيادة قدرها 4.3 % عن أرقام العام 2016 حيث شهدت أسواق الهاتف النقال تنافسا كبيرا بين الشركات المتخصصة.³

2.2.3 تطورات على مستوى البرمجيات:

لا يمكن الحديث عن العتاد التكنولوجي (Hardware) دون الحديث عن البرامج (Software)، فالحاسوب بدون برامج التشغيل والتطبيقات يعتبر نوعا من الخردة ولهذا انطلقت البرمجيات المختلفة متوازية مع انطلاق الحاسوب وعتاده وتعددت بل وأوجدت العديد من الشركات العملاقة التي ألهمت سوق الانتاج البرمجي: مايكروسوفت (Microsoft) (Appel) هيولت باكارد (HP) أوراكل (Oracl) ، أدوبي (Adobe)، سن (Sun) نورتن (Norton) وكاسبيرسكي (Kaspersky) والقائمة طويلة. صحيح أن بعض

¹ ابتداء من سنة 2016 الاحصائيات المقدمة هي توقعات كما جاء في موقع statistic وذلك بناء على قراءة ومراجعة في أكثر من 18000 دراسة و مصدر، (The statistics portal :are statistics and studied from more than 18000 sources)

² www.statistisa.com/statistics/377977/tablet-users.5/08/2017 à 2:20

³ لمزيد من التفاصيل حول تطور أسواق الهاتف النقال والكمبيوتر أنظر محمد حبش، "العالم يشتري هواتف وأجهزة كمبيوتر ب600 مليار دولار هذا العام". متاح على موقع عالم التقنية وهو موقع متخصص في مواضيع التكنولوجيايات الحديثة من خلال عرض المستجدات والدراسات الحديثة في هذا الشأن -11/04/2017 <https://www.tech-wd.com/wd/2017/04/11/> في 15/06/2017، سا 22:08

الشركات زاوجت بين انتاج العتاد وإنتاج البرامج لعدة أسباب أولها إيجاد مشغلات (Drivers) لعتادها كي تتعرف عليها أنظمة تشغيل الحواسيب لكن بعضها كان عرضه توسعة احتكاره للسوق.

وتصنف البرامج بطرق عدة تبعا لمجانيتها حيث نجد البرامج الحرة (Freeware) والبرامج المفتوحة المصدر (open source) والبرامج المدفوعة الثمن (shareware) ، كما يمكننا تصنيفها بحسب وظيفتها، فهناك البرامج التطبيقية التي نستثمرها مباشرة وهناك البرامج التطويرية التي يمكننا أن ننتج بواسطتها برامج أو أفلام وذلك باستخدام لغات البرمجة المختلفة أو تقنيات المونتاج الرقمي وماشابه ذلك، وفي الأخير يمكننا تصنيف البرامج بحسب ميدان عملها: أهى للفيديو أم للرسم؟ أهى برامج مكتبية أم برامج أمن وحماية؟¹

إن تطوير البرمجيات وتوظيفها لمختلف حاجيات المستفيد يمثل السبب الرئيسي والحاسم في اكتساح الحواسيب لكل المجالات الصناعية والفكرية، وإذا كان التطور مذهلا بخصوص المعدات لما وفره من حسن أداء وتخفيض في الكلفة، فإنه مدهش بخصوص البرمجيات لما أتاحه من سهولة في الاستعمال وانتشار في كل المجالات، وقد شمل هذا التطور كل أنواع البرمجيات بما في ذلك نظم التشغيل التي تمكن من التحكم في موارد الحاسوب وتوفر للمستفيد محيطا سهل الاستعمال، ومنظومات أساسية تمكن للمعلوماتيين من تطوير تطبيقات تستجيب لحاجيات المستفيد الخصوصية وتشغيلها، ومنظومات جاهزة تم تطويرها من طرف المختصين بناء على حاجيات صنف معين من المستعملين.²

3.2.3 شبكة الانترنت:

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج وخلصات ثورات ثلاث، هي ثورة المعلومات التي تمخضت عن انفجارات معرفية، مكنتنا من السيطرة عليها والاستفادة منها بواسطة تكنولوجيا المعلومات، وثورة وسائل الاتصال الحديثة، ومثلت أرقى ما توصلت اليه البشرية من تطور حضاري وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها، ولعل شبكة انترنت تمثل ذلك الامتزاج في أوضح صورة.³

¹ نور الدين مشاط، المدرسة المغربية وتكنولوجيايات الاتصال .(الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، ط1،2011)، ص ص 20،21.

² عبد المجيد ميلاد، المعلوماتية وشبكات الاتصال الحديثة اندماج التكنولوجيايات.(الناشر غير وارد، السنة غير واردة)، ص 92: الكتاب متاح كاملا على الموقع الالكتروني -<http://www.books4arab.com/2016/12/Information-technology-and-modern-communication-networks.html>

³ حسنين شفيق، (الاعلام التفاعلي)، مرجع سابق، ص 23.

شبكة الإنترنت (The Internet) هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم، وتُسمى أيضاً (The Net) إذ أنها تحقق التواصل بين الأفراد والمؤسسات محلياً وعالمياً، وتتوافق أجهزة الكمبيوتر مع مجموعة من معايير الاتصال التي تدعى بروتوكولاً (protocol)، وتعتمد جميع أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالإنترنت بروتوكولاً يُسمى بروتوكول الإنترنت (IP Protocol Internet)، وهو يقوم بتجزئ الرسالة الإلكترونية إلى وحدات بيانات تدعى الحزم (Packets)، كما إنه يتحكم بتوجيه البيانات (routing data) من المرسل إلى المستقبل.¹

• الإنترنت في خمسة تواريخ:

- 1969 افتتاح شبكة أربان ARPA Net، مقدمة الإنترنت من قبل الوكالة المنشأة عام 1957، لمشاريع البحث المتقدم (ARPA) في وزارة الدفاع الأمريكية، وذلك لحاجات الجيش، ربطت الشبكة بأربع جامعات أمريكية.
 - 1973 اختراع فانتون سيرف (Vinton Cerf) وروبير كان (Robert Kahn) للبروتوكولين (over transmission control Protocol، internet Protocol) TCP/IP اللذين يمكّنان المنظمات الآلية من التواصل فيما بينها.
 - 1989 ولادة شبكة الإنترنت (WWW) وُورلد وايد ويب) بفضل ترابط النصوص الذي اخترعه روبرت كايو (Robert Caillau) ويتم برنزرز لي (Time Berners- lee) من مركز الأبحاث الأوروبي للذرة في جينييف (CERN).
 - 1991 إنشاء مقسّم الضغط العددي السمعي (MP3 Motion Picture Expert -Audio Layer 3) (Group).
 - 1994 إطلاق أول برنامج معالجة مجاني للإبحار على الشبكة نيبسكاب نافيجاتور (Netscape Navigator) (كان البرنامج موزاييك عام 1993، مدفوعاً).²
- يبنى عالم الانترنت على بنية عتادية ضخمة، تمثل بنية تحتية رئيسية موزعة في مختلف أمكنة انتشار شبكات الحواسيب في جميع أرجاء المعمورة، وهي اجمالاً أجهزة الحواسيب وخطوط الهواتف والاتصالات، ولوحات واجهزة الاتصال، ويمكن اعتبارها المبنى المادي والهيكلي الجسمي للانترنت.³

¹عزي، مرجع سابق 2011، ص45.

² فرنسيس بال، الميديا، ترجمة فؤاد شاهين، (فرنسا: دار الكتاب الجديد المتحدة، 2008)، ص، ص 56،57.

³ علي محمد رحومة، مرجع سابق، ص 141.

و يمكن تصور تركيبة الإنترنت في ضوء العناصر التالية:

أولاً: معلومات Information: وتشمل صحف ومجلات ونشرات وكتب ودوريات إلكترونية، قواعد بيبليوغرافية، ونصية، إحصائية، وأدلة وصور ثابتة ومتحركة، ومعلومات مسموعة ومرئية، وبث إذاعي وتلفزيوني، وتسجيلات فيديو .

ثانياً: الحواسيب Computers: مكونات وتجهيزات مادية، حواسيب ميكرو، حواسيب محمولة، حواسيب المكاتب... ملحقات، وتجهيزات مناسبة، بروتوكولات مناسبة (TCP/IP)، نظم وأدوات أخرى، مثل شبكة العنكبوت (WWW)، وخدمات الأرشيف (Archie) وغيرها من الخدمات.

ثالثاً: الاتصالات communication: معدلات ومحمولات مودام (MODEM)، ذات سرعات مناسبة، خطوط هاتفية، خط مزود لخدمات الإنترنت Provider، ثم خطوط للمستخدمين، ألياف بصرية، أقمار صناعية، وسائل وتقنيات اتصال أخرى.¹

ويلاحظ أن التسارع الكبير في تطور الانترنت ونجاحاتها المتلاحقة، إنما يرجع في معظمه إلى نجاح البحوث العتادية والبرمجية، واندماجها مع البحوث الاتصالية في التوصل إلى إنجاز تقنية موحدة الأهداف والآليات وتقديم خدمات مشتركة، اضافة إلى تقدم دول بعينها في مجال محددة، مثل تطور اليابان في صناعة العتاد (Hardware)، وفرنسا في الاتصالات، إلى جانب إسهام بعض الدول التي قد تعتبر من الدول الصغيرة في المجال التقني، مثل سانغافورة وتقدمها في تقنية المعلومات كمدخل رئيسي لثروتها القومية، والهند في صناعة البرمجيات.² وهذا ما جعل الدول كما الشعوب تتفاوت في الاقبال على خدمات هذه الشبكة العنكبوتية التي وصلت بلغة الاحصائيات إلى قرابة الأربعة مليارات³ مستخدم نهاية شهر مارس 2017 حسب احصائيات موقع Internet World Statistics حيث يعتبر موقعا مشهورا في تقديم احصائيات حديثة عن استخدامات الانترنت وأعداد السكان في العالم (Usage and population statistics)⁴ وانطلاقا من هذا الموقع، اضافة إلى موقع الاتحاد الدولي للاتصالات تم رصد الاحصائيات التالية ذات العلاقة باستخدام شبكة الانترنت عالميا.

¹ الشمالية، عزت اللحام، يوسف كافي، مرجع سابق، ص 181.

² علي رحومة، مرجع سابق، ص 140 .

³ وصل عدد المستخدمين إلى: 3739698500 حسب الموقع .

⁴ www.internetworldstats.com/stats.htm. Le 17.08.2017 H 10:21

جدول رقم (9) تطور عدد مستخدمي الانترنت في العالم (بالمليون).

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ¹
الدول المتقدمة	723	753	776	824	841	898	923	947	972	1002	1023
الدول النامية	645	794	953	1167	1143	1526	1708	1933	2178	2383	2555
العالم	1368	1547	1719	1991	1984	1984	2631	2880	3150	3385	3578

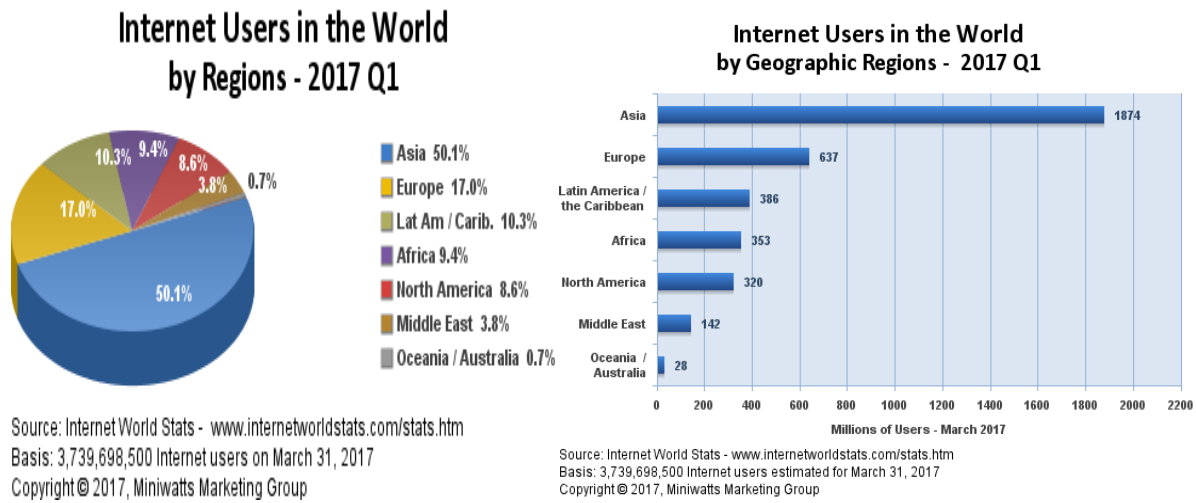
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على احصائيات الاتحاد العالمي للاتصالات²

يلاحظ من معطيات هذا الجدول التنامي الكبير لاستخدام شبكة الانترنت بين سكان العالم، استخدام يتفاوت بطبيعته بين من يملك التقنية ويصنعها وبين من يستهلكها، لكنه يؤشر على معطى مهم جدا وهو أن حقيقة تشكل مجتمعات افتراضية موازية للواقعية بات أمرا واقعا فهذه الشبكة العنكبوتية التي لا ترتبط بهوية أو قومية أو حدود جغرافية خلقت لمستخدميها (Les internautes) مفاهيم جديدة وعلاقات جديدة وأيضا ممارسات جديدة في ميادين حياتية مختلفة (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، اعلامية ...) غيرت وأثرت على الممارسات الواقعية التقليدية.

¹ احصائيات 2017 هي توقعات (estimates) قدمت في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات، هذه التوقعات بعد مراجعة موقع Internet World Statistics تبين أنها تجاوزت الرقم الموضوع إلى 3739 مليون

² www.itu.int/en/itu-d/statistics/state/default.aspx.5/08/2017 à 1:20

شكل رقم (7) التوزيع الجغرافي لمستخدمي الانترنت في العالم خلال سنة 2017.



المصدر: www.internetworldstats.com/stats.htm

ونلاحظ من خلال هذه الاحصائيات أن القارة الآسيوية تسجل لوحدها أكثر من نصف مستخدمي الانترنت في العالم، متبوعة بالقارة الأوروبية بنسبة 17% من إجمالي المستخدمين في حين تتوزع النسبة المتبقية على مناطق جغرافية مختلفة فمثلا لا تتجاوز القارة الإفريقية مجتمعة مع الشرق الأوسط نسبة 13% من المستخدمين، تفسر هذه الإحصائيات بالاهتمام الكبير الذي توليه دول وحكومات المنطقة الآسيوية لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال التي تعتبر الانترنت رافدا أساسيا لها فلقد سعت دول مثل ماليزيا، إندونيسيا، تايلاند... التي أصبح يطلق عليها "تمور الجيل الثاني" إلى تكثيف المشاريع والاستثمارات التي تعزز موقعها الاتصالي في المنطقة الآسيوية والعالم ككل، واستطاعت جذب الكثير من شركات تكنولوجيا المعلومات الكبرى مثل مايكروسفت و صان ميكروسيستمز Sun Microsystems

كما أصبح يطلق على الصين نمر الجيل الثالث حيث تتغلغل الانترنت في كل أنحاء بشكل سريع وواسع، وقد تزايد عدد المستخدمين الذي كان يبلغ خمسة آلاف مستخدم عام 1994 إلى أكثر من ثمانية ملايين مع نهاية عام 1999 وبين شهري جانفي وجوان 2000 تزايد الرقم من 8.9 مليون إلى

• أطلق مصطلح اقتصاديات النمر على اقتصاديات دول تايوان وهونج كون وسنغافورة وكوريا الجنوبية وسميت بهذا الاسم لتحقيقها معدل نمو اقتصادي كبير وتصنيع سريع خلال الفترة مابين السنينيات والتسعينيات وفي بداية القرن الحادي والعشرين تحولت هذه البلدان إلى بلدان متقدمة.

16.9 مليون¹ ليصل الرقم مع نهاية سنة 2016 إلى أكثر من 730 مليون مستخدم من أصل 1.388.232.693 صيني²، ورغم هذا النمو الكبير في عدد المستخدمين فإن تقرير لجنة النطاق العريض التابعة للأمم المتحدة والمعنية بالتنمية المستدامة لسنة 2016 أكد على أن الصين وأيضاً الهند هي من البلدان التي مازال سكانها غير موصولين بخدمة الانترنت نظراً لضخامة عدد السكان في البلدين، حيث جاء أيضاً في التقرير أنه "على الرغم من أن النفاذ إلى الانترنت يقترب من حالة التخمّة في البلدان الأكثر ثراء، لا يزال التوصيل يتقدم بسرعة لا تكفي للمساعدة في سد الفجوات الانمائية في مجالات مثل التعليم والرعاية الصحية لمن يعيشون في الأجزاء الأكثر فقراً في العالم. كما جاء في التقرير أن كلا من الصين، الهند، إندونيسيا، باكستان، بنغلادش ونيجيريا تحتوي وحدها على 55 % من سكان الأرض غير الموصولين بالإنترنت، في حين أن 20 بلداً ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية تمثل ثلاثة أرباع مستخدمي الانترنت على الكرة الأرضية.³

جدول رقم (10): تطور البيوت المرتبطة بشبكة الانترنت في العالم (بالنسبة المئوية).

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ⁴
الدول المتقدمة	53.4	57.7	62.6	66.2	69.2	73.1	77.5	79.0	80.6	82.9	84.4
الدول النامية	11.5	12.8	14.4	16.7	20.3	25.1	29.1	33.0	37.8	40.4	42.9
العالم	23.5	25.5	28.0	30.1	33.5	37.9	42.0	45.1	49.0	51.5	53.6

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على احصائيات الاتحاد العالمي للاتصالات⁵

¹المزيد من التفاصيل أنظر: روبرت حسن، مرجع سبق ذكره، ص 104

² www.internetworldstats.com/stats.htm.17.08.2017 à 9:21.

³المزيد تقرير لجنة النطاق العريض للأمم المتحدة متاح على الموقع www.broadbandcommission.org

⁴احصائيات 2017 هي توقعات (estimates) قدمت في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات . هذه التوقعات بعد مراجعة موقع Internet World Statistics تبين أنها تجاوزت الرقم الموضوع إلى 3 مليار و739 مليون مستخدم.

⁵ www.itu.int/en/itu-d/statistics/state/default.aspx.5/08/2017 à 1:20

نلاحظ من خلال معطيات هذا الجدول تنامي عدد نسبة المستخدمين للإنترنت من منازلهم، ودائما لصالح الدول المتقدمة على حساب النامية حيث أصبح استخدامها سمة في الحياة اليومية فالأفراد في مختلف مناطق العالم وانطلاقا من بيوتهم أمكنهم ممارسة أعمالهم، إجراء الاتصالات، التسوق، تسديد الفواتير... وفي تقرير لجنة النطاق العريض لسنة 2016 أشار أن أعلى نسبة معدل انتشار للإنترنت في المنازل في الدول النامية سجل في كوريا الجنوبية حيث 98.8% من المنازل متصلة بالإنترنت، متبوعة بكل من قطر والمملكة العربية السعودية في المرتبتين الثانية والثالثة وينسب تصل إلى 96% و 95% على التوالي¹.

4.2.3 البريد الإلكتروني: E-Mail

البريد الإلكتروني أو ما يسمى أحيانا بالإيميل هو أسلوب لكتابة وإرسال واستقبال الرسائل عبر نظم الاتصالات الإلكترونية سواء كانت الشبكة العنكبوتية أو شبكات الاتصال الخاصة داخل الشركات أو المؤسسات أو المنازل²، ويعد البريد الإلكتروني نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطي المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين³. يمكن أن تكون البيانات في شكل نصوص (Text)، أو صوت (Voice)، أو رسوم (Graphics) ويتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة⁴.

- نشأته وتطوره:

بعكس الاعتقاد السائد، فإن البريد الإلكتروني سابق للإنترنت بل إن نظامه كان أداة أساسية في ابتكار الإنترنت، حيث طور في عام 1965 كأسلوب اتصال لمجموعة مستخدمين لحاسوب عملاق، ثم أدخلت عليه عدة تحسينات جعلته يمتد بسرعة ليصبح وسيلة لنقل الرسائل عبر الشبكة واسعة من الحواسيب شكلت لاحقا الشبكة العنكبوتية: الإنترنت، وكان من أهم هذه التحسينات ما قام به "راي

¹ تقرير لجنة المتحدة متاح على الموقع www.broadbandcommission.org

² الشمالية، عزت اللحم، يوسف كافي، مرجع سابق، ص 203.

³ عصام صلاح، مرجع سابق، ص 107.

⁴ عماد مكاي، مرجع سابق، ص 225.

توملينسون " في عام 1971 بإضافة الرمز (@) للفصل بين اسم المستخدم واسم الحاسوب الذي يستعمله وإصدار عدة برامج مثل (SNDMSG) و (READMAIL) التي كانت من الأوائل البرامج التي ساعدت في تطوير البريد الالكتروني بشكل كبير.¹

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الالكتروني على مواقعها الخاصة، مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد Hotmail، وشركة Yahoo و Gmail.com التابعة لشركة Google، ونتيجة الاقبال الكبير لجمهور الانترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الالكتروني، فقدمت Google خدمة البريد الالكتروني بمساحة 1 جيجا بيت، بينما رفعت Yahoo مساحة البريد الالكتروني من 100 ميغابيت إلى 1 جيجا بيت، هذا بالإضافة إلى تطوير الخدمات الملحقة بالبريد الالكتروني كتحويل الرسائل.² كما تشير بعض الاحصائيات المتوفرة إلى أن عدد حسابات البريد الالكتروني في العالم سنة 2011 وصل إلى أكثر من ثلاث مليارات، حساب لتعلن Google مع نهاية سنة 2015 أن عدد مستخدمي البريد الالكتروني Gmail وصل إلى 900 مليون مستخدم ليبقى العدد مرشحا للارتفاع مع تزايد الاقبال والاستخدام على مختلف أنواع هذه الخدمة الالكترونية التي اصبح لا يستغني عنها سواء أشخاص عاديون أو جهات ومؤسسات متنوعة النشاط والخدمات.

✓ أنواع البريد الالكتروني: هناك عدة تصنيفات للبريد الالكتروني فمنهم من يجعله مباشرا وغير مباشر:

- ال وب ميل: Web Mail: وهو البريد الشائع المستخدم عبر الانترنت من خلال أي متصفح ومن أي مكان في العالم، ومثاله: بريد Hotmail، Gmail، ال Yahoo...
- بريد التحويل: forwarding: وهو البريد الذي يوصل الرسالة البريدية من عنوان إلى عنوان آخر بطريقة غير مباشرة، لإخفاء البريد الأصلي، فبعد وصول الرسالة إلى العنوان البريدي المعلن يقوم هذا الأخير بإرسالها الى بريد الآخر المخفي، أي أن الشخص الذي أرسل لك رسالة بريدية لا يعرف بريدك الأصلي وهذه الطريقة تعتبر طريقة أمنية يمكنك استخدامها إذا كنت لا تريد لأحد أن يعرف بريدك الأصلي.³

ويتمتع البريد الالكتروني بعدة مزايا أهمها:

¹فضيل دليو، (تكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 273.

²عصام صلاح، مرجع سابق، ص 108.

³فضيل دليو، (التكنولوجيا)، مرجع سابق، ص 271.

- انخفاض التكلفة المادية
- السرعة الفائقة حيث يتم الارسال خلال مدة وجيزة من الزمن
- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي
- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيرا بحكم عملهم ،كما يفيد الناس جميع حيث يمكنهم أثناء اجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم
- يستطيع المستفيد ارسال عدة رسائل الى جهات مختلفة في الوقت نفسه ،وهذا ما يمكن ان يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض
- يمكن ربط ملفات اضافية بالبريد الالكتروني.¹

5.2.3 الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وخدماتها:

إن الحديث عن الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) المعروفة اختصارا ب(www) هذا الاختصار الذي نسجله أو نكتبه قبل كل موقع أو قبل كل عنوان لصفحة ويب ما، يحيل إلى ضرورة الإشارة أولا إلى خطأ شائع بين المستخدمين الذين يعتقدون أن الانترنت والتي هي اختصار لتعبير (network Interconnecte) ويعني "الشبكة المترابطة" هي نفسها أو مرادفة ل (www)، إذ أن الانترنت تعني الشبكة "الفيزيائية" المكونة من أجهزة حاسوب مرتبطة فيما بينها سلكيا (كالتى تستعمل الألياف بصرية) أو لاسلكيا (Wireless) (كالتى تستعمل الساتل)، فيما تمثل الثانية والمعروفة اختصارا بال"ويب" شبكة البيانات والموارد الأخرى الافتراضية المرتبطة بوصلات (Hyper links) او عناوين (URL). وبعبارة أوضح فإن الويب ليس إلا أحد الخدمات التي توفرها الانترنت مثل البريد الإلكتروني ونقل الملفات والمعلومات والتخاطب الآني.²

تضم شبكة الويب مجموعة من ملايين المواقع والبوابات، بعضها يصل إلى ملايين الصفحات وبعضها عبارة عن صفحة واحدة، وفي بعض الحالات يحتاج مستخدم الانترنت إلى بعض المعرفة المسبقة بطبيعة المواقع وأنواع المواقع وتقسيماتها، حتى يمكنه أن يلج إلى المعلومات التي تحملها بسهولة ويسر.³

¹ عصام صلاح، مرجع سابق، ص ص 108، 107.

² المرجع نفسه، ص 76.

³ مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 94.

وتتعدد خدمات الويب بتعدد احتياجات الانسان والتي يمكن اجمالها في التواصل والتعلم والمعلومات، ومنها جاءت التسمية الشهيرة "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات"، استطاعت هذه التكنولوجيا عبر مئات من الخدمات وملايين الصفحات أن تجعل العالم بين يدي المستخدم بحيث ينتقل كالنحلة بين قاراته وبين مدنه وجامعاته واسواقه بفضل عناوين المواقع وخدمة الارتباطات الشعبية، وللاستفادة من هذه الخدمات لابد من توفر الحاسوب بالإضافة الى خدمة الانترنت على متصفح وهو برنامج يستعرض بواسطته صفحات الويب، ومن أشهر الصفحات (Internet explorer) و (Mozilla Firefox).¹

أما الأمر الثاني الذي لابد من الإشارة إليه هو أن هذه الشبكة عرفت تطورات كبيرة غيرت من خلالها العملية الاتصالية وأضفت على المرسل الذي كان يوصف بالسلبية نشاطا وتفاعلا، مكنه من الاستفادة من خدمات جديدة ومختلفة وحول هذه الشبكة كما يراها الكثير من الباحثين إلى أحد أهم الوسائل الاعلامية والاتصالية ذات الشعبية والجاهيرية حيث يبرر الكثيرين هذه الرؤية بأنه بالرجوع إلى المحددات الأساسية لتوصيف وسائل الاتصال الجماهيرية ومقارنتها بالشبكة نلاحظ وجود الخصائص التالية، والتي يمكن من خلالها تصنيفها كوسيلة اتصال:

- الحجم الضخم للمستفيدين والذي يتزايد يوماً بعد يوم.
- تعدد الوظائف التي تقوم بها الإنترنت كالإعلام والإخبار والترفيه والتسليّة والإعلان والتسويق والتعليم عن بعد...
- حجم الجمهور الضخم الذي يميل نحو التخصيص (تجمعه اهتمامات واختصاصات مشتركة)، والتي تستهدفها مواقع متخصصة (يوجد على الشبكة حوالي 50 مليون موقع متخصص)، وهذا الجمهور غير المعروف بالنسبة للقائم بالاتصال، يمكن تحديد اهتماماته التي تعكس طريق التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وهذه الوسائل تسعى الآن إلى تجزئة هذا الجمهور ومخاطبته حسب اهتماماته كل تفعل الإنترنت.
- جمهور الوسائل التقليدية ومستخدمي الشبكة غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال، وكذلك فإن القائم بالاتصال في الإنترنت غير معروف، سوى أنه مصدر للمعلومات أو مالك المواقع (المنتدى أو المدونة).
- تنوع المحتوى أو الرسائل الاتصالية في المواقع الواحدة بتنوع الوظائف الجمهورية المستفيدين التي تقوم بها الإنترنت.

¹مشاط، مرجع سابق، ص 24.

- الاعتماد على التقنيات الاتصالية ويقابلها الاعتماد على التقنيات الرقمية في الوصول إلى فئات المستفيدين.

بسبب كل ذلك تعتبر الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية خاصة وأنها تقوم بكل الوظائف التي تقدمها الوسائل التقليدية وحتى المواقع الإعلامية المتخصصة على الشبكة أصبحت لها الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، وهذه المواقع مثل (صحافة الشبكات online journalism) اكتسبت نفس خصائص الاتصال الرقمي من التفاعلي وتدعم دور الجمهور في الاتصال بالمواقع الاعلامية على شبكة الانترنت.¹ ومثل التطورات التي ظهرت على العتاد والأجيال المختلفة التي تم رصدها شهد أيضا الويب مجموعة من المراحل أو الأجيال التي كما سبق الإشارة إليه غيرت في عديد المفاهيم والممارسات إن على المستوى الفردي أو الجمعي فيما يلي رصد لأهم التطورات التي شهدتها الشبكة (WWW)

أولا: الويب 1.0 . Old web:

ويب 1.0 هو الجيل الأول للويب ظهر سنة 1989 على يد الباحث "تيم بيرنار لي - Tim Berners-lee"²، إرتبط ظهور ويب الجيل الأول أو الويب القديم كما أشارت بعض الدراسات حيث استهدف نشر المعلومات على الانترنت وإتاحة إمكانية الوصول إليها لكل متصفح شبكة الويب واستخدمت النصوص التشعبية أو الهايبرتكست Hybertext في الويب 1.0 لنشر الوثائق النصية التي أصبحت توظف مع مرور الوقت الوسائط المتعددة، في هذا الإطار أظهر الباحثون النقلة النوعية الهائلة التي أحدثها ويب العقد الأول من الانترنت 1.0 عبر الانتقال من الوضع الإعلامي التقليدي إلى الجديد، وتمكين المؤسسات والجماهير من تصميم وبناء إدارة مواقع خاصة بهم.³

من جهة أخرى، اقترنت خاصية "عدم التفاعل" بويب 1.0 أو الويب الاستاتيكي static web حيث اقتصر دور المستخدم على "تلقي" أو "استهلاك المحتوى"، عبر المشاهدة "viewer" أو قراءة النص فقط Reader دون المشاركة أو التعليق وارتبط تغيير المحتوى أو تحديثه بالتقني المختص بالموقع.⁴

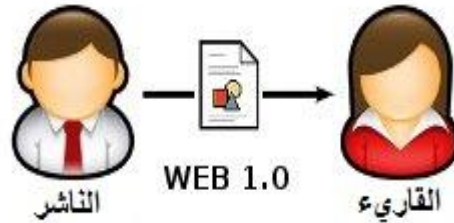
¹ الشمايلة، عزت اللحام، يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 182، 183.

² Karan Patel ,Opcit,p 410.

³ البدوي، مرجع سابق، ص 27.

⁴ المرجع نفسه، ص 27.

شكل رقم (8) يوضح الويب 1.0



المصدر: <http://5uta.com/t/8471805>

واستمر دور المستخدم في البحث عن المعلومات وتلقيها وتصفحها وقراءتها كحال قراءة الاعلان المطبوع في الصحف، واتجهت الصحف بعد ذلك إلى إنشاء مواقع لها عبر الانترنت وظهور الصحافة الإلكترونية E. Journalisme في عصر ويب 1.0.¹

ثانيا: الويب 2.0 الويب الاجتماعي:

لم يعد الجمهور في حاجة لامتلاك موقع خاص به على شبكة الانترنت للتعبير عن رأيه، حيث اهتم ويب 2.0 أو الويب الاجتماعي Social web أو الويب الحكيم الذي بزغ في بدايات عام 2000، بالجمهور عبر ابتكار أدوات تكنولوجية تسمح وتدعم التواصل والتشارك بين المستخدمين في فضاء الانترنت.²

وإذا كانت الويب 1.0 تعتمد بالدرجة الأولى على حفظ الوثائق والبيانات وتصفيتها وتبويبها بعد عمليات المعالجة من خلال البرامج الجاهزة ثم عرضها على المستخدم من خلال الأجهزة الطرفية، مما ارتفع بقمّة هذه البرامج التي كانت تعتبر منتجاً يتعامل معه المستخدم كسلعة ضرورية للتطبيق والاستخدام، فإن الويب 2 قدمت هذه البرامج كخدمة للمستخدم وأصبحت من بنية الخوادم والمتصفحات Servers & Browsers تتسابق في دعمها وتطويرها الشركات والمواقع المضيفة لتحقيق أهداف هذا التطوير وأهمها دعم المشاركة والتفاعل الاجتماعي.³

¹ المرجع نفسه، ص 28.

² المرجع نفسه، ص 43

³ محمد عبد الحميد، المدونات، الإعلام البديل، (القاهرة: عالم الكتاب، ط1، 2009)، ص 23.

وإذا كنا نريد أن نركز على أهم الخصائص للويب 2 فهي المشاركة والتشبيك الاجتماعي والتي ركزت عليها بنية الخدمات الجديدة التي قدمتها بعد تطوير المواقع والبرامج لدعم هذه الخصائص، والتي اجتمعت عليها تعريفات المؤيدين لمفهوم تطوير الويب في السنوات الأخيرة، وعلى الرغم من ذلك فإن تيم بيرنر لي T.Berner Lee، مخترع الويب يقلل من قيمة الفكرة والمفهوم الجديد ويرى أنه لا يوجد أي اختلاف بين تكنولوجيا الجيل الأول والثاني فكلاهما يعتمد على تكنولوجيا الجيل الأول، وأن مصطلح الجيل الثاني ليس له أساس، ولا يصلح استخدامه بطريقة ذات معنى، وأنه منذ البدايات الأولى لمكونات تكنولوجيا الويب يعيش مصطلح أو مفهوم الويب 2 ولا جديد في ذلك، وذلك في وقت الذي يرى فيه تيم أوريللي R.O'Reilly أنه غير في طريقة تطوير البرامج واستخدام المستخدم النهائي End users للشبكة، وهو مصطلح يصف اتجاه استخدام تكنولوجيا الويب، وتصميمها بشكل يهدف إلى دعم الإبداع والمشاركة في المعلومات وأكثر من ذلك التعاون بين المستخدمين، وهو ما أدى إلى تطوير المجتمعات القائمة على الويب Web based communities والخدمات المضيئة مثل مواقع التشبيك الاجتماعي، المدونات، والويكي، وغيرها¹.

أتاح الويب 2.0 خاصية RSS على المدونات أو المواقع الإلكترونية، حيث يمكن المستخدم من الاشتراك في خدمة الأخبار الجديدة والمتعلقة باهتماماته ويقوم الموقع تبعاً لذلك بإرسال كل ما هو جديد على بريده الإلكتروني الخاص، كما وفر للمستخدم خاصية المزج Mash up التي مكنته من الحصول على معلومات أعمق وأكثر دقة، مثل توفير عنوان شركة معينة إلى جانب خريطة لتسهيل الوصول إلى العنوان بشكل صحيح، كما أتاح للمستخدم تكنولوجيا النظير للنظير Peer to peer، وهي إمكانية تبادل الملفات بين شخصين على شبكة الانترنت، في تطوير لاحق، من ويب 2.0 المستخدم من تبادل جميع أشكال المحتويات المسموعة والمقروءة والمرئية مع مستخدمين آخرين، وسمح له بالتعليق، بل وأتاح له أن يكون مبدعاً للمحتوى content craetore، وانتشرت مواقع التواصل الاجتماعي، والويكيات "wikis"، وإمكانية البث الإلكتروني، والتدوين، وكذلك إمكانية إنتاج ومشاركة الأخبار والصور والفيديوهات².

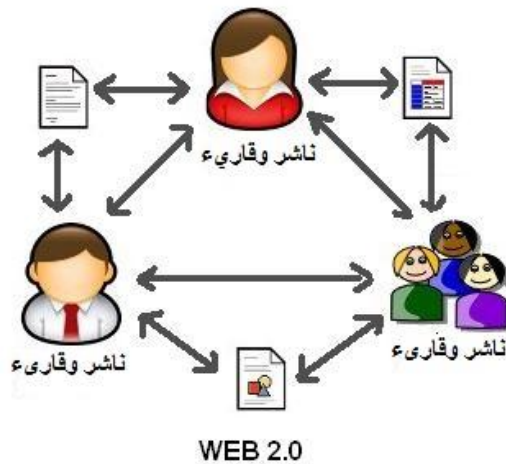
وتعتبر الشبكات الاجتماعية social net works مثل: Facebook، My Spac، Youtube، Twitter، LinkedIn، Wikipedia مثالا على الويب 2.0 حيث أتاحت للمستخدمين إمكانية تصميم صفحاتهم الخاصة، مع إمكانية الاتصال بين المستخدمين والتشارك في المحتوى، وظهرت قوة المستخدم في إدارته

¹ فرانسيس بال، مرجع سابق، ص ص: 25-26.

² البدوي، مرجع سابق، ص 43

للمحتوى عام 2006، حيث ارتبطت بكل ما يطرره، ويخلقه، ويقيمه، وينشره من مضامين على الانترنت، وبالتالي عززت تكنولوجيا الاتصال التفاعلي عملية التحول نحو الديمقراطية (Democratization) عبر اتاحة وانتشار (Proliferation) طرق بديلة للتعبير¹.

شكل رقم (9): يوضح الويب 2.0



المصدر: <http://5uta.com/t/8471805>

وارتبط التطور في السنوات الأخيرة بظهور مفهوم We media، ويزوغ جمهور المستخدمين كقوة مشاركة فاعلة في المحتوى الاخباري ورأى Dan gillmor في كتابه نحن وسائل الإعلام أن الجمهور المشارك أكثر تطلباً من المستهلكين السلبيين للأخبار passive consumers، ومن ثم أصبح المستخدم من تطوير المستخدم مع تطوير الويب في فضاء الانترنت يشعر وكأنه هو محور الخبر وليس متلقيه أو مستهلكه، أو قارئه أو متابعه².

وفي مقارنة أجرتها الباحثة "بتال كاران Patel Karen بين ويب الجيل الأول والثاني عرضت مجموعة من الاختلافات على النحو التالي:

¹ المرجع نفسه، ص44.

² المرجع نفسه، ص44.

جدول رقم (11): مقارنة بين ويب 1.0 و ويب 2.0.

Web 1.0	Web 2.0
Reading	Reading/Writing
Companies	Communités
Client-Server	Peer to Peer
HTML, Portals	XML, RSS
Taxonomy	Tags
Owning	Sharing
IPOs	Trade Sales
Netscape	Google
Web forms	Web applications
Dialup	Broadband
Hardware Costs	Bandwidth Costs
Lectures	Conversation
Advertising	Word of mouth
Service sold over the web	Web Services
Information portals	Platforms

المصدر: Karen Patel, Op cit, p 411

ثالثاً: الويب 3.0: الويب الدلالي:

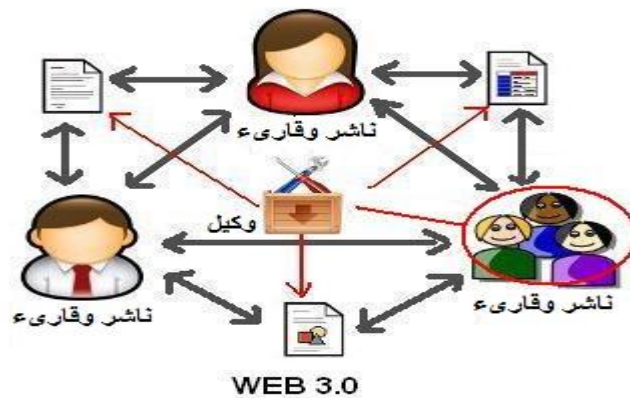
على الرغم من اعتراض البعض على مفهوم الويب 2 فإنه أصبح قائماً ومعروفاً من خلال التطبيقات التي يتعامل المستخدم على سطح المكتب ومع المتصفحات، والتي أصبحت واضحة المعالم والعوائد التي استشعرها المستخدمون خصوصاً في مجالات التحرير والنشر من خلال مواقع التشبيك الاجتماعي والمدونات وغيرها مما سوف يُستحدث في الأيام المقبلة، ولقد كان من أهم اعتراضات "تيم بيرنر لي" على المصطلح والمفهوم هو التسمية الفضفاضة التي لا تحمل معنى محدداً بذاته مثل 2، 3، 4... إلى آخره، ولكن مع هذا الاعتراض فإنه أصبح يتداول فعلاً مصطلح ويب 3.0¹ الذي أطلقه لأول مرة "جون ماركوف" "Johon Markoff" من جريدة النيويورك تايمز العام 2006²، كما يطلق عليه الويب الدلالي أو الويب ثلاثي الأبعاد 3 D web، أو الويب الدلالي Symantec Web وذلك لاعتماده على معاني ودلالات الكلمات، فهو يعتمد بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي في عمله وإدارته، كما كما يطلق عليه الويب الذكي Intelligent Web لاعتماده على تكنولوجيا الذكاء الصناعي، ويطلق عليه ويب

¹ فرانسيس فال، مرجع سابق، ص 33.

² Karen Patel, Op-cit, p412.

ويب البيانات Web of Data لاعتماده على تحويل بيانات الويب إلى لغة تفهمها الآلة.¹، وقد بدأ العلماء في التفكير في الجيل الثالث من الويب وإحدى هذه الأفكار هي ما يسمى بالويب اللغوي Semantic Web. لقد أصبح كثير من العاملين في المجال التقني والصناعي يستخدمون مصطلح "الويب 3.0" ليشيروا إلى الموجة المستقبلية لإبداع الإنترنت، وتختلف الرؤى بشكل متفاوت حول المرحلة التالية من ثورة الويب، حيث يعتقد البعض أن ظهور التقنيات مثل الويب الدلالي (الويب الذي يعتمد على فهم معاني الكلمات) سيغير طريقة استخدام الويب، وسيؤدي إلى احتمالات جديدة في الذكاء الاصطناعي، فهو يحاول تحويل دور الآلة من مجرد عارض للمدخلات التي أدخلها المستخدم إلى فهم المعلومات التي أدخلها المستخدم، وبالتالي تكون أكثر إنتاجية، ويعتمد في البحث على اللغة الطبيعية، والتنقيب عن المعلومات ومرادفاتها، والتعلم الآلي مستخدما تقنيات الذكاء الاصطناعي أو الويب الذكي.²

شكل رقم (10): يوضح الويب 3.0



المصدر: <http://5uta.com/t/8471805>

كما يتضمن الويب 3.0 مجموعة من التطبيقات الذكية التي تتيح للمستخدم تطوير معارفه، وتسهيل من عملية البحث والحصول على معلومات ثرية، عبر ربط المعرفة connecting knowledge بين المستخدم والويب، وتقديم المعلومات ذات الصلة، انطلاقاً من عدم صبر المستخدم usager impatient وبأن المكتبة يجب أن تتوجه إليه، وأن تكون خارج الحوائط bibliotheque vers lui et hors les murs³ على مستوى الويب ثلاثي الأبعاد أشار "Juan M Silva" وآخرون في هذا الصدد إلى نموذج الحياة

¹ محمد السيد النجار، "تقنية الويب 3.0 مفهومها ومكوناتها وأدواتها". بحث منشور على <http://emag.mans.edu.eg/media/pdf/30/7.pdf> في 2017/06/29، ص 15:40.

² السيد النجار، مرجع سابق.

³ البدوي، مرجع سابق، ص 59.

الافتراضية التي يشكلها المستخدم لذاته، والتي تسهم في إعادة تشكيل هويته النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، حيث يوفر الويب من هذا المنظور بعض الألعاب الإلكترونية التي بدأت عبر الانترنت player vs single player games أي الألعاب ذات المستخدم الواحد، ثم الألعاب ذات الطبيعة المواجهية player vs player ثم تطورت إلى MMO Massively Multi Player online إلى الألعاب الإلكترونية لأكثر من مستخدم واحد في ذات الوقت ثم إلى MMORPG Massively Multi Player online role playing وهي ألعاب تقمص الأدوار الاجتماعية الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الانترنت لجميع المستخدمين، وتتيح قدرة كبيرة من التفاعلية بينهم كما يقوم المستخدم باختيار أو تصميم أفتار ممثل له كي يعبر عنه داخل اللعبة.

رابعاً: الويب 4.0: ويب التفاعلية:

يعكس الويب 4.0، أو ويب التفاعلية، أو ويب التعايش تكاملاً لثلاثة أجيال متتالية من ظهور الأنترنت، حيث يشير إلى إمكانية دمج البعد المادي بالوظيفة الإلكترونية للويب واستخدامه دون التقيد بمكان محدد، يطلق Aghaei على الويب 4.0 الويب التكافلي حيث يصبح جهاز الكمبيوتر هو العقل الذي يسيطر على العمليات التي يقوم بها الانسان بعد عملية تنظيم البيانات الوضعية في ويب 3.0، في ظل هذا المفهوم، لا يتعامل الويب مع البيانات فقط، وإنما يتفاعل ويعيش مع المستخدمين الذين يتمكنون بدورهم من التفاعل والتعايش مع شبكة الانترنت.¹

وهذا ما دفع الباحث "Karn Patel" إلى القول أن الويب 4.0 بكلمات بسيطة معناه: الآلات ستصبح أكثر ذكاء في القدرة على قراءة محتويات الويب، وتصبح لديها السرعة الكبيرة في اختيار ما يتناسب مع ما يريده المستخدم وبجودة عالية².

في ظل هذا السياق، أطلقت "Benito oserio" وآخرون على ويب 4.0 نسخة الهواتف المنقلة Mobils version، حيث تلعب الاتصالات اللاسلكية Wireless Communication عبر أجهزة الحاسوب أو إدماج تطبيقات الحاسوب على الهواتف النقالة بخاصة الذكية، دوراً في بقاء الاتصال بالانترنت دون التقيد ببعدي الزمان والمكان، ومن الأمثلة على ذلك القدرة الممنوحة للمستخدم للتعرف على مدى تواجد مستخدمين آخرين في غرفة الدردشة الخاصة ببيده الإلكتروني والتواصل معهم³.

¹ المرجع نفسه، ص: 59،60.

² Karen Patel ,Op-cit,p 416.

³ البدوي، مرجع سابق، ص93.

كما يمكن استخدام جوجل للعثور على مفاتيح السيارة أو الريموت كونترول داخل المنزل، أو تقديم خيارات متعددة يمكن المفاضلة بينهما، و GPS الذي يساعد السائقين في الوصول إلى الأماكن المختلفة من خلال تقديم المعلومات حول الطرق، أو في التعرف على حالة المرور والطقس والأماكن المفتوح زيارتها¹.

خامسا: ويب: 5.0 ويب التفاعلات العاطفية:

أشارت بعض الدراسات إلى نقص الوعي العاطفي لدى الويب أو حياده عاطفيا Emotionlly Neutral، نتيجة عدم قدرته على "التفاعل عاطفيا" مع المستخدمين، حيث لا يدرك احساس المستخدم على الرغم من الامكانيات الهائلة له، ولذلك يهتم فضاء ويب 5.0 والمسمى بويب العاطفة والإحساس sensory and motive web كما أشارت " Benito-Osoris " وآخرون بإعداد قاعدة بيانات "حسية" تتضمن العواطف الأكثر شيوعاً في المجتمعات المختلفة بحيث يصبح الويب قادراً على رصد عواطف المستخدمين في مواقع مختلفة من العالم على سبيل المثال: يمكن للمستخدم البحث في الويب عن "شعور" الغالب في دولة ما، ويستطيع أن يحصل على إجابة فورية لسؤاله.

في هذا السياق أوضحت الباحثة " Patel " أن ويب 5.0 فائق الذكاء ultra- intelligence لأنه يتعامل مع الآلات وكأنها كائن حي يمكنه التفاعل فكرياً وعاطفياً مع المستخدم، في هذا الصدد أشارت المؤلفة أن الشركة Emotive Systems قد اخترعت سماعات Head phones تمكنها من التعرف على مشاعر الانسان من خلال قياس ضغط دمه مثلا مما يساعد المستخدم في الوصول إلى المحتوى الذي يتناسب مع مشاعره في وقت معين².

كما أنشئ موقع: www.wefeelfine.com " لرصد المشاعر العاطفية عبر متابعة الجمل العاطفية التي يكتبها المستخدمون، على شبكة الويب وتصنيفها وتسجيل تكرارها طبقاً لمتغيرات المكان، حيث يميز الويب الخصائص العاطفية للمستخدمين في مكان معين، ويعد قاعدة بيانات للعواطف الانسانية التي تم رصدها من مجموع المستخدمين³، وقد بدأت بعض المواقع في رصد التفاعلات العاطفية لمستخدميها وأبرزها Face book الذي أضاف إمكانية التعبير عن مشاعره Feeling في حالته⁴ .statu

¹ المرجع نفسه، ص: 93-94.

² المرجع نفسه، ص: 111.

³ المرجع نفسه، ص ص 111-112.

⁴ المرجع نفسه، ص 116.

وكخلاصة لهذا العنصر الذي استهدف تقديم توصيف تقني /اجتماعي لأهم التطورات التي شهدتها تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة، والتي من الصعب الاحاطة بكل تفاصيلها ومعطياتها لذا تم التركيز فقط على أهم الوسائل والتطورات والخدمات التي قدمتها وكان من الضروري التعرّيج على الانترنت والويب هذه الشبكة التي غيرت في تفاصيل الحياة والممارسة اليومية للمستخدمين على اختلاف أماكن تواجدهم، ورغم انتعاش ونمو الأسواق العالمية القائمة على الصناعات التكنولوجية فإن الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والنامية تسير إلى الاتساع مع تسجيل أكثر من ثلاثة مليارات من البشر الغير متصلين بهذه الشبكة والغير معنيين بالاستفادة من هذه التطورات فإن الدول المعنية أمام تحديات كبيرة لمزيد من العمل والبرامج المساعدة على الانخراط في مسار التكنولوجيا المساعدة على التنمية، وكما جاء في تقرير لجنة النطاق العريض التي تهدف أساسا إلى إيصال خدمة الانترنت إلى كل مناطق العالم أن هذا الهدف مازال بعيد التحقق خاصة مع تزايد النمو السكاني وأن هناك جهودا متواصلة من أجل توفير خدمة الإنترنت لصالح 60 % من سكان العالم قبل 2021¹.

¹تقرير لجنة النطاق العريض العالي تقرير لجنة النطاق العريض للأمم المتحدة متاح على الموقع www.broadbandcommison.org

المبحث الثالث: واقع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر:

1.3.3 قطاع الاتصالات من الاحتكار إلى الانفتاح وتبني سياسات جديدة:

شهدت الجزائر غداة الاستقلال تراجعاً كبيراً في ميدان البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال مقارنة مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، فباستثناء البنى التحتية التي كانت تخدم المصالح الاستعمارية والمعمرين بقي الشعب الجزائري خارج مجال التطور في العديد من القطاعات، إذ كان العجز المسجل في قطاع البريد والهاتف يعكس الحالة المزرية التي كان يعيشها الشعب، خاصة سكان القرى الذين أقصوا تماماً من الشبكة البريدية والهاتفية، ولهذا سارعت الدولة الجزائرية إلى تفعيل عدة مخططات تنموية¹.

ومن بين هذه المخططات التنموية المخططين الرباعيين (1970-1973) و(1974-1977) والذين هدفا إلى رفع الكثافة الهاتفية وفك العزلة عن المناطق الريفية بمد الشبكات عبر التراب الوطني من جهة، ومن جهة أخرى مد كابلات دولية بين الجزائر ودول المغرب العربي والدول الأوروبية، فبلغ عدد مشتركى الهاتف ما يقارب 259 ألف مشترك، وفي الفترة الممتدة من (1980-1989) توسعت الشبكة الهاتفية إلى حوالي 999 ألف خط هاتفي، لنتميز بعدها الفترة الممتدة من (1990-1999) بمحاولات لتطوير وتحديث القطاع حيث سجل سنة 1999 أكثر من مليون خط هاتفي ثابت، ورغم هذه الجهود إلا أن الجزائر بقيت ضمن الدول المتأخرة في مجال الاتصالات، حيث عانى القطاع من تأخر كبير مقارنة مع دول العالم والجوار، حيث لم تتجاوز الكثافة الهاتفية 0.30 % مقابل 40 % إلى 50 % في الدول الصناعية، إضافة إلى نوعية الخدمة الرديئة وعدم تغطية كل التراب الوطني².

لقد اتسمت الفترة الممتدة من 1962 إلى 1999 بصفة عامة باعتمادها على التلكس والهاتف فقط على مستوى الموارد البشرية، كما كان تعداد مهندسي وتقنيات الاتصالات ضعيفة جداً بعد الاستقلال، وعليه سارعت الدولة إلى إرسال العمال للخارج من أجل تكوينهم منذ عام 1963، وشهدت الأعوام التالية إطلاق نشاطات التكوين والتحسين تزامن مع إنشاء المدرسة الوطنية لدراسات الاتصالات

¹ "تطور قطاع البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر منذ 1962 متاح على الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيايات الاتصال <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content.le> 17/08/2017à14:32

² لمزيد من التفاصيل حول تطور قطاع الاتصال في الجزائر أنظر: شلاحي محمد البشير، واقع وتحديات سوق الهاتف النقال في الجزائر. مذكرة ماجستير غير منشورة، (جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2015 /2016)، ص ص 152، 153.

(ENET) بالجزائر العاصمة التي تهدف إلى تكوين تقنيين وتقنيين سامين، كما تم فتح المعهد الوطني للاتصالات بمدينة وهران الذي يتم فيه تكوين تقنيين سامين ومهندسين تطبيقيين.¹

كان قطاع البريد والمواصلات يخضع إلى غاية 2000 للأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975، الذي يمنح وزارة البريد والمواصلات مهمة تحديد سياسة القطاع ويعطيها دور المنظم والمتعامل بحيث كانت الخدمات البريدية والاتصالية من صلاحيات الوزارة لا غير.

وفي عام 2000 وافقت الحكومة على إجراء إصلاحات معمقة لقطاع البريد والمواصلات من أجل مواكبة تحديات القرن 21 وضم الجزائر لمجتمع المعلومات، جاءت هذه الإصلاحات نتيجة لضرورة ضمان التنافسية والتنوع داخل الاقتصاد الجزائري بمؤسساته وكذا إعطاء الأولوية لتطوير قطاع الاتصالات الموسوم بالتنافسية والحيوية، وقد أخذت لنفسها موقعا ضمن سياق العولمة المتنامية والتحضير لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة، وكذا التفاوض من أجل اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي²، ومنه أعلنت الجزائر عن خطة لإعادة هيكلة قطاع الاتصالات والمعلوماتية وتحديثه وفتحه أمام القطاع الخاص والاستثمار المحلي والأجنبي، وذلك بالتشاور مع البنك الدولي، ولم تستثن الخطة أي مجال من الهاتف النقال إلى الثابت وصولا إلى الانترنت والاتصالات الفضائية، على أن تبقى الخدمات البريدية بيد الدولة، كما جرى تغيير تسمية الوزارة إلى وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال.³

هدف تحرير قطاع تكنولوجيايات المعلومات والاتصالات إلى التطوير والعصرنة، حيث تبنت الحكومة الجزائرية في تاريخ 25 جويلية 2000 سياسة جديدة هدفت إلى:

- تطوير عرض الخدمات الهاتفية
- الزيادة في جملة الخدمات المقدمة و تحسينها باستمرار
- تطوير شبكة وطنية للاتصالات السلكية و اللاسلكية الفعالة و الموصولة بشبكات الإعلام.
- ترقية الاتصالات وتكنولوجيايات الإعلام كقطاع اقتصادي هام في تقدم اقتصاد تنافسي مفتوح على

العالم أين يمثل قطاع الخدمات جزءا هاما من الناتج المحلي الإجمالي

وترجمت هذه الإرادة الحكومية في (5 أوت 2000) بإصدار القانون 03-2000 المحدد للقواعد

العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، و الذي يهدف خاصة إلى:

¹تطور قطاع البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر منذ 1962 متاح على الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيايات الاتصال <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content.le> 17/08/2017à14:32

²المرجع نفسه.

³عباس ابن تاج، مرجع سابق، ص. 247.

- تحديد إطار دستوري لسلطة الضبط مستقلة وحررة.
- تحديد إطار وشروط ضبط النشاطات المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- خلق شروط التطور منفصلة عن نشاطات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- تحديد الشروط العامة لاستغلال ميادين البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من طرف المتعاملين.
- تطوير تقديم خدمات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ذات جودة وضمانها في شروط.
- موضوعية وشفافية وغير تمييزية في بيئة تنافسية مع ضمان المصلحة العامة.¹

وبالموازاة تم بتاريخ (12 ديسمبر 2001) إصدار القانون 20-01 المتعلق بتهيئة الإقليم وتطويره الدائم و بيان توجيهي للخدمات والبنية التحتية والاتصالات السلكية واللاسلكية والإعلام.

يهدف البيان التوجيهي للتهيئة الرقمية إلى النفاذ إلى هذه الخدمات في كافة الإقليم يشجع التطور الاقتصادي للإقليم وانضمام الجميع لمجتمع المعلومات والثقافة والتكنولوجيا، فيجب أن يحدد الأهداف التجريبية وتطور المراكز الخاصة بالموارد متعددة الوسائط، وتحديد طرق ووسائل ترقية استعمال تكنولوجيايات المعلومات والاتصال على مستوى مؤسسات التعليم التكوين المهني، ومن بين هذه الأولويات تقرر الحكومة إنهاء التحولات الاقتصادية والمؤسسية، وذلك بتحديد جهاز تنظيمي لفتح مختلف جوانب سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية للمنافسة، من أجل تنشيط وخلق مناصب العمل المباشرة وغير المباشرة ضمان نفاذ توفير خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، ولاسيما ترقية الخدمة الشاملة للاتصالات السلكية واللاسلكية، ولهذا الغرض أعربت عن إرادتها في تقليص الهوة الرقمية بين الجزائر والدول المتقدمة وتشجيع النفاذ إلى الانترنت وترقية صناعة وطنية فيما يخص تكنولوجيايات المعلومات والاتصال وهكذا أنشئت سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية في ماي 2001.²

¹المزيد من التفاصيل أنظر موقع سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية www.arpt.dz.

من خلال الاطلاع على العدد الأول من النشرة الفصلية لسلطة الضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بعنوان: **Rapport Annuel 2001**

²العمرى الحاج، دراسة قياسية لأثر تكنولوجيايات المعلومات والاتصال على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر (1995-2009). مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع اقتصاد كمي غير منشورة (جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2012/ ص ص 88،87).

وقبل التطرق إلى ما أسفرت عنه السياسة الجديدة من نتائج انعكست إيجابا على قطاع التكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر لابد من التذكير والعودة الى نقطة مهمة وهي ارتباط الجزائر بشبكة الانترنت منذ مارس 1994.

- خدمة الانترنت في الجزائر:

دخلت خدمة الانترنت الى الجزائر في سنة (1993) عن طريق مركز البحث العلمي والتقني (CERIST)¹ وذلك باعتماد خط هاتفي، وفي (1994) تم ربط الجزائر بخط متخصص عن طريق ايطاليا، وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو، بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى ب (RINAF)²، وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال افريقيا، وفي (1995) فتحت الشبكة لفائدة الباحثين ثم فتحت أول مصلحة للاشتراك سنة (1995) للأشخاص المعنويين.³ وبعد خمس سنوات من البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري رقم (256) في (جويلية 1998) الذي يتضمن انشاء مزودين خواص بخدمات الانترنت، وقد سمح هذا الاجراء للمستعملين بالحصول على استفادة أحسن من الانترنت، والتخفيف على مركز البحث في الاعلام العلمي والتقني، كما تم اصدار مرسوم آخر يرخص للمستثمرين الأجانب المخصصين في الانترنت الاستقرار في الجزائر شريطة انشاء شركات تخضع للقانون الجزائري (شراكة EEPAD-WANADOO)، ومنذ سنة (2001) عرفت شبكة الانترنت زيادة مذهلة بسبب تبسيط الاجراءات التي تم حصرها في رخص تأسيس مزودي الاستفادة من الانترنت.⁴

ومن أجل نقل خدمات الصوت والمعلومات، تتكون الشبكة الدولية من روابط بحرية وتحت أرضية وروابط فضائية، ونظرا لضغوطات الطلب على بروتوكول الانترنت IP التي املتها ضرورة انتشار الانترنت ذات التدفق العالي، تم تمديد سنة 2007 الكابل البحري ألبال2 الذي يربط الجزائر ببالما بقدرة

¹ Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique

أنشئ مركز البحث العلمي والتقني بموجب المرسوم 86/72 المؤرخ في 8 أبريل 1986 تحت وصاية المحافظة السامية للبحث، وكانت مهمته الأساسية هي العمل من أجل إقامة شبكة وطنية للاعلام العلمي والتقني، وربطها بشبكات اقليمية ودولية، وأيضا ترقية وإدخال الوسائل التقنية الحديثة كالاعلام الآلي في جمع ومعالجة وأتمتة المعلومات: أنظر قواسم بن عيسى مرجع سابق، ص 83

² Regional Information Society Network for Africa

³ رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 237

⁴ نور الدين هادف، التكنولوجيايات الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والاشباكات. دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية. مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة (جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2007:2008)، ص 142.

2.5 إلى 10 جيجابايت، أما الرابط البحري الثاني SMW4 الذي يربط عنابة بمرسيليا بدوره يمنح فرصا متنوعة من حيث الحجم ونقاط النزول المحتملة المتعددة التي تسمح بتقديم عروض متنوعة متعلقة بالصوت والإنترنت، وبغية تعزيز قدرات النطاق الترددي سيتم وضع كابل ثالث بحري بقدرة 100 جيجابايت يربط وهران بفالنسيا الاسبانية وهذا مع مطلع 2017.¹

إستراتيجية الجزائر في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال: استراتيجية التدفق العالي والعالي جدا:

سعت الدولة الجزائرية في السنوات الأخيرة إلى محاولة الرقي بقطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال رغبة في مواكبة التغييرات العالمية وذلك من خلال القيام بجملة من الاجراءات تمثلت أساسا في تبني استراتيجية واضحة المعالم والأهداف تركز على ثلاثية البنية التحتية، وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية وتبني تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الجديدة.

وفي إطار وضع السياسة العامة للحكومة وبرنامج العمل المخصص لتطوير مجتمع المعلومات، قامت وزارة البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال بإعداد مخطط وطني لتطوير تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، هذا المخطط مبني أساسا على مجموعة من الأهداف الرئيسية² والتي ستسهم بفعالية في:

- توطيد أسس الجزائر المستقرة
- تحسين الحكم الرشيد
- السعي لتحقيق التنمية البشرية
- الزيادة في ديناميات النمو الاقتصادي

إن نشر التدفق العالي والعالي جدا يعتبر أحد الركائز الأساسية للتنمية، لذلك فهو يولد تغييرات عديدة وعميقة في جميع المجالات كالنمو والتنافسية والابتكار ... سيسمح ب:

- توفير شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية الفعالة بالإضافة إلى العروض التنافسية للتدفق العالي عبر التراب الوطني بزيادة تنافسية الشركات وتعزيز استقطابها بالإضافة إلى إنعاش الاقتصاد المحلي.

¹ <http://www.mpttn.gov.dz>.15.08.2017 à8 :45

² اعتمدت الباحثة في عرض الاستراتيجية الاتصالية على الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال (<http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>) حيث يعتبر الموقع مصدرا مهما للباحثين والمهتمين للاطلاع على جديد تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر ويعتبر الموقع اضافة الى موقع سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (www.artp.dz) مواكبة مهمة للتطورات العالمية وخطوة ايجابية من طرف الوزارة المعنية.

- إن تطوير تكنولوجيايات الإعلام والاتصال يعزز الوصول إلى المعرفة ويساهم في تحسين الحياة اليومية للأفراد: العمل عن بعد، التعامل عن بعد (الإدارة الإلكترونية)، التسوق عبر الانترنت والرعاية المنزلية...
 - إن إدراج شبكات الاتصال في مخططات التهيئة العمرانية والإقليمية يقلل من الفجوة الرقمية بجميع جوانبها الجغرافية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية.
 - بفضل تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، سيكون من السهل الحفاظ على تطوير النشاطات السكانية داخل بعض المناطق المعزولة من الوطن.
 - تساهم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، بصفتها عامل للتماسك الإقليمي والاجتماعي، بقوة في توفير الخدمات الفعالة للمواطنين.
- وبالتالي، فإن شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية ذات التدفق العالي والعالي جدا لا بد أن تكون باستطاعتها تقديم القدرات اللازمة عبر كامل التراب الوطني مع ضمان الجودة والسلامة وفقا للمعايير الدولية.
- تمثل هذه الشبكة القاعدة التي تقوم عليها جميع الإجراءات التي تهدف إلى وضع عبر الانترنت خدمات للمواطنين، والمؤسسات والإدارات، ويكمن الهدف الرئيسي في وضع بنية تحتية للاتصالات السلكية و اللاسلكية ذات التدفق العالي و العالي جدا، مؤمنة وتحقيق خدمات ذات جودة عالية عبر كامل أرجاء الوطن. ولهذا، تم اتخاذ بعض إجراءات، وأخرى يجري اتخاذها، ذات أهمية بالغة تهدف إلى تعزيز وتكثيف وتنويع تكنولوجيايات النفاذ وتأمين البنيات التحتية ذات التدفق العالي والعالي جدا، بحيث تتعلق هذه الإجراءات بمنح تراخيص الجيل الثالث لمتعاملي الهاتف النقال الثلاثة (2013)، ورخص الجيل الرابع للهاتف الثابت (2014)، الجيل الرابع للهاتف النقال (قريبا)، وتعميم نشر الألياف البصرية عبر التراب الوطني وتقليص الفجوة الرقمية (الخدمة الشاملة للاتصالات السلكية واللاسلكية). بالإضافة إلى ذلك، يجري العمل تحديث الإطار التشريعي (إعداد تعديل على نص القانون) للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية لتمكين القطاع من مواكبة تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الجديدة عن طريق إدخال مفاهيم جديدة مثل فتح سوق الانترنت الثابت و تقاسم البنيات التحتية (التجوال المحلي) و قابلية نقل الأرقام والحياد التكنولوجي، وفي هذا الإطار يقوم تعزيز البنيات التحتية للاتصالات السلكية و اللاسلكية على ثلاث محاور رئيسية كالتالي:

- استكمال وتحديث شبكة النفاذ عن طريق رفع مستوى البنيات التحتية الموجودة ضمن المجال التكنولوجي للتكفل بالتطورات التقنية واحتياجات السوق من حيث تنوع الخدمات.
- تطوير البنيات التحتية الجديدة عن طريق زيادة قدرات شبكة التدفق العالي و العالي جدا (نشر الاليف البصرية والجيل الرابع للهاتف الثابت)، خاصة من أجل تسريع إخراج المناطق البيضاء، الريفية والمعزولة وكذا تلبية حاجيات السوق.
- تحسين نوعية الخدمات و استقبال الزبائن.

2.3.3 قراءة في أهم معطيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر:

يعتبر قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال قاعدة الاقتصاد الجديد، حيث يسمح بيبث قدر هائل من المعلومات ويسرعة كبيرة، وهذا ما يجعله مورد متزايد الأهمية بالنسبة للمؤسسات والحكومات، فبفضل التركيز العالمي على تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتحول الاستراتيجي نحو اقتصاد المعرفة قفزت التطورات العلمية العالمية بالبشرية إلى أفاق جديدة من التقدم والرخاء مما لا يترك أي تردد للاندماج في الاقتصاد العالمي الجديد ومسايرة التقدم التقني والتكنولوجي.

وفي هذا المجال وفي اطار الاصلاحات الشاملة التي باشرتها الجزائر سعيا منها لمواكبة التطورات الحاصلة أخذت تكنولوجيا الاعلام والاتصال حيزا كبيرا من اهتمامات الدولة، وأدى ذلك لنشأة عدة مواقع الكترونية تعكس الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتنمية هذا القطاع ،ففضاءات الانترنت أصبحت تتزايد بسرعة ودخلت إلى البيوت والمؤسسات والإدارات، كما أن انخفاض تكاليف الهواتف النقالة وتطورها جعل استعمالها في متناول شريحة واسعة من المجتمع الجزائري ،وهذه المؤشرات تجعل من المحيط المعلوماتي الجزائري يكتسب مؤهلات مقبولة مقارنة بما كان عليه في الماضي القريب، كما أن هذه المبادرات المهمة والتي تعبر عن صحوة الحكومة الجزائرية يمكن أن تكون بادرة نحو الأفضل.¹

ولمعرفة أهم التطورات التي مست قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الجزائر تستعرض الباحثة مؤشرين أساسيين يتعلقان بشبكة الهاتف في الجزائر بجزئيتها الثابت والنقال إضافة إلى شبكة الانترنت كونها تمنح دلالات عن مدى انخراط الجزائر في المنظمة الاتصالية العالمية.

¹عباس ابن تاج، مرجع سابق، ص ص 253،254

1.2.3.3 شبكة الهاتف في الجزائر:

منذ تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر عرف تحولات كبيرة وربما تجلت أكثر على مستوى شبكة الهاتف النقال نظرا للمنافسة الكبيرة التي يعرفها هذا القطاع بتواجد ثلاث متعاملين يتنافسون على استقطاب أكبر عدد ممكن من الجزائريين وبالتوازي أيضا مع نمو سوق الهواتف النقالة في العالم كما سبق الإشارة إليه، من جهته سوق الهاتف الثابت كان له نصيبا من النمو والاستقطاب خصوصا مع دخول خدمة الجيل الرابع (GLTE4).

- شبكة الهاتف الثابت:

جدول رقم (12): تطور مشتركري الهاتف الثابت في الجزائر خلال سنوات 2013-2015

المؤشرات	السنوات	2013	2014	2015 (السداسي الأول)
عدد المشتركين في الهاتف الثابت		3138914	3098787	3192064
الكثافة الهاتفية		%8.11	% 7.85	% 8.08
عدد الاشتراكات السكنية		2692264	2669241	2756875
نسبة الولوج لكل منزل		%41.23	%40.04	% 47.89
عدد الاشتراكات المهنية		446650	429546	435189

المصدر: وزارة البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال : <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>

من خلال المعطيات المقدمة يلاحظ أن الهاتف الثابت في الجزائر يتجه نحو الاستقرار وهي ظاهرة تمت ملاحظتها في العالم بأسره تقريبا بحيث يعرف عدد مشتركري الهاتف الثابت انخفاضا من سنة إلى أخرى ففي الجزائر نلاحظ أن 08 أشخاص من أصل 100 يستفيدون من خدمات الهاتف الثابت، ويرجع السبب في ذلك لتوجه المواطنين نحو تكنولوجيا الهاتف النقال وما يتمتع به من مزايا وخدمات مختلفة، في حين ترك الهاتف الثابت عند أغلب الجزائريين المستخدمين لوظيفة استقبال المكالمات، والربط من خلال شبكة الانترنت عن طرق (ADSL).

وبالعودة إلى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية فقد أصدرت تقريرها لسنة 2016 تحت عنوان مرصد سوق الهاتف الثابت في الجزائر ضمنته من جهتها مجموعة من الاحصائيات والأرقام جاءت على النحو التالي:

جدول رقم (13) توزيع مشتركى الهاتف الثابت فى الجزائر.

التطور	2016	2015	المشتركون السنوات
%5.35+	3174759	3013460	مشتركو السلكى
%9.52 -	229950	254132	مشتركو WLL
%4.20+	3404709	3267592	مجموع المشتركىن

المصدر: مرصد سوق الهاتف الثابت فى الجزائر سنة 2016، ص 3 (www.arpt.dz).

وما يلاحظ على هذا الجدول أيضا هو تسجيل نمو وتطور فى حظيرة مشتركى الهاتف الثابت فى الجزائر إلى غاية نهاية ديسمبر 2016، أين قدر تطوره بـ 4.20%، كما أشار التقرير إلى أن نسب الأسر التى لديها خط هاتفى ثابت بلغ مع نهاية 2016 نسبة 43.40% وهو ما أعتبر زيادة مقابل إحصائيات سنة 2015.¹

ترى الباحثة كما كثير من المتتبعين أن بقاء سوق الهاتف الثابت فى الجزائر محتكرا من طرف اتصالات الجزائر على اعتبارها المتعامل التاريخى والوطني وعدم فتح السوق على المنافسة مثل ما شهده الهاتف النقال يعتبر من بين الأسباب التى جعلت نسبة المشاركة متوسطة، فى حين يرجع السبب أيضا إلى أن العديد من الولايات الجزائرية وخاصة الداخلية والجنوبية وأيضا المناطق الريفية مازالت تفتقد إلى البنية التحتية التى تمكنها من امتلاك خط هاتفى وبقيت منعزلة وبعيدة عن مظاهر الحياة المدنية القائمة اليوم على قطاع الاتصال والمعلومات وذلك على الرغم من الجهود التى بذلت فى هذا السياق.

- شبكة الهاتف النقال:

أدخل أول هاتف نقال إلى الجزائر من نوع: Radio Téléphone Mobile :NMT/NOKIA (Analogique) سنة 1994، وفى نهاية 2000 تم إحصاء أكثر من 180000 مواطن مشترك فى الهاتف، وفى جانفى 1999 أدخل النظام الرقمى GSM إلى الجزائر، حيث بلغ عدد المشتركىن 116000 مشترك، ومع نهاية 2001 تم احلال كلى للنظام الرقمى GSM مكان النظام التماثلى MNT².

¹ سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرصد سوق الهاتف الثابت فى الجزائر سنة 2016، ص 4 www.arpt.dz

² الحاج، مرجع سابق، ص 93.

ومع انفتاح سوق الهاتف النقال بفضل قانون 03-2000 تم فتح السوق أمام المستثمرين الخواص من أجل التنافس على تقديم خدمة عمومية ذات جودة بسعر معقول على المستوى الوطني. شهد سوق الهاتف النقال انفجارا كبيرا بسرعة فائقة، ففي عام 2002 نزل إلى السوق متعامل هاتفي جديد أوراسكوم تيليكوم الجزائر (جيزي) لينافس المتعامل العمومي اتصالات الجزائر (موبيليس) وسط ترقب المستخدمين، وسرعان ما زادت حدة التنافس عام 2004 بقدوم الوطنية للاتصالات الجزائر (نجمة -أوريدو حاليا) وفي عام 2001 تم تنصيب سلطة الضبط البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال (Arpt) من أجل السهر على السير الحسن للسوق والمنافسة وكذا حماية المصلحة العامة للمستخدمين، ومنذ عام 2014 تم إطلاق خدمة الجيل الثالث تدريجيا لتغطي كافة التراب الوطني، وخلال سنة 2016 أطلق الجيل الرابع للهاتف الثابت والنقال حيز الخدمة حيث مازالت نسبة تغطيتهما في بدايتها.¹

- حصص المتعاملين من سوق الهاتف النقال في الجزائر:

ينشط في سوق خدمات الهاتف النقال كما تم الإشارة إليه ثلاث متعاملين وقبل عرض كيف توزعت حصص سوق الهاتف النقال بين هؤلاء المتعاملين يمكن تقديم تعريف موجز لكل متعامل على النحو الآتي:

- **اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس: Algérie Telecom Mobile-ATM Mobilis**
تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس فرعا لمؤسسة اتصالات الجزائر والمتعامل الأول للهاتف النقال بالجزائر، أصبحت مستقلة في شهر أوت 2003، تقوم بوضع واستغلال وتطوير شبكات الهاتف النقال وكذا تسوق الخدمات وأجهزة الهاتف النقال، وقد حددت موبيليس منذ نشأتها عدة أهداف رئيسية تتمثل في: كسب رضا الزبون ووفائه، الابداع والتقدم التكنولوجي، وهذا ما مكنها تحقيق أرقام أعمال مهمة وتوصلها في وقت قصير لضم 10 ملايين مشترك، شعارها "أينما كنتم" وهو شعار يلتزم بالإصغاء الدائم والالتزام بلعب دور هام في مجال التنمية المستدامة وبمساهمتها في التقدم الاقتصادي، بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي، لديها 175 شبكة تجارية وهي متواصلة الارتفاع، كما تمتلك 15451 نقطة بيع معتمدة إضافة إلى أكثر من 60000 نقطة بيع غير مباشرة، وصل عدد عملها إلى 5035 وقر رقم أعمالها السنوي ب 86.060.000.000 دج.²

¹المزيد من التفاصيل أنظر تطور قطاع البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال منذ 1962 [/http://www.mpttn.gov.dz/ar/content](http://www.mpttn.gov.dz/ar/content)

² 48:8 . <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>.le 19.08.2017

▪ أوبتيوم للاتصالات الجزائر: Optimum Télécom Algérie-OTA Djezzy

تعتبر مؤسسة أوراسكوم تيليكوم الجزائر فرعا من فروع المجمع المصري أوراسكوم تيليكوم وقد تحصلت على رخصة من أجل وضع واستغلال شبكة الهاتف النقال تحت علامة "جازي" في 30 جويلية 2001 وأطلقت شبكتها في 15 فيفري 2002، كما تحصلت على رخصة ثانية من نوع GSM، ما سمح للمتعامل "جازي" للجيل الثاني والثالث وvsta باحتلال الريادة في سوق الاتصالات في الجزائر، أصبحت جازي تنتمي إلى مجمع "فييلكوم VIPELCOM" وهي مؤسسة عالمية للاتصالات سنة 2011، لتتحول أوراسكوم تيليكوم سنة 2013 إلى أوبتيوم تيليكوم الجزائر، وبمقتضى الاتفاق الذي انعقد سنة 2014 والمتمم سنة 2015 تحصلت الدولة الجزائرية على 51% من أسهم المؤسسة عن طريق الصندوق الوطني للاستثمار (FNI) وبعد 15 سنة من النشاط تمكنت جازي من الحفاظ على مكانتها بفضل 17 مليون مشترك مع نهاية 2015، والشبكة التي بلغت نسبتها 95% من التراب الوطني، كما تتوفر خدمتها للجيل الثالث في 48 ولاية منذ نهاية 2016 وقد تم إطلاق خدمات الجيل الرابع في أكتوبر 2016، بالإضافة إلى العائدات التي تجاوزت 140 مليار دينار، يبلغ عدد موظفيها 3786، لديها 12510 نقطة بيع.¹

▪ الوطنية للاتصالات Wataniya Télécom Algérie –WAT Ooredoo:

شركة ذات أسهم، تنشط بالجزائر منذ 23 سبتمبر 2003، التاريخ الذي تحصلت فيه على الرخصة الخاصة بتقديم خدمات الهاتف النقال في الجزائر، بحيث تم إطلاق التجاري للخدمات بتاريخ 24 أوت 2004 تحت علامة "نجمة"، تعد نجمة التي أصبحت أوريدو في 21 نوفمبر 2013 الفرع الجزائري لمجمع أوريدو، وهي اول متعامل متعدد الوسائط موفر لخدمات الهاتف النقال لتكنولوجيا الجيل الثاني والثالث بالجزائر، في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركة تلتزم شركة أوريدو بتغطية ورعاية مختلف الأنشطة والفعاليات الرياضية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية حيث ساهمت في وضع أول حاضنة موجهة للمؤسسات الناشئة التكنولوجية والمبدعة وهذا بالشراكة مع الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANDPME) تغطي أوريدو 65% من الجيل الثالث، ولقد بلغ عدد مشتركها سنة 2015 13 مليون، وعدد موظفيها 3300 موظف، وقد رقم أعمال المؤسسة خلال سنة 2015 ب110.7 مليار دينار جزائري (1.1 مليون دولار أمريكي)، لديها 650 نقطة بيع.²

¹ www.djezzy.dz, <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content.le> 19.08.2017 à 8:49.

² www.ooredoo.dz, <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content.z.le> 19.08.2017 à 8:50.

ولتوضيح المعطيات المتعلقة بسوق الهاتف النقال في الجزائر تقترح الباحث عرض الجدول الآتي:

جدول رقم (14): عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب المتعاملين.

التطور	2016		2015		2014		السنوات المشتركون حسب الخدمة
	النسبة %	عدد المشتركين	النسبة %	عدد المشتركين	النسبة %	عدد المشتركين	
%13.31+	% 7.05	2083114	9,89	1838492	15,01	1518629	مشتركو ADSL
%83.28+	% 2.63	775792	2,82	423280	0,79	80693	مشتركو انترنت الجيل الرابع للتأب 4G LTE
%53.51+	85.36 %	2521473 2	87,81	16319027	84,15	8509053	مشتركو انترنت الجيل الثالث للنقال 3G
/	% 4.96	1464811	/	/	/	/	مشتركو انترنت الجيل الرابع لنقال 4G
%7.73+	0.001 %	251	0,01	2008	0,01	2021	مشتركو Wimax اتصالات الجزائر
/	/	/	0,003	620	0,005	542	مشتركو VSAT
51.09+ %	29538700		18583427		10110938		العدد الاجمالي لمشتركي الانترنت

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات تقريرى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية لسنتي 2015 و 2016 بعنوان: مرصد سوق الانترنت في الجزائر، أنظر www.artp.dz

يلاحظ من خلال معطيات هذا الجدول أن هناك ارتفاعا في حظيرة المشتركين في الهاتف النقال قدرت بـ 3.65 مليون مشترك نشيط خلال سنة 2016، أي بزيادة قدرها 8.41 % بالمقارنة مع الفترة الماضية وحسب معطيات سلطة الضبط في تقريرها لسنة 2016، فإنه من بين 47 مليون مشترك نشيط 20.362 مليون أي ما يعادل 43.28% هم مشتركو شبكة GSM أو الجيل الثاني للهواتف النقال كما سبق الإشارة اليه، 25.215 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث 3G أي ما يعادل 53.60 % و 1.465 مليون مشترك في شبكة الجيل الرابع 4G أي 3.11 %، قدرت الكثافة الهاتفية لنقال الجيل الثالث 60.67 % أي ما يعادل 61 مشترك من بين 100 نسمة وذلك خلال سنة 2016، في حين

قدرت الكثافة الهاتفية لنقال الجيل الرابع 3.53% أي ما يعادل 4 مشتركين من بين 100 نسمة، ولقد فضل 90.18% من المشتركين اختيار صيغة الدفع المسبق مقابل 9.82% اختاروا الدفع البعدي¹.

ونستنتج من رصد هذه المعطيات أن الجزائريين على غرار باقي سكان العالم اندمجوا بشكل كبير مع تطورات سوق الهاتف النقال حيث تبين المعطيات أن هناك الكثيرين ممن يمتلكون أكثر من شريحة هاتفية (تجاوز عدد المشتركين عدد السكان الجزائريين الذي قدر بحوالي 44 مليون نسمة خلال سنة 2016) حيث نجح متعاملوا الهاتف النقال في عملية الاستقطاب من خلال تقديم خدمات متنوعة ومختلفة وتنافسية وفي ذلك يرى الباحث "عباس ابن لحر تاج" أن الهاتف النقال سيظل هو النموذج الناجح في مجال التحرير والانفتاح وهذا في اطار الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية والرامية الى تنمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأمين خدمة جيدة للمواطنين مع الحرص على تهيئة الأرضية والبنية التحتية للمتعاملين الاقتصاديين².

2.2.3.3 شبكة الانترنت في الجزائر:

وصل عدد مشتركي الانترنت سنة 2016 إلى 29538700 مستخدم جزائري، ينفذون إليها من بيوتهم، ومن المؤسسات والإدارات ومن مختلف فضاءات الانترنت المتوفرة، حيث سجلت سوق الانترنت زيادة كبيرة مقارنة بالسنة الماضية 2015 أين وصل عدد المشتركين إلى 18581032 مستخدم أي بزيادة نمو وصلت إلى +51.09% تزامنت هذه الزيادة مع اتساع خدمات الانترنت من الجيل الثالث، إضافة إلى دخول خدمة الجيل الرابع للثابت والنقال (4G+4GLTE) حيز الخدمة، مع تواصل الخدمات الأخرى (ADSL, Wimax, VSAT)، وفيما يلي عرض لأهم التطورات التي شهدتها سوق الانترنت خلال ثلاث سنوات الأخيرة، أين سجلت نموا وزيادة كبيرة مقارنة بالسنوات الماضية (من ربع مليون سنة 2000 إلى قرابة 30 مليون مستخدم سنة 2016).

ولتوضيح معطيات الانترنت في الجزائر تقترح الباحثة عرض الجدول الآتي:

¹لمزيد من التفاصيل أنظر: مرصد سوق الهاتف النقال في الجزائر سنة 2016، ص 3. www.artp.dz

²ابن لحر تاج، مرجع سابق، ص 254

جدول رقم (15): تطور الحظيرة الاجمالية لمشتركي الانترنت في الجزائر.

التطور	2016		2015		2014		السنوات المشتركون حسب الخدمة
	النسبة %	عدد المشتركين	النسبة %	عدد المشتركين	النسبة %	عدد المشتركين	
%13.31+	% 7.05	2083114	9,89	1838492	15,01	1518629	مشتركو ADSL
%83.28+	% 2.63	775792	2,82	423280	0,79	80693	مشتركو انترنت الجيل الرابع للثابت 4G LTE
%53.51+	%85.36	2521473 2	87,81	16319027	84,15	8509053	مشتركو انترنت الجيل الثالث للنقال 3G
/	% 4.96	1464811	/	/	/	/	مشتركو انترنت الجيل الرابع للنقال 4G
%7.73+	0.001 %	251	0,01	2008	0,01	2021	مشتركو Wimax اتصالات الجزائر
/	/	/	0,003	620	0,005	542	مشتركو VSAT
%51.09+	29538700		18583427		10110938		العدد الاجمالي لمشتركي الانترنت

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات تقريرى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية لسنتي 2015 و 2016 بعنوان: مرصد سوق الانترنت في الجزائر، أنظر www.artp.dz.

من خلال معطيات الجدول وبالعودة إلى تقرير مرصد سوق الانترنت لسنة 2016 والذي أصدرته سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية نجد أن الحظيرة الاجمالية لمشتركي الانترنت سجلت ارتفاعا قدر ب 11 مليون مشترك خلال سنة 2016، أي زيادة قدرها 51% بالمقارنة مع نفس الفترة من السنة الماضية، نشأت هذه الزيادة من جهة، نتيجة للنمو الكبير المسجل في حظيرة مشتركي انترنت الجيل الثالث 3G حيث انتقل عدد المشتركين من 16 مليون خلال سنة 2015 إلى 25 مليون خلال سنة 2016، ومن جهة أخرى نتيجة لزيادة حظيرة مشتركي إنترنت الجيل الرابع للثابت التي إرتفعت ب 83% في سنة 2016 بالمقارنة مع سنة 2015.

يلاحظ أيضا على الجدول تسجيل ارتفاع في عدد مشتركى خدمة الانترنت فائقة السرعة أما بالنسبة لخدمتي الجيل الرابع للثابت والنقال فإنه ينتظر أن تسجل ارتفاعا خلال السنوات القادمة، للإشارة بلغت كثافة الانترنت خلال سنة 2016 نسبة + 71.17% وهي كثافة مرتفعة عن سنة 2015 التي قدرت بـ 46%¹.

ورغم ارتفاع الأسعار نسبيا لتقنية الجيل الثالث يبدو أن المواطن الجزائري يفضل استعمالها لكونها سهلة الولوج، وتتماشى مع طبيعة الهواتف النقالة وحتى الألواح الذكية التي أصبحت واسعة الانتشار في الجزائر، من جهته أشار موقع وزارة البريد والتكنولوجيايات أنه في إطار عصرنة البنيات التحتية والخدمات، تتواصل عملية الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي السداسي الأول من عام 2015 تم ربط 84 بلدية من مجموع 1296 بشبكة الألياف البصرية وذلك دعما لمخطط عمل اتصالات الجزائر الذي يهدف إلى عصرنة الشبكة والتي لا يمكن تحقيقها إلا بتكثيف شبكة الألياف البصرية بهدف نشر شبكات الصوت والمعلومات على المستوى الوطني وكذا تعميم استخدام دعامة الألياف البصرية على المستوى الحضري عن طريق استبدال الكوابل النحاسية المهترئة والمكلفة والتي تعتبر السبب الرئيسي لسوء الخدمات المقدمة كما أشار الموقع ذاته أنه بهدف تطوير الادارة الالكترونية تم وضع مواقع انترنت مؤسساتية من أجل السماح للمواطنين بالوصول إلى مختلف المعلومات الضرورية والتفاعل مع الإدارة وكذلك من أجل إجراء بعض العمليات إلكترونيا، حيث قدرت الوزارة حسب إحصائيات 2015 أن عدد مواقع الانترنت الجزائرية (dz) وصل إلى 7148 موقع، في حين بلغ عدد المواقع المؤسساتية (من الوزارات والهيئات التابعة لها) 587 موقعا، وفي دراسة حديثة أجرتها وزارة البريد والتكنولوجيايات الاعلام والاتصال عبر مديرياتها الولائية تم إحصاء حوالي 5548 مقهى انترنت (cybercafé)².

4.3.3 قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر في ضوء التصنيفات العالمية:

قبل تقديم قراءة للإحصائيات الجزائرية في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال تجد الباحثة أنه من المهم التذكير بأهمية تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في وقتنا الحاضر وأن الانخراط في هذا المسعى ليس أمرا اختياريا لأي دولة كانت، وإنما أصبحت ضرورة وحتمية بحيث تعد هذه التكنولوجيايات من أهم عوامل التنمية في العصر الحالي، ولقد جاء في تقرير مؤشر المعرفة العربي 2015 أن تكنولوجيايات

كثافة الانترنت تمثل عدد المشتركين في 100 نسمة، ولقد بلغ عدد السكان بحسب الديوان الوطني للإحصائيات 40,4 مليون نسمة، أنظر مرصدي سوق الانترنت في الجزائر سنة 2015، سنة 2016 موقع سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية. (www.arpt.dz)

² <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>

المعلومات والاتصالات ساهمت على نحو فعال في تنمية وبناء اقتصاديات العديد من البلدان المتقدمة التي تعتمد على ما يعرف باقتصاد المعرفة، وقد شهدت تكنولوجيايات المعلومات والاتصالات تقدما مذهلا وسريعا في الأجهزة والمعدات والبرامج والأدوات المستخدمة، ما ساهم إيجابيا في تنمية الكثير من القطاعات الاقتصادية والصحية والتعليمية وتطويرها...¹

والجزائر من خلال الاستراتيجيات التي سبق الإشارة إليها وعلى الرغم من التأخر في دخول مجال التكنولوجيايات إلا أنها وكما تم عرض المؤشرين كانت كلها تتجه نحو النمو والايجابية في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، لكن كان هذا النمو وطنيا ولنرصد مكانة الجزائر ونتائجها المحققة نحتاج إلى إعادة قراءة المنجزات في ظل النطاق العالمي، الحديث عن المؤشرات العالمية يقود بالضرورة إلى الحديث عن الاتحاد الدولي للاتصالات باعتباره الجهة المتابعة للإحصائيات والتقارير والمهتمة بمجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، وعليه قامت الباحثة بمتابعة التقرير الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات في نسخته لسنة 2015 و2016، عرض التقرير الأول الذي جاء في نسخته الانجليزية تحت عنوان Measuring the Information Society Report 2015 أن الجزائر تحتل المرتبة 12 عربيا، في حين تحتل المرتبة 113 عالميا من أصل 175، التقرير الذي قارن النتائج بسنة 2010 صنف الجزائر وقتها في المرتبة 114.²

¹ مؤشر المعرفة العربي 2015، مرجع سابق، ص 71.

² International Telecommunication Union "Measuring the Information Society Report 2015, Printed in Switzerland, Geneva, 2015, P65.

جدول رقم (16): ترتيب الدول العربية في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال خلال سنتي 2010 و2015.

الدول	التصنيف العربي 2015	التصنيف العالمي 2015	النقاط (IDI) 2015	تصنيف العالمي 2010	النقاط (IDI) 2010	التغير بين 2010 و2015
البحرين	1	27	7.63	48	5.42	21
قطر	2	31	7.44	37	6.10	6
الإمارات	3	32	7.32	49	5.38	17
السعودية	4	41	7.05	56	4.96	15
الكويت	5	46	6.38	45	5.64	1-
عمان	6	54	6.33	68	4.14	14
لبنان	7	56	6.29	77	4.18	21
الأردن	8	92	4.75	84	3.82	8-
تونس	9	93	4.73	93	3.62	0
المغرب	10	99	4.74	96	3.55	3-
مصر	11	100	4.40	98	3.48	2-
الجزائر	12	113	3.71	114	2.99	1
سوريا	13	117	3.48	106	3.14	11-
السودان	14	126	2.93	127	2.05	1
جيبوتي	15	148	2.19	143	1.69	5-
موريتانيا	16	150	2.07	146	1.63	4-
المجموع		5.10			3.88	

المصدر:

Measuring the Information Society Report 2016, International Telecommunication Union, Printed in Switzerland, Geneva, 2015, P70.

وبمتابعة معطيات هذا الجدول نلاحظ أن الجزائر من 2010 إلى 2015 لم تشهد تغييرا كبيرا في

ترتيبها وبقيت متأخرة في التصنيف وخلف عديد الدول العربية وحتى الإفريقية كما جاء في التقرير.

أما التقرير الثاني الذي جاء تحت عنوان Measuring the Information Society Report 2016 فقد كشف على أن الجزائر بقيت في الترتيب 12 عربيا، في حين إرتقت إلى المرتبة 103 عالميا ومعنى هذا أن الجزائر وحسب التقرير دائما قد استفادت من 9 أماكن وحقت تقدما ب3.74 نقطة.¹

جدول رقم (17): ترتيب الدول العربية في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال خلال سنتي 2015 و 2016.

الدول	تصنيف العربي 2016	التصنيف العالمي 2016	النقاط (IDI) 2016	تصنيف العالمي 2015	النقاط (IDI) 2015	التغير بين 2015 و 2016
البحرين	1	29	7.46	28	7.42	1-
الامارات	2	38	7.11	35	6.96	3-
السعودية	3	45	6.90	38	6.88	7-
قطر	4	46	6.90	43	6.78	3-
الكويت	5	53	6.54	48	6.45	5-
عمان	6	59	6.27	58	6.04	1-
لبنان	7	66	5.93	61	5.91	5-
الاردن	8	85	5.06	89	4.76	4
تونس	9	95	4.83	95	4.49	0
المغرب	10	96	4.60	98	4.26	2
مصر	11	100	4.44	97	4.26	3-
الجزائر	12	103	4.40	112	3.74	9
فلسطين	13	106	4.28	103	4.12	3-
سوريا	14	122	3.32	120	3.21	2-
السودان	15	139	2.60	134	2.56	5-
موريتانيا	16	151	2.12	154	1.90	3
اليمن	17	155	2.02	151	1.96	4-
جيبوتي	18	161	1.82	160	1.73	1-
المجموع		4.81			4.63	

المصدر:

Measuring the Information Society Report 2016, International Telecommunication Union, Printed in Switzerland, Geneva, 2016, P52.

¹International Telecommunication Union Measuring the Information Society Report 2016, Printed in Switzerland, Geneva, 2016, P52.

ما لوحظ على تقرير 2016 هو الاشارة المهمة التي قدمها لصالح الجزائر حيث صنف الجزائر من بين الدول الأكثر ديناميكية (The most dynamic country) متجاوزة كلا من الأردن والمغرب وتونس وعمان أين حققت 0.66 نقطة، كما أشار التقرير أن الجزائر شهدت خلال سنة 2016 نموا كبيرا في استخدام وتغلغل الهواتف النقالة (mobile-broadband penetration) مقارنة بالمملكة السعودية والمغرب وتونس، وأيضا سجل التقرير أن الجزائر اعتبرت من اكثر الدول العربية التي شهدت انتشار الانترنت في المنازل (Algeria was, by some distance, the strongest performer)¹

جدول رقم (18) الدول العربية الأكثر ديناميكية في قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال خلال 2015-2016.

الدول	الترتيب العالمي	الترتيب المحلي	الديناميكية
الجزائر	103	12	0.66
الأردن	85	8	0.38
المغرب	96	10	0.35
تونس	95	9	0.34
عمان	59	6	0.24

المصدر:

Measuring the Information Society Report 2016, International Telecommunication Union, Printed in Switzerland, Geneva, 2016, P53.

المتابع للتقريرين يسجل تثمين الاتحاد الدولي للاتصالات للجهود المبذولة من طرف الجزائر من أجل تحسين وضعيتها في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، لكن ما يجب التنبيه إليه هو استمرار الجزائر في تصنيفات متأخرة (mal classé) على اعتبار أن التصنيف شمل 175 دولة ووجود الجزائر في مراتب متأخرة خلف الجارة تونس التي تحتل حسب التقرير المرتبة التاسعة عربيا و95 عالميا أو المغرب التي تأت مباشرة بعد تونس في التصنيف وبين دول عربية أخرى على غرار البحرين المتصدرة عربيا و29 عالميا، الامارات العربية المتحدة التي تأت بعد البحرين و38 عالميا، السعودية الثالثة عربيا و45 عالميا وغيرها من البلدان التي جاءت في مراتب متقدمة عربيا وعالميا يجعل رهان الانخراط في مصاف الدول التكنولوجية مازال يحتاج عملا وبرامج وسياسات من شأنها تدعيم القطاع.

¹ Ibid, P53.

اعتبرت مشاريع مثل مشروع أسرتك الأول والثاني لدعم شراء والحصول على أجهزة الكمبيوتر على مستوى الأسر الجزائرية ثم عمليات تزويد المدارس الجزائرية والجامعات بشبكات الحاسوب والانترنت لدعم العملية التعليمية، مشروع الحظيرة التكنولوجية "سيدي بوعبد الله"، إنشاء شبكة الجزائر صحة "santé Algérie" ... وغيرها من المشاريع التي تدخل في سياق الاهتمام بمجال التكنولوجيا والوعي بضرورتها، ولعل تبني الجزائر لمشروع الحكومة الالكترونية منذ سنة 2008 أعتبر من أهم الخطوات التي باشرت بها الدولة الجزائرية بالتنسيق مع مختلف الشركاء من مؤسسات، إدارات عمومية، المتعاملين الاقتصاديين العموميين والخواص، الجامعات، مراكز البحث والجمعيات المهنية التي تنشط في مجال العلوم وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال بدأت تظهر ثماره خصوصا مع السنوات الأخيرة (2015،2016،2017) حيث تحولت الكثير من المعاملات من طابعها الورقي البيروقراطي إلى الرقمنة وتسريع وتنظيم تعاملات المواطنين فاتجهت الجزائر نحو تبني التسجيلات الإلكترونية في كثير من المسابقات والقطاعات على غرار قطاع التربية من خلال تسجيل ومتابعة نتائج امتحانات مختلف الأطوار، وكذا استفادت من العملية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي التي تدعمت مؤسساتها الجامعية المختلفة بمواقع إلكترونية وقواعد بيانات لتسهيل عملية التواصل مع مختلف مكونات الأسرة الجامعية... وغيرها من المشاريع مازلت تحتاج إلى المواصلة والتنويع في مختلف القطاعات، وأن التنويه الذي حصلت عليه الجزائر بفضل التطوير الحاصل في مجال الهاتف النقال يحتاج الاستمرارية والتطوير والانتقال إلى القطاعات الأخرى.

4.3.3 تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بوابة الاقتصاد الجديد:

أصبحت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في الوقت الراهن حاضرة في كل النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما أنها تمثل أحد عوامل المنافسة داخل الاقتصاد المعاصر. ففي الوقت الذي أصبح فيه قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال يكتسي أهمية بالغة بالنظر لتأثيره على قطاعات النشاطات الأخرى وتطورها، وبات من جهة أخرى ضروريا أن تتم متابعة وقياس اقتصاد تكنولوجيايات الإعلام والاتصال والبريد وعليه فإن وزارة البريد وتكنولوجيايات الإعلام والاتصال تقوم بإعداد إحصائيات دورية متعلقة بـ:

- مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام للبلد.

▪ عدد وتوزيع المؤسسات الناشطة في قطاع البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال بما يتوافق مع القائمة المتداولة لدى المركز الوطني للسجل التجاري.

▪ التجارة الخارجية للمنتجات الخاصة بتكنولوجيايات الاعلام والاتصال¹.

ورغم هذا الوعي المسجل من طرف الدولة الجزائرية بأهمية وضرورة الاستفادة من تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في التنمية والاقتصاد إلا أن تقارير المنتدى الاقتصادي تشير إلى أن الجزائر مازلت بعيدة حتى على الدول العربية في مجال إدماج تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في الخدمات الاقتصادية وفي ذلك يرى الباحث "حمر تاج" أن ظهور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر تزامن مع تطور فضاء الانترنت، غير أنها لم تكن محرك للتفاعل مع الاقتصاد، إن هذا التفاعل الذي يعتبر كنتيجة للاندماج الجديد في الاقتصاد الصناعي يجب أن يحدث تكامل بين تكنولوجيا الاعلام والاتصال والاقتصاد والذي يقود إلى الاقتصاد الجديد، غير أن تطبيق هذه التكنولوجيايات في الجزائر لم يمس القطاع الصناعي حيث اعتبرت كأداة تسلية بدلا من اعتبارها كوسيلة استدراك اقتصادية في استراتيجية تنمية البلد.²

جدول رقم يوضح (19): حجم الاستثمار في مجال الاتصال في الجزائر خلال سنتي 2013-

2014.

2014	2013	السنوات
		المؤسسات الاستثمارية
713,724 مليار دج	591,771 مليار دج	مجموع قيمة الاستثمارات الخاصة بالمتعاملين الثلاثة للهاتف النقال والثابت
499 مليار دج	459 مليار دج	رقم الأعمال في قطاع الاتصالات
2,90%	2,80%	نسبة مساهمة قطاع الاتصالات (الناتج الخام الداخلي)

المصدر: وزارة البريد وتكنولوجيايات الاعلام والاتصال <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>

من خلال الجدول نلاحظ أن رقم الأعمال المحقق في قطاع الاتصالات قدر ب 499 مليار دج عام 2014 مقابل 459 مليار دج سنة 2013، أي بنسبة نمو أكثر من 8.65% مقارنة بما تم تسجيله

¹ <http://www.mpttn.gov.dz/ar/content>

² عباس ابن تاج، مرجع سابق، ص 262.

سنة 2013، من جهتها سجلت استثمارات المتعاملين الثلاثة عام 2014 قد قدرت بأكثر من 713 مليار دج، وأن العوائد المحققة من قبل متعاملي الهاتف الثابت والنقال لنفس الفترة قد قدرت بأكثر من 416 مليار دج، أي ما يمثل قرابة 85% من العوائد الإجمالية للقطاع.

ما يهمنا من نتائج هذا الجدول هو ما تعلق بمساهمة قطاع الاتصالات في الناتج الداخلي الخام حيث لم تتجاوز النسبة 3% وهي نسبة متدنية مقارنة بالنسب التي يحققها قطاع تكنولوجيايات الاعلام والاتصال في دول أخرى وخاصة المتقدمة ، وذلك أن الدولة الجزائرية مازلت تركز في استراتيجيتها على "المحروقات " ومع التراجع الذي تشهده أسواق المحروقات في العالم إذ عرفت خلال السنوات الأخيرة تراجعا كبيرا جدا وصل إلى أقل من 50 دولار للبرميل بعد أن تجاوز في سنوات ماضية عتبة 100 دولار حيث انعكس ذلك سلبا على اقتصاد الجزائر، مما يستدعي ضرورة التركيز المستقبلي على قطاعات أخرى بديلة للمحروقات في ظل تسجيل استمرار انخفاض أسعار المحروقات.

وبالحديث عن الاستثمار في قطاع التكنولوجيايات أعلنت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار عن بياناتها الحديثة والمتعلقة بالاستثمار في مختلف القطاعات في الجزائر أين برز الاستثمار في قطاع الاتصال ضعيفا إذ لم تتجاوز المشاريع الاستثمارية المصرح بها من 2002 إلى 2016 رقم 5 " وهو رقم ضعيف جدا مقارنة بقطاعات أخرى مثل قطاع النقل، البناء والصناعة.

جدول رقم (20): المشاريع الاستثمارية المصرحة (2002-2016).

الفرع الصناعي	عدد المشاريع	%	القيمة بليون دينار جزائري	%	منصب الشق	%
الزراعة	1 316	2,06%	222 790	1,74%	53 445	4,69%
البناء	11 389	17,85%	1 310 896	10,24%	246 138	21,62%
الصناعة	11 256	17,64%	7 411 469	57,90%	466 382	40,97%
الصحة	935	1,47%	171 948	1,34%	22 478	1,97%
النقل	31 097	48,74%	1 095 948	8,56%	162 976	14,32%
السياحة	1 018	1,60%	974 396	7,61%	62 069	5,45%
الخدمات	6 786	10,64%	1 169 895	9,14%	116 476	10,23%
التجارة	2	0,00%	10 914	0,09%	4 100	0,36%
الاتصالات	5	0,01%	432 578	3,38%	4 348	0,38%
المجموع	63 804	100%	12 800 834	100%	1 138 412	100%

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار <http://www.andi.dz/index.php/ar/declaration-d-investissement?id=395>

في 19 / 08 / 2017، سا 10:20

تحيلنا بيانات هذا الجدول إلى ضرورة تشجيع الاستثمار في قطاع الاتصالات وتوسيع الاهتمام بالقطاع وبما يتعلق باحتياجات مواكبة تكنولوجيايات الاعلام والاتصال من بنى تحتية ومختصين، فلقد أثبتت تجربة الانفتاح في مجال الهاتف النقال على تحقيق قفزات نوعية في هذا المجال.

وفي تقييمه للبنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر يرى الباحث "لحمر ابن تاج" أنها بنية مازالت تعاني من بعض المعوقات التي تقف أمام اندماج المجتمع الجزائري في عصر المعلوماتية والتكنولوجيا، وأن ما تحوز عليه الجزائر من مقومات لا يؤهلها للاندماج، فضعف البنية التحتية لتقانة الاتصالات والمعلومات، والفقر الرقمي وتردي المستوى المعيشي ومستوى التعليم وضآلة الانتاج العلمي، كلها عوامل تحد من فرص الدخول في عالم تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وهذا على الرغم من وجود مبادرات وجهود تدخل في إطار السياسة الوطنية لتعميم هذه التكنولوجيايات، وبالعمليات المرتبطة بالتعليم عن بعد خاصة لفائدة المناطق البعيدة وكذا المكتبات الافتراضية والشبكة التي تربط مختلف الجامعات وإعداد البرامج المعلوماتية، ونشر الثقافة المعلوماتية لزيادة الوعي التكنولوجي وتقليص الفجوة الرقمية ودخول الفضاء الرقمي".

خلاصة:

"خمس خرائط تفاعلية ترى العالم عبرها بشكل مختلف " كان هذا أحد العناوين التي أصدرها الموقع الإلكتروني "عالم التقنية " في مقال نشر يوم 18 جوان 2017¹، يعرض المقال "لآخر" موجات التكنولوجيا الاتصالية، إنها خرائط متنوعة تساعد المتصفح لها الجالس في بيته أو عمله من خلال كبسة زر على شاشة حاسوبه أو لمس (touché) شاشات أحد تلك الأجهزة الذكية الموصولة بالانترنت أن يطالع حضارات (civilization) وأماكن استوطنتها وشخصيات كانت فاعلة خلالها، أو معرفة طرق التجارة العالمية القديمة، ورحلات الاستكشاف التي تمت قبل مئات السنين، وحتى كيف كان عمران وبناء مدن قبل 30 سنة ومقارنتها بحالتها اليوم...المقال عرض لعدد الاستقادات التي تقدمها هذه الخرائط للمتصفح حتى يبدو بأن العالم مجرد كتاب نتصفح ماضيه ونطالع حاضره وهو أمر ربما كان قبل سنوات مجرد خيالات تسوق لها أفلام المستقبلات والخيال العلمي، ولكن بالتأكيد هذا ليس الخبر الحديث وليست هذه آخر مستجدات التكنولوجيا، فنحن نعيش في عالم التكنولوجيا الذي لا يتوقف.

ففي عصر تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة أن يسجل الباحث كلمة "حديثة " أو أن يستند إلى آخر إحصائية أو تقرير في عرض بحثه أصبح أمرا صعبا للغاية، فيجد الباحث نفسه في ملاحقة هذا التيار السريع الذي يكشف مع كل تطور عن موجات جديدة (des tendances) في أجهزة الحاسوب، والهواتف الذكية والألواح الإلكترونية ...

وبين متفائل بالإنجازات الكبيرة لهذه التكنولوجيايات وما سيرته من ممارسات جديدة سهلت الكثير من الأمور الحياتية، برز تيار آخر من الذين أبدوا تخوفا وقلقا من التغلغل الكبير لهذه التكنولوجيايات وتأثيراتها السلبية على مجالات مختلفة وصلت إلى الحياة السيكولوجية والفيزيولوجية للبشر حيث قال الباحث "بيتر ستيفن" في هذا السياق "إن التقنيات الجديدة تبدو مبشرة، كما هي مصدر تخوف في الوقت نفسه، بعضها يجعل الاتصالات أسهل أو يثري تجربتنا، تعقد حياتنا أو نفقد بسببها وظيفتنا، ولكنها مهما كانت سلبية أو إيجابية فإنها لن تصنع في المختبر في يوم ما ثم تضيع في العالم في اليوم التالي..."²

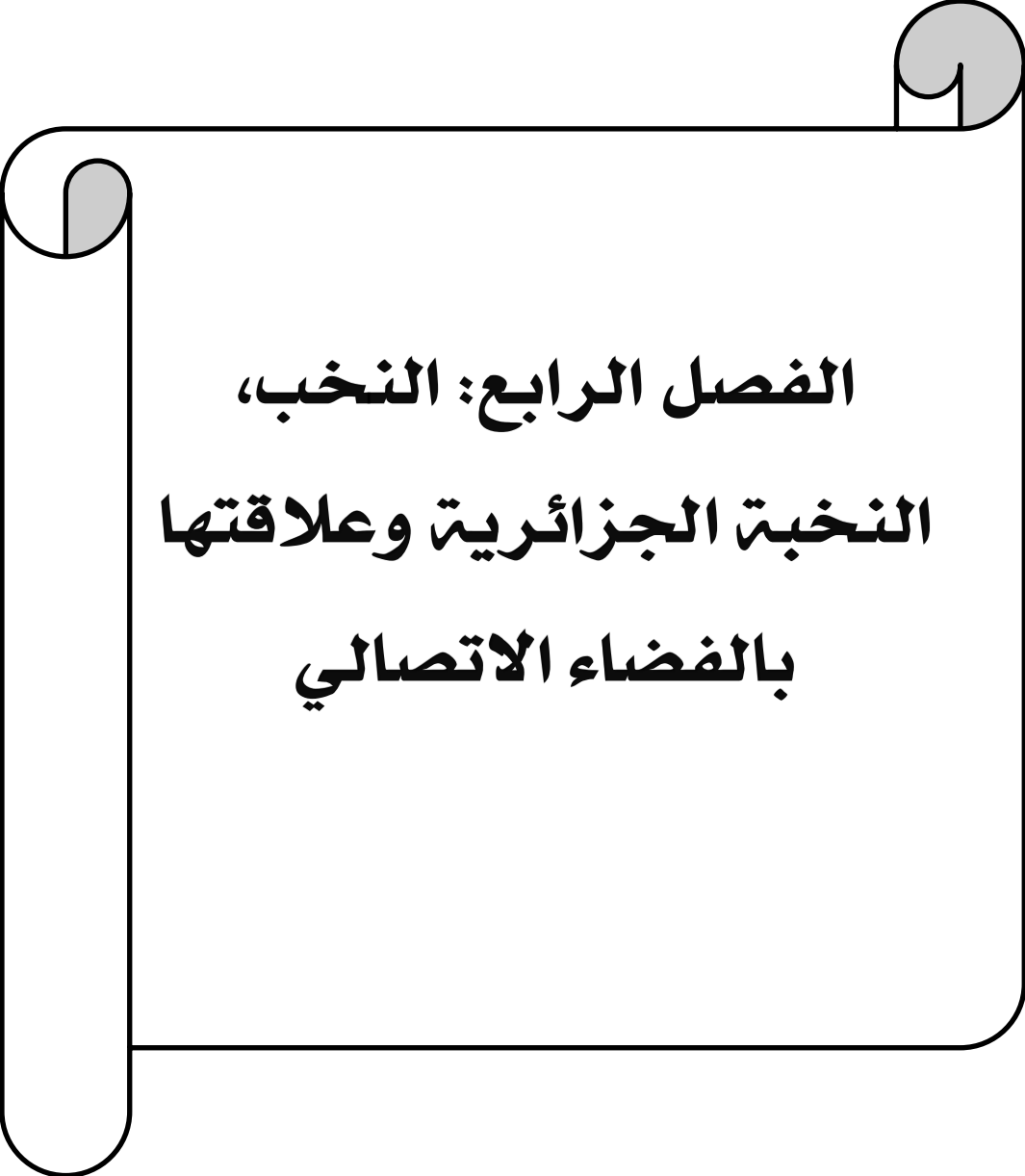
وبين تحديثات في أجيال (générations) ويب، وهواتف وحواسيب تجد دول العالم تتسارع البرامج والسياسات والخطط من أجل حجز مكانة لها بين تصنيفات الأقوياء والمتصدرين، ومن بين تلك الدول

¹عالم التقنية، موقع إلكتروني متخصص في نشر جديد تكنولوجيايات الاعلام والاتصال من خلال مجموعة من الأبحاث والاحصائيات عالميا وعربيا في <https://www.tech-wd.com/wd/2017/06/18/5>

²بيتر ستيفن، الدليل المنطقي للإعلام العالمي. تر فهد بن عبد العزيز الخريجي (المملكة العربية السعودية: النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود، 2010)، ص 66.

الجزائر التي بدأت تستعيد خط سيرها في مجال التكنولوجيايات وإن كان بطيئا ولكنها كما قال أحد الصحفيين إنها على الخط السليم " ¹ Nouvelle technologies: l'Algérie sur la bonne voie " ولأن المستخدمين والمستفيدين من تطبيقات وخدمات هذه التكنولوجيايات الاعلامية والاتصالية متعددين ومختلفين فإن التركيز في هذه الدراسة كان مستهدفا لشريحة تراها الباحثة ذات أهمية للدراسة والبحث والكشف عن علاقتها واستخدامها وتفاعلها مع هذه التكنولوجيايات، إنها النخب (les élites) وتحديد النخب الجزائرية، وهذا ما سيعرضه الفصل القادم من هذه الدراسة.

¹ Nouvelle technologies: l'Algérie sur la bonne voie, <http://www.nticweb.com/it/8869-nouvelles-technologies-l-alg%C3%A9rie-sur-la-bonne-voie.html>.le 23/08/2007 h 12 :11



**الفصل الرابع: النخب،
النخبة الجزائرية وعلاقتها
بالفضاء الاتصالي**

الفصل الرابع: النخب، النخب الجزائرية وعلاقتها بالفضاء الاتصالي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية النخب

- 1.1.4 التطور التاريخي للنخب في المجتمعات والحضارات
- 2.1.4 الاتجاهات التقليدية في دراسة النخب
- 3.1.4 الاتجاهات الحديثة في دراسة النخب
- 4.1.4 أنواع النخب: إشكاليات وتصنيفات

المبحث الثاني: النخب في الجزائر

- 1.2.4 بدايات الظهور والتشكل: 1892-1930
- 2.2.4 استمرارية التشكل: نخب بعباءة الادماج: 1930-1954
- 3.2.4 النخب الثورية 1954-1962
- 4.2.4 نخب جزائرية في ظل نظام أحادي: 1962-1989
- 5.2.4 نخب جزائرية في ظل التعددية والانفتاح: 1989-1999
- 6.2.4 نخب موالية وأخرى في انتظار التغيير 1999-إلى يومنا

المبحث الثالث: النخب وعلاقتها بالفضاء الاعلامي والاتصالي: جدلية العلاقة وتطور الاستخدام

- 1.3.4 النخب، السياسية، الجمهور ووسائل الاعلام، علاقة قديمة
- 2.3.4 النخب، السياسة، الجمهور ووسائل الاعلام الجديدة: علاقة تتجدد
- 3.3.4 النخب الجزائرية والفضاءات الاتصالية الجديدة: نخب تتشكل وأخرى تتموقع

خلاصة

تمهيد:

شهدت المجتمعات الإنسانية وفي مراحل تاريخية مختلفة من تكوينها تميزا في مكوناتها أو تركيبها الاجتماعية، حيث كانت هناك فئة أو مجموعة أو أقلية من الناس (على تسمياتها المختلفة) تحظى بمرتبة عالية من القيادة والتسيير والتميز داخل مجتمعاتها أطلق عليها الكثير من الباحثين مصطلح "نخبة"، في مقابل الفئة الكبيرة أو العريضة التي كانت تختلف عن النخبة في كبر حجمها وضعف امكانياتها وتبعيتها تسمى "الجماهير أو العامة أو الشعب...".

ومع تعاقب الحضارات وتطور المجتمعات استمر ذلك المشهد في تسيد النخب على اختلافها تنوعا طريقة صعودها ووصولها لقيادة مجتمعاتها، مما دفع بالكثير من الباحثين المهتمين بتسليط الضوء على هذه الفئة (نخبة بالمفرد أو نخبا بالجمع) من خلال البحث والتنقيب في تشكلها، توجهاتها، أدوارها خصائصها وعلاقتها بمجتمعاتها، وقبل ذلك طرح المصطلح اشكاليات بحثية كبيرة انطلاقا من التسمية ووصولاً إلى الأنواع والوظائف التي تضطلع بها.

ومنه جاءت العديد من الكتابات البحثية التي تقاطعت بين تخصصات مختلفة لتدرس هذه النخب وتوضح العلاقات التي تجمعها بمؤسسات مختلفة، فاهتم بها علماء السياسة، وعلماء الاجتماع وحتى علماء النفس الاجتماعي، ولأن هذه النخب ليست منعزلة فهي تتواجد في فضاء اتصالي يشهد تطورات سريعة على وسائله وأدواته، وهو أيضا ما ينعكس بالضرورة على هذه النخب التي تبحث عن الحفاظ على مكانتها في ظل ثورات تكنولوجية سريعة ومتلاحقة عصفت بالعديد من الأدبيات والمفاهيم السائدة.

وعليه يحاول هذا الفصل تقديم قراءة رباعية تجمع في طياتها بين الجانب التاريخي، السياسي، الاجتماعي والإعلامي للنخب بشكل عام، والنخب الجزائرية على وجه الخصوص باعتبارها المجتمع المستهدف من إنجاز هذه الدراسة.

المبحث الأول: ماهية النخب

إن مفهوم النخب موغل في القدم، وإن كان قد ظهر بتسميات مختلفة عبر التاريخ القديم والحديث ومن الواضح تماما في كل مراحل التاريخ أن المجتمعات الانسانية كانت تتميز بالتقسيم الطبقي الذي تأخذ فيه أقلية مكان الهيمنة والسيطرة والاستحواذ في المجتمع¹.

ومهما كانت درجة أي مجتمع من المجتمعات، أو أي شعب من الشعوب، مهما كانت درجة تحضره أو بدايته فإن له صورة "Elite" هيأتها الظروف والأسباب والإمكانات أن تنصدر الحياة الاجتماعية أو السياسية أو العسكرية أو الفكرية فمنذ ظهور الاهتمام بدراسة طبيعة المجتمع الانساني وهناك تساؤلات عديدة حول طبيعة الجماعة الحاكمة وعلاقتها بالجماهير².

1.1.4 التطور التاريخي للنخب في المجتمعات والحضارات:

ميّز المرخون في تاريخ الشعوب أنماطا نخبوية مختلفة وإن كانت في جوهرها واحدة من حيث الوظيفة والأهمية، وعلى مسار التاريخ القديم نجد بأن الحكام والمقربين منهم من كهنة ورجال دين وعلم يشكلون نخبة المجتمع وصفوته، وقد ارتبطت النخب العليا بالمقدس الديني، ومنحت هذه النخب ولاسيما الدينية منها طابع القداسة ورسخت في الوعي الاجتماعي أنها تحكم وفق نظرية التفويض المقدس، قامت هذه النخب تاريخيا بالهيمنة السياسية والسيطرة على مقاليد الحكم وإدارة شؤون البلاد و العباد، وغالبا ما تتميز هذه الطبقة بنفوذها الكبير من حيث امتلاكها لكل أدوات السيطرة والهيمنة على الحياة الاجتماعية والسياسية في المجتمع. كما تبين الحقائق والمدونات التاريخية أن النخب ولدت في أتون المقدس، حيث تم اصطفائها بناء على تفويض إلهي يؤهلها للحكم نيابة عن السماء، فالمقدس كان هو الأصل في ظهور مفهوم النخبة الذي ارتبط ارتباطا مزعوما بين الحكام والمقدس أو بين الله وصفوة البشر، وغالبا كانت هذه صورة الكهنة ورجال الدين والحكام والملوك والأمراء³.

ولرصد تطورات النخب قامت الباحثة بمحاولة تتبع لبعض الحضارات التي عرفت المفهوم بأشكال متعددة معتمدة في ذلك على كتابات بعض الباحثين في هذا السياق -وإن كانت قليلة حسب علم الباحثة-

¹ علي سعد وطفة، "في مفهوم النخبة مقارنة بنائية"، موقع أنفاس نت من أجل الثقافة والانسان، في <http://anfasse.org> index.php17-2016-01-24، 14:30، 29-12/5842.

² محمود محمد الناكوع، أزمة النخبة في الوطن العربي، (بيروت: دار الساقي للنشر والتوزيع ط1، 1989)، ص 5.

³ سعد وطفة، مرجع سابق.

و ذلك وفق خمسة أبعاد أساسية: النخب في الحضارات والعصور القديمة، النخب في شبه الجزيرة العربية، النخب في العصور الوسطى، النخب في الحضارة الإسلامية وأخيرا النخب في الفترة المعاصرة.

1.1.1.4 النخب في الحضارة السومرية:

لقد بيّنت أقدم الوثائق التاريخية أن المجتمع السومري القديم كانت تحكمه نخبة من الكهنة، وقد تضمنت إحدى أهم الوثائق التاريخية قائمة بأسماء الملوك الذين حكموا منذ باكورة العهود الملكية (عصر فجر السلالات) ولغاية القرن (8 ق.م) وتسمى هذه القائمة (قائمة الملوك السومريون) الشهيرة، أو ما يطلق عليها إثبات الملوك وهي مكونة من 15 نص طيني، وجاء في هذه الوثيقة أن الملكية هبطت من (السماء) لأول مرة على مدينة أريدو، وأنها وصلت إليها بزورق شرعي قبل الطوفان، وورد في الأساطير السومرية أن البشر عند الآلهة ليسوا أكثر من قطع يحتاج إلى (رعاة) حكام وملوك تختارهم وتتصبهم الآلهة لتنفيذ القانون السماوي.¹

2.1.1.4 النخب في الهند القديمة:

في الهند القديمة نجد تقسيما يرتقي فيه الكهنة ورجال الدين "البراهميون" إلى مستوى الصفوة العليا في المجتمع، ويأخذ التقسيم الطبقي في الهند القديمة صورة مميزة لجنس طبقات محددة و أساسية، طبقة الكهان البرهمنيين "Brahman's" وهي طبقة المعلمين والمفكرين، طبقة الكشاترياء "Kashatria's" أو طبقة المحاربين، طبقة الفايزا "Vaisay's" أو طبقة الصناع، طبقة السودراد "Sudra's" أو طبقة العبيد، طبقة الباريا "Bariy's" أو المنبوذين وهي أدنى الطبقات الاجتماعية وأكثرها اضطهاداً. ويعتقد أن الطبقة الأخيرة أي طبقة المنبوذين قد تشكلت من القبائل الوطنية التي لم ترتد عن دينها ومن أسرى الحرب ومن رجال تحولوا إلى عبيد عن طريق العقاب، وضمن هذه الهرمية يبدوا واضحا أن طبقة الكهان والبرهمنيين والحكام تشكل طبقة لنخبة تسود وتهيمن في المجتمع.²

¹المرجع نفسه.

²مرجع نفسه.

2.1.1.4 النخب في الصين القديمة:

كانت طبقة الكهان تحكم في ظل الإمبراطور الذي يسمى ابن السماء وهو الحاكم بإذن الله وإرادته، فهو ظل الله في الأرض، وصفيه في السماء، وعلى الشعب كله أن يدين بالولاء المطلق للإمبراطور وحاشيته وكهنته، وكان الإمبراطور يحتكر جميع السلطات بالمطلق، ويمارس الحكم عن طريق جهاز إداري متطور من حكام المقاطعات الإقطاعية وقامت الدولة المركزية، وعلى رأسها الإمبراطور منذ أمد بعيد كأداة لسلطة كبار ملاك الأرض على نطاق البلاد بأسرها وكانت السلطة الملكية قائمة أو مستندة في تطورها على تحالف بين الملك وكبار الملاك وكبار التجار (يسمى هؤلاء بالكوهونج) ويأخذ القسم الطبقي الصورة التالية: طبقة الملك والسلالة الملكية وكبار الوزراء، طبقة كبار الملاك (النبلاء) ثم طبقة الكهنوت رجال الدين وفي الأدنى طبقة الفلاحين الذين يعملون بالزراعة في مزارع النبلاء والإقطاعيين وكان عددها يصل إلى 85% من السكان¹.

في الصين شكل رجال العلم لفترات طويلة طبقة موجهة للحياة حصلت كما يقول ماكس فيبر على ثقافة للرجل العادي المهذب ولم تكن هذه الفئة وراثية منغلقة إذ أن الدخول إليها كان يتم عن طريق امتحانات تنافسية عامة، وقد شكل العامة الذين يصلون إلى هذه النخبة في الفترة الممتدة ما بين 1600 و 1900 نسبة 30% ولقد نشأ في الهند وضع مشابه للصين².

3.1.1.4 النخب في مصر الفرعونية القديمة:

عرف المجتمع المصري التقسيم الطبقي الذي عرفت به الهند والصين، ويمكن أن نميز أربع طبقات في المجتمع الفرعوني القديم وهي:

- ✓ طبقة الحاكم: وتشمل الفرعون والعائلة الفرعونية، وتحتل هذه الطبقة أعلى السلم الطبقي في مصر، والفرعون كان يؤلمه في بعض مراحل الحياة السياسية في مصر، وفي كل الأحوال فإنه كان محولا من قبل الآلهة (بحسب الأساطير) لإدارة دقة السياسة والحكم في وادي النيل.
- ✓ طبقة الكهان ورجال الدين والبلاد: وتشكل هذه الطبقة الأرستقراطية المصرية القديمة وتضم القادة العسكريين ولاسيما في عصر الاتصالات العسكرية التي حققتها مصر في بعض مراحل تاريخها.
- ✓ طبقة كبار التجار والمقاولين والأثرياء: وهم يشكلون الطبقة الوسطى في المجتمع المصري.

¹ المرجع نفسه

² مولود سعادة، "النخبة والمجتمع وتجدد الرهانات"، مجلة الباحث الاجتماعي، عدد 10، سبتمبر 2010، ص ص 95-112.

✓ طبقة الرعاة والفلاحين والعبيد: وهي الطبقة الدنيا في المجتمع المصري القديم¹.

5.1.1.4 النخب في بلاد الإغريق القديمة:

عرف الإغريق التقسيم الطبقي كغيرهم من الشعوب في العصور القديمة، وكانت إمارة تتبنى شكلا من أشكال التقسيم الطبقي يختلف بقليل أو كثير عن الأشكال الأخرى المنتشرة في أصقاع الجزر المتناثرة في أعماق البحر المتوسط، وما هو معروف أن التقسيم الطبقي يأخذ صورة عامة غالبية حيث كانت هناك طبقة الحكام ثم طبقة الفرسان ثم طبقة التجار ثم طبقة الصناع فطبقة العبيد التي كانت تشكل أحيانا ما يربو على نصف السكان في بعض الجزر.

أ. **النخبة في اسبرطة:** تميّزت اسبرطة بدرجة كبيرة من الوضوح الطبقي حيث نجد من ثلاثة طبقات أساسية.

- طبقة الاسبرطيين الأحرار: وهم الذين يكونون الجيش ووظيفتهم الانصراف إلى الأعمال الحربية، وكان لكل منهم قطعة من الأرض تشرف عليها جماعة من الأقتان والعبيد، وهذه الطبقة تنتمي إلى القبائل الدورية التي قامت بغزو اسبرطة والهيمنة عليها، وقد بلغ عدد الاسبرطيين 45000 من المواطنين الأحرار: 11.3% من عدد السكان.

- طبقة البيريوكي: Perioeci: وهي طبقة السكان الأصليين وهم محرمون من حقوقهم السياسية وتعمل هذه الطبقة في التجارة والصناعة والمال، وتعني كلمة البيريوكي: طبقة السكان المتجولين في المناطق المجاورة ويصل عدد أفراد هذه الطبقة إلى 130 ألف نسمة أي بنسبة 32.5% من السكان.

- طبقة الأقتان والعبيد: وكان يطلق عليهم هيلوتز "Helots" وكان هؤلاء يعملون في الزراعة حيث يعملون في أراضي الاسبرطيين الأحرار ويأخذون نصف المحاصيل أجورا لهم، وكانوا يقومون بخدمة الأسياد والسهر على راحتهم، ويصل عدد أفراد هذه الطبقة إلى 56.25%.

ولقد ارتبط مفهوم النخبة في المجتمع اليوناني، وخاصة في مدينة أثينا، في القرن الخامس عشر قبل الميلاد، وفي فترة "بريكليس الديمقراطي" بالرجل الشريف، وبالروعة والجمال والجودة والإتقان، ومن ثم كان التركيز على جمالية الهندسة المعمارية، وروعة الجسد بقية تحقيق الفصيلة والسعادة الكاملة².

¹ سعد وطفة، مرجع سابق .

² حمداوي، مرجع سابق، ص.11.

ب. **النخبة عند أفلاطون:** تعود البدايات الحقيقية لمفهوم النخبة، إلى أعمال الفيلسوف اليوناني أفلاطون، عندما تكلم عن ضرورة أن يحكم المجتمع جماعة من الأفراد النابهين¹، و تبنى "أفلاطون" نظرية محددة التصنيف الطبقي في كتابه "الجمهورية" فالنخبة عنده لا تقوم على معيار الثروة وإنما مبدأ الاستعدادات والكفاءات العقلية، ويتحدث عن ثلاث طبقات أساسية هي:

- طبقة الحكام الفلاسفة وهي القوة العاقلة وفضيلتها الحكمة.
- طبقة الحراس الجند وتمثل القوة الفضية وفضيلتها الشجاعة.
- طبقة الصناع ويقابلها الشهوانية وفضيلتها العفة.²

وكما أنه يماثل بين الطبقات والمعادن فطبقة الحكام الفلاسفة تقابل معدن الذهب، والطبقة العسكرية يقابلها معدن الفضة أما طبقة الصناع فيقابلها معدن النحاس والعدالة تكون بتحقيق الانسجام وهيمنة الفلاسفة في المدينة وهيمنة العقل على الجسد في سائر الأحوال، وكان أفلاطون يرى أن مهمة التربية بناء طبقة الصفوة من الفلاسفة الحكام القادرين على إدارة المجتمع وتوجيهه أخلاقيا نحو غايته السامية، ومن الواضح أن النخبة عند أفلاطون هي: **النخبة السياسية** التي تمثلت معرفة العلم السياسي الذي لا علم بعده أنه علم الحق والخير أي أنه العقل المستنير تماما³.

ومن المتعارف عليه أن الثقافة والحضارة اليونانية القديمة أفرزت أكثر النخب شهرة في التاريخ وهم فلاسفتها الذين صاغوا الحياة فيها، وصبغوها بأفكارهم ونهجوا الاختلافات المذهبية والتنظيمية في شكل نظريات والتي امتد تأثيرها عبر القرون إلى أن وصل إلى واقعنا اليوم⁴.

6.1.1.4 النخب عند المجتمع الروماني:

عرف المجتمع الروماني أيضاً هذا التميز الطبقي، حيث شغلت النخب -من طبقة الحكام ورجال البرلمان وطبقة الفرسان - المكان الأعلى في هرم التكوين الاجتماعي ومن ثم ظهرت طبقة النبلاء في

¹ محمد بن صنيطان، النخب السعودية دراسة في التحولات والاتفاقات، (بيروت: مركز دراسة الوحدة العربية، رقم العدد 48، ط2، مارس 2005)، ص.23.

² سعد وطفة، مرجع سابق.

³ محمد نبيل الشيمي، "النخبة في العالم العربي، دراسة وصفية نقدية." في

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=227805>، يوم 14/04/2016، سا 12:13.

⁴ سعادة، مرجع سابق، ص ص 101، 100.

المجتمعات المتطابقة في أوروبا وغيرها، ولاحقا ظهرت الطبقة البرجوازية بوصفها الشريحة العليا في المجتمعات الحديثة¹.

وخلال هذه الفترة ظهر القانون المدني الذي يجعل العقد شريعة المتعاقدين بين الإنسان وأخيه الإنسان، لذا انصب الاهتمام كثيراً على حقوق المواطن الروماني وحرياته الخاصة والعامة، لذا اقترن مفهوم النخبة بالمواطنة الرومانية أو الذي يحمل صفة تلك المواطنة².

7.1.1.4 النخب في العصر الجاهلي (الجزيرة العربية) والحضارة الإسلامية:

في الجزيرة العربية في العصر الجاهلي تحديداً، كان كل مجلس حكم يرأسه شيخ يتم اختياره من قبل المجلس ومن ألقابه الشيخ أو الأمير أو سيد القبيلة، وكان أساس اختياره أن يكون من أشرف رجال القبيلة وأكبرهم سناً وأقوامهم عصبية وأكثرهم مالا، وإضافة إلى ذلك كان لابد من أن تتوفر فيه بعض الخصال الحميدة التي تتناسب وهذا المنصب كالشجاعة والكلام والحكمة والحلم، وكان حكمه نافذاً على جميع أفراد القبيلة وكان يحظى بعدد كبير من الامتيازات بحكم منصبه (...). وفي غالب الأحيان لم ينفرد شيخ القبيلة بالحكم بل كان يستعين بما يعرف بمجلس الملأ الذي هو بمثابة مجلس أعيان القبيلة ومن خلاله كانت تتخذ القرارات التي تنظم حكم القبيلة وتضبط مسارات علاقة أفرادها بعضهم ببعض، وأيضاً علاقتها مع باقي القبائل³.

وقد كانت النخب في العصر الجاهلي متمحورة حول طبقة الفقراء والخطباء والحكماء، وهي فئات مفتوحة اجتماعياً لا توارث فيها ولا احتكار ومعروف مدى تأثير هذه الفئة في توجيه الحياة في مجتمعاتها⁴.

بني المجتمع العربي قبل الإسلام على الطبقة الاجتماعية، والتي على أساسها تشكلت الروابط والعلاقات الاجتماعية وكل ما تعلق بنواحي الحياة المختلفة من زواج وتجارة... ووفق هذه النظرة التراتبية انقسم المجتمع ثقافياً إلى ثلاث فئات تشمل الفئة الأوسع العامة من الناس الذين يمثلون الأغلبية ممن لا يملكون أية مؤهلات ثقافية وفكرية ولم يحققوا أية نجاحات تذكر في هذا المجال، كما لا يملكون زمام

¹ سعد وطفة، مرجع سابق.

² حمداوي، مرجع سابق، ص، 12.

³ سعد وطفة، مرجع سابق.

⁴ سعادة، مرجع سابق، ص 101.

إدارة شؤونهم ويخضعون لإرادة الأقلية، أي أنهم لا يملكون القدرات الفكرية والثقافية التي تؤهلهم إلى التخطيط والتفكير ورسم الاستراتيجيات ووضع البرامج.

تعلموا وتتقدم هذه الفئة، فئة الصفوة أو ما يطلق عليها العرب فئة "الخاصة" الممثلة في المثقفين والشعراء وأصحاب المعارف المختلفة، الذين يملكون الحكمة والرأي، أما الفئة الثالثة التي تعتبر الأعلى والأرقى ثقافياً فهي فئة "خاصة الخاصة" من المفكرين والمبدعين الذين سمحت لهم ثقافتهم العالية من تبوء مكانة متقدمة في النسيج الاجتماعي، وأهلتهم معارفهم من إدارة شؤون العامة والتحكم فيها¹.

ومع مجيء الإسلام لم يعد الفرد يتبوأ منزلة النخبة انطلاقاً من مكانته الاجتماعية وأصوله العشائرية أو حتى بالانطباع الجيد الذي يشكله حوله الناس، بل بالجهد الذي يقدمه في سبيل تحقيق المعرفة والثقافة وبأحقيته في تبوأ هذه المكانة.

ويحاول التوصيف الإسلامي للنخبة أن يبتعد قدر الإمكان على الصياغات المادية، وأن يرتقي بها إلى المثالية الأخلاقية، فهي من هذا المنظور تقترب من المرجعية الدينية التي تتمثل في المعاني القرآنية وهي الصفوة الأقدر على تجسيد التعاليم الربانية في حياتها والالتزام بها، ولعل الأقرب إلى هذا التوصيف هم الرسل والأنبياء في المقام الأول الذين قال فيهم النص القرآني: "قل الحمد لله وسلام على عباده الذين اصطفى"، ثم يليهم في المقام الثاني أصحاب الرسول -محمد صلّ الله عليه وسلّم- ليأتي بعد ذلك العلماء والدعاة المشتغلون بالعلم وصناعة الفكر (...). ولم يظل مفهوم النخبة في الخيال العربي الإسلامي ثابتاً، فقد أخذ هذا المفهوم يتغير عبر التاريخ الطويل للحضارة العربية الإسلامية، وبأخذ معاني مختلفة أوجبته عوامل متعددة ومتشابهة، ولم تفقد النخبة ارتباطها بالبعد الديني في مختلف توصيفاتها عبر هذا التاريخ الممتد من عهد الخلفاء الراشدين، إلى سقوط الخلافة العثمانية مروراً بعصر الدولة الأموية والعباسية، فإنها اقتربت وابتعدت من التوصيفات العلمية والطبقية والثقافية حسب كل مرحلة من هذه المراحل².

ففي العصرين العباسي والأموي مثلاً تشكلت التكوينات الطبقية بعد تشكل الدولة وأخذ هذا التقسيم صورته التالية³:

- طبقة الحكام: تشمل: الخليفة، الأمراء، الوزراء، الولاة، وكانوا في البداية من العرب ثم اضم إليهم غير العرب.

- طبقة رجال الدين: القائمين على المساجد، والقراء والفقهاء والخطباء.

¹ فرحي، مرجع سابق، ص ص 116، 117.

² المرجع نفسه، ص ص 117، 118.

³ سعد وطفة، مرجع سابق.

- طبقة أرباب البيوت: تكونت في البداية من العرب وفيما بعد من أصل غير عربي (الموالي) سيطرت هذه الطبقة في حالة ضعف الطبقة الحاكمة.
 - طبقة أرباب الأقلام: وهم الكتاب من فئات مختلفة الأصل تأثرت مكانتهم تبعاً لمواقف الخليفة.
 - طبقة ذوي المهن من سكان المدن: معظمهم من أهالي البلاد المفتوحة وحتى الرقيق لأن العرب احتقروا أصحاب المدن.
 - طبقة الفلاحين أو الزراع: من غالبية سكان البلاد المفتوحة، سكان القرى، عملوا في الأرض بالسخرة أو بأجر قليل عند أصحاب الأراضي والحكام، وفي العصر العباسي ظهرت طبقة كبار المزارعين نتيجة لنظام الالتزام وعلى اثر ذلك ساء وضع الفلاحين وتحلوا إلى أفنان.
 - طبقة الرّوق: وهي الطبقة الأخيرة في سلم الطبقات أغلبهم من غير العرب، تمتعوا بحقوق أساسية حددها الشرع الإسلامي مثل: حق الحياة والحصانة الجسدية.
- فبالخاصة أو النخبة في المجتمع العباسي كانت تتشكل من أصحاب الخليفة، رجالات الدولة البارزين كالوزراء والقواد والأشراف والقضاة والشهود علاوة على بعض المقربين من أهل الفن الموهوبين والعلاء، أما طبقة العوام فهم يشكلون السواد الأعظم من سكان مدينة بغداد، وكانوا من أصول بشرية متعددة فهم من خليط من العرب والفرس والأتراك والأكراد والبربر وغيرهم ... وقد أطلق عليهم لفظة (عامّة الناس) وهم من أهل المهن والصناع والتجار والخدم والفلاحين والجند واللصوص والشطار والعيارون¹ ويمكن بعد الإسلام تمييز مجموعة من النخب على رأسها علماء الدين من الفقهاء والمحدثين والمجتهدين والمفسرين ومن القادة العسكريين والطبقات الحاكمة¹.
- وقد أخذ مفهوم النخبة مدلولات مختلفة ارتبطت بالمرحلة التي انتقلت من عصر إلى آخر فنجد مثلاً عالماً "كابن حجر العسقلاني" يخص نخبة الفكر برواة الحديث أو أهل الحديث الذين تثبت صحبتهم للرسول - محمد صلّ الله عليه وسلم- ثم الطبقة التي تأتي من بعدهم وهكذا (...)، وفي حين يتمسك "العسقلاني" بمصطلح نخبة الفكر نجد "ابن الجوزي" يستخدم لفظ "الصفوة" للدلالة على أهل المقام الرفيع في الثقافة والأدب المشتغلون بالعلم، والمتفوقين في الزهد وحب الله والأكثر تقوى رجال أهل الشهادة، وكذا ممن يعرف اسمهم من الرجال في بلدانهم.
- وكما أن المفهوم أخذ عند مدلولات مختلفة عند كل من "العسقلاني وابن الجوزي" تبعاً لاختلاف مشاربيهما العلمية، فإنه يأخذ أيضاً مدلولات متباعدة عند بعض العلماء والمفكرين بسبب اختلاف الحقب

¹ سعادة، المرجع سابق، ص 102.

التاريخية التي عاشوا فيها، فمثلاً وعلى عكس "صاعد الأندلسي"، أحد تلامذة "ابن حزم" الذي وضع مفهوم النخبة في سياق معرفي بحث، ووصفها بأنها الطبقة التي عنيت بالعلم والأجدد والأفضل في هذا المجال، كانعكاس لمرحلة الازدهار الفكري والثقافي التي شهدتها عصره، نجد "ابن خلدون" وبعد قرنين من ذلك يحاول أن لا يخرج النخبة من سياق العصبية ويجعلها أساساً لبقائها ومنطلقاً لنفوذها وحكمها، متأثراً بالظروف السياسية والاجتماعية التي عرفها عصره التي تميزت إجمالاً بتنامي العصبيات العرقية والطائفية والتقاتل والتناحر بين الملكيات الصغيرة التي ظهرت آنذاك على امتداد رقعة العالم الإسلامي¹.

8.1.1.4 النخب في أوروبا خلال العصور الوسطى:

كانت سلطة الملوك في أوروبا في العصور الوسطى سلطة مطلقة، حيث كان يعلن الملك بصفته ممثلاً لله، وكان يتم تنصيبه من قبل رئيس الأساقفة وسط مجموعة من الطقوس الدينية، وكانت سلطة الملوك واحدة لا تتجزأ، ولا تمنح لشخص أو مؤسسة أخرى غيره، وكل المؤسسات الأخرى مثل: المجالس الاستشارية والهيئات العليا، والمجالس الإقليمية ليست سوى مؤسسات استشارية، كما كان الملك مصدرًا للعدل، فهو الذي يصدر القوانين وليس ملزماً بالقوانين التي أصدرها أسلافه من الملوك وهو أخيراً مصدر الحرب والسلام، لقد خطب "لويس الخامس عشر" تحت قبة البرلمان في عام 1766، قائلاً "في شخصي وحده تستقر السلطات العليا، وإلي وحدي تعود السلطة التشريعية، دون ارتباط ولا مشاركة، وعني يصدر النظام العام كله، وحقوق الأمة ومصالحها، هي بالضرورة متحدة مع حقوقي ومصالحي ولا تستريح إلا بين يدي"².

أما أصول المفكرين الحديثين في المجتمعات الأوروبية فهي جامعات أوروبا في العصور الوسطى التي كونت طبقة فكرية ليست سلماً كهونتياً مغلقاً، يأتي أعضاؤها من أوساط مختلفة غير مرتبطة بالطبقات الحاكمة للمجتمع الإقطاعي وقد أنتجت هذه الطبقة الفكرية مفكري عصر النهضة، ومفكري عصر الأنوار الذين لا يجهل وضعهم ودورهم في تفجير الحضارة الأوروبية المعاصرة، ولا في صياغة المجتمعات الغربية الحديثة ولم يكن الأمر مقتصرًا على النخب الفكرية فقط بل ظهرت نخب أخرى كالنخب الصناعية والنخب العسكرية وغيرها، ولكن غالباً ما يكون التركيز على النخب الفكرية بشكل أكبر³.

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 118.

² علي وطفة، مرجع سابق.

³ سعادة، مرجع سابق، ص 101.

وقد ارتبط مفهوم النخبة في القرن السابع عشر الميلادي بالإنسان الشريف أو الإنسان الفارس الشجاع النبيل الذي يتميز بالأخلاق الرفيعة، ويمتلك رصيماً ثقافياً ومعرفياً متميزاً مثل: "ديكارت" وأشكال¹.

9.1.1.4 النخب في الفترة المعاصرة:

إن التصور الاجتماعي والسياسي الحديث للنخبة يرجع إلى دفاع "سان سيمون Saint Simon" عن حكم العلماء ورجال الصناعة، إلا أن النخبة اتخذت معاني ومضامين متنوعة، وبالذات عندما أقر هذا الأخير مسألة الفروق الطبيعية، وأكد التفاوت بين الفقراء والأغنياء، وقد اتخذت كلمة نخبة (Elite) في القرن السابع عشر دلالة مغايرة لمعناها الحالي، فقد استخدمت لوصف السلع ذات النوعية الممتازة، وما لبث هذا الاستخدام أن اتسع للإشارة إلى الجماعات الاجتماعية العليا كـ بعض الوحدات العسكرية، أو المراتب العليا من النبالة.²

وينسب بوتومور إلى قاموس أكسفورد أن أقدم استخدام معروف في اللغة الإنجليزية لكلمة نخبة كان في عام 1823، حيث كانت الكلمة تطلق على فئات اجتماعية معينة، غير أن هذا المصطلح لم يستعمل استعمالاً واسعاً في الكتابات الاجتماعية السياسية الأوروبية بوجه عام إلا في أواخر القرن 19، بل إنه لم يصبح كذلك في بريطانيا والولايات المتحدة حتى سنة 1930 عندما انتشر عبر نظريات النخبة وبشكل خاص عبر كتابات فليردو باريتو.³

كما ينسب الباحث "Giovani Busino" في دراسته القيمة بعنوان (Elites et élitismes) جذور المصطلح إلى الباحث "Frederic Le Play" باعتباره أول من أجرى بحثاً حول الظروف المعيشية للعمال ورواتب العائلات في فرنسا، وأعطى لمصطلح النخبة بعداً اجتماعياً حيث قسم المجتمع إلى طبقتين طبقة عليا (une classe supérieur) وطبقة سفلى (une classe subordonnée) تسير الطبقة الأولى من طرف المسيرين (les dirigeants) ، الذين يتمتعون بمجموعة من الخصائص أهلتهم لقيادة البقية الذين هم تابعين للطبقة الأولى (les dirigés). كما اطلق Le Play على الطبقة المسيرة: الطبقة المختارة classe

¹ حمداوي، مرجع سابق ، ص ص 11،12.

² ميلاس محمد الزين، "دور النخبة الخليجية بالخليج العربي في ظل العولمة"، دراسات استراتيجيّة، الجزائر: مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 13، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2006، ص ص 75-99.

³ بوتومور، النخبة والمجتمع، تر جورج جحا (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط2، 1988)، ص 5.

(*élue*) والتي تتمثل اساسا في الطبقة السياسية الحاكمة (*class politique des dirigeants*)، ولكنه اشترط مجموعة من الخصائص الاجتماعية والأخلاقية في هذه الطبقة الحاكمة كما الحكومة وهو ما أعتبر نقدا لأعمال Le Play لأنه لم يتحدث عن كيفية ايجاد هذه الطبقة ولا من مكوناتها بهذه الخصائص.

"...pour lui, la bonne société est une société régie par des solides principes moraux, élaborés et propagés par une petite couche d' homme sages, constituant une classe élue ou une élite de la société ,et servant de model aux dirigeants ainsi au aux dirigés "¹

قبل استكمال التوجهات المعاصرة لمنظري النخبة الذين اشتهروا خلال هذه الفترة، وأيضا الدراسات الحديثة التي تناولت النخبة يمكن أن نستعرض في قراءة للتطورات التاريخية السابقة أين نجد أن النخب ظاهرة قديمة قدم المجتمع البشري كما أكدت عليه الحضارات المتعاقبة، سواء اتخذت من الغطاء الديني (المقدس الديني، الناطق باسم الله، خليفة الإله) أو الاجتماعي (من خلال المكانة الاجتماعية المميزة قبليا، عرقيا) ليأتي بعدها باحثون ومن تيارات سسيولوجية وسياسية مختلفة لعرض تصوراتهم واتجاهاتهم عن النخب من خلال تبني مجموعة المعايير التي تختلف من مدرسة أو اتجاه الى آخر.

2.1.4 الاتجاهات التقليدية في دراسة النخب:

الدارس لموضوع النخب يجد نفسه أمام تيارات واتجاهات مختلفة عرضت لهذا الموضوع، وذلك نظرا لتنوع الخلفيات المعرفية والانتماءات السسيولوجية للباحثين الذين خصصوا أبحاثهم ودراساتهم لتسليط الضوء على مختلف زوايا النخب، (ولذلك فضلت الباحثة ترك إشكالية التعريف لهذا الفصل كي يكون هناك فضاء مناسب للتعليق على المدارس المختلفة)، وبشكل عام يمكن تقسيم الاتجاهات الأولى أو التقليدية لدراسة موضوع النخب الى أربع اتجاهات أساسية (أين سيتم التركيز في كل اتجاه على أهم تعريفات النخب)

1.2.1.4 الاتجاه التنظيمي:

يمثله "موسكا Mosca" "وروبرت ميتشلز Robert Michels"، ويذهب الاتجاه التنظيمي إلى أن النخبة تمتلك القوة لقدراتها التنظيمية، والدقة في تقدير مصادر القوة في المجتمع، وهذا الضبط الذي

¹ Busino, Op-cit,p,p 9,10

تمارسه النخبة يعتمد على كونها قلة متماسكة تشكل جبهة قوية قادرة على تحدي القوى المعارضة التي تواجهها.¹

وبين "موسكا Mosca" أن المجتمعات كلها بدءاً بأقلها تطوراً مروراً بئلك التي بالكاد بلغت بديهيات الحضارة وصولاً إلى أكثرها ثقافة وقوة، تتمتع بنوعين من الأفراد هم: الحكام والمحكومين، وتؤدي الطبقة الأولى التي تكون دوماً الأقل عدداً الوظائف السياسية كافة، وتسنأثر بالسلطة وتتمتع بالامتيازات المتصلة بها، أما الثانية التي تكون أكثر عدداً فتسوسها الطبقة الأولى وتسيطر عليها.²

حيث يعتبر "جيتانو موسكا" حسب الباحث "بوتومور" أول من اقام تمييزاً منهجياً بين النخبة والجماهير -رغم انه استعمل مصطلحات اخرى- وأول من اقام علم سياسة جديد على هذا الأساس.³

وتلخص وجهة نظر "موسكا" بوضوح بخصوص النخبة الكلاسيكية حسب ما جاء به الباحث "Giovani Busino" في أنه في كل المجتمعات تبرز طبقتان واحدة تحكم وأخرى محكومة، الأولى أقل عدداً، تؤدي كل الوظائف السياسية وتحترق القوة، ولديها امتيازات خاصة بها، أما الثانية فهي الطبقة الأكثر عدداً الخاضعة لسيطرة الأولى.

Mosca écrit en 1896: "...Dans toutes les sociétés, a commencer par celles qui sont peu développées et sont parvenues aux bords de la civilisation, il ya deux classes de personnes, lune de gouvernants et l'autre de gouvernes. La première, qui est toujours la moins nombreuse, accomplit toutes les fonctions politiques, monopolise le pouvoir et jouit des avantages qui lui sont associes, alors que la seconde, le plus nombreuses, est dirigée et réglée par la première de manière plus ou moins légale, c'est a dire plus ou moins arbitraire."⁴

بالإضافة إلى أن صغر حجم الصفوة وفرص وسائل الاتصال وبساطتها المتوفرة لديها تمنحها هذه القدرة التنظيمية العالمية التي تمكنها من صياغة سياستها بشكل سريع ومواجهة الأخطار الخارجية ومحاربة القوى المناوئة، وهذا بعكس الأغلبية التي تفتقر إلى التنظيم وغياب الهدف المشترك، وافتقارها إلى نظام الاتصال.⁵

¹ بن صنيان، مرجع سابق، ص 37.

² معجم علم السياسة والمؤسسات السياسية عربي-فرنسي-انجليزي، غني هرمية و آخرون ترجمة هيثم للمع، (لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2005)، ص 310.

³ بوتومور، مرجع سابق، ص 7.

⁴ Busino, Op-cit, p12.

⁵ هشام صاغور، دور النخب السياسية في تشغيل مسار التكامل المغاربي، في ظل المعوقات الداخلية: الواقع والرهانات، (الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2014)، ص ص 27-28.

والفكرة الجوهرية في دراسة "موسكا" حسب الباحث "محمد علي محمد" للنخبة تتمثل في "أن مصدر قوة الأقلية هي قدراتها التنظيمية وتقديرها لمصادر القوة في المجتمع التي قد تكون اقتصاديه أو عسكرية أو دينية، كما تعتمد قوة الصفوة أيضا على تماسكها الداخلي"، ويؤكد "موسكا" أن "مكانة الأقلية محفوظة دائما بحكم كونها أقلية، إن الجماعة الصغيرة أكثر استعدادا للتنظيم من الجماعات الكبيرة، فحظوظ الاتصال وتبادل المعلومات داخلها سهلة ويسيرة، ويمكن أن يدخل أعضائها في علاقات متبادلة بسرعة، وهكذا تستطيع الأقليات الصغيرة أن تصوغ سياستها بتفوق ثم إنها تتفق على السياسات وتناقشها دون تعقيد، مما يمنحها مظهراً خارجياً يتسم بالتماسك والتكامل، أضف إلى ذلك الصفوة تستطيع أن تواجه التغيرات والتقلبات الخارجية وأن تتكيف معها، ومثل هذه الاستجابة لإنتاج الجماعات الكبيرة العدد المتنوعة الاتجاهات، والنتيجة المترتبة على ذلك كله هو أن قوة الصفوة لا بد أن تفوق الأغلبية التي تزيد عن كونها تجمع أو حشد من الأفراد غير منتظمين لا تحقق لديه أهداف عامة أو نسق محدد للاتصال و تنسيق السياسة".¹

وبالنسبة لموسكا "إن الأقلية الحاكمة يتميز أعضائها بصفات حقيقة أو ظاهرة هي مدار تقدير شديد وذات تأثير قوي في المجتمع الذي يعيشون فيه".²

تطور هذا الاتجاه أيضا مع أفكار الباحث "روبرت ميشلز"، الذي اعتبر مؤلفه "الأحزاب السياسية" المرجع الرئيسي الجامع لأفكاره حول حكم الأقلية وعلاقة السلطة السياسية بملكية وسائل الانتاج، حيث يرى أن حكم الأقلية Minority للأغلبية Magority حقيقة لا مرأ فيها، فالأكثرية لا يمكنها أن تحكم إلا بقيادة منظمة، فالتنظيم يعني الأقلية، لأن الأكثرية تفتقر إلى التنظيم وهي الفكرة التي صاغها بمقولته:

"Qui dit organisation dit oligarchie"، وهنا يبرز المصطلح الذي منحه "ميشلز" لحكم الأقلية فهو يتكلم عن الأوليغارشية بمعنى الأقلية أو النخبة الحاكمة، محاولا الربط بين الديمقراطية La démocratie ووجود الأقلية حيث أجرى دراساته حول الديمقراطية والأحزاب الاشتراكية في أوروبا وتوصل الى أن حكم الأقلية المنظمة هو قانون لا يفرق بين الأحزاب والتنظيمات وبعضها البعض، وهي نفس الملاحظة التي سجلها عند انتقاله من دراسة الأحزاب الى النظم السياسية وحسبه فأى جماعة لا بد أن تعتمد على أقلية لأن الأغلبية تفتقد للمؤهلات السياسية التي تجعلها غير قادرة على الحكم.

¹ محمد علي محمد، أصول علم الاجتماع السياسي، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1980)، ص. 384.

² بوتومور، مرجع سابق، ص 8.

"La constitution d'oligarchies au sein des multiples formes de la démocratie est un phénomène organique et par conséquent une tendance a la quelle succombe fatalement toute organisation....la mass ne sera jamais souveraine que d'une façon abstrait ..."¹

ولقد لخص "ميشلز" أسباب تسيد الأقلية على الأكثرية في ثلاثة أسباب وهي:

- لأسباب فيزيقية، وهي ما تلاحظ مثلا في علاقة المنتصرين بالمنهزمين، حيث أن السيطرة تتأتى من الانتصار والتفوق.
- لأسباب تعود للمعرفة، حيث أن الحكماء والعارفين يتسيدون على السفهاء والجاهلين.
- لأسباب مادية، حيث أن الأغنياء أصحاب الثروات يتسيدون على الفقراء المعوزين.²

2.2.1.4 الاتجاه السيكلوجي (النفسي):

تمثله كتابات "لفريديو باريتو" الذي اعتبر مبحث النخبة قسما جديدا من أقسام علم الاجتماع ومجالاته،³ عرض "باريتو" أفكاره في كتابه "العقل والمجتمع" "Mind and Society" فالنخبة لديه تشكل جزءاً من نظرية سوسيلوجية عامة تفسر النشاط الاجتماعي بالرجوع إلى عوامل نفسية معينة، فالنخبة ليست نتاجاً للأوضاع الاقتصادية ولا تعتمد على مهارات تنظيمية، ولكنها نتاج ما أسماه بالثوابت التي قصد بها الصفات الإنسانية الدائمة والثابتة على مدار التاريخ.⁴

"Dans toute société, a toutes les époques, en peut observer une stratification économique et social .Cela ne peut pas être du au hasard, mais a des forces fondamentales indépendantes, réglées par des lois universelles .les inégalités demeurent fondamentalement stables dans le tempe. L'inégalité ne dépendrait donc pas de l'organisation économique de la société, mais plutôt de fracture naturelles, qui fixeraient une fois pour toutes les constantes de l'ordre social".⁵

¹ لمزيد من التفاصيل حول نظرية الاوليغارشية والدراسات التي أجراها ميشلز أنظر Op-cit,p-21-26 Giovanni Busino

² أبراش، مرجع سابق، ص 137، 138.

³ بن صنيان، مرجع سابق، ص 37.

⁴ صاغور، مرجع سابق، ص 29.

⁵ Busino ,Op-cit,p 13

وحلل "باريتو" التاريخ الانساني على أنه صراع نخب، وفي ضوء تفسيره لسيطرة النخبة وتفسيرها استخدم مفهوم الرواسب الذي لا يعدو أن يكون انعكاساً لميول الفطرة الإنسانية، وصنف الرواسب إلى مجموعتين:

- **المجموعة الأولى:** تمثل تلك الرواسب التي تعكس "غريزة التكامل" وهي قدرة توجد عند الإنسان تربط الأفكار بعضها البعض من خلال أعمال الخيال الخلاق وتمثل منتجات هذه الغريزة الفنون والإيديولوجية، الأحلاف السياسية والمناورات.

- **المجموعة الثانية:** رواسب غريزية تهتم باستمرار التجمعات ودوامها، بحيث تؤدي إلى النزعة المحافظة والتمثلة في الاستقرار والنظام العام، ومن الناحية السياسية تؤكد هذه الرواسب على الانتظام والتضامن، ويؤكد "باريتو" في الأخير تباين توزيع هذه الرواسب يعتبر عنصراً هاماً في المجتمع، فهو المسئول في بناء الصفوات وعلاقتها بال جماهير.¹

في كتابه "في سوسيلوجيا بناء السلطة: الطبقة، القوة، الصفوة" استعرض الباحث "السيد عبد الحليم الزيات" رؤية "باريتو" التي تقر بعدم وجود مجتمع يخلو من الرواسب، وهي إذ توجد في هذا المجتمع أو ذاك وتحت مختلف الظروف والملابسات، فإنها بالرغم من ذلك ليست على درجة واحدة من الأهمية ولا تنتشر بين الأفراد على نحو متكافئ، كما أن توزيعها النسبي داخل المجتمع وخلال فترات التاريخ، غير ثابت يخضع دائماً للتغيير، ومادام الأمر كذلك فإن المجتمع، أي مجتمع، لا بد وأن ينقسم بالضرورة إلى شريحتين متفاضلتين من الأفراد عرضهما الباحث نقلاً عن "باريتو" على النحو التالي:

أ. شريحة عليا *uper stratum*:

تستغرق أولئك الذين يتمتعون بكافة الملكات والمواهب الفطرية (أي الرواسب) المؤهلة للتفوق والتمايز في مختلف المجالات، ويشكلون في مجملهم صفوة المجتمع *society élite* وليست هذه صفوة بطبيعة الحال كياناً واحداً على درجة كبيرة من التجانس والاتساق، بل إنها تنقسم عادة وبالضرورة إلى قسمين رئيسيين:²

الأول: هو الصفوة الحاكمة *governing élite*: وتشمل جميع الذين يمارسون السلطة السياسية، على نحو مباشر أو غير مباشر، بناءً على ما يحملونه من رواسب تؤهلهم لذلك،

¹ صاغور، مرجع سابق، ص ص 30-31.

² السيد عبد الحليم الزيات، في سوسيلوجيا بناء السلطة (الطبقة، القوة، الصفوة)، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1990)، ص ص

الثاني: هو الصفوة غير الحاكمة non governing élite: وتتكون من أولئك الذين لا يمارسون السلطة السياسية كانوا يحملون رواسب الصفوة الحاكمة، ويتحلون بكل سماتها وخصائصها.

ب. شريحة دنيا lower stratum: تستوعب الأكثرية الغالبة من أفراد المجتمع الذين لا يملكون مواهب وملاكات أعضاء الشريحة الأولى، ويشكلون في مجملهم جماعة اللاصفوة Non-Elite أي أولئك الذين تعوزهم القدرة على ممارسة السلطة، ولا يمثلون قوة سياسية ذات بال، ومن ثم يخضعون لسيطرة جماعة الصفوة بشقيها الحاكم وغير الحاكم على حد السواء.¹

ولا يعني انقسام المجتمع إلى شريحتين مفاضلتين على هذا النحو أن الانتقال صعوداً أو هبوطاً، من إحداها إلى الأخرى غير ممكن أو صعب التحقق تماماً، ولكن قصارى ما يعنيه أن هذا الانتقال إنما يتوقف بشكل أساسي فيما يقول "باريتو" على وضعية الظروف الخاصة بالمجتمع والأفراد فضلاً عن فعالية الرواسب المميزة التي يحملها أفراد كل من الشريحتين، ومن ثم فإن المجتمع غالباً ما يشهد بين الوقت والآخر نوعاً من التعاقب الدوري للصفوات Circulation of Elite، ينتقل الأفراد بفضل من دائرة الصفوة إلى نطاق اللاصفوة أو العكس، ويحدث ذلك عادة حال ما تفقد الصفوة الحاكمة قوة الراسب الذي دفعها إلى سده الحكم ومواقع السلطة، وتكون الصفوة غير حاكمة أو جماعة اللاصفوة قد نجحت في تنمية الراسب الذي يمكنها من إزاحة الصفوة الحاكمة عن المراكز التي تشغلها، وتقلد تلك المراكز بدلا منها، وبذلك يتوالى تبادل مراكز السلطة، وتتعاقد الصفوات دون انقطاع، مما يصدق معه القول: " إن التاريخ هو مقبرة الأرستقراطيات".

ويلجأ باريتو في تفسيره لدورة الصفوة (Circulation- Elite) إلى نفس الأساس السيكولوجي الذي استند إليه فالتغيير الذي يطرأ على الصفوة هو نتيجة مترتبة على التغيير الذي طرأ على الخصائص السيكولوجية لأفراد الصفوة من جهة وتلك التي تطرأ على الخصائص السيكولوجية للمستويات الدنيا من جهة أخرى فإن كان التاريخ هو مقبرة الأرستقراطيات كما يقول باريتو، فإن ذلك راجع إلى أن الأرستقراطيات تفقد أهم ما يميزها حيث تقل نسب الرواسب التي تمكنها من إحراز القوة، حينئذ نجد أن أمر الطبقات الدنيا لا تلبث أن تصعد إلى مستوى الطبقة الحاكمة.²

فالصفوة الحاكمة من الأقلية ذات التفوق والامتياز تسعى لتوظيف تفوقها لممارسة التسيد على اللانخبة وقيادتها، وفي سعيها هذا يصل جزء منها إلى الحكم ويسمى الصفوة الحاكمة، وهم أفراد النخبة

¹المرجع نفسه، ص ص 245،246.

²علي محمد، مرجع سابق، ص390.

الذين يمارسون السلطة السياسية، وجزء آخر يبقى خارج السلطة وهي الصفوة غير الحاكمة وهم إن كانوا لا يمارسون السلطة السياسية، فإنهم يحملون رواسب النخبة الحاكمة، ومؤهلون للارتقاء إلى مصاف النخبة الحاكمة، وهذا ما يحدث بالفعل من خلال ما سماه باريتو دورة النخبة.¹

لقد تأثرت مقارنة "باريتو" لنظرية النخبة بعاملين:

الأول: خليفته كعالم اجتماعي، أكد في دراسته على الطابع العلمي (الامبريقي) للبحث الاجتماعي وضرورة استخدام المنهج التجريبي؛

والثاني: تصنيفه كعالم اجتماع غلبت عليه التحليلات النفسية حيث أولى أهمية لما سماه بالعواطف من جهة، والرواسب والمشتقات من جهة أخرى كعناصر فاعلة في حفظ توازن النسق الاجتماعي.²

3.2.1.4 المنظور الاقتصادي (الإداري)

ويمثله "بيرنهام Burnham"، الذي تقوم نظريته للنخبة على المزوجة بين مفهوم كل من موسكا وميشيلز وباريتو، الذين يحاولون نقض النظرية الماركسية حول الطبقة الحاكمة، لكون الماركسيين رفضوا نظرية النخبة بوصفها تعبيراً عن أيديولوجية برجوازية، وبين نظرية الماركسية ذاتها، وقد أودع آرائه في مؤلف شهير له نشر عام 1941 بعنوان "الثورة الإدارية"، *Managérial Révolution* أكد فيه على أن النظام الرأسمالي يتحول تدريجياً إلى مجتمع تسيطر عليه نخبة إدارية تتولى شؤونه الاقتصادية والسياسية. وقد تأثر "بيرنهام" بالنظرية الماركسية في فهمه للأسس التي تستند إليها النخبة وتفسيرها، فتحكمها في وسائل الإنتاج هو الذي يمنحها مكانة السيطرة في أي مجتمع، ويتضح ذلك عندما يقول: "إذا أردنا أن نحدد الطبقة الحاكمة، فعلينا أن نبحث عن الطبقة التي تحصل على أعلى الدخل".³

إن الفكرة الجوهرية التي جاء بها "بيرنهام Burnham" على أن النظام الرأسمالي في تدهور مستمر، وأنه سيتحول تدريجياً إلى مجتمع تسيطر عليه الصفوة الإدارية، تتولى شؤون الاقتصاد والسياسة، وميز بين فئتين أساسيتين من المديرين الأولى: تشمل العلماء والمتخصصين في التكنولوجيا؛ الثانية: تضم المديرين القائمين على تنظيم عملية الإنتاج. ويرى "بيرنهام" أنه في المجتمعات الرأسمالية الحديثة أصبح هناك فصل بين ملكية المشروعات الاقتصادية الكبرى وإدارتها، والقضية الأساسية أن المديرين قد اكتسبوا

¹ أبراش، مرجع سابق، ص 124.

² المرجع نفسه، ص 122.

³ بن صينتان، مرجع سابق، ص 37.

قوة التنظيم والتسيير، وهي أكثر من القوة الاقتصادية التي تعد من الناحية الرسمية في يد الملاك الرأسمالين.¹

يختلف هذا المنظور مع ما يطرحه سابقه من أفكار وتصورات ويحاول في الوقت ذاته المزوجة بين نظريات الصفوة، بعامة وبين الأطروحة الماركسية العتيدة عن (الطبقة الحاكمة)، على وجه التحديد، وتعبيراً عن المحاولة التوفيقية، الفريدة يقرر (بيرنهام) أن الطبقة الحاكمة هي تلك التي تتحصل على أعلى دخول في المجتمع، وبما أن تلك الطبقة تكتسب هيبتها الاجتماعية وقوتها السياسية من خلال تملكها وسائل الإنتاج المادي فإن المجتمع لابد وأن يغشاه الصراع، وعلة ذلك -في رأيه- أن الجماعات غير المالكة، والعارية تماماً من القوة لن ترضي لنفسها موقع الخضوع الدائم أو الإذعان المستمر لقوة تلك الطبقة وسلطتها، ومن ثم فإنها تتطلع دائماً إلى القوة السياسية ولا تكف عن الصراع من أجل الاستحواذ عليها والتمتع بما يصاحبها أو يقترن بها من مكانة سياسة مرموقة وهيبة اجتماعية متميزة. ولسوف يكلل هذا الصراع بالضرورة بانتصار إحدى الجماعات الصغيرة، وتقلدها مواقع القوة و إنفرادها بسلطة اتخاذ القرارات الأساسية.²

ويعتقد بيرنهام أنه بإزاء هذه الحركة الصناعية الهائلة يصعب أنه يتحدث عن مجتمع خال من الطبقات فمثل هذه المجتمعات التي تتجه بخطى سريعة نحو التصنع تحتاج بصفة دائمة إلى تدريب فني راق وإلى خبرة واسعة بالأعمال الإدارية والهندسية، ولعل فشل الثورة البلشفية في روسيا في إقامة مثل هذا المجتمع هو دليل عند بيرنهام على أنه من المحتم أن تظهر طبقة حاكمة جديدة، ومع ذلك فلقد كان بيرنهام أقرب إلى الماركسية في فهمه لموطن القوة عند الصفوة فهذه القوة تكمن في سيطرة الصفوة على وسائل الإنتاج تلك السيطرة التي تمنح جماعة من الأفراد وصفاً متميزاً في أي مجتمع من المجتمعات.³

4.2.1.4 الاتجاه النظامي:

ويمثله "ش. رايت ميلز C.Wight Mills" الذي يرى أن مكانة النخبة وبناءها لا يتوقفان على مواهب الأفراد أو خصائصهم السيكولوجية، ولكنهما يتحددان في ضوء البناء الاجتماعي الاقتصادي لمجتمع معين، وقد وجد "ميلز" أن هذه القوة تؤدي إلى ظهور منظمات كبيرة الحجم كالمؤسسات العسكرية، والشركات الكبرى، والهيئات السياسية، فالنخبة عند "ميلز" من نتاج للطابع النظامي الذي

¹ صاغور، مرجع سابق، ص 32.

² الزيات، مرجع سابق، ص 248.

³ علي محمد، مرجع سابق، ص 391

يسيطر سيطرة كاملة على المجتمع الحديث، وأن القوى تميل إلى إتخاذ طابع نظامي عام، ويؤدي هذا الموقف إلى ظهور منظمات تحتل أهمية محورية في المجتمع، وأن هذه المنظمات تشكل في مجموعها الأوضاع القيادية في البناء الاجتماعي.¹

وبذلك يشارك "رايت ميلز" "بيرنهام" في موقفه بأن المكانة في النخبة لا يفسر من خلال العبقورية، أو سيكولوجية الأفراد أعضاء النخبة، وإنما من خلال بناءها الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، وبينما أراد "بيرنهام" أن يربط القوة بالمجتمع وبالسيطرة على وسائل الإنتاج، فإن "رايت ميلز" يربط القوة بالنظم الكبرى والمنظمات الكبرى والمنظمات المائلة التي انتشرت في المجتمع الحديث.²

لقد رصد "ميلز" وجود ثلاثة صفوات رئيسية في المجتمع الأمريكي، تشكل مجموعها نخب قومية، تحاول الحصول على التأييد الشعبي وحماية قيم الديمقراطية تتمثل في: رؤساء الشركات، والقادة السياسيون، والقادة العسكريون، تحاول الحصول على تأييد شعبي وحماية قيم الديمقراطية، تتميز هذه النخب بتجانس أصولها الاجتماعية، وتماسكها فيما بينها، باعتبارها تمثل الطبقة الحاكمة.

كما ميز "ميلز" بين أربعة مفاهيم للنخبة هي:³

- **المفهوم الأول:** يستند إلى الهيكل الاجتماعي، وأن مركز النخبة داخل المؤسسات لا بد أن يستند إلى القوة السياسية.
- **المفهوم الثاني:** ضرورة امتلاك النخبة لأكبر قدر من القيم الموجودة فعلاً، ويتبع ذلك بالتالي تعدد النخب، إثر تعدد القيم سواء كانت ثورة أو نفوذاً أو مركزاً اجتماعياً.
- **المفهوم الثالث:** يعتبر النخبة تمثل عصابة من الأفراد على قمة الهرم الاجتماعي تسود بينهم علاقات قوية بحكم علاقاتهم الاجتماعية والوظيفية مع تميزهم بالتماسك.
- **المفهوم الرابع:** فيستند إلى الصفات المعنوية والنفسية لبعض الأنماط من الشخصيات، فالنخبة تعتبر مجموعة من الأفراد المتميزين بصفات معينة.⁴

بعد عرض أهم التيارات التقليدية التي تناولت موضوع النخبة يمكن الخروج بالملاحظات التالية:

- أجمعت الاتجاهات التقليدية الأربعة على وجود أقلية (نخبة) تحكم أكثرية تابعة لها.
- تركز هذه الأقلية على مجموعة من الخصائص والصفات التي تنتفي لدى الأكثرية.

¹ بن ضيفان، مرجع سابق، ص 37-38.

² صاغور، مرجع سابق، ص 33.

³ المرجع نفسه، ص 34.

⁴ لمزيد من التفاصيل حول الاتجاه النظامي وتحديداً رؤية شارلز رايت ميل أنظر : Busino, *opcit*, l'élite du pouvoir selon Charles

Wright Mills p-p49-58

- اختلفت الخصائص والمميزات التي تؤهل الأقلية لقيادة الأكثرية من اتجاه إلى آخر، حيث يرتكز الاتجاه السيكولوجي على عوامل نفسية واجتماعية، في حين يهتم الاتجاه التنظيمي بالجانب التنظيمي مع اشارة ميشلز الى مصطلح الأوليغارشية، يهتم الاتجاه الإقتصادي بالعوامل الاقتصادية في حين ركزا لاتجاه النظامي على امتلاك مصادر القوة.

3.1.4 الاتجاهات الحديثة في دراسة النخب:

جاءت الدراسات الحديثة للنخبة مقتفية،متتبعة وناقدة للدراسات التقليدية التي قادها كل من " باريتو" "موسكا"، "ميشلز"، "بيرنهايم" "ميلز"، ويمكن استعراض أهم روادها كما يلي:

1.3.1.4 نظرية روبرت دال Robert Alan Dahl: التعددية في السلطة la polyarchie

يعتبر روبرت دال من الباحثين الذين بنوا دراستهم انطلاقا من مراجعات نقدية لنظرية نخبة القوة ل"رايت ميلز"، حيث أبدى رفضه لمصطلح نخبة واحدة تمتلك السلطات المطلقة، في حين أكد على ضرورة وجود التعددية التي تكون في مجالات مختلفة ولا تنحصر فقط في السلطة السياسية وهو ما خلق مفهوم " Elite multiples " .

"....c'est la probablement la raison qui a pousse un penseur politique tel que Robert Dahl a considéré cette formulation –et autre similaires- comme étant une formulation élitiste qui suppose que le pouvoir se distribue dans la société de sorte qu' un seul groupe l'élite le possède tout entier et que le reste des groupes en est privé .Bien que les behavioristes ,et a leur tête Robert Dahl ,refusent le concept d' élite ,refuse théorique et méthodologique ,leurs formulations théoriques ont ouvert la voie au concept *élite multiples* (plural élite) .Ils partent d'une conception pluraliste de la vie sociale qui suppose que le pouvoir est distribuée sur tous les groupes sans qu' un groupe unique ne l'accapare ,car il n'existe aucun groupe capable de s'accaparer seul du système entier....."¹

تمثل نظرية التعددية في السلطة خاصة ،بحث ميداني قام به روبرت دال في مدينة "نوهافن Newhaven" والذي صدر بعنوان Qui Gouverné وانطلق "روبرت دال" في هذا البحث من محاولته طرح ثلاثة أنواع من الأسئلة حول حقيقة وفاعلية الديمقراطية حيث إن هذه الأخيرة على المستوى النظري تجع

¹ Ahmed Zayed,"Les élites politiques et sociales –introduction théorique- (avec référence au cas de la société égyptienne)." coordination et présentation Omar Lardjanedans ELITES ET SOCITE :Algérie&Egypte .(Alger : Edition Casba ,2007)p,30.

كل مواطن فاعلاً بشكل أو بآخر في السلطة على قدر المساواة إلا أن الأفراد غير متساوين في واقع الحياة الاجتماعية، وتظهر هذه اللامساواة في مجالات شتى كالثروة والمركز الاجتماعي، فهل يؤثر هذا التفارق وبالأحرى هل تؤثر هذه اللامساواة في ممارسة السلطة؟

لقد صاغ "روبرت دال" إجابته على هذا التساؤل انطلاقاً من معالجة ثلاثة أنواع من الأسئلة هي:

السؤال الأول: يتعلق بتوزيع المصادر السياسية resources politiquer فمبدئياً هناك حق التصويت الذي يمارسه مختلف المواطنين، إلا أن هناك مصادر سياسية أخرى تؤثر في السلطة وفي الوصول إليها أيضاً.

فبالدرجة الأولى هناك الثروة، والوضعية الاجتماعية ثم الوصول إلى مراكز إصدار القرارات وبالتالي يجب النظر فيما إذا كانت هذه المصادر تجمع في ذات الأيدي.

السؤال الثاني: ويتعلق مباشرة باتخاذ القرارات كيف تتخذ القرارات؟ من الذي لديه تأثير أكبر في اتخاذ القرارات؟ وهل يتمتع الزعماء السياسيون باستقلال ما؟ ومن يجري عليهم الرقابة

السؤال الثالث: ويختص بالفئة القائمة على مراكز تكوين وإصدار القرارات، ماهي هذه الفئة؟ وهل هي متناسقة؟ ومنسجمة؟ وما الذي يميزها عن مجموعة المواطنين الآخرين؟¹

وفي إجابته على سؤاله الرئيسي Qui gouverne? توصل الباحث "دال" إلى أن كل من الجمهور والنخبة يمكن أن يشتركان في الحكم.

"...Il affirme :A la question :qui gouverne? La réponse sera :ni la masse, ni ses leaders ,mais les deux ensembles, les leaders pourvoient aux désirs des masses et en retour utilisent la force que leur procure la loyauté et obéissance des masses pour affaiblir et même annihiler toute opposition a leur loi..."²

بعد دراسة "دال"، قامت الباحثة "سوزان كيلر" Susan Killer "سنة 1963، بإعطاء مفهوم النخب المتعددة وضوحاً أكثر من خلال إشارتها إلى نخب استراتيجية (strategic elites)، مفهوم يشمل جوانب الحياة المختلفة من اقتصاد، سياسة، ثقافة، مجتمع.... بحيث تضطلع كل واحدة من النخب بوظيفة تنتمي إلى مجالها.

وأصبح بالإمكان الحديث عن نخب ثقافية ونخب اجتماعية موجودة في مجتمع مدني (société civile) ومجال ثقافي (domaine culturelle) دون أن تكون محتاجة للوصول إلى السلطة (pouvoir).³

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 92.

² Busino, opcit, p, p 62,63

³ Ahmed Zayed , opcit, p 31.

2.3.1.4 نظرية الفئة المسيرة لـ "ريمون آرون" Raymond Aron

يعتبر عالم الاجتماع الفرنسي "ريمون آرون" من الباحثين الذين أبدوا اهتماماً رئيسياً بالنخبة من وجهة كونها أقلية حاكمة، لكنه حاول أن يوجد علاقة بين النخب والطبقات الاجتماعية، كما شدد على تعدد النخب في المجتمعات الحديثة، وقام بدراسة التأثير الاجتماعي للنخبة الفكرية التي لا تشكل عادة جزءاً من نظام القوة السياسية.¹

وفي دراسته الشهيرة الطبقة الاجتماعية، الطبقة السياسية، الفئة المسيرة، يعرف "ريمون آرون" النخبة بأنها: "مجموعة من أصحاب النشاطات المختلفة الذين استطاعوا صعود قمة الهرمية ليشغلوا مناصب ممتازة تحقق لهم أهمية في الدخل أو في الرقعة أو في العظمة"، ويقترح "آرون" من أجل تأسيس نظرية يمكن الاعتماد عليها في نظرية النخبة استعمال مصطلح "الفئة المسيرة" وهذا الطرح يؤدي حسب "آرون" إلى البحث والاهتمام بجانبين أساسيين:

الجانب الأول: طبيعة السلطة الممارسة من طرف الفئة في ميدان نشاطها المهني.

الجانب الثاني: التأثير الذي يمارسه أو يزعموا ممارسته أفراد هذه الفئة على القرارات التي تؤثر وتهم الجماعة.²

لقد حدد "ريمون آرون" ثلاثة حلقات تدور حولها نظرية الطبقات ونظرية السلطة:

- **الحلقة الأولى:** تخص أصحاب نظريات الطبقات بما فيهم الماركسيين الذين يقرون أن الطبقات تكافح من أجل الوصول إلى السلطة.
- **الحلقة الثانية:** فهي الخاصة بعلم الاجتماع الإمبريقي الذي توصل إلى أنه توجد في جميع المجتمعات أقلية تحتل المناصب العليا، وتشغل الوظائف الممتازة، وهي تتمتع بأعلى المداخل.
- **الحلقة الثالثة:** تختص بنظرية الطبقة الحاكمة والتي مؤداها أن الكثير من الاجتماعيين، منذ "ميكافيلي" وحتى "باريتو"، يرون بأن الخاصية الأساسية في جميع المجتمعات ليست هي الطبقات الاجتماعية، وإنما هي الجماهير المحكومة من طرف الأقلية الحاكمة.

وفي ضوء هذه الحلقات النظرية التي حددها "آرون" حول الطبقات والسلطة، استخرج أهم الفئات

الرئيسية للنخب والتي يبدو كما يقول مرتبطة بالمجتمعات.³

¹ بوتومور، مرجع سابق، ص 13.

² حضري، مرجع سابق، ص 97.

³ المرجع نفسه، ص 96، 97.

أولاً: القادة السياسيون: وهم في العادة علة مصلحة مع بقية الفئات الأخرى كالموظفين، والمتصرفين، الإداريين، وقادة الجيش والشرطة.

ثانياً: هناك فئتان من النخب تتطلع كل منها إلى اعتلاء السلطة الروحية، يمكن أن نطلق على أحدها النخبة الدينية، وثانيهما المثقفون أو رجال العلم، وهم الذين يعبرون عن الفكر العلماني.

ثالثاً: المديرون للعمل الجماعي، وهؤلاء يمكن من الذين يمتلكون وسائل الإنتاج أو ما يمكن أن يُطلق عليهم اليوم رجال الإدارة "Managers" حسب مفهوم "بيرنهام"، وهم الذين بما يتمتعون به من تكون تكوين وكفاءة في التنظيم والإدارة يسكنون بمقاييد العمل الجماعي.

رابعاً: قادة الجماهير، وهم الذين يوجهون مطالب العمال داخل المجتمع، ونجدهم أحياناً يتطلعون إلى السلطة السياسية في قالب روحي، فعلى سبيل المثال نجد قادة العمال في بريطانيا يفتتحون مؤتمراتهم العامة وبصفة دائمة بممارسة نوع من الصلاة تعبيراً منهم نحو الديانة التقليدية.¹

3.3.1.4 النخبة عند هارولد لاسويل

من الدراسات التي اهتمت بالنخب وتحديداً مسائل القوة السياسية أبحاث لاسويل H.D.Lasswell حيث نوه "موسكا" نفسه بكتابه المبكرة، وفي دراسات متأخرة عن تلك الكتابات هي "دراسات مؤسسة هوفر" عن النخب، فقد كرس نفسه بشكل خاص لبحث النخبة السياسية التي يحددها على الشكل التالي: النخبة السياسية تشتمل على الحائزين على القوة السياسية في دولة ما، كما تتضمن تحت هؤلاء الحائزين على القوة السياسية، القيادة، والتشكيلات الاجتماعية التي تأتي القادة منها عادة ويؤدي لها الحساب كل مدة معينة من الزمن.²

4.3.1.4 النخبة عند كارل منهيم:

بالنسبة لكارل منهيم Karl Mannheim فقد كانت في فترة سابقة يرى أن آراء أصحاب نظريات النخبة هي تبرير غير عقلائي للتدخل المباشر وللتبعية الغير مشروطة لقائد ما، فقد استقر رأيه في ما بعد على اعتبار هذه النظريات منسجمة مع الديمقراطية، إذ أنه يكفي للديمقراطية أن المواطنين على الرغم

¹ لمزيد من التفاصيل حول النخبة المسيرة أنظر: Busino, opcit, p-86-81.

² بوتومور، مرجع سابق، ص 12.

من أنه لا يسمح لهم بلعب دور مباشر في الحكم بصورة دائمة لديهم امكانية جعل مطامحهم محسوسا بها بين مدة و أخرى.¹

"L'existence délite ne signifie pas que la société ne soit pas démocratique. La condition suffisante pour la démocratie est fournie en effet par le fait que les citoyens, empêchés d'avoir une part directe et a chaque moment dans le gouvernement, gardent toutefois la possibilité de faire valoir, en certains moments, leurs souhaits et leur volontés."²

5.3.1.4 النخبة عند شومبيتر:

قام شومبيتر Joseph Alois Schumpeter بتقديم وجهة نظر في الديمقراطية صارت منذ جاء بها مقبولة شائعة، إذ قال محددًا الطريقة الديمقراطية بما يلي: هي التدبير المنظم للوصول الى قرارات سياسية يستطيع فيها الأفراد الحصول على سلطة التقرير، بواسطة صراع تنافسي على أصوات الشعب.³

4.1.4 أنواع النخب: اشكاليات وتصنيفات:

1.4.1.4 إشكاليات المصطلح

قبل تطرق الباحثة الى بعض التصنيفات والأنواع التي أوردها الباحثون والمتخصصون في مجال دراسات النخب لابد من الاشارة الى نقطة اشكالية مهمة في هذا المجال، والتي تعتبر أيضا سببا رئيسيا في تبني الباحثة لمصطلح "نخب" في عنوان الدراسة. الاشكالية المطروحة تتعلق بمصطلح نخبة (بالمفرد: Elite) مقابل نخب (بالجمع: Elites)، وهنا يمكن التنبه إلى أن الباحثين وخاصة منظرؤا النخبة الأوائل طرحوا هذه الفكرة وفق الاتجاهات التي تم الإشارة إليها سابقا.

هل يقتضي أن نكتب الكلمة بالمفرد أم بالجمع؟ هذا هو السؤال الذي طرحه الباحثان "ريمون بودون"، و"فرونسوا بوركوا" في قاموسهما النقدي لعلم الاجتماع، حيث أشارا أن الاجابة على هذا السؤال تقتضي العودة الى كتابات "باريتو Parito" باعتباره أحد علماء الاجتماع القلائل الذين أشاروا إلى استحالة الاختيار في هذا الصدد.

¹ المرجع نفسه، ص 16.

² Busino, opcit, p30.

³ بوتومور، مرجع سابق، ص 16.

فمفهوم النخبة ينطوي في رأي "باريتو" على تقدير للنجاح الذي يؤدي فيه الفاعلون الاجتماعيون نشاطاتهم. "لنصنع إذن طبقة من الذين يتمتعون بالموثرات الأكثر ارتفاعاً في الفرع الذي يؤدون فيه نشاطهم ولنعط هذه الطبقة اسم النخبة...". "باريتو"، ثمة إذن عدد من النخب بقدر ما يكون لدينا فروع للنشاطات، ولكن إلى جانب هذا المفهوم لتعددية النخب التي لا تختزل، يستبعد "باريتو" كذلك التناقض الميكيفالي بين الطبقة الحاكمة والطبقة المحكومة، وبالنسبة لعالم الاجتماع الإيطالي الكبير، توجد هكذا في آن واحد نخبة قائمة (بالمفرد) ونخب عديدة غير قائمة (بالجمع).¹

وهي نفس الفكرة التي ذهب إليها الباحث "فضيل حضري" فقد أشار إلى أنه منذ 1930 وبعد ترجمة النصوص الكلاسيكية "لباريتو" و "موسكا" حول النخبة إلى اللغة الانجليزية، انطلقت العديد من الأعمال والبحوث الأكاديمية غير المنقطعة حول نظرية الطبقة الحاكمة والنخب بل أصبحت من حينها "سوسيولوجيا النخب" تطرح كتخصص sous-champ علمي مستقل في الولايات المتحدة الأمريكية، ولقد ظل مصطلح "النخب (ة)" يستعمل في عموم الكتابات بصيغتي المفرد والجمع، ولأن اختلاف استعمال هذا المصطلح أنتج اختلافاً في الرؤى والمقاصد، فلقد ظهرت لدينا مقاربتين هما: المقاربة الأحادية L'approche moniste، والمقاربة التعددية L'approche pluraliste، كما ظل استعمال صيغة المفرد والجمع غالباً -ليس دائماً- للتمييز بين الامتياز l'excellence، والرفعة la prééminence.²

- النخب(ة) في صيغة المفرد:

إن القول بالنخبة في صيغة "المفرد" يعارض نعت أولئك المتفوقين في مجال نشاطهم، ويرادف في الغالب "النخبة الحاكمة" أو "النخبة الموجهة" وحسب استعمالاته فإنه يشير إلى الفضاءات الحكومية والإدارية العليا والطبقة السياسية، أو بصفة عامة كل من نظن أنهم يشاركون بصفة علنية أو سرية في صياغة القرارات الهامة التي تخص حياة الدولة أو علاقتها الخارجية.

إن مقابلة النخب(ة) في صيغة المفرد بالنخبة الحاكمة فكرة أن أولئك الموجودين في مراكز التحكم والمسؤولية هم فعليا الأفضل Les meilleurs لأنهم الأجدر بقدراتهم أن يحكموا لا أن يُحكموا، وثانياً فكرة

¹ المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ريمون بودون، فرونسوا بوركوا، ترجمة سليم حداد، (بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، 2007)، ص 553.

² حضري، مرجع سابق، ص 11.

أن أفراد النخبة الحاكمة لديهم بعض المواهب القائمة ولكنهم لا يمتلكون قدرات للحكم كذلك القدرات التي تسهل لهم الدخول في السلم العالي لجهاز الدولة.¹

- النخب في صيغة الجمع:

أما النخب(ة) في صيغة الجمع فهي تؤهل كل الذين يكونون مجموعة الأقلية التي تحتل المكانة العالية في المجتمع، وانتقلت حق تسوية الأمور المشتركة بإمكانيات مختلفة (بالوراثة أو الاستحقاق، الثقافة، الثروة)، وحينها نستعمل مصطلح النخب(ة) بصيغة الجمع، فإننا في الغالب نحيل إلى الأشخاص الموجودين في موضع أو مركز رفيع وعالي في مختلف النشاطات، وهذا لا يقضي بطبيعة الحال فكرة التمييز، غير أن التركيز هنا هو على المراكز المحصلة والوظائف المشغولة فاعتماد صيغة الجمع يوحي بدولة، مجتمع متنوع ونظام تعددي في خلاف لكل تجمع اجتماعي متجانس نسبياً.

وعليه يمكن من هذا المنظور القول بنخب متنافسة في مجال معين أو على العكس من ذلك القول بمجموعة من النخب المتخصصة الناشطة في مجالات مغايرة.²

من جهتهم يفضل مؤلفون آخرون أن يكتبوا الكلمة بالمفرد فقط وأن يتحدثوا عن "نخبة قائدة" مثل "بوتومور Bottomer" أو نخبة السلطة مثل "ميلز Mills"، ومن أجل زيادة التعقيد في الأمور، يستعمل البعض كلمة "طبقة" حيث يفضل آخرون أن يستعملوا في المفهوم نفسه كلمة "نخبة".

إن العبارات: "النخبة القائدة، والطبقة القائدة، والنخبة الحاكمة، والطبقة الحاكمة" هي مع ذلك عبارات قابلة غالباً للتبادل، أما فيما يتعلق بمفهوم الطبقة المهيمنة فإنه يوحي فيما يتعدى التنوع الظاهرة للنخب بوجود توافق في مصالحهم ومشاركة بين أعضائها وتعاون بين سلطة البعض ونفوذ البعض الآخر.³

الباحث "محمد علي محمد" أشار أيضاً في كتابه "أصول الاجتماع السياسي" إلى اشكالية نخبة/نخب حيث أشار إلى أن الاتجاهات الجديدة في دراسة الصفوة تسعى إلى ترجمة النظريات إلى دراسات واقعية، ويطالب أصحاب هذا الاتجاه باستبدال مصطلح الصفوة بمصطلح الصفوات على أساس الحقيقة التي مؤداها أن المجتمع الحديث الذي يتسم بالتباين والتخصص وتنوع الأنشطة يشهد بالضرورة عدة صفوات وأن لكل صفوة منها دوراً تؤديه في المجتمع، وليس معنى ذلك بالطبع أن كل هذه الصفوات تلعب دوراً هاماً في المسائل السياسية، وإنما يمكننا أن نتحدث عن الصفوات السياسية والصفوات غير

¹ المرجع نفسه، ص 13.

² المرجع نفسه، ص ص 14، 13.

³ المعجم النقدي لعلم الاجتماع، بودون، بوركوا، مرجع سابق، ص 553.

السياسية مثلاً وعموماً، فإن هذا الاتجاه في دراسة الصفوات يمكن أن نطلق عليه مصطلح أصحاب تعدد الصفوات pluraliste élitiste وهم الذين يرون أن المجتمع لا يضم هراً واحداً للقوة وإنما يتألف من مجموعة أهومات متدرجة للقوة، ولقد بذلت عدة محاولات لتصنيف الصفوات أو لتحديد الصفوات ذات الأهمية السياسية في المجتمع.¹

وبناء على ما سبق فإن الباحثة تتفق مع وجهة النظر القائلة بتعددية النخب أو تنوعها تبعاً لمجال اهتمامها وهذا ما تم الإشارة إليه سابقاً في دراسات الباحثة "سوزان كلير": نخب استراتيجية (strategic elites) وأيضاً "روبرت دال" "Elite multiples" انطلاقاً من التعددية في السلطة "la polyarchie"، حيث بالعودة إلى الاتجاهات النظرية وخاصة التقليدية نجد ركزت على النخبة الحاكمة أو نخبة السلطة: Elite gouvernés، Elite du Pouvoir، Oligarchies وغيرها من المصطلحات....، وهو ما يقابل اليوم مصطلح النخب السياسية، في حين نجد أن في كل المجالات الحياتية هناك فئة أو أقلية تقود أي أننا بصدد الحديث على نخب وليس نخبة. ومنه جاءت الدراسة مستهدفة النخب الجزائرية. وبعد عرض الجدل القائم حول مصطلح نخبة /نخب ننتقل إلى تصنيفاتها وتعددتها داخل المجتمع الواحد.

2.4.1.4 تصنيفات النخب:

إهتم العديد من الباحثين بالنخب من خلال تقسيمها إلى فئات متعددة قائمة على تبني مؤشرات تختلف من باحث إلى آخر، ومستمدة أساساً من التغيير الاجتماعي حيث أشار الكثيرين في تصنيفاتهم إلى مؤشرات تتفاوت في تصنيفها بين القوة، الثروة، والمكانة.²

وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى ما طرحه الباحث Giovanni Busiono في مؤلفه الشهير Elites et élitismes، أنه يمكن النظر إلى دراسة اتجاهات النخب وفق مقاربتين Aproxhe أساسيتين وهما المقاربة الوظيفية Fonctionnelle والمقاربة البنوية Structurelle، أين يركز أحدهما على وظائف النخب وحول المضمون الدقيق لنشاطاتها، وكذا الحاجات التي تسعى إلى تلبيةها، والقدرات والخصائص الفردية التي تتمتع بها وتتميز من خلالها، والثاني يركز خلافاً لذلك على افتراض الحضور الكامل للهيمنة في كل

¹ علي محمد، مرجع سابق، ص ص 395-396.

² لمزيد من التفاصيل في هذا الموضوع استندت الباحثة إلى ما أورده مجموعة من الباحثين حيث يمكن العودة إلى: Busiono, opcit, p,p 99,100، حضري، مرجع سابق، ص ص 14-20، فرجي، مرجع سابق، ص ص 129-131، الطاهر بن خرف الله، النخبة الحاكمة في الجزائر 1989، 1962. بين التصور الأيديولوجي والممارسة السياسية مساهمة في التاريخ السياسي للجزائر المستقلة (الجزائر: دار هومة، الجزء الأول، ط 2007، 1)، ص ص 29، 30.

نظام اجتماعي، أين يكون الوجود لطبقة مهيمنة متكونة من مختلف الأجزاء المتنافسة بالضرورة، لكنها مخبأة دائما داخل أبنية ترابية، وهذين النموذجين يتبعان مساراً واحداً وهو التعمق في بحث وجود جماعة من الأشخاص "نخبة، طبقة مهيمنة، أجزاء من الطبقة المهيمنة" على هرم السلطة الاجتماعية وعلى القيم الأيديولوجية "الثقافية، السياسية، والدينية... الخ

"...Les deux approches ont permis de construire deux modèles interprétatifs: l'un basé sur les fonctions des élites ,sur le contenu spécifique de leur activités respectives sur les besoins à satisfaire, sur les aptitudes et les caractéristiques individuelles requises pour s'en acquitter ; l'autre fondu par contre sur les présupposé de l'omniprésence de la domination dans chaque système social ,d'ou l'existence d'une classe dominante composée de différents fractions certes concurrentes ,mais toujours enfermées dans des structures hiérarchiques.

L'approche fonctionnelle et l'approche structurelle ont cependant un trait commun :elle fondent toutes deux l'existence d'un groupe de personnes -élite (s)sub-élites (s) ,contre-élites, classe(s)dominantes(s) ,fraction(s)de la classe dominantes -sur un pouvoir social et sur valeur (idiologie, culture, politique, religion ,ect...)¹

وفي سياق المقاربة الوظيفية، حاول "بارسونز" Talcott Parsons " الذي يعتقد بوجود أشكال متعددة من التدرج الاجتماعي أن يربط كل منها بأربعة مسائل وظيفية تنبثق عنها أربع نخب متميزة على اعتبار أن عمليات التطور الاجتماعي هي في جوهرها عملية تمايز وظيفي، لذلك توقع بارسونز وجود أربعة نخب في كل نظام اجتماعي وهي: **نخب التلازم مع البيئة**، وتتكون من المختصين والخبراء الذين يعملون بالعلم والمعرفة والتكنولوجيا ويهتمون بمستقبل البيئة، **نخب تحقيق الأهداف**، وتتكون من السياسيين والمدراء، وتهتم بالعمل على التحرك باتجاه الأهداف، **نخب النشاطات التوحيدية**، ويهتم أفرادها بالنظام الاجتماعي وإدارته، **نخب النظام المعياري الثقافي**، وهي مؤلفة من قادة الفكر كالفلاسفة والأيديولوجيين الدينيين وغيرهم.²

أما في سياق المقاربة البنوية فيمكن الإشارة الى أعمال كل من الباحثين "رايت ميلز"، "نادل"، "هونتر" فعلى عكس الاتجاهات التقليدية التي ميّزت الشرائح الاجتماعية اعتمادا على الفوارق الطبقيّة بين الفقراء والأغنياء، وبين طبقة المستغلين والمستغلين، فإن "ميلز Mills" قام بتمييزها من خلال أربعة أبعاد للتدرج الاجتماعي وهي المهنة والطبقة والمكانة الاجتماعية والسلطة وافترض أنه إذا تم توزيع السكان

¹ Busino, opcit, p,99,100.

² فرحي، مرجع سابق، ص ص 129 - 130.

بحسب تلك المتغيرات الأربعة سوف تتشكل أربعة أصناف من الناس وبالطبع يمكن تحديد نخبة كل صنف من هؤلاء.¹

وحسب الباحث "فضيل حضري" فإن دراسات "ميلز" هي أحد أجزاء المقاربة البنوية تحت اسم "المقاربة الموضوعية" positionelle، أي أنها تهتم بتحليل المواقع (المواضع) في بناء ما، وهكذا تضع أمامنا بوضوح (النخب من خلال تموقعها)، وهي الحالة التي تعرف فيها النخبة بكونها مجموعة تشغل مواقع إستراتيجية تسمح لها بممارسة تأثير جلي Perceptible في عمليات اتخاذ القرار، فالموقع الاستراتيجي إذن مرتبط بهيكل يترجم القيم التي تمنحها له: الرموز، الهيكل، الشهرة، Prestige، الامتيازات تصبح كدلالات محددة للنخبة، لكن هذا التعريف لا يستطيع بأي طريقة أن يحل مشكلة العلاقة بين الجودة والاستعلاء والتباهي.

وتتأسس هذه المقاربة على فرضية أن المواقع أو المواضع المحصل عليها في بناء رسمي لمختلف التنظيمات والمؤسسات تمنح تقريبا جيداً للسلطة التي يحوزها الأفراد الذين يشغلون هذه المواقع.² ومن بين الذين ساهموا بشكل ملحوظ في هذا المجال نجد أيضا العالم الاجتماعي "نادل" "Nadel"، الذي صنف النخب إلى ثلاث تصنيفات اعتمادا على بيانات دراسات امبريقية وهي: النخبة الاجتماعية، النخب المتخصصة، النخب الحاكمة، وفي تحليله لهذه النخب نفى "نادل" عن النخبة الاجتماعية امتلاكها لقوة التأثير المباشر، حيث اعتبرها من النخب التي لا تحتكر اتخاذ القرارات، ونسب تأثيرها إلى الجماعات الأخرى التي تحاول تقليدها، في المقابل يعتقد هذا العالم الاجتماعي أن النخبة الحاكمة المتمثلة من قيادة المجتمع السياسي تمتلك قوة التأثير التي ستمدها من وضعها القانوني ومن السلطات التي تمارسها على المجتمع بأسره. وفي مجرى تحليله للنخب المتخصصة يقول "نادل": "أنها مشكلة من مجموع تلك الجماعات التي تمارس مهناً فنية عالية، أو لديها أنشطة مهنية وتجارية وثقافية في المجتمع"، بما فيها الجماعات السياسية المتخصصة من قادة الأحزاب وأعضاء البرلمان...³

كما يمكن أيضا الإشارة الى أعمال الباحث "فلويد هونتر" "Floyd Hunter" الذي اعتمد مقاربة السمعة Réputationnelle، في أبحاثه التي قام بها في أطلنطا-جورجيا حول بنية الجماعة الضاغطة (1953)، حيث طلب من مجموعة من الشخصيات المحلية، الذين يشترط فيهم أنهم يعرفون بشكل جيد

¹ المرجع نفسه، ص 130.

² حضري، مرجع سابق، ص 16.

³ فرحي، مرجع سابق، ص 131.

الوسط الذي ينتمون إليه تسمية الأفراد الذين هم حسب معرفتهم لديهم السلطة الأكثر في مدينتهم، فأعطت النتائج قائمة تم فيها رصد رجال السياسة، رجال الأعمال، تجار ومسيري القطاع الجمعي.

اعتمد المستجوبون على معايير مختلفة للتقدير حيث ركز اختيارهم على الشهرة أو السمعة، على تجربة أو أخرى، ببساطة على المواقع المؤسساتية أو التنظيمية للأشخاص المحددين، ثم اختيرت عينة من هذه القائمة وطلب إلى الأفراد المستجوبين تقليص القائمة الأولى إلى الربع من المجموع الأساسي، فكانت النتيجة ترتيب جديد معتمد على عدة مراحل، وسمحت هذه العملية بتحديد عدد معتبر من القادة (Leaders) الذين لهم القدرة على اتخاذ القرارات أو على الترجيح بطريقة فعالة في اتخاذ القرارات.

لقد طرح "هونتر Hunter" فكرة وجود نخبة اقتصادية متماسكة، وقام بتعميم هذه النتيجة على المستوى الوطني مؤيداً بذلك رؤية "ميلز Mills"¹، وفي هذه المقاربة البنيوية المعروفة أيضاً باسم مدخل الشهرة أو السمعة الشعبية حسب الباحث "الطاهر بن خرف الله" فإنه يتم تحديد الأشخاص المشهورين والمعروفين لدى الرأي العام ويكون استخدام هذا المدخل من خلال دراسات الرأي العام ودراسات تحليل المضمون لوسائل الاعلام المختلفة ومن خلال هذا المدخل يمكن تحديد شريحة من القيادات الشعبية التي تتمتع بقدرة على التأثير تفوق طبيعة المناصب التي يشغلونها.²

وكتلخيص للاتجاهات السالفة الذكر يمكن الإشارة الى أهم التصنيفات وأكثرها شيوعاً بين علماء الاجتماع السياسي والتي تميز بين تدرج القوة، والثروة، والمكانة على النحو التالي:

- البعد الأول القوة: يشير هذا البعد إلى قدرة المرء على المشاركة الفعالة في وضع القرارات التي يمكن أن تحدث تغييراً في توازن الامتيازات التي يحصل عليها الأفراد الآخرين ومثل هذه القرارات قد تكون قرارات حكومية أو ذات طبيعة إدارية والشيء الذي يعيننا في هذا السياق هو أن المجتمع الواحد لا يشهد بناء واحد للقوة وإنما الجماعات يمكن ترتيبها في تدرج هرمي للقوة كل في مجالها الخاص.

- البعد الثاني الثروة: فهو أيسر بكثير من تدرج القوة، ذلك أن صفوة الثروة سوف تضم أولئك الذين يحصلون على أعلى دخل وأكبر قدر من تراكم رأس المال وهو ما يحيل إلى مفهوم الطبقة، ذلك أن طبقة الشخص إنما تتحدد على أساس الوضع الذي يشغله مع الآخرين بالنسبة لعملية الإنتاج، ويميز ماركس في هذا الصدد بين الطبقة المالكة والطبقة التي تتولى تشغيل وسائل الإنتاج.

¹ حضري، مرجع سابق، ص، 17، 16.

² بن خرف الله، مرجع سابق، ص 30.

- البعد الثالث المكانة: تعتمد على الرأي الاجتماعي، فالشخص ينظر إليه بوصفه يشغل مكانة عالية في المجتمع حينما يصدر بقية أعضاء المجتمع المحلي حكماً أو تقييماً يفيد بأنه كذلك على أساس النشاط الذي يمارسه في المجتمع وهو قد يحصل على مكانة عالية إذ كان يؤدي أدواراً ذات أهمية خاصة، فالمهندسون والأطباء والعلماء يشغلون مكانة عالمية في معظم المجتمعات نظراً للإسهام الذي يقدمونه من أجل رفاهية المجتمع وتقدمه، وفي مجتمعات أخرى قد يحقق أعضاء جماعات عنصرية معينة أو طوائف دينية خاصة مكانة عالية أو قد يحصلون على هبة نتيجة لهذا الوضع.¹

3.4.1.4 أنواع النخب:

يرى الباحث "بوتومور" أن دراسة النخب هي عملية مثمرة عن جهات مختلفة فحجم النخب وعدد النخب المختلفة، وعلاقة كل منها بالأخرى وبالفتات التي تمسك بزمام السلطة السياسية، هي من بين أكثر الحقائق أهمية والتي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند التمييز بين أنواع النخب المختلفة² ووفق الاتجاهات السابقة والتي أقرت بتعددية وتنوع النخب داخل المجتمع الواحد يمكن أن نرصد أهم أنواعها على النحو التالي :

- النخب السياسية:

يشير مفهوم النخب السياسية إلى مجموعة الأفراد الذين يملكون مقاليد القوة في أي جهاز سياسي، أو سلطة التأثير المباشر في اتخاذ القرارات السياسية، وتصل النخبة السياسية إلى مواضع القوة والنفوذ إما عن طريق الانتخابات العامة أو القيام بثورة ضد سيطرة الجماعة السابقة، أو احتكار موارد الإنتاج في المجتمع أو قدرتها التنظيمية وتماسكها وتفاهمها المشترك، والحفاظ على مصالحها أمام منافسة أي نخب مضادة موجودة في المجتمع.³

وبالعودة إلى رواد نظريات النخبة في اتجاهاتها التقليدية والحديثة كان الاهتمام منصبا كثيرا على هذا النوع من النخب على إختلاف التسميات التي أعطيت له.

¹ علي محمد، مرجع سابق، ص 396، 397.

² بوتومور، مرجع سابق، ص 13.

³ عبد الواجد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 148.

- النخب العسكرية:

شكل العسكريون محطات فارقة في تشكيل تاريخ المجتمعات، كما لعبوا أدوار مهمة في دولهم سلبا أو إيجابا، بما يمتلكونه من قوة تسمح لهم بلعب مثل هكذا أدوار، ونظراً لهذه المميزات والخصائص فقد حظيت النخبة العسكرية تاريخياً بالاهتمام وسلطت أضواء الدراسة عليها وتتبعها أقلام الدارسين، رغبة في معرفة أصولها الطبقية ومناخ تنشئتها الاجتماعية وطبيعة القيم السائدة بينها، والأهم من ذلك كله معرفة القوى التي تختزنها، والتي تمكنها من فرض سيطرتها وإملاء سياستها.¹

لا يخلو مجتمع من المجتمعات من وجود جماعة مسلحة أو أكثر تتولى الدفاع عن أراضيه، وحماية بنائه ومؤسساته ومقدساته من أية أخطار تهددها من الداخل أو الخارج. يقترن ظهور المؤسسة العسكرية كجماعة مهيمنة منظمة بنشأة المجتمع السياسي، وقيام الدولة في المجتمعات القديمة قبل الميلاد، وقد اكتسبت هذه المؤسسة طابعاً طبقياً حينما ظهرت الملكية الفردية لوسائل الإنتاج المادي في المجتمع الإقطاعي إبان العصور الوسطى حيث ارتبطت بالطبقة المسيطرة على مصادر القوة الاقتصادية ومواضع القوة السياسية في ذلك المجتمع، وعُدت أداة ردع في خدمة مصالحها وأطماعها، ومع انهيار النظام الإقطاعي على يد الطبقة البرجوازية التي رفعت شعارات الحرية والإخاء والمساواة في أوائل العصر الحديث، ظهرت المؤسسة العسكرية الحديثة، اتخذت طابعاً قومياً مميزاً، يتخطى الطابع الطبقي الذي كانت عليه من قبل، إن ظلت بالرغم من ذلك في خدمة مصالح أو أهداف الطبقات أو الجماعات أو الفئات الاجتماعية المهيمنة على مصادر القوة ومواقعها في المجتمع.

وتعتبر المؤسسة العسكرية، في صيغتها المتطورة المعاصرة، جماعة مهيمنة نظامية وقومية، ذات سمات وخصائص بنيوية ووظيفية تميزها وتفرقها عن غيرها من الجماعات الأخرى داخل المجتمع، وهي لذلك بوجه عام لا تشكل طبقة اجتماعية بذاتها، ولا تمثل أيضاً جماعة اجتماعية واحدة، ولكنها تتألف عادة من عناصر تنتمي إلى أكثر من طبقة اجتماعية بذاتها، ولا تمثل أيضاً جماعة اجتماعية نتيجة تعميم نظام التجنيد الإجمالي في معظم دول العالم.²

ولقد كشف "بوتومور" عن الدور الذي تلعبه جماعة ضباط الجيش (الصفوة العسكرية) في المجتمعات النامية، وكيف أن دور هذه الجماعة قد يفوق تأثير المثقفين أو القادة السياسيين ببعض الأقطار ويقول بوتومور أنه ف المجتمعات المستقلة حديثاً التي لا تزال فيها النظم السياسية في طور

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 132.

² الزيات، مرجع سابق، ص 268.

التشكيل والسلطة السياسية غير مستقرة يكون لأولئك الذين يسيطرون على قوة القهر فرصة للقيام بدور هام في تحديد مستقبل الأمة أما تدخلهم بالفعل في الشؤون السياسية فيعتمد على مجموعة عوامل مثل: التقاليد التي تلقنها ضباط الجيش وأصولهم الاجتماعية، ونطاق تأثيرهم في الفرق العسكرية الخاضعة لسلطاتهم ومن ناحية أخرى عمق القادة السياسيين وطبيعة علاقاتهم بالقادة العسكريين.¹

- النخب المثقفة *Intellectuel élite*:

لم تخلو المجتمعات الإنسانية قديماً أو حديثاً من أفراد يضطلعون بوظائف الفكر والثقافة، سواء في أشكالها البسيطة والتقليدية أو في صورتها المعقدة كما يفرضه واقع المجتمعات المتطورة والحديثة اليوم²، ولذلك يختلف الباحثون فيما بينهم حول تعريف المثقفين، ولا يكاد ينعقد اتفاق بينهم حول هذا المفهوم، وبالتالي تتعدد وتتنوع التعريفات التي يطرحونها في هذا الصدد، بحيث يصعب على المرء في كثير من الأحوال الوقوف على دور المثقفين في المجتمع، ومدى نفوذهم وتأثيرهم الاجتماعي بوجه عام³. حيث يرى الباحث الفرنسي "ريمون آرون Raymond Aron" أن حدود النخبة قد تضاعفت شيئاً فشيئاً، بحيث من كان يعتبر مثقفاً في مطلع القرن العشرين أصبح خارج مدلول الكلمة في الوقت الحاضر، ولهذا فهو يعتقد أن كلمة مثقف تأخذ مدلولاتها باختلاف المجتمع، وحسب درجة ازدهاره الاقتصادي أو تأخره على وجه الخصوص.⁴

يشير من جهته "بوتمر T Bottmour" إلى النخبة المثقفة على أنها مكونة من جهة من أولئك الذين يقومون بأعمال غير يدوية، ويميز في هذه الفئة شريحتين عليا تشمل أصحاب المهن الجامعية ودنيا ينضوي تحتها القائمون بأعمال مكتبية وإدارية تتصف بالرتابة، ومن جهة ثانية المفكرون الذين يسهمون في خلق الأفكار وانتقالها، وتشمل الكتاب والفنانين والعلماء والمفكرين الدينيين وأصحاب النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين.⁵

يجذب "منايم Mannheim" بدل مصطلح النخبة المثقفة استخدام تسمية "الأنتلجنسيا" كدلالة على الجماعة التي تؤدي دور تقديم التفسيرات الاجتماعية للمجتمع الذي تعيش فيه. وتساهم في تكوين نظرة

¹ علي محمد، مرجع سابق، ص 402.

² فرحي، مرجع سابق، ص ص 137-138.

³ الزيات، مرجع سابق، ص 261.

⁴ فرحي، مرجع سابق، ص 138.

⁵ المرجع نفسه، ص 138.

المجتمع للعالم وفي إعادة البناء والتوفيق بين رؤى الطبقات المختلفة، وتشمل هذه الوظائف والأدوار حتى السحرة والبراهمة ورجال الدين من فئة المفكرين.¹

ولأن التحديات السابقة لم تراخ بشكل واضح الوظيفة الاجتماعية للنخبة المثقفة، فقد وضعها "أنطونيو غرامشي" Antonio Gramsci كميّار أساسي للتمييز بين المثقف وبين باقي أفراد المجتمع، معتبراً أن الإنسان يحتوي داخله رؤية شاملة خاصة تعبر عن خلفية ذاتية لا تختلف كثيراً عن فلسفة المحترفين إلا من حيث الكم فقط، وعلى هذا ينتهي "غرامشي" إلى القول: "أن كل الناس هم في حقيقة الأمر مثقفون لكنهم ليس بالضرورة ممارسين للثقافة"، ويرى هذا المفكر الإيطالي، أن الإشكالية لا تكمن في تعريف المثقف، بل تحديد الدور الذي يقوم به هذا المثقف في مجتمعه، وأن السؤال الذي يجب أن يهتم به من يبحثون في هذا الشأن هو: هل كل إنسان يقوم بدور المثقف؟²

ودون حاجة إلى الخوض في الكثير من التفاصيل المتعلقة بإشكاليات التعريف بالمثقفين بوجه عام، يمكن القول في هذا الصدد أن هناك على الأقل اتجاهين رئيسيين تدمج في سياقهما كافة التعريفات التي طرحت في هذا المجال:³

1. **اتجاه وصفي فردي:** يركز على الخصائص العامة التي يتسم بها المثقف فينظر إليه باعتباره ذلك الشخص الذي يبدع أو يبتكر، أو ينظم شؤونه الحياتية، ويكيف سلوكه الفردي والاجتماعي في ضوء القيم والمعايير الاجتماعية والمحددات الثقافية التي يمثلها ويلتزم حدودها في كافة تفاعلاته ونشاطاته.

2. **اتجاه وظيفي اجتماعي:** ينظر إلى المثقف بوصفه ذلك الشخص الذي يضع المجتمع في اعتباره من منظور نقدي، ويحاول من خلال معارضته الواعية لكل ما يعتره من نقائص وسلبات أن يؤثر فيه من أجل تغييره إلى الأفضل.

3. **النخبة الإدارية:** تهتم دراسات الصفوة الأمريكية والبريطانية بالصفوات التي أخذت تلعب دوراً هاماً في مجالات الصناعة والأعمال وربما يرجع ذلك إلى تأثير بيرنهام الذي ذهب في مؤلفه عن الثورة الإدارية إلى أن المديرين سوف يكونون صفوة متخصصة تحتل مكانة رئيسية في المجتمع

¹ المرجع نفسه، ص 139.

² المرجع نفسه، ص 139.

³ الزيات، مرجع السابق، ص ص 261، 262.

المعاصر والأكثر من ذلك أن من المتوقع لهذه الصفوة أن تكون طبقة حاكمة جديدة تمارس سيادة سياسية وإدارية واقتصادية جميعاً.¹

4. **النخبة البيروقراطية:** تعني بالمفهوم الواسع رجال الخدمة المدنية، والمديرون التنفيذيون ومديرو الصناعات والمشروعات، وموظفي الحكومة، وإذا فهي تكتسب أهميتها البالغة من مكانتها في المجتمع، فأى من هذه الفئات لا يمكن اعتبارها على حدى تشكل نخبة فكلهم يخضعون في النهاية -ومهما كان نفوذهم متزايد- لرقابة السلطة السياسية المباشرة.²

نبعت دراسات الصفوة البيروقراطية عن ذلك الانتشار الواسع النطاق الذي حققته التنظيمات الكبرى في المجتمع الحديث، فلم تعد البيروقراطية قاصرة على المجال الحكومي وإنما تخطت هذا المجال لكي تمتد إلى الأحزاب السياسية والنقابات والتعليم والصناعة، ولقد اعتبر "بيرنهام" سيطرة البيروقراطية تمثل صورة من صور السيطرة الإدارية، كما تتبأ "بيرنهام" بأن التفرقة التي أقامتها النظرية الليبرالية بين الدولة والأقتصاد سوف تفقد قيمتها طالما أن الدولة سوف تجد نفسها في موقف يجعلها تتدخل باستمرار في الحياة الاقتصادية سواء عن طريق التأميم أو التخطيط المركزي.³

وتكمن أهمية البيروقراطية في أنها تحتكر مخرجات النظام السياسي، من حيث تنفيذ القوانين والسياسات والقرارات، فهي تلعب دوراً محورياً في عملية الاتصال السياسي، نظراً لأحتكارها المطلق للمعلومات حول المسائل العامة، لذلك تتمكن البيروقراطية بسهولة بالغة من الحصول على وضع مسيطر من خلال تنظيمها للاتصال وكفاية ما لديها من تسلسل هرمي للتنفيذ.⁴

5. **النخب الدينية:** يشير مفهوم النخبة الدينية إلى الأشخاص المنقذين ثقافة واسعة إلى ثقافة الدينية، والواعي بقضايا مجتمعه، والمشارك في إنتاج الخطاب الديني وإيصاله إلى الجمهور المستهدف والقادر على اقناع المتلقي بمضمون الخطاب قولاً وعملاً.⁵

والنخبة الدينية هي وسط سوسيو ديني يشير إلى فئة تتمتع بقس متميز من العلم الديني وشؤونه وما يرتب به من وظائف كالإفتاء والقضاء والتعليم، ولها سلطتها العلمية والدينية ولها نفوذها على باقي الفئات الأخرى كما لها مصالحها المشتركة وأدوارها.⁶

¹ علي محمد، مرجع سابق، ص 405، 406.

² صاغور، مرجع سابق، ص 40.

³ علي محمد، مرجع سابق، ص 407.

⁴ صاغور، مرجع سابق، ص 41.

⁵ عبد الواحد أمين، (الصحافة) مرجع سابق، ص 157.

⁶ ف حضري، مرجع سابق، ص 56.

يتمتع هذا النوع من النخب بإملاك سلطة الخطاب الديني أو الإجتماعي، وتتكون غالبا من شيوخ الدين والنبلاء ورؤساء العشائر والقبائل وكبار العائلات العريقة. نخب تقليدية على إعتبار سلطتها التي تقوم على إحترام بعض المسلمات والحقائق التي شاعت بين الناس ويمتلك أفراد هذه النخبة نوعا من الكاريزما التي تمكنهم من التأثير في أتباعهم والمحيطين بهم، وهي مميزات ليس لها علاقة بالضرورة بالقوة المادية أو حتى قوة المكانة الإجتماعية وإنما قد تكتسب مقابل ما يقدمه الفرد لمجتمعه من أعمال يعجز الكثيرون عن تقديمها أو إنجازها¹.

يمكن اعتبار رجال الدين نخبة يمكنها لعب دور هام في مسار المجتمع السياسي لما تتوفر عليه من نفوذ وتأثير في مختلف المجتمعات، حيث في فترات تاريخية مختلفة مثلا في الهند شكل البراهما طبقة حاكمة لفترة طويلة من الزمن، وكما نلاحظ في الوقت الحاضر رجال الدين يتمتعون بنفوذ سياسي كبير في ايران والسعودية والمغرب².

أما النخبة الدينية فهي تتقاطع مع النخبة السياسية في حالة ما أدمجت في الحياة السياسية وسعت إلى الوصول إلى السلطة، فحينها يمكن تسميتهم نخبة سياسية دينية كما هو الحال في إيران وتركيا والجزائر، أو مايسميه البعض بالإسلام السياسي³.

6. النخبة التكنوقراطية: هي قريبة بشكل كبير إلى النخب الإدارية التي تبنى وتتشكل بفعل الخبرة والعمل المؤسساتي الإداري، بحيث تربط أفرادها علاقات العمل أكثر من علاقات العرق أو الدين أو الجهة. وتملك هذه النخبة مستوى من التعليم المقبول الذي يمكنها من التدرج في المسؤوليات والوظائف ويحقق لها الحد الأدنى من التفاعل مع الأحداث والقدرة على ربطها وتحليلها ومن ثم تكوين رأي حولها إما تأييدا أو رفضا. وهي تتموضع وفق بناء مؤسساتي بيروقراطي، يساعدها على إمتلاك الكفاءة العالية وتطوير آدائها وتحقيق الخبرة في العمل، حتى تتمكن من تحصيل المراتب العليا والوظائف السامية التي تسمح لها من بناء علاقات قوية مع محيطها الإداري والمؤسساتي من جهة ومع العاملين في مجالها، بما يمكنها طبعاً من التأثير في محيطها والوصول من خلال ها التأثير إلى المؤسسات السيادية المؤثرة كالحكومة والمؤسسات السياسية

الرسمية⁴.

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 144، 145.

² صاغور، مرجع سابق، ص 45.

³ حضري، مرجع سابق، ص 58.

⁴ فرحي، مرجع سابق، ص 144.

7. النخب الأكاديمية:

تعد النخبة أحد أنواع النخب بشكل عام وهي جزء من النخبة الفكرية التي تضم على سبيل المثال الأدباء والمفكرون وأساتذة الجامعات والفلاسفة والعلماء.

والنخبة الفكرية كما يعرفها بوتومور بأنها الجماعة الصغيرة التي تتألف من أولئك الذين يسهمون مباشرة في ابتكار ونقل ونقد الأفكار، وتضم هذه الفئة المؤلفين والعلماء والفلاسفة والمفكرين والفنانين والمتخصصين في النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين.¹

8. النخب الإعلامية:

يقصد بالنخبة الإعلامية الأفراد الذين يقومون باعداد ونشر أو بث الرسائل الإعلامية عبر الوسائل الاتصالية المتعددة، وهم الصحفيون والعاملون في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني.

وتأخذ هذه النخبة قدرا كبيرا سواء فيما يتعلق بعلاقتها بالنخبة الحاكمة وتأثيرها على صانع القرار، أو علاقتها بالنخب الأخرى، أو علاقتها بقيادة الجمهور والتأثير عليه فوسائل الاتصال تمد صانع القرار بتيار مستمر من المعلومات عن الأحداث المحلية والدولية تساعد في بلورة المشكلات الراهنة وتقديم البدائل المقترحة لحل هذه المشكلات بما يساعد على اتخاذ القرار الملائم، كما توفر وسائل الاتصال فرص النشر والذبوع لهذه القرارات بهدف احاطة الرأي العام علما بما اتخذته القيادة السياسية في هذا الشأن من قرارات.²

تشير الباحثة إلى أنه وفق نظرية تعددية النخب فإنه توجد أنواع أخرى تتسجم مع المجالات التي تنتمي إليها، وأنه تم عرض التصنيفات الأكثر انتشارا ببحثيا ومجتمعيا .

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص ص 150، 151.

² المرجع نفسه، ص ص 153، 154.

المبحث الثاني: النخب في الجزائر

انتهت الباحثة في المبحث الأول من هذا الفصل بعد استعراض عام للتطور التاريخي للنخب ونظرياتها التقليدية والحديثة، إلى اتفاق عام يجمع بين مختلف المدارس والاتجاهات على حقيقة الظاهرة النخبوية القاندة والمسيرة للفئات الاجتماعية الواسعة والعريضة، وإن اختلفت المنطلقات التي استند إليها الباحثون والمتخصصون.

ولأن موضوع الدراسة يستهدف بشكل خاص استخدامات النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وقبل الانتقال إلى الفصل التطبيقي كان لابد من الإشارة إلى النخب الجزائرية على اعتبار أن المجتمع الجزائري عرف كغيره من المجتمعات ظاهرة النخب، غير أن هذه النخب شهدت تطورات تاريخية وسياسية مختلفة عن تلك التي سادت في بلدان أخرى، وذلك لارتباطها بالتاريخ السياسي للجزائر وما ميزه من تحولات وتغيرات، ومنه كان لابد من تسليط الضوء على هذه النخب منذ تشكلها ومعرفة أهم التحولات التي طبعها وصولاً بها إلى الفترة الحالية التي شهد فيها المجتمع الجزائري كما المجتمعات العالمية تنامياً كبيراً في استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وعليه ترى الباحثة أنه يمكن تقسيم التطورات النخبوية في الجزائر إلى مجموعة من المراحل ترتبط كما تم الإشارة إليه بالتاريخ السياسي للجزائر¹.

إن عرض هذه التصنيفات ليس قراءة في التاريخ الجزائري، ولا محاولة لرصد فترات التاريخ السياسي، وإنما هدفت الباحثة من خلاله إلى محاولة إبراز كيفية ظهور وتطور النخب داخل المجتمع الجزائري ومعرفة الأدوار التي اضطلعت بها في كل مرحلة ومحاولة تقديم قراءات وتصورات لمستقبل هذه النخب.

¹ تشير الباحثة في هذا الصدد أن تقسيم المراحل هو وجهة نظر تم تبنيها واستخلاصها بناء على قراءة في مجموعة من الأبحاث والدراسات التي أنجزت في الموضوع، سواء تعلقت بالمصادر التاريخية أو المراجع والدراسات الأكاديمية وحتى المقالات البحثية، مع ضرورة التنبيه إلى أمر مهم وهو قلة الأبحاث والدراسات التي توصلت إليها الباحثة في المرحلتين الأخيرتين وخصوصاً الأخيرة التي ما زالت بصدد التشكل.

1.2.4 النخب الجزائرية: بدايات الظهور والتشكل (1892-1930)

ارتبطت النخب الجزائرية في بدايتها بما عرف باسم "حركة الشبان الجزائريين"، "في مستهل القرن العشرين أو قبله بقليل بدأت "حركة الشباب الجزائري "Jeunes Algeriennes" تتكون شيئاً فشيئاً، وذلك بالتوازي مع ميلاد الصحافة¹، أين كتب الباحث "أحمد مريوش" عن البدايات الأولى التي صنعت الفرق بالنسبة للفئات التي كانت موجودة في الجزائر وتمتلك خصائص تجعلها تتفوق على عامة الشعب حيث أنه في سنة (1891) سافرت إلى باريس وفادة من الأهالي المسلمين التي تمثل حركة الشبان الجزائريين وهي نخبة تشتغل في ميادين عدة منها الترجمة والتعليم والتجارة والطب والصحافة والسياسية، وقد شعرت هذه الكتلة بالهوة الكبيرة بينهما وبين ما كانت تراه لدى المعمرين من حقوق وامتيازات..."².

ليضيف بعدها الباحث "خالد بوهند" أن سنة (1892) هي سنة مهمة شهدت فيها الجزائر مخاضاً سياسياً جديداً من خلال تصادف التقاء مجموعة من النخب الجديدة المثقفة وعناصر أخرى تقليدية للوفد البرلماني الفرنسي بقيادة "جول فيري" "Jules Ferry" أين طالبوه بإصلاحات سياسية³.

وفي سنة (1911) أراد عنصر* في جماعة النخبة أن يعرف جماعته فقال: "هي ثريات الشبان المتخرجين من الجامعات الفرنسية والذين كانوا قادرين بأعمالهم أن يصعدوا فوق الجماهير وأن يضعوا أنفسهم في مصاف ناشري الحضارة الحقيقيين". وقد ميّز نفس الكاتب بين الأغلبية من الشواش والكتاب العاديين، ومساعدى الصيديلين الفتيان وبين الأقلية من الشبان الجزائريين الذين حصلوا على تعليم جاد، والذين كانوا يحتلون مناصب في الخدمة الوطنية والجنديّة والقضاء الإسلامي.

أما المستعرب الفرنسي "جورج مارسي"، الذي كان مديراً للمدرسة الجزائرية الإسلامية بتلمسان، فلم يتفق مع هذا التعريف للنخبة الجزائرية، فهو لا يعتبر النخبة تلك الأقلية من الموظفين والمحامين،

¹ جيلالي صاري، بروز النخبة المثقفة الجزائرية (1850-1950)، تر عمر المعراجي، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار، وحدة الروبية، 2008)، ص 9.

² أحمد مريوش، دراسات وأبحاث في تاريخ الجزائر الحديث المعاصر، (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ج 1، ط1، 2013)، ص32.

³ خالد بوهند، النخب الجزائرية. دراسة تاريخية واجتماعية (1892-1942)، (الجزائر: دار القدس العربي، 2015)، ص 15.

* هذا العضو هو الشريف بن حبيلس، من أبرز الشبان الجزائريين أديب وقاضي، متحصل على الدكتوراه في القانون عرف بكتابه L'Algérie Française vu par un indigène والذي نشره سنة 1914. لمزيد من التفاصيل أنظر بوهند خالد، مرجع سابق، ص 186، وأيضاً أحمد صاري، شخصيات وقضايا من تاريخ الجزائر المعاصر، تقديم أبو القاسم سعد الله، (الجزائر، المطبعة العربية، 2004)، ص112.

والصحافيين والمعلمين، ولكن "أولئك الجزائريين الذين جمعوا بين الثقافة العربية والثقافة الفرنسية والذين يعرفون في نفس الوقت عن مؤلفي العصر الإسلامي الذهبي وعن كتاب التراث الإسلامي".¹

في حين وافق الباحث "علي مراد" إلى ما ذهب إليه "جورج مارسي" حين قال في تعريفه للنخبة الجزائرية إذ قال بأنها "جماعة يحسنون اللغتين وينتمون إلى الطبقة المثقفة، أي تك الجماعة التي درست كلا من الحضارة العربية والفرنسية"، ويضيف قائلاً: "كان الفتيان الجزائريون مع تصريحهم بأنهم الناطقون باسم الجماعة الإسلامية يحسون في الواقع أكثر في المجتمع الفرنسي".²

وأشار الباحث "أبو القاسم سعد الله" إلى أن معظم الكتاب يتفقون على أن النخبة الجزائرية كانت بطيئة في الظهور وصغيرة في العدد بدأت في الظهور في أواخر القرن 19، فالكاتب الفرنسي "بوسكي" يصف طريقة ظهور النخبة بأنها "كانت مؤلمة وبطيئة"، كما أشار الكاتب الفرنسي "ألود" سنة (1907)، بأنه يوجد في الجزائر أكثر من 450 مثقفاً جزائرياً، وقد عبر المؤرخ الفرنسي "لوري بوليو" على رأي شبيه بذلك حين سمّ جماعة النخبة الجزائريين "المتأوربيين".

ولم يكن تكوين النخبة محل اتفاق أيضاً بين الكتاب فأعضاء هذه الطبقة كانوا يعتبرون أنفسهم أقلية ممتازة منفصلة عن أغلبية ناقصة تتكون من فلاحين جهلة ومرابطين جزائريين، وعلماء رجعيين، وأعيان مستسلمين، إن بعض الكتاب قد حاولوا توسيع عدد النخب لكي يشمل المترجمين والمحامين والأطباء والمعلمين والقضاة والصحفيين وبعض التجار والعمال الزراعيين والطلبة، لكن يفضل البعض ألا يطلق اسم النخبة إلا على الست فئات الأولى.³

يجمع المؤرخون على أن بداية ظهور فكر الإدماج في الجزائر مرتبط بحركة هؤلاء الشبان الجزائريين المسمون بالنخبة وتعود هذه التسمية إلى ذلك النموذج من الحركات السياسية التي عرفتتها القوميات الحديثة فعلى موضة تلك الفترة كان يتحدث فيها عن الشبان الأتراك، الشبان المصريين والشبان التونسيين، أطلق على أفراد هذه الحركة تسمية "الشبان الجزائريين"، في حين فضل أبو القاسم سعد الله تسميتها النخبة "والجزائر الفتاة" وهناك من أطلق عليها تسمية "العمائم الشابة" تمييزاً عن العمائم القديمة وهناك من سماها "أنتلجنسيا" وفي مراجع عديدة مصطلح "الليبراليين" ويرتبط هذا الاختلاف في التسمية بالنظر إلى المرجعيات التي بنيت عليها هذه الفئة المثقفة سواء الاجتماعية أو الثقافية.⁴

¹ أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية الجزائرية 1906-1930، (بيروت: دار الغرب الإسلامي، ط4، ج2، 1992)، ص 159.

² سلوى لهاللي، "ظهور النخبة الجزائرية ومرجعيتها"، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، عدد 20، السداسي الأول، 2013، ص 79.

³ سعد الله، (الحركة الوطنية الجزائرية 1906-1930)، مرجع سابق، ص 160.

⁴ لهاللي، مرجع سابق، ص 80.

وفي ظهور حركة الشبان الجزائريين تقول الباحثة "لهالي سلوى" أن: "إن ميلاد حركة الشبان الجزائريين لم تكن وليدة القرن العشرين، بل تعود لتاريخ 1892، غير أنها لم تستطع استعمال الوسائل الكفيلة لإبلاغ مطالبها واكتفت بالمعارضة التي افترضت في البداية على رفض المساس بالمقومات الشخصية الإسلامية في حالة التجنيس قبل أن تصبح هذه القضية في نظر الشبان أمراً شخصياً وكانت مرحلة نهاية القرن التاسع عشر الملامح الأولى لتبلور النخبة الجزائرية وبداية رسم أفكارها، وانتظمت أكثر في بداية القرن العشرين ببروزها على الساحة وبداية احترافها السياسة وتطويرها للمطالبة بالتمثيل البرلماني والمواطنة والانتخاب نظراً لمكانتهم كنخبة راقية بالمقاربة مع بقية الأهالي، وبالنظر للتكوين الثقافي الذي يتمتعون به، ومنذ هذا التاريخ أخذت حركة الشبان طريقاً واضحاً هو المطالبة بالإصلاحات المدنية والحقوق السياسية"¹، ولقد كان المطب الرئيسي للنخبة الجزائرية إلى سنة 1930 هو المساواة في الحقوق مع الفرنسيين وظل الشغل الشاغل للنخبة خلال الثلاثينات.²

يذهب الباحث "محفوظ قداش" إلى القول بأن لمصطلح "النخب" في الجزائر المحتلة معنى خاص ولاسيما في الأوساط الأوروبية إذ كان يقصد به "أقلية مسلمة ذات تكوين فرنسي استفادت من نظام تعليمي انتقائي. و كان الحصول على شهادة، ومنه ممارسة مهنة حرة أو وظيفة عمومية يحيط بها نوع من الشهرة يمثل المعيار الأساسي للانضمام إلى مجموعة النخب وقد مثل المنتخبون النابعون في الغالب من تلك النخب، بثقافتهم الفرنسية أو لأنهم ينحدرون من عائلات كبيرة دجننتها نوعاً ما الإدارة الاستعمارية النخب السياسية الرسمية ظاهرياً فقط، لأن السلطة السياسية لم تكن بين أيديهم فعلياً، ولم يطرح المعلمون الذين يمثلون نخبا بثقافة ذات وضع أدنى إلا باحتشام كبير المشاكل السياسية، ولم يتطلعوا إلى أن يصبحوا نخبا سياسية تمثيلية، بعض المنتخبين القلائل فقط، جاؤوا من عالم المهن الحرة، تجرؤوا على الجهر باحتجاجاتهم، بل إنهم عبروا عن مشاعرهم الحقيقية، وإجمالاً بقيت لهجة الوفاء سائدة لتعارض أمانى الوطنيين المتهورة، وحتى مع تطلعات النخب ذات الثقافة العربية...."³.

كما شهدت هذه المرحلة أيضاً جمع الأمير خالد لهيئة سياسية في 1919 أسماها "وحدة النواب المسلمين"، وأسس لها صحيفة (الأقدام)، فكان ينادي بوجوب إصلاح الحالة في الجزائر على قاعدة

¹ المرجع نفسه، ص ص 87-88.

² أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية الجزائرية 1930-1945 (بيروت: دار الغرب الاسلامي، ج3، ط4 1992)، ص 59.

³ محفوظ قداش، تاريخ الحركة الوطنية الجزائرية (1919-1930)، ترجمة أحمد بن البار، (الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر

والتوزيع، ج1، 2011)، ص 269.

تسوية الجزائريين بالفرنسيين في كل شيء ودخول الجزائريين لمجلس النواب الفرنسيين وإلغاء سائر الأحكام الاستثنائية¹.

أطلق الباحث "عبد النور خيثر" على النخب المتفرنسة تسمية "النخب المصطنعة"، وحسب رأيه يعود هذا الوصف إلى الطريقة والظروف التاريخية التي تشكلت من خلالها النخبة المفترسة، داخل الجزائر فلقد وصف الكاتب الفرنسي "بوسكي" ظهور تلك النخبة في أواخر القرن 19 بأنه كان أليماً وبطيئاً، لأنه لم يكن وليد مبادرة ذاتية أو ثمرة لانفتاح ثقافي استعماري حقيقي وإنما جاء في سياق سياسة تهدف إلى السيطرة على المجتمع الأهلي بواسطة مجموعة تنتمي إليه في أصولها الاجتماعية وغريبة عنه في ميولها وأفكارها.

كما تحدث الباحث "خيثر" بأن مطالب الفئة المتفرنسة الشهيرة في تجربة الحركة الوطنية "بالنخبة الاجتماعية" كثيراً ما كانت تعبر عن مصالح ضيقة لتلك الفئة، ولم تتجاوز المطالبة بحقوق المواطنة الفرنسية وبالتجنس والترقية الاجتماعية، ولم يشر حسبه أي مؤرخ فرنسي أو جزائري إلى مطلب واحد لتلك الفئة يعبر عن إيمانها بإمكانية التحرر الذاتي أو بقدرة الشعب الجزائري على تقرير مصيره خارج الإطار الاستعماري².

تشير الباحثة في ختام عرض المرحلة الأولى لتشكيل النخب الجزائرية إلى ثلاث نقاط أساسية:

- إن التاريخ الجزائري هو تاريخ يمتد قبل 1892 وطبعاً كان من الصعب العودة إلى مراحل تاريخية أسبق - فالأمر يحتاج إلى باحثين متخصصين في الدراسات التاريخية الجزائرية والمناهج المتعلقة بمثل هذا النوع من الدراسات - ونجد العديد من الباحثين الذين اهتموا بذلك، حيث اطلعت الباحثة على دراسة الباحث محفوظ سماتي Mahfoud Smati وتعتبر من الدراسات المهمة التي تناولت موضوع النخب الجزائرية حيث انطلق من فصل مفاهيمي عام حول النخب وأهم منظرها من Paréto وصولاً إلى Raymond Aron ثم قسم النخب الجزائرية إلى نخب تقليدية وأخرى حديثة وأدرج حركة الشباب الجزائري (Jeunes Algérienes) ضمن النخب الحديثة (la nouvelle élite) في حين قسم النخب التقليدية إلى ثلاث أقسام:

¹ أحمد توفيق المدني، هذه هي الجزائر، (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1956)، ص 167.

² خيثر، مرجع سابق، ص 21.

- ✓ نخبة الجواد: L'élite aristocratique ou jouads: وحسب الباحث "سماتي" فهي نخبة أرستقراطية فأفرادها ينتمون إلى القبائل التي يميزها الجانب العسكري وتحدث عن شخصيات أمثال الأمير عبد القادر والشيخ بوعمامة والشيخ المقراني.
- ✓ نخبة الحضر أو البررجوازيين L'élite bourgeoise o hadars: وهم سكان المدن المتأثرين بالحضارة الفرنسية ولكن البعض الآخر فضل أن يواجه الفرنسيين و ويتفق مع نخبة الجواد.
- ✓ نخبة الشرفاء أو المرابطين L'élite maraboutisme ou chorafs: والتي تتخذ من الثقافة العربية والإسلامية مرجعية لها والمنتمين إليها، كما تتفق مع نخبة الجوادين في مواجهة المستعمر¹ .
- إن الصحافة الفرنسية بجميع أنواعها وأشكالها والدوائر السياسية الفرنسية، كما ورد في كتابات الباحث "عبد القادر حلوش"، هي التي أطلقت اسم "النخبة" على جماعة من الناس تميزا لهم عن بقية الأفراد مجتمع. وذلك تشجيعا لهم لمواصلة السير في طريق الإدماج والمطالبة بالجنسية الفرنسية، لأنهم الوحيدون القادرون على التأثير على زملائهم واخوانهم كونهم يملكون قوة فكرية وثقافية تجعلهم في الصف الأول من المجتمع بل وفي طليعته.³
- تسجل الباحثة في هذه المرحلة التاريخية سعي الاستعمار الفرنسي و محاولاته المتكررة الهادفة لاستقطاب النخب الجزائرية ما أورده الباحث "مصطفى الأشرف" في كتابه "الجزائر: الأمة والمجتمع" حيث أشار في فقرة عنونها ب"بعض الأعوان والخونة" ما يلي: "ظل الفرنسيين مدة طويلة من الزمان، يبحثون -ولكن بدون جدوى- عن رجال من ذوي الكفاءة يتخذونهم بين الشعب أعوانا، ويقول المؤرخ روسي: كان من الصعوبة بمكان اختيار من يليق بين الأعيان الكبار، لأن الأمير عبد القادر كان أدرى الناس بأقدار الرجال، فاختر من بينهم النخبة، ولم يترك لنا سوى الأوباش..."⁴

2.2.4 استمرارية التشكل: نخب بعاءة الادماج (1930 - 1954)

لقد تمكنت المدرسة الفرنسية من تكوين نخب من الجزائريين المسلمين الذين عبروا عن ولائهم لفرنسا وذهبوا إلى حد المطالبة باندماج المجتمع الجزائري في المجتمع الفرنسي، يقول الباحث "جاك

¹المزيد من التفاصيل حول التقسيمات الثلاث وموضوع النخب الجزائرية بشكل عام أنظر

Mahfoud Smati, *Les Elites Algériennes Sous la Colonisation*. (Alger :Edition Dahlab, Achève d'imprimer sur la presse ENAG,Reghaia, 20 12),(p 29,95,131).

³حلوش عبد القادر، سياسة فرنسا التعليمية في الجزائر. (الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 1999)، ص 252.

⁴مصطفى الأشرف، الجزائر: الأمة والمجتمع. تر حنفي بن عيسى (الجزائر: دار القصة للنشر، 2007)، ص 92.

مورال " Jaques Morel : "كل المستقبل السياسي للنخبة، وكل موافقها المتخذة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالتعليم المحصل عليه، ويبدو فعلاً أن المدرسة الفرنسية، من خلال طاقم معلمها كانت تولي أهمية كبيرة لتكوين هؤلاء لكي يصبحوا مواطنين فرنسيين صالحين وجيدين... ففي كل مراحل التطور التعليمي المدرسي كانت فرنسا تمثل الشريعة والمشروعية والتحضر.¹

في بداية القرن الماضي كانت النخبة تجمع الجزائريين المسلمين المتخرجين من المدرسة الفرنسية، الذين اعتبروا أنفسهم أنهم واعون وناضجون سياسياً بشكل يمكنهم تمثيل الجزائريين المضطهدين، أو ما يسمون "بعمامة الجزائريين" ويعبرون عن مطالبهم، وقد عبر هؤلاء عن اعترافهم لما تلقوه من تعليم في المدرسة الفرنسية ومن أهم رواد النخب الجزائرية الفرنسية في هذه المرحلة:

- **سعيد فاسي:** يعد أحد أعمدة النخبة الجزائرية والذي اعتبر أنه من واجب فرنسا تطبيق سياسة الاندماج على السكان الأهالي وجعل الجزائر جزءاً من فرنسا، إن المثقفين الأهالي هم أحسن الفئات الوسيطة بين فرنسا والسكان المسلمين وقد عبروا عن الطابع الاعتدالي.

- **فرحات عباس:** الذي يعد استمرارية لفئة النخبة التي احتك بها من خلال فيديريالية المنتخبين، وقد أثرت فيه المدرسة الفرنسية مما جعله يحمل فيها بعد الأفكار التي تعلمها في المرحلة الابتدائية، فغرس في المدرسة محاسن الحضارة الفرنسية والتسامح، وأنجبت فيه مشاعر حب فرنسا والارتباط بها...

يقول **فرحات عباس** في افتتاحية جريدة L'entente الصادرة في 23 فيفري 1936: " إن نخب الأهالي وجدت في الكتابات المدرسية الكلمات المعبرة كالعدالة والمساواة والأخوة، وفرنسا والأمة والوطن" وهذا طبعاً قبل أن يغير فرحات عباس أفكاره كلياً.²

غير أن نهاية الثلاثينات قد شهدت تحولات لدى النخبة، بعد اليأس من وعود فرنسا، على يد "فرحات عباس وأنصاره"، وكما أن هناك نوعان من النخبة قبل 1930، النخبة التي تربط مصير الجزائر بفرنسا، والنخبة التي تربطه بالعالم الإسلامي (المصلحون من العلماء)، فكذا كان هناك نخبتان بعد 1930، تلك التي تعلقت بمبدأ المساواة مع الفرنسيين كما وصفه "مشروع فيوليت" وتلك التي تعلقت بمبدأ العروبة والإسلام كما وضعتها جمعية العلماء (الإسلام ديني، العروبة لغتي، الجزائر وطني).³

¹ يوسف حميطوش، "المدرسة الفرنسية في الجزائر ودورها في تكوين النخب"، مجلة المصادر العدد 16، السادس الثاني، دار الكرامة للطباعة والنشر، 2007، ص 173.

² المرجع نفسه، ص ص، 173-174.

³ سعد الله، الحركة الوطنية الجزائرية (1930-1945)، مرجع سابق، ص 59.

وبالنسبة لجمعية العلماء المسلمين والتي تأسست سنة 1931 بقيادة "ابن باديس"، فقد تشكلت في بداياتها بوصفها حركة غير سياسية وفي ذلك نقرأ ما كتبه الباحث "محفوظ قداش" نقلا عن "جريدة الشهاب" الصادرة في مارس 1931 وفي صفحاتها 197: "من واجبنا أن نقول منذ الآن بأن على الجمعية أن تكون جمعية ذات توجه روحي فقط، موجه لإخراج الشعب الجزائري المسلم من حالة الانحطاط الثقافي والأخلاقي والارتقاء به إلى أعلى درجات العلم والأخلاق في الإطار الذهبي لعقيدته، وعلى هدي نبيه ويجب ألا يكون لها في أي حال من الأحوال أدنى علاقة بالسياسة أو كل ما له صلة بالمجال السياسي...". ليضيف بعضها الباحث "قداش" لقد اتخذ العلماء موقفا قويا تجاه بعض المشاكل كالتجنيس والإجراءات الإدارية ضد تعليم اللغة العربية والطرقية، ووجدوا أنفسهم ملزمين بالنزول إلى ساحة المعركة، وقد أعطى تمسكهم بالثقافة العربية والإسلام لعلهم بعدا أوسع بعد القومية العربية...¹، وفي هذا السياق يشير الباحث "عمار طالبي" في الجزء الأول من كتاب "ابن باديس حياته وأثاره" إلى أنه طرأ تغيير سنة 1937 على كتابات ابن باديس الذي كتب في مقال له (تستطيع الظروف تكييفنا ولكن لا تستطيع بإذن الله اتلافنا) حيث كتب "طالبي": "...ونلاحظ أن هناك مبدأ من هذه المبادئ طرأ عليه تغيير وتطور بسبب المؤتمر الاسلامي الجزائري، واليأس من وعود فرنسا والجهة الشعبية بصفة خاصة وهو "الحق والعدل والمؤاخاة في إعطاء جميع الحقوق للذين قاموا بجميع الواجبات"، فأصبح مكانه شعار آخر يؤمن بأن الحقوق لا تعطى وإنما تؤخذ غالبا، لنعول على أنفسنا ولننتكل على الله...."²

ملاحظات مهمة على المرحلتين السابقتين:

- يرى الباحثين ومنهم الباحث "عبد النور خيثر" أنه يوجد هناك تعارض لمفهوم النخبة في الحركة الوطنية مع تعريفات التي صاغها الفلاسفة وعلماء السياسة وعلماء الاجتماع، بحيث لا يمكن إسقاط مفهوم النخبة في الحركة الوطنية كما جاء به الباحثون في علم السياسة وعلم الاجتماع "وذلك لعزلة تلك القلة الموصوفة بالنخبة عن مجتمعها وغربتها عن ثقافتها وانتمائها الحضاري، لأن الشرط الأساسي في انتساب نخبة ما إلى مجتمع ما يكمن في علاقتها العضوية به وليس في ارتباطها وولائها وإخلاصها لقوة ونظام استعماري قمعي مسلط على رقاب السواد من أبناء شعبها، فالنظام الاستعماري كان في جوهره نظاماً مغلقاً أحادي النخبة على حد تعبير "أرون ريموند" فكان بذلك نظاماً قمعياً تسلطياً لم يسمح بتطور النخب التقليدية الجزائرية، وكان الوضع

¹المزيد من التفاصيل أنظر قداش، مرجع سابق، العلماء والالتزام السياسي من ص 436-445.

²عمار الطالبي، ابن باديس، حياته وأثاره، (بيروت: دار الغرب الاسلامي، الجزء 1، ط2، 1983)، ص 86.

ذاته حتى بالنسبة للنخبة المتفرنسة التي كانت نتاجاً للمدرسة الفرنسية في الجزائر وعمل على إبقاء تلك النخبة في حالة من الارتباط والولاء المطلق له¹.

- أن تعدد التيارات السياسية في الحركة الوطنية يكشف في جوهره تعدد فئات النخبة، ويسمح بتجاوز المجموعة القليلة التي أضفت عليها الصحافة الكولونيالية تسمية النخبة تميزا لها عن باقي المجتمع على قطاع عريض من الصفوة الجزائرية التي كانت تؤسس لإرساء توجهات سياسية أكثر احتكاكاً وتعبيراً عن مطالب الجماهير، ولا يعد مثل هذا الطرح تحاملاً على هذه الفئة أو قفزاً على الدور التاريخي الذي قام به بعض عناصرها من الذين تمكنوا من التفاعل بصورة ايجابية مع ممثلي التيارين الاستقلالي والاصطلاحي في الحركة الوطنية، وتحولوا مع مطلع الأربعينيات إلى تبني أفكار جديدة بديلة لمطالب الاندماج والانسلاخ عن الهوية التي كان يتم الترويج لها بقوة في العقدين السابقين لتأسيس حركة أحباب البيان والحرية².

- يمكن تقسيم النخب التي ظهرت خلال الفترة الممتدة من 1919 إلى عشية اندلاع ثورة 1954 إلى فئة الوطنيين الثوريون (نجم شمال افريقيا، حزب الشعب)، الاصلاحيون (جمعية العلماء المسلمين)، الاندماجيون (أحباب البيان، الحزب الشيوعي) وقد تمثلت هذه الأطياف حسب المرجعيات الفكرية المقترية أو المبتعدة عن بعضها البعض، الرحم الذي ولد النخب الأيديولوجية المثقفة، وصياغة الخطابات الأيديولوجية حول مشروع المجتمع واستراتيجيات تنفيذه وهناك مشروعان متميزان.

- **المشروع الاستقلالي:** مثله من جهة (المواطنون، الثوريون) الذين ناضلوا سياسيا للانعتاق من حظيرة فرنسا، ومن جهة أخرى (الاصلاحيون الذين عملوا على إعادة صياغة الانسان (الجزائري المسلم) وفق خيار استبعاد المواجهة الفورية لحساب المقاومة الاجتماعية على صعدها العقائدية والتربوية.
- **المشروع الاندماجي:** مثلته النخب التي تشكلت من رحم النظام المدرسي الفرنسي أساسا الذي طالب بالمساواة في المواطنة أو إقامة مجتمع شيوعي ولا يهم الفضاء الحضاري.

¹ خيثر، مرجع سابق، ص 18،

² المرجع نفسه، ص 20.

والملاحظ أنه على الرغم من اختلاف الأهداف والوسائل أو هما معا فإن علاقة النخب المتميزة فكريا والمتنافسة أيديولوجيا، كانت تتسامح في حالات وتتساند في حالات أخرى، إذ كانت بفعل نوعية الاستعمار والقهر الممارس توجه جل جهدها نحوه.¹

3.2.4 النخب الثورية (1954-1962)

لقد كانت الثورة التحريرية مرحلة تاريخية حاسمة في مسار التطور السياسي للجزائر لأنها أدت إلى ظهور نخبة ثورية متعددة المشارب والاتجاهات ولت قيادة الحرب والإشراف عليها قبل أن تتحول مجموعات من هذه النخبة الثورية إلى نخبة سياسية حاكمة في الدولة الوطنية المستقلة.²

إن النخبة الثورية في الجزائر تمثل في جوهرها عينات مختلفة من النخب التي حوتها بقية تيارات الحركة الوطنية، ويمكن القول أنها كانت من العناصر الأكثر تصميماً وإيماناً بالقضية الوطنية،³ حيث يشمل مفهوم النخبة الثورية مجموعات عديدة من الوطنيين الجزائريين، ويمكن أن يندرج فيه كل من التاريخيين التسعة، وقدماء المنظمة الخاصة ومناضلي حزب الشعب الذين انظموا إلى صفوف جبهة التحرير الوطني، وإلى جانبهم عناصر من التيارات السياسية الأخرى كالسياسيين والعلماء والشيوعيين، وعدد من اللامنتمين حزبياً إلى الهيئات والأحزاب.

يقسم "وليام كوانت" النخبة التي أشرفت على قيادة الثورة إلى المجموعات التالية: الثوريين (قدماء المنظمة الخاصة)، الليبيراليين (مجموعة فرحات عباس) الراديكاليين (مناضلي حزب الشعب بما فيهم المركزيين) والعسكريين (قادة جيش التحرير من العناصر الجديدة والمحترفة في الجيش الفرنسي)، المتقنين (جملة الاطارات في صفوف الحكومة المؤقتة وأعضاء الاتحاد العام للمسلمين الجزائريين) والملفت للنظر أن تصنيف "كوانت" لم يكن دقيقاً فيما يتعلق بالشخصيات وبالمجموعات على حد سواء نظراً للتداخل الشديد وتعدد انتماءات ومهام القادة في مجالات مختلفة.⁴

ضمت النخبة الثورية كل عناصر الصفوة من القيادات السياسية والعسكرية والكفاءات المثقفة طيلة حرب التحرير الوطني، وأنها تتجاوز الفئة القليلة التي أشرفت على تفجيرها وقيادتها في المرحلة الأولى من مسيرتها، والتي كانت في مجموعها من صلب الجناح النشط في حزب الشعب، كما أنها تجاوزت

¹ نعمان عباسي، "الحكم الراشد وألوية ترتيب المشهد النخبوي في الجزائر"، مجلة الباحث الاجتماعي، عدد 10 سبتمبر 2010، ص-ص 118-

119.

² خيثر، مرجع سابق، ص 15.

³ المرجع نفسه، ص 21.

⁴ المرجع نفسه، ص 23.

الانتماء إلى التيار الذي كان له الفضل في الشروع في العمل المسلح بعد ما انفتحت جبهة التحرير الوطني على بقية النخب التي ارتبطت بحركة التحرير وبأهدافها¹، وفي ذلك يقول الباحث "توفيق المدني" في كتابه "كتاب الجزائر" "... وقد انظم لصفوف هذا الحزب رجال من أحرار الجزائر، فيهم من أنصار حزب الشعب ومن العلماء ومن النواب ومن المستقلين وتفاوضوا في مستقبل الأمة الجزائرية، وفي خروجها نهائياً من المنطقة الاستعمارية إلى المنطقة المستقلة الحرة، فقرروا تحرير بيان ينشرونه على الأمة الجزائرية ويقدمونه للأمة الفرنسية ولرجال الدولة المتحالفة، ولقد اتفقوا على النقاط الرئيسية فيه، وكلفوا الأستاذ فرحات عباس بتحريره في صيغته النهائية..."².

بفعل البرهان المصيري الذي تمخض عن اندلاع الثورة من قبل نخبة الوطنيين الثوريين بطريق مباشر، فإن مختلف شرائح المجتمع وعلى رأسها النخب الأيديولوجية المثقفة التحقت أو ألحقت بمشروع المجتمع الذي صاغه بيان أول نوفمبر 1954 خاصة وأنه مثل أرضية مشتركة بعد سقوط تيريرات المشروع الاندماجي التي برهنت أحداث ما بعد الحرب العالمية الثانية أنه وهم في هذه المرحلة، وإن لم تكن مثالية، إلا أن تشكيل هيئة موحدة لقيادة الثورة مثل المرحلة الجينية لتكتل الدولة، ورسم معالم نظام الحكم المستقبلي فإن التعامل الناجح مع الأحداث، إذا اعتمدنا على سلم النتائج، أمكن من هيكلة النخب الأيديولوجية المثقفة في صياغة مشروع المجتمع أو في مستويات استراتيجية (التنفيذ)، مع ملاحظة أن إصلاح الأخطاء أو مراجعة القرارات أجل أو همش قضايا مثل: الصراع العسكري- السياسي، التنافس داخل-خارج، أبجديات القيادة كاريزمية- جماعية... والتي طفت على السطح مباشرة بعد الاستقلال³.

وفي تعليقه على الانتقال من النخب الإدماجية إلى النخب الثورية يرى الباحث "عبد الناصر جابي" "أن أول صراع أجيال شهدته الجزائر هو الذي وقع بين جيل الآباء المؤسسين للحركة الوطنية، وجيل الفعل الثوري المباشر الأصغر سناً منه، حيث إتهم هذا الجيل الأول بمهادنة الحالة الاستعمارية، وعدم قيامه بالطبيعة التي يفرضها الكفاح المسلح الذي بادر به الأخير (أي جيل الفعل الثوري) ...أثر هذا الصراع بين الجيلين بصورة واضحة في محتوى الفكرة السياسية الوطنية، إذ أدمج فيها الكثير من المقولات التي أفرزها هذا الصراع، لتتحول أثناء الثورة وبعد الاستقلال إلى ثقافة سياسية وطنية، من تلك المقولات: رفض زعامة الفرد، وتفضيل القيادة السياسية الجماعية، وأولوية الشعب على النخبة، ويرى الباحث "جابي" "أن معاداة النخبة وصلت إلى حدودها القصوى في أثناء ثورة التحرير في بعض الولايات،

¹ المرجع نفسه، ص 24.

² أحمد توفيق المدني، كتاب الجزائر، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984)، ص 176.

³ عباسي، مرجع سابق، ص 119.

ومن تجليات الصراع كذلك سيطرة العسكري على السياسي، وتحول المثقف إلى ما يشبه الكاتب التابع، ونبذ النقاش السياسي والفكري...¹

4.2.4 نخب جزائرية في ظل نظام أحادي (1962-1989)

تتشترك الجزائر مع بلدان عديدة من العالم الثالث في ظاهرة وجود الحزب الواحد الذي يقود لوحدة الدولة الفتية.² فلقد اعتمد النظام السياسي الجزائري للفترة ما بين 1962-1989 مبدأ الحزب الواحد *، ومن ثم هيمنت جبهة التحرير الوطني على كل الساحة السياسية والاجتماعية فلا وجود لأي مجموعة خارج الإطار الذي توفره هياكل الحزب الواحد، لكن ذلك لم يمنع بعض الجماعات من النشاط السياسي والاجتماعي سواء بشكل سري أو من خلال الانبثاق والتغلغل داخل الحزب.²

إذن بعد الاستقلال، كان الخطاب الأيديولوجي الذي يؤطر الحزب الواحد ذو التوجه الاشتراكي الوطني، وكانت استراتيجية هيكله النخب تتمثل في الديمقراطية-الشعبية، أو الحزب الواحد، "إن المؤسسات في الحزب الواحد والقواعد التي يرجع إليها في فض الخلافات هي قبل كل شيء مبدأ الديمقراطية ومعناها الجماعة في الرأي والأغلبية في القرار، والفردية في التنفيذ، والمبدأ الثاني هو مبدأ الرقابة والمحاسبة داخل الحزب، والمبدأ الثالث رقابة الحزب على الدولة"⁵.

لقد اعتمدت الجزائر بعد استقلالها في رسم معالم دولتها الحديثة التي حددتها الثورة ومواثيقها كدولة قادرة على استكمال مقومات السيادة الوطنية من جهة والانطلاق في مشاريع تنموية من جهة أخرى، على الشريعة التاريخية لجبهة التحرير الوطني في مقاومتها ضد الاستعمار الفرنسي، حيث ظلت هذه الشريعة من القوة بحيث كونت لها أسبقية مطلقة ضد أية قوة سياسية طامحة.⁶

¹ عبد الناصر جابي، "مأزق الانتقال السياسي في الجزائر، ثلاثة أجيال وسيناريون". المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. متاح على الرابط www.dohainstitute.org 10/ 08/ 2017 سا 20:10.

² بن خرف الله، مرجع سابق، ص 71.

* أن الحزب هو الذي يضع الخطوط الكبرى لسياسة الوطن ويقترح نشاطات الدولة، ويضمن تحقيق برنامج الحزب في إطارها، وبواسطة مساهمة المناضلين في أنظمة الدولة وبالأخص في الوظائف القيادية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، منشورات وزارة الإعلام والثقافة حزب جبهة التحرير الوطني 1954-1962، 1964، ص 99.

² محمد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية، (سطيف: دار المجدد للنشر والتوزيع، 2010)، ص 19.

⁵ عباسي، مرجع سابق، ص ص 120-121.

⁶ منعم العمار، "الجزائر والتعددية المكلفة"، من مؤلف الأزمة الجزائرية والاقتصادية والثقافية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1998)، ص 49.

يرى الباحثان "مراد بن سعيد" و"صالح زياني" أن هذه الفترة أو المرحلة الثانية من عملية انتاج وتشكيل النخب في الجزائر تميزت بانتكاسة واضحة للنخب، فعلى الرغم من أن فترة الاحتلال الأجنبي شهدت تبلور حركة فعالة لتشكيل النخب، وهي حركة عكست التوجهات السياسية والفكرية والأيدولوجية المختلفة للمجتمع الجزائري، وهو الوضع الذي كان يبشر بحركة هائلة ومتميزة لهذه النخب لفترة ما بعد الاحتلال إلا أن ذلك لم يتحقق، وقد جعلت فكرة توحيد الدولة الجزائرية كفكرة شعبية النظام القائم يرفض الاعتراف وحتى الوعي بالاختلافات والتناقضات الاجتماعية والفكرية والسياسية وبالتالي إعطائها ترجمة سياسية مؤسسية، بل على العكس من ذلك عمل على مقاومة كل من يحاول أن ينقد أو يعارض من منطلقات مختلفة.¹

ولمنع بروز نخب مستقلة أدت النخبة الحاكمة دوراً مهماً في جعل حزب جبهة التحرير الوطني الحزب الوحيد في الدولة، بمنزلة الوعاء الذي تصب فيه مختلف التنظيمات الاجتماعية بهدف الدفاع عن سياسة الدولة، وليس التعبير عن مصالح أعضائها بصورة مستقلة، وبحكم هذه المهمة التي تم اسنادها إلى حزب جبهة التحرير الوطني ظل هذا الأخير في معظم المعارك الحاسمة التي عرفت الجزائر رديفاً تاماً ومكماً للنخبة الحاكمة ذات الجذور العسكرية والبيروقراطية، لقد عجز هذا الحزب عن أن يبلور مشروعاً مجتمعياً حديثاً لبناء الدولة الحديثة التي تقوم على الفصل بين السلطات وإرساء بنية سياسية ديمقراطية تتجاوز انقسامات المجتمع التقليدي، القوية منها والجهوية.²

من جهته الباحث "عباسي نعمان" يرى أنه بعد الخيار الأساسي الذي تمخض عن أزمة صيف 1962، والمتمثل في الحزب الواحد ذو التوجه الوطني الاشتراكي حيث طمح أصحابه لإدماج مختلف النخب الأيدولوجية- المتنفذة تحت مظلته فإن النتائج المحققة يمكن النظر إليها من جانبين:

■ **النتائج الإيجابية :** وقد برزت من خلال الحفاظ على الوحدة وإخماد فتنة الحرب الأهلية وتجنيب الجهود من أجل البناء.

■ **النتائج السلبية:** وتمثلت في تدجين النخبة وفتح المجال أمام الوصولية، هدر القدرات الفكرية والمهارات التي استبعدت أو انسحبت، الإبقاء على المسائل المصيرية معلقة وفي مقدمتها مشروع مجتمع غير مكتمل والذي بقي يؤول في كل مرحلة بين اشتراكي، اصلاحي، أو ليبرالي، ولهذا بالنظر إلى الأزمة

¹ مراد بن سعيد، صالح زياني، "النخب والسلطة والأيدولوجيا في الجزائر بين بناء الدولة والتغيير السياسي"، المستقبل العربي، العدد 430، ديسمبر 2014 صص 75-89.

² المرجع نفسه، ص 87.

الراهنة يمكن الوقوف على الجذور التاريخية لأسبابها من عدم حسم الخيارات المصيرية ومن خلال كبح الأيديولوجية المثقفة على لعب دورها دون تهجينها أو تميعها في استراتيجيات مرحلية¹.

في ختام العرض لمرحلة الأحادية الممتدة من 1962 إلى 1989، ولتوضيح طبيعة النخب التي كانت موجودة خلال هذه الفترة التي في حقيقتها يمكن أن تقسم إلى أكثر من مرحلة (شهدت الجزائر خلال هذه الفترة عديد الأحداث السياسية منذ تولي أحمد بن بلة الرئاسة، مروراً بفترة رئاسة هوراي بومدين ووصولاً إلى مرحلة الشاذلي بن جديد وإجراء أولى انتخابات تعددية في الجزائر) وعلاقتها بالنظام القائم ترى الباحثة إمكانية تبني التصنيفات أو المجموعات التي عرضها الباحث "محمد بوضياف" في كتابه "الأحزاب السياسية والمجتمع المدني" حيث بقيت أغلب هذه التصنيفات قائمة إلى ما بعد 1989 وامتدت تحت مسميات جديدة وعلى هذا الأساس تم تبنيها².

فانطلاقاً من تصنيف الباحثان لوكا و"فاتان" للمجموعات التي تسود المجتمع: المجموعات الوظيفية مجموعات المصالح، المجموعات الثقافية قام الباحث "بوضياف" باسقاط التصنيف على الوضعية الجزائرية وجاءت تقسيماته على النحو الآتي:

أ. المجموعات الوظيفية:

يرى الباحث "بوضياف" أنها تتشكل بالأساس من العسكريين والصناعيين أي "التكنوقراط" بالإضافة إلى بيروقراط الوظيف العمومي، هذه الفئات هي أهم وأكبر المجموعات الوظيفية لما لها من تأثير في القرار السياسي ونفوذ في المجتمع.

✓ العسكريين:

تمثل المؤسسة العسكرية وقيادتها جوهر النظام السياسي الجزائري وذلك لما تحضى به من شرعية ثورية وموقع متميز في المنظومة الدستورية وقوة في التنظيم، وانخراط في الحياة الاجتماعية والسياسية، فمن حيث الشرعية الثورية فإن جيش التحرير الوطني، كان له الدور الكبير في تأسيس السلطة السياسية للجزائر بل إنه مؤسسها⁴.

¹ عباسي، مرجع سابق، ص 120.

² لمزيد من التفاصيل أنظر بوضياف، مرجع سابق، ص ص 19-35.

⁴ المرجع نفسه، ص 20.

✓ الصناعيون التكنوقراط:

إن السياسة الاقتصادية التي انتهجتها الدولة الجزائرية في ظل الأحادية الحزبية خلقت الظروف الملائمة لظهور مجموعة من المتعلمين الاجتماعيين الذين شكلوا صمام الأمان للسلطة السياسية، وأبرز هذه المجموعات هم فئة الصناعيين أو التكنوقراط، من مخططين ومهندسين ومسيري الشركات الوطنية وخبراء المالية والطاقة وقطاعات أخرى استراتيجية، وقد استطاع هؤلاء احتلال مواقع متميزة ضمن ما يعرف ببرجوازية الدولة لما حوّل لهم من صلاحيات في تسيير الشؤون الاقتصادية.¹

✓ البيروقراطيين:

ظهرت فئة البيروقراطيين كأحد النتائج التي ترتبت عن مساعي الجزائريين لبناء دولتهم الفتية فقد احتفظت حكومة بن بلة بالبنية البيروقراطية الموروثة عن السلطة الاستعمارية والمشكلة أساساً من بعض أعضاء البرجوازية الصغرى، إلى جانب ما عرف بدفعة "لاكوست" واستمر النظام السياسي بقيادة بومدين في الاعتماد على هذه الفئة التي كانت تتوفر على الخبرة اللازمة لتسيير شؤون البلاد، وعلى عكس التكنوقراط الذين كانوا يتطلعون إلى مواقع في السلطة السياسية فإن الفئة البيروقراطية اكتفت بدور التابع مقابل الاحتفاظ بمصالحها وترقيتها والاستمرار في القرب من دوائر اتخاذ القرار، ومع تقدم المشروع التنموي التحديثي للدولة الجزائرية بدأت تكتسب هذه الفئة نفوذاً وسلطة متزايدة، ومكانة اجتماعية متميزة وتأثيراً ملحوظاً في الحياة السياسية والاقتصادية، بالرغم من فشلها في حسن إدارة وتسيير مشاريع التنمية² على مستوى التخطيط، التنفيذ والمراقبة³.

وقد عرفت الجزائر في عشرينيات ما بعد نظام الرئيس بومدين (الشاذلي بن جديد) حالة من الفساد يكاد يكون عاماً وشاملاً... هذا الوباء من الفساد شكل مناخاً ملائماً لهذه الفئة لأن تنفذ وتتحكم بنسبة كبيرة من القرار الوطني وتبني لنفسها وضعية اجتماعية واقتصادية جد متميزة، على حساب العمال والفلاحين البسطاء من الشعب الجزائري، الذي كان يعاني من الاحتضان والتذمر إلى أن جاءت أحداث أكتوبر 1988 لينفجر الوضع ويدخل النظام في أزمة هددت كيان الدولة وكادت أن تقضي عليها.⁴

ب. جماعات المصالح:

¹ المرجع نفسه، ص 24.

²*لمزيد من التفاصيل يمكن العودة إلى عبد العالي ديلة، الدولة الجزائرية الحديثة، الإقتصاد والمجتمع والسياسة، (الجزائر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص ص 181-182.

³ بوضياف، مرجع سابق، ص 25.

⁴ المرجع نفسه، ص 26.

ترتبط هذه الجماعات فيما بينها من خلال اهتماماتها الاجتماعية المشتركة، وتتجلى عبر الاتحاد العام للعمال الجزائريين (UGTA)، الاتحاد العام للشبيبة الجزائرية (UNJA).

✓ الاتحاد العام للعمال الجزائريين (UGTA): تؤكد مختلف النصوص والأدبيات الصادرة عن جبهة التحرير الوطني أن كل المنظمات الجماهيرية بما في ذلك الاتحاد العام للعمال الجزائريين (UGTA)، تمثل الامتداد الطبيعي للحزب، ومن ثم فهي أحد الركائز والأطر التنظيمية التابعة له، وتعمل على تعبئة مختلف القوى الاجتماعية للثورة وراء حزب جبهة التحرير الوطني¹.

✓ الاتحاد العام للشبيبة الجزائرية (UNJA): مثل الشباب الجزائري طيلة سنوات الثورة الرصيد الأساسي لكفاح الشعب الجزائري، وهو ما جعل ميثاق طرابلس 1962 يؤكد الفضل الذي كان لاستجابة الشباب للكفاح من أجل تحرير البلاد، وغداة الاستقلال أولت الجزائر مسألة تنظيم وتأطير الشباب اهتماماً بالغاً من قبل المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني الذي أسس منظمة شبيبة جبهة التحرير الوطني².

ت. الجماعات الثقافية:

يرى الباحث "بوضياف" أن من أبرز هذه المجموعات تلك التي يطلق عليها تارة المعربين وتارة الاسلاميين وتارة أخرى تسمى بالقوى التقليدية، ويسمع صوت هذه المجموعات عالياً لما يتعلق الأمر بقضايا التعليم والشؤون الثقافية وقضايا الأسرة ووضع المرأة، وتتوقف قوة هذه الجماعات بحسب الصراعات التي تخوضها فهي قوة معتبرة لما يتعلق الأمر بمسائل الهوية وهي قوة مكتملة فقط حينما يتعلق الأمر بقضايا التنمية والتوزيع، ويسعى النظام باستمرار لتجنب مواجهتها رسمياً³.

ثاني أبرز جماعة بعد التيار العربي الاسلامي، هناك التيار البربري الذي يجعل من القضية الأمازيغية محوراً للثقافة الأمازيغية، وقد لاقت شتى أصناف القمع والتهميش طوال فترة 1962، إلى غاية الانفتاح السياسي، وقد عمل النظام من خلال هذه المجموعات الثقافية على التحكم ومراقبة كل المجموعات الأخرى سواء الأيديولوجية منها أو المهنية أو الوظيفية⁴.

¹ المرجع نفسه، ص 26.

² المرجع نفسه، ص 30.

³ المرجع نفسه، ص 31.

⁴ المكان نفسه

✓ التيار الإسلامي:

تعود جذور هذا التيار ومشروعيته و وجوده إلى الاسلام بوصفه عماد الهوية للمجتمع الجزائري عبر مختلف مراحل تطوره وصولاً إلى ثورة نوفمبر 1954، ونظراً لأهمية هذا البعد في حياة الجزائريين عمدت جبهة التحرير الوطني على توظيفه لمواجهة الاستعمار الفرنس، وعزل الأحزاب السياسية التي ترددت أو رفضت الالتحاق بالثورة، فمثّل الاسلام الاطار العام لبيان نوفمبر¹، لكن وثيقة الصومام 1956 وتصريحات المؤتمرين تراجعت عن هذا الاتجاه وأكدت بأن الثورة ليست حرباً دينية بل هي كفاح من أجل إقامة دولة ذات محتوى اجتماعي ديمقراطي ولعل هذا التراجع كان السبب في ميلاد المعارضة الاسلامية نهاية 1962، حيث اعتبر كل من البشير الابراهيمي وعبد اللطيف سلطاني أن النظام الجديد (نظام بن بلة) قد انحرف وخان وعود الثورة والشهداء بتبنيه النهج الاشتراكي (يقول الشيخ الإبراهيمي): "نحن في ذكرى وفاة العلامة عبد الحميد بن باديس 16 أفريل 1963، إن وطننا يتدحرج نحو حرب أهلية طاحنة، ويتخبط في أزمة روحية لا نظير لها، ويواجه مشكلات اقتصادية عسيرة الحل، ولكن المسؤولين فيها يبدوا لا يدركون أن شعبنا يطمح قبل كل شيء إلى الوحدة والسلام والرفاهية، وأن الأسس النظرية التي يقومون عليها أعمالهم يجب أن تتبعث من صميم جذورنا العربية الإسلامية، لا من مذاهب أجنبية"².

بعد وفاة الشيخ البشير الابراهيمي 1964 ظهرت "جمعية القيم"، وتعتبر أول نواة للإسلام السياسي في الجزائر بقيادة "تيجاني والشيخ سحنون" وتهدف الجمعية إلى إحياء القيم الاسلامية ومحاربة الآفات الاجتماعية وترسيخ الثقافة الاسلامية، كما مثلت جهود الفكر الجزائري (مالك بن نبي) النخبوية محوراً للعمل الاسلامي في نهاية الستينات وبداية السبعينات والتي أثمرت وعياً حضارياً وسياسياً مهد لصحوة اسلامية عارمة.

خلال عقد السبعينات، أخذت الحركة الإسلامية الوليدة والمكتفية بالسرية، تعمل على تطوير لغة رفض احتكار الدولة للإسلام، هكذا نشر الشيخ عبد اللطيف سلطاني القريب من العلماء التقليديين عام 1974 في المغرب نقداً لاذعاً لاشتراكية القادة الجزائريين، وخيار بومدين الاشتراكي بعنوان *La Mazdaquisme est à l'origine du socialisme* وعد بمثابة أول بيان للحركة الاسلامية في

الجزائر استنكر فيه انحلال الأخلاق والمبادئ الهدامة المستوردة من الخارج³.

¹ المرجع نفسه، ص 32.

² المرجع نفسه، ص 32.

³ بن جامين ستورا، تاريخ الجزائر بعد الاستقلال 1962-1988، ترجمة صباح ممدوح كنعان، (دمشق: منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، وزارة الثقافة، 2012)، ص 79.

✓ التيار اليساري:

لم يستطع الشيوعيون الجزائريون في كل مراحل نضالهم أن يعلنوا عن هويتهم وأيديولوجيتهم وعملوا طوال الوقت متخفيين وراء لافتات مختلفة، كما أن جل مكتسباتهم التي حققوها جاءت عن طريق النضال النقابي ... وكانت مجلة الوحدة لسان حال الشبيبة تكرر باستمرار هذا المفهوم، وقد استطاع هذا التيار أن يتغلغل وينفذ إلى مراكز صنع القرار، بالرغم من المشاكل التي عرفها في بداية نظام 19 جوان 1965، لكنهم مع مطلع السبعينيات وجدوا ضالتهم في توجهات الدولة الجزائرية واعتبروا أن الرئيس الراحل (هواري بومدين) يسير في الاتحاد الوطني التقدمي، ويجب دعمه والالتفاف حوله، بالرغم من انتقادهم لبعض من سياساته¹.

✓ التيار البربري:

يعود ظهور التيار البربري كحركة ذات طابع سياسي إلى سنوات ما بعد الحرب العالمية، خاصة بعد أحداث 08 ماي 1945 الدامية التي طالت كل أنحاء الوطن الجزائري، فاندفعت جموع من شباب منطقة القبائل إلى الانضمام إلى حزب الشعب الجزائري بهدف مقاومة الاحتلال، ... وقد حاول هؤلاء التأسيس لحركة شعبية عرفت فيما بعد بحزب الشعب القبائلي وما يميزهم هو توجهاتها اليسارية وعلاقتها بالحزب الشيوعي الفرنسي².

5.2.4 نخب جزائرية في ظل التعددية والانفتاح السياسي (1989-1999)

تعتبر أحداث الخامس من أكتوبر 1988 بمثابة تحول حاسم في تاريخ الدولة الجزائرية وبعيداً عن كل ما قيل حول نسبة تلقائيتها أو أنها مدبرة، أي انعكاس لصراع الأجنحة داخل النظام أو فجرها جزء من النظام ضد جزء آخر أو أنها ثورة شباب يائس أو ثورة خبز، أو أنها من تدبير أيادي أجنبية، فالجدير بالذكر أن هذه الاضطرابات هي الأكثر عنفاً منذ الاستقلال، وهو ما يفسر إسراع الرئيس الشاذلي بن جديد إعلان اصلاحاته لمعالجة الاختلالات الحاصلة³.

¹بوضياف، مرجع سابق، ص 34، 33.²المرجع نفسه، ص 34.³منعم عمار، مرجع سابق، ص 49.

تجسدت هذه الاصلاحات في دستور 23 فيفري 1989 الذي يؤكد إحداث قطيعة مع النظام السابق المحتكر من طرف حزب جبهة التحرير الوطني، ويؤسس للتعددية السياسية والحزبية والتفتح الديمقراطي من خلال رفض إحتكار السلطة وزوال هيمنة الحزب الواحد على الحياة السياسية.¹ و يرى الباحث "مخلوف بشير" أن التحولات التي طبعت هذه المرحلة وارتبطت بالممارسات النخبوية ظهرت بوادرها من خلال صعود حركة اجتماعية جديدة معبرة عن تصوراتها السياسية والاجتماعية المختلفة، بعد أن صودرت مطالبها لمدة طويلة من طرف الحزب الواحد "جبهة التحرير الوطني" الذي احتكر الساحة السياسية لمدة تتراوح من (1962-1988)، ومنع أي حزب أو حركة من التعبير عن نفسها في إطار تنظيم أو تجمع مستقل عن إرادة الدولة.

كما أن هذه المرحلة التحولية شهدت بروز بعض التيارات التي كانت محجوبة عن العمل الثقافي، معبرة عن نفسها وعن العديد من المسائل التي كانت تعتبر من التابوهات (المرأة، قانون الأسرة... إلخ) فإلى جانب المنظمات الجماهيرية التي كانت موجودة تحت لواء الحزب الواحد وخاضعة له، ظهرت منظمات أخرى فاقتها عدداً ومطلبية، ويشير "علي الكنز" إلى أنه في الجزائر منذ إعلان التعددية السياسية قامت أكثر من 1000 جمعية مستقلة تكونت في ظرف السنتين التي أعقبت أحداث أكتوبر 1988 وخاصة تلك التي تقدم خدمات اجتماعية ومساعدات تربية دينية، وبعض المؤسسات المهنية تسيطر عليها قوى دينية (اسلام سياسي)، قوى سلفية، قوى دينية تقليدية محافظة، ويسيطر ناشطون العمل القومي اليساري سابقاً وخريجي العمل النقابي القديم وبعض الفئات الأنتلجانية على أشكال أخرى من المؤسسات التي ترغب في تصنيف نفسها ضمن مؤسسات المجتمع المدني، هذا الأخير في الجزائر يغلب عليه البعد النخبوي ذو الثقافة الفرنسية عموماً، والذي يرفض شعارات العصرية والديمقراطية بل وحتى العلمانية لدى البعض منه.²

إن هذه المرحلة الحساسة في تاريخ الجزائر والتي عرفت انتشاراً كبيراً لظاهرة العنف والإرهاب وأدخلت الجزائر مرحلة طويلة من الأزمة (عرفت بالعهودية السوداء) التي إضافة إلى الخسائر البشرية التي خلفتها والتراجع الكبير في البنية التحتية وفي صورة الجزائر وعلاقتها خارجياً عرفت العديد من الاجراءات فبعد عدم جدوى الحل الامني تم التئبي لمجموعة من الاتفاقات والمشاورات التي تجسدت

¹ ناجي عبد النور، المدخل إلى علم السياسة، (الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع 2001)، ص 158.

² مخلوف بشير، موقع الدين في عملية الانتقال الديمقراطي في الجزائر بعد فترة (1989-1995)، دراسة في التمثيلات السياسية لواقع التعددية الحزبية عند بعض المنتسبين للجبهة الاسلامية لإنفاذ المنحلة، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع السياسي غير منشورة (جامعة وهران-السانيا: كلية العلوم الاجتماعية 2012/2013)، ص 205.

بإعلان الانتخابات الرئاسية التعددية الأولى في تاريخ الجزائر سنة 1995 بفوز اليامين زروال، وأتبعته بندوة الوفاق الوطني الثانية وأمام الفشل في إعادة الأمن وإنهاء الماساة الوطنية فاجأ الرئيس الجميع في 11 سبتمبر 1998 وأعلن أنه سيختصر ولايته الرئاسية التي كانت يفترض أن تنتهي سنة 2000 وأعلن أيضاً أنه سيجري انتخابات رئاسية مبكرة¹

6.2.4 نخب موالية وأخرى في انتظار التغيير (1999 إلى يومنا هذا):

تعتبر هذه المرحلة ذات أهمية كبيرة في عملية تطور النظام السياسي والدولة الجزائرية، فقد اتسمت بتغيرات وتحولات عميقة ونوعية، أثرت بعمق في بنية المجتمع، واتجاهات تطوره وتبدأ هذه المرحلة في أبريل 1999 حين تسلم السلطة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة² والذي أعيد انتخابه لأربع عهديات متتالية (1999-2004)، (2004-2009)، (2009-2014)، والعهد الرابع (2014) إلى يومنا هذا).

ويرى الباحث "زويبي عبد الله" أن الرئيس بوتفليقة استطاع خلال بداية عهده الأولى أن يجمع كل القوى والتيارات الوطنية والاسلامية وحتى الاستثنائية، بتجسيده لفكرة المصالحة، وذلك من خلال إصدار قانون الوئام المدني ثم المصالحة الوطنية التي كانت شعار العهدة الثانية للرئيس الذي تقدم في أواخر سنة 2008 بالقيام بتغيير جزئي للدستور وأعيد انتخابه سنة 2009 لعهدته الثالثة³.

ومع بداية العهدة الرابعة (2014) يرى المحللون أن التغيير الذي وقع طيلة هذه الفترات لم يتجاوز في الغالب حدود النصوص المكتتبه والإجراءات الشكلية على غرار التعددية والانتخابات، فكان بمثابة تحديث للنظام التسلسلي.. أو إنتقال إلى نظام هجين أو ديموقراطية موجهة⁴.

اتجه النظام في هذه الفترة إلى تركيز السلطة وشخصتها من جديد، مقابل تهميش المؤسسات الدستورية الأخرى، في مقدمتها البرلمان، وحتى الحكومة التي تحولت إلى مجرد سكرتاريا للرئيس تسهر على تنفيذ برنامجه وتخضع لمحاسبتة، وهو ما تحقق له من جهة بفضل السلطات الدستورية الواسعة

أمينة علاق، الأحداث السياسية في الصحافة الجزائرية. دراسة تحليلية مقارنة لمضمون جريدتي الخبر والشروق اليومي. مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية (2010/2009)، ص 63.¹
عبد الله زويبي، النخبة السياسية والمجتمع المدني في الجزائر. أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية غير منشورة، (جامعة الجزائر 3: كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية 2012/2013)، ص 118.²

³ المرجع نفسه، ص 120

⁴ زكرياء بورني، النخبة السياسية وإشكالية الانتقال الديموقراطي. دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات (جامعة منتوري قسنطينة: كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، 2010/2009)، ص 170.

(المادتان 77 و78) والتي تدعمت فيما يخص تعيين الطاقم الحكومي بمجمله زيادة على الوزير الأول في التعديل الدستوري الأخير الذي نص صراحة على إلتزام الحكومة بتنفيذ برنامج الرئيس وبالتالي مسؤولياتها أمامه.¹

وبالعودة إلى النخب الجزائرية الفاعلة في هذه المرحلة فقد اختلفت وتنوعت وإن كانت الدراسات مازلت قليلة بهذا الخصوص -على حد علم الباحثة- فقد رصدت الباحثة في هذا السياق الدراسة الميدانية التي قامت بها الباحثة السويسرية "إيزابيل ويرنفيلز Isabelle Werenfels" في كتابها المعنون بـ "Managing Instability in Algeria. Elites and political change since 1995"، الدراسة التي استهدفت من خلال مقدمة وخمسة فصول وإجراء الباحثة لمقابلات مع ما يزيد عن 100 شخصية من المحسوبين على تيار النخب عرضا لطبيعة الانتقال الديمقراطي في الجزائر من خلال نموذج النخب السياسية منذ 1995 على إعتبار عودة المسار الانتخابي في الجزائر²، قامت هذه الباحثة بتقسيم النخب السياسية في الجزائر إلى ثلاث دوائر، دائرة مركزية تضم ما يسميه الجزائريون "أصحاب القرار (Les Décideurs)، ودائرة محيطية تضم فاعلين لديهم سلطة اتخاذ قرار محدودة لكن حضورهم قوي من الناحية الاستشارية، ودائرة ثالثة خارجية تشمل من يمتلكون تأثيرا غير مباشر ومؤقت في أغلب الأحيان على القرار السياسي، ويقتصر تأثيرهم على إحراج السلطة لاحتلالهم مراكز تؤدي من المفروض أدوار الاستشارة والنقض والمساومة، وهي تعتمد مقارنة تقوم على السمعة للتمييز لاسيما بين الفاعلين المركزيين والمنتسبين للدائرة الثانية، بالنظر إلى أن المنصب الرسمي قد يكون مضللا وبالخصوص في الجزائر، حيث تصنف معظم الوزراء ضمن الخانة الثانية، في حين ترى أن البرلمانين والنقائبيين وممثلي المجتمع المدني ينتمون إلى الدائرة الثالثة، وهي تفر بصعوبة تصنيف الأشخاص ضمن هذه الدوائر، وتعترف بإمكانية تقلبهم بينها، لكنها تعتبر هذا التصنيف مفيدا وعمليا في تحليل الاتجاهات النخبوية.³

إن المنتبغ للبيئة السياسية في الجزائر خلال الفترة الأخيرة يلاحظ أنه تقريبا في كل عهدة رئاسية برزت نخب، وتيارات وتحالفات تختلف عن العهدة التي بعدها مع بقاء نخب سياسية ذات ولاء ثابت وغير متغير.

¹ المرجع نفسه، ص 171.

² Isabelle Werenfels, *Managing in Algeria. Elites and political change since 1995* (USA and Canada: first published, Routledge, Taylor & Francis e-Library), 2007.

³ بورني، مرجع سابق، ص 192

وإجمالاً يمكن الإشارة إلى الأحزاب السياسية التي من موقع النخب السياسية انقسمت في هذه الفترات بين مؤيد للرئيس ولسياسته وبرامجه وتمثلت دائماً منذ توليه الرئاسة في حزبي السلطة: جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي مع انسحاب حركة مجتمع السلم التي شكلت مع الحزبين السابقين تحالفاً لدعم الرئيس خلال العهدة الثانية، ثم انسحبت لتتحالف مع الأحزاب الإسلامية: النهضة والإصلاح تحت مسمى تحالف الجزائر الخضراء، وبعدها تجتمع في 2014 مع مجموعة من الأحزاب والشخصيات والجمعيات في هيئة المعارضة تحت مسمى التنسيق الوطنية للانتقال الديمقراطي التي اعتبرت في هذه المرحلة أول تجمع حقيقي للمعارضة الجزائرية تحت مطالب واضحة غير أن هذه التنسيقية مازلت ضعيفة ومختلفة التوجهات خاصة مع الانتخابات البرلمانية الأخيرة (2017) أين شكل مشاركة حركة مجتمع السلم تصدعا في مواقف المشككين لهذه التنسيقية والتي تصادمت مع تحالف آخر كان داعماً للعهدة الرابعة وهو ما عرف بمبادرة الجدار الوطني والتي إضافة إلى حزبي السلطة إنضمت إليها أحزاب أخرى موالية بأوزان سياسية مختلفة .

من جهتها تتسم النخب المعارضة في الجزائر كما يرى الباحثان "مراد بن سعيد" و"صالح زباني" بالضعف البنائي نتيجة التشتت وغياب التنسيق والتكامل، ولافتقادها عموماً لمشروع متكامل واستراتيجية واضحة في العمل، وهذا ما يمكن التحقق منه في أرض الواقع، إذ تكتفي في الغالب بردود الفعل إزاء مشاريع السلطة، كما وقع مثلاً مع التعديل الدستوري الأخير والعهدة الثالثة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة، وتطل في المواعيد الانتخابية لتختفي في ما عداها من أوقات، وإن كان لهذه الوضعية تبريرها الموضوعي المرتبط بممارسة السلطة للتضييق والتعقيم عليها، وبالرغم من أن الانتقال إلى التعددية يرتبط من الناحية النظرية بالإقرار بإمكانية وشرعية المعارضة.¹

بعيدا عن الأحزاب السياسية واستمرارا لسياسة الاحتجاجات، ظهر فاعل جديد مع نهاية العهدة الثالثة من حكم الرئيس "بوتفليقة" تحت مطلب أساسي وهو رفض العهدة الرابعة ممثلاً في "حركة بركات" حيث يرى الباحث "عبد الناصر جابي" أن ظهور حركة بركات كحركة إحتجاجية قامت ضد العهدة الرابعة للرئيس بوتفليقة أربك السلطة وجزءاً من المعارضة، لما تتميز بهد هذه الحركة من جديد لا يتعلق ببعض خصائصها السسيولوجية كسيطرة الفئات الوسطى المتعلمة داخلها فقط، ومن كل الأطياف السياسية والفكرية (صحفيون، أطباء، موظفون) بل باستقلاليتها السياسية وخروجها إلى الشارع للتعبير عن مواقفها المعارضة لعهدة رابعة للرئيس بوتفليقة. وخرجت هذه الحركة للشارع واصطدمت مع قوات الأمن أكثر من

¹ بن سعيد، زباني، مرجع سابق، ص 87.

مرة سنة 2014 ،حيث إعتري الجزائر تخوف كبير من الخروج للشارع نتيجة ما ترسب من ذكريات عن العشرية السوداء .¹

ما ميز المشهد السياسي خلال هذه الفترة أيضا هو انتشار ما عرف بظاهرة الحركات التصحيحية والانشقاقات الحزبية التي مست عددا من الأحزاب على غرار جبهة التحرير الوطني ،حركة مجتمع السلم وأيضا استمرار ظاهرة التجوال السياسي من خلال انتقال العديد من السياسيين من حزب إلى آخر ،ولعل الاحتجاجات المتكررة التي شهدتها الجزائر خلال هذه الفترة وخاصة التي قادتها النقابات المختلفة أو ما يعرف بالجبهة الاجتماعية (في غياب شبه كلي لتفاعل النخب السياسية التي أصبحت نخباً مناسباتية أكثر منها تفاعلية مع مجتمعها وبيئتها) المظهر الذي طبع المرحلة وربما خروج رجال الشرطة في مسيرة إحتجاجية -في سابقة أولى في تاريخ الجزائر - والمطالبة بتحسين ظروفهم أكدت على التغييرات التي طبعت الساحة الاجتماعية الجزائرية ، وإن استطاعت السلطة السياسية احتواء هذه الاحتجاجات في شكل جلسات حوار أو تلبية مطالب النقابات وذلك في إطار عملية امتصاص حتى تبقى السلطة بعيدة عن ما شهده العالم العربي من احتجاجات وثورات منذ 2011.

وفي سياق الاحتجاجات وارتباطها بالاحتجاجات التي شهدتها المنطقة العربية وتحديد الجارة تونس وكيفية التعامل الرسمي معها يشير الباحث "ناجي سفير" إلى أن الموجة التي انطلقت على نحو محسوس في مارس 2011 استطاعت الاستفادة من الظرف الاستثنائي المتوفر لها ،والذي سيجتج لها النجاح لصالح المبادرين إليها ولصالح مختلف الفئات المجتمعية المعنية بإدخال تحسين جوهري على الرواتب والأجور ،إذ يعتقد الفاعلون المعنيون في الواقع أن السلطة السياسية ضعيفة ومهتمة فقط بتجنب وصول الربيع العربي إلى الجزائر ،وبالتالي فهم يمارسون الضغط عليها بغية الحصول بأسرع ما يمكن على ما يرضيهم ،وهكذا تبعا لبعض التقديرات ،ارتفعت كلفة الاجراءات الاستثنائية المتخذة من قبل السلطات الحكومية تلبية لمختلف المطالب التي تم التعبير عنها إلى ما يقارب 50 مليار دولار للنصف الأول من عام 2011.²

لقد نجحت السلطة الحاكمة في الجزائر إلى حد بعيد في تدجين وترويض العديد من النخب (المتقفة الاقتصادية،الدينية،العسكرية،الحزبية ،الحكومية ...) تارة بالتهديد والوعيد، وتارة أخرى بالاغراء والترغيب،

¹ عبد الناصر جابي ،"وضع المعارضة الجزائرية ومساراتها المحتملة " .مركز الجزيرة للدراسات ،فيفري 2016 ،في

studies.aljazeera.net/ar/reports/2016/01/2016131124413923.html ، 18/ 08/ 2107/08 سا 21:31.

² ناجي سفير ، "تطورات الوضع السياسي في الجزائر في سياق التغييرات الجارية في العالم العربي"، تر حسين عمر، من كتاب الربيع العربي: ثورات الخلاص من الاستبداد، دراسة حالات (بيروت: الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية، دار شرق الكتاب، ط1، 2013)، ص 375.

ولاسيما أنها تعتمد في استراتيجيتها التسلطية على النخبة السياسية إلى جانب نظيرتها العسكرية، ويظهر تغليب بعض هذه النخب لمصالحها الخاصة، وتورطها في فساد مالي وإداري وسياسي... الأمر الذي اسهم بشكل كبير في خلق فجوة بين السلطة السياسية الحاكمة من جهة، وأفراد المجتمع من جهة أخرى، وفرض استمرارية الأوضاع السياسية على حالها، وهو الأمر الذي أفقد هذه النخب ثقة الجماهير، وولد شعورا بالإحباط في أوساط الشعب الجزائري، فيما فضلت نخب أخرى الانكفاء على نفسها والانزواء بعيدا.¹

إن التحول الذي عرفه النظام السياسي في الجزائر من حيث الشكل، باعتماده لقواعد دستورية منفتحة على المشروع الديمقراطي وإقراره من الناحية القانونية للتعددية السياسية والحريات والحقوق السياسية، لم يفض إلى تغيير جوهري، حيث احتفظ النظام بطابعه الرئاسي، في حين يسود الاعتقاد نظريا بأن النظام البرلماني هو الأنسب لتحقيق الانتقال الديمقراطي.²

نخلص في نهاية هذا العرض الكرونولوجي للنخب الجزائرية منذ أطلق عليها هذا المصطلح (Les Elite Algériennes) وصولا بها إلى الفترة الحالية ليتضح لنا أن المجتمع الجزائري عرف حضورا وتنوعا لهذه النخب التي اختلفت مساراتها وسياقاتها وحتى أيديولوجياتها من مرحلة إلى أخرى، وأنه في حين فضلت بعض النخب وخاصة الحزبية أن تبقى موالية ومهادنة للنظام الحاكم وداعمة له ولسياساته ومساهمة في بقاء لفترات طويلة، خرجت نخب أخرى وفعاليات جديدة عن الصف في محاولة لإعادة تنظيم نفسها والتشكل كخط معارضة للسلطة القائمة، هذه المعارضة التي تشكلت في سياقات أيديولوجية مختلفة مازلت تحتاج جهدا وتنظيما أكبر إذا ما أرادت أن تكون بديلا فعليا للسلطة القائمة خصوصا وأن تجربتها الحالية مازلت تجربة غير مستقرة وتخضع للكثير من الضغوطات ربما من أهمها اتساع الهوة بينها وبين جماهير أنهكت من عشرية سوداء مازلت تعيش بخوف تكرر تجربتها و سئمت في المقابل من تكرر نفس السياسات والخطابات وحتى الوجوه التي لم تعرف تداولا في عديد الأحزاب مذ تأسيسها وهو الأمر الذي يؤكد بأن الجزائر بعد أكثر من 55 سنة على استقلالها مازلت تبحث عن نخب حقيقية تقود قاطرة تنميتها بعيدا عن سياسات أحادية في ثوب التعددية ولا صراعات أيديولوجية نخبوية.

¹المكان نفسه .

²بورني، مرجع سابق، ص 173.

المبحث الثالث: النخب وعلاقتها بالفضاء الإعلامي والاتصالي: جدلية العلاقة

وتطور الاستخدام

يشكل الاتصال الجماهيري حلقة الوصل بين الجماهير والنخب الحاكمة¹ لصانعة القرارات، ما دفع علماء السياسة والاتصال السياسي إلى الاهتمام بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي، فالمواطنون لا بد أن يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة، وعلى الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها بهدف نيل رضاهم.²

إن دراسة النخب بشكل عام هي دراسة متعددة الأبعاد ولا يمكن النظر إليها كظاهرة فوقية أو فئة عليا تتمتع بالقوة والنفوذ فقط، بل يحتاج الباحث عند تناولها إلى ربطها بالسياق العام الذي تتواجد فيه، أي أن هذه النخب تتفاعل في فضاء متعدد الأبعاد: سياسيا، اجتماعيا، اقتصاديا، إعلاميا... وإن كانت البيئة السياسية هي البيئة الأكثر احتضانا لهذه النخب فبالعودة إلى ما ذكرته الباحثة في عنصر اتجاهات وتشكل النخب نجد أن جل الدراسات ربطتها بمفهوم النخب السياسية أو النخب الحاكمة وما تتمتع به من نفوذ أو قوة.

هذه القوة التي تأت نتيجة لهيمنة فئات وشرائح معينة على مختلف المجالات ومن بينها المجال الاعلامي والاتصالي، حيث نجد أحد رواد بحوث النخبة والذي سبق الإشارة إليه وهو "ميلز Charles Mills" في كتابه "قوة النخبة" يشير إلى "أهمية وجود نظام اتصالي من أجل تمكين النخبة من تبادل الوظائف وتعزيز القنوات المشتركة"، وأعطى ميلز القدرة على التواصل بين أفراد النخبة امتيازاً من أجل التحكم والسيطرة على العلاقات ومن أجل تدعيم القوة المادية بقوة التأثير الفكري والثقافي.³

1.3.4 النخب، السياسة، وسائل الاعلام والجمهور: علاقة قديمة

هناك علاقة وثيقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية، ويمارس أحدهما تأثيراً في الآخر، وإن كان ذلك التأثير يأخذ أشكالاً مختلفة من نظام سياسي لآخر، فالنظام السياسي في البلدان النامية يؤثر في العملية الاتصالية بشكل يكاد يكون كلياً. ذلك أن بعض المجتمعات التي تسيطر عليها نخب سياسية

¹ تشير الباحثة هنا إلى أنه في عملية رصدنا للأبحاث والدراسات المتعلقة بالنخب ووسائل الاعلام، وجدت أن أغلبيةها تهتم بالنخب على اعتبارها نخبا حاكمة أو النخب السياسية لما لها من تأثير وفعالية في مجتمعاتها. ومنه تقرر بناء العنصر وفق المنظر العام السائد.

² نبيل جاسم، "علاقة الصحافة العربية بالأنظمة السياسية"، مجلة تواصل، العدد 10، هيئة الاعلام والاتصالات، بغداد، العراق، 2007، ص-ص

27-24.

³ ياسين، مرجع سابق، ص 64.

حاكمة تقليدية تولي كل اهتماماتها لتثبيت قواعد السلطة مستعملة في ذلك وسائل شتى، تتدرج من صور الديمقراطية المنقوصة المزيفة، حتى تصل إلى حد الاستبداد الصريح والمكشوف، وتسمى الأنظمة الصحفية التي تعمل في ظروف كهذه بالأنظمة الصحفية السلطوية، ويعد هذا النظام من أقدم الأنظمة الإعلامية من حيث النشأة الأولى للصحف في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في أوروبا التي عرفت في تلك الفترة شكلا من الحكم الاستبدادي، حيث أن الحاكم لم يخضع للمساءلة وكانت إرادته تمثل القانون، فمعظم الملكيات التي قامت في أوروبا الغربية طوال الفترة القرن السابع عشر والثامن عشر موزعة بين الحكم الاستبدادي والحكم المطلق ومستندة في ذلك على بقايا الفكر الإقطاعي، وفلسفات العصور الوسطى.... ويعكس فكر السلطويين توجهها نخبويًا يقوم على الشك في الجماهير، حيث يرون أن الناس عامة غير قادرين عقليا ونفسيا على اتخاذ الكثير من القرارات بأنفسهم، وذلك يشكل خطرا على المجتمع، وعليه فإن أشخاصا متميزين هم النخب الذين يجب أن يحكموا.¹

أحد رواد النخبة المعاصرين والذين كرسوا أنفسهم بشكل خاص لبحث النخبة السياسية وهو الباحث هارولد لاسويل² Lasswel، يضيف إلى مفهوم القوة الذي جاء به رايت ميلز مفهوما آخر للسيطرة على الرأي العام يستند إلى وسائل الاعلام، فقد رأى في كتابه "تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى" أن وسائل الاتصال قد غدت أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات³، كلام أشار إليه أيضا الباحث "ناعوم تشومسكي" في كتابه **السيطرة على الاعلام، الانجازات الهائلة للبرويغاندا** حيث رأى أن مفهوم الديمقراطية عند الحكام يعني منع العامة أي الجمهور من إدارة شؤونهم وكذا إدارة وسائل الاعلام التي يجب أن تظل تحت السيطرة المتشددة.⁴

في كتاب **تشومسكي** وقفت الباحثة على مقاربة مهمة وهي إشارته إلى وجهات النظر التي تبناها الباحث **ولتر ليبمان**⁵، ولأهميتها وعلاقتها بموضوع النخب ووسائل الاعلام على حد سواء رأت الباحثة أنه من الضروري نقل بعض الفقرات كما وضعها **تشومسكي** نقلا عن **ليبمان** في كتابه بغية توضيح كيف استخدمت النخب الحاكمة في وقت من الأوقات (قبيل الحرب العالمية الأولى وبعدها) وسائل الاعلام في السيطرة على الرأي العام وتوجيهه.

¹ جاسم، مرجع سابق، ص ص 24،25.

² بوتومور، مرجع سابق، ص 12.

³ ياسين، مرجع سابق، ص 63.

⁴ ناعوم تشومسكي، **السيطرة على الاعلام الانجازات الهائلة للبرويغاندا**، تر أميمة عبد اللطيف (القاهرة: مكتبة الشروق الدولي، ط1، 2003)، ص 7.

⁵ والتر ليبمان، صاحب كتاب الرأي العام الذي نشر سنة 1922، أعتبر في فترة الثلاثينيات عميدا للصحفيين وأحد أهم محلي السياسة الخارجية والمحلية الأمريكية، وكان منخرطا في لجان الدعاية التي تشكلت في تلك المرحلة.

يقر **لييمان** "بانقسام المجتمع إلى طبقتين طبقة متخصصة من الرجال المسؤولين الذين يتمتعون بدرجة من الذكاء تتيح لهم فهم الأمور، فهم نخبة صغيرة من مجتمع المفكرين فقط بإمكانهم فهم وإدراك المصالح العامة ومن ثم تقرير الأمور التي من شأنها أن تعيننا جميعا .. "

يفترض **لييمان** أنه " في مناخ ديمقراطي سليم يصنف المواطنون إلى طبقات، فهناك أولا طبقة من المواطنين لابد وأن تقوم بدور فعال في إدارة شؤون العامة، هذي هي الطبقة المتخصصة وهم الذين يحلون وينفذون ويصنعون القرارات ويديرون النظم السياسية والاقتصادية والأيدولوجية وهي نسبة ضئيلة من السكان ..."

يصف **لييمان** الغالبية العظمى من السكان "بأنهم القطيع الحائر أو الضال، وظيفتهم أنهم مشاهدين وليسوا مشاركين في الفعل، هناك وظيفة أخرى بالإضافة لتلك المشاهدة من قبل القطيع، نظرا لأنه في نظام ديمقراطي في التحليل النهائي فمن وقت لآخر يسمح لهذا القطيع بتأييد أحد أفراد الطبقة المتخصصة، بمعنى آخر يسمح لهم بالقول: نحن نريدك قائدا لنا، ذلك لأنها ديمقراطية وليست نظاما شموليا، وهذا ما يطلق عليه الانتخابات، ولكن بعد أن يلقوا بثقلهم خلف عضو أو آخر من الطبقة المتخصصة ومن المفترض أن يعودوا أدراجهم على الفور ويصبحوا مشاهدين لا مشاركين في الأفعال، هذا ما يجب أن يحدث في نظام ديمقراطي سليم ..."¹

هذه الفقرات المقتبسة كما تم الإشارة إليه سابقا تعكس بوضوح رؤية **لييمان** للجمهور كطبقة سلبية لا وظيفة لها سوى إتباع ما تقوم به وتقرره الطبقة المتخصصة والمتمثلة في النخب الحاكمة، التي استطاعت أن تبرز أول عملية دعائية لها والتي اعتبرت أول عملية دعائية في العصر الحديث أثناء إدارة الرئيس "وودرو ويلسون" الذي أنتخب رئيسا للولايات المتحدة الأمريكية عام 1916، وفق برنامج انتخابي بعنوان سلام بدون نصر، وكان ذلك في منتصف الحرب العالمية الأولى، حيث قامت الإدارة بإنشاء لجنة للدعاية الحكومية (كان **لييمان** أحد أعضائها) أطلق عليها "لجنة كريل" وقد نجحت هذه اللجنة خلال ستة أشهر في تحويل المواطنين المسالمين إلى مواطنين تتملكهم الهستيريا والتعطش للحرب والرغبة في تدمير كل ما هو ألماني وخوض الحرب وإنقاذ العالم، الدعاية التي كانت بإشراف الدولة من خلال وسائل الاعلام، ودعما من الطبقات المتعلمة لا تسمح بحدوث أي إنحراف عن الهدف ومنه بإمكانها أن تحدث تأثيرا.²

¹المزيد من التفاصيل أنظر تشومسكي، مرجع سابق، ص ص 11، 10.

²المرجع نفسه، ص ص 7-9.

إشارة الباحثة إلى أفكار "ميلز"، "لاسويل" و "ليبمان" هو تأكيد على أن وسائل الاعلام أستخدمت منذ فترات طويلة للسيطرة من طرف النخب الحاكمة ويمكن ايراد مجموعة من الأمثلة عبر فترات تاريخية مختلفة كانت شاهدة على هذه الإستخدام والتوظيف وغن كانت كثيرة ولا يسع المقام هنا إلى التفصيل فيها لكن يمكن الإشارة إلى البعض منها، فالنموذج الألماني بقيادة هتلر يشرح كيفية بناء نظام دعائي كامل للسيطرة على العقول وتجييش الشعب الألماني بوسائل مختلفة لعل أهمها في تلك المرحلة الراديو والمنشورات والصحف المكتوبة، وعند مراجعة الأدبيات البحثية وجدت الباحثة أن الكثيرين يتفقون على أن جهاز الراديو دخل التاريخ كأول وسيلة اتصالية دعائية حربية استخدمت من طرف السياسيين والعسكريين على حد سواء.

وفي ذلك يذكر الباحث "فرنسيس بال" مستشهدا بما كتبه الباحث "سيرج تشاكوتين" Serge Tchakhotine في كتاب شهير عام 1939 "إغتصاب الجماهير بالدعاية السياسية" إن تأثير هذه الوسيلة الاعلامية -ويقصد الراديو- يشبه الاستشرط الحقيقي وفق نظرية بافلوف¹، وأن الدعاية النازية تحت شعار: شعب واحد، امبراطورية واحدة، زعيم واحد، دفع الشعب الألماني إلى الإعتقاد ان حل كل مشاكله يقوم على موقف واحد ومشارك: الانضمام إلى الزعيم².

وفي بداية الثمانينيات من القرن الماضي وأثناء حرب "المالوين" بين بريطانيا والأرجنتين لم يتعرف الرأي العام البريطاني بخصوص هذه الحرب إلا على ما أرادته له حكومة "تانتشر" أن يطلع عليه. وتم ذلك بفضل رقابة صارمة على المعلومات دون الظهور بمظهر الرقيب على الصحافة، وتمثلت هذه الرقابة غير المباشرة على الصحافة في انتقاء الصحفيين الذين سيغطون وقائع الحرب وتقييد حركتهم على ميدان المعركة وتعيين مصدر وحيد للمعلومات هو المصدر العسكري، وتسيير صارم لصور الحرب، وهذا كله من أجل تضليل العدو الارجننتين وكسب الرأي العام البريطاني³.

واستمرت سيطرة النخب الحاكمة على وسائل الاعلام بغية التأثير على الجماهير ويرصد الباحث "بيتر ستيفن" مثلا عن شبكة التلفزيون الايطالية ميدياسات Mediaset التي يديرها "سيلفيو برلسكوني"، حيث أوضحت العديد من أعمال المسح بين عامي 1994 و 2001 أن محطات ميدياسات قد أثرت مباشرة على الناخبين، كما أظهرت هيمنة "برلسكوني" مسبقا على كل ثلاث من بين أربع قنوات تلفزيونية

¹ بال، مرجع، ص 35.

² غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية. تر رالف رزق الله (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والتوزيع والنشر، ط2، 2002)، ص 20.

³ السعيد بومعيزة، "التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة". ص 5 في elibrary.medi.u.edu.my/books/MEDIU3003.pdf

خاصة في إيطاليا، وعندما يكون رئيس وزراء الدولة وقطبها الاعلامي هو الاكثر قوة فكيف تكون هناك ديموقراطية صحية؟ هذا التساؤل طرحه المحرر التلفزيوني "رافئيل"¹، وفي الصين استخدم الحزب الصيني الشيوعي غطاء محكما على كل جوانب الاعلام، من الانتاج الى التوزيعات الى ترتيبات الشراكة، وفي فنزويلا فان الدولة هي صاحبة الصحافة اليمينية وصناعات التلفزة².

يضيف "بيتر ستيفن" في كتابه المهم "الدليل المنطقي للإعلام العالمي" ومقتبسا عن "انطونيو غرامشكي" مصطلحه السيطرة لوصف علاقة النخب الحاكمة مع وسائل الاعلام قائلا: "إن سلطة النخبة الحاكمة في أوروبا وأمريكا الشمالية نادرا ما تظهر بصورة ضعيفة، وتلعب وسائل الاعلام دورا رئيسيا في الاتصال وإضفاء الشرعية على الذين يتربعون على كرسي الحكم... يمكن استخدام الصحف والتلفزيون والإذاعة لتوصيل وجهة نظر النخبة الحاكمة، وهذا يبدو واضحا في أيام الازمات، مثل حرب العراق عام 2003، حيث تم تحجيم آراء المعارضة، وإسكات أي انتقاد للحرب بصورة جلية، وحتى BBC التي تبدو لمشاهدي أمريكا الشمالية أكثرا بعدا من وسائل الاعلام الأخرى فقد بدت في موقف الازعان بصورة عامة حيث بين أحد الصحفيين أن تغطية BBC كانت منحازة أساسا...معظم الدراسات التجريبية تكشف تداخلا مهما يجمع بين أصحاب الوسائل الاعلامية والمدراء الاعلاميين مع النخبة السياسية إنهم في الواقع لا يفعلون شيئا يزايد عليه الآخرون، إنهم فقط يبحثون عن عائلة...."³.

ما كتبه بيتر ستيفن تشابه فيما بعد مع ما نقله المفكر الفرنسي "جان بوديار" الذي كتب بعد إنتهاء حرب الخليج الثانية مقالة حملت عنوان "حرب الخليج لم تقع" أكد فيها أن هذه الحرب لم تقع، بل شاهد الناس منها نسخة تلفزيونية مصورة، وكان يقصد بذلك حسب عالم الاجتماع "غيدنز Giddens" أن هذه الحرب بين الرئيس بوش الأب والرئيس صدام حسين لم تكن مثل الحروب الأخرى في التاريخ. لقد كانت حربا تدور على النحو الذي صورتها به وسائل الإتصال الجماهيري الحديثة. لقد كانت ببساطة مشهرا إستعراضيا تلفازيا، وكان زعيما القوتين المتناحرتين آنذاك ومعهما عشرات الملايين من المشاهدين يتعرفون من خلال الواقع المفرط Reality Hyber الذي يعرض لهم ما يحدث في الواقع الفعلي⁴.

علاقة السياسيين بالإعلاميين برزت أكثر مع التحولات الكبرى التي أدت إلى ظهور المجمعات الاعلامية المتكثلة التي تربطها أصحابها على غرار Murdoch و Berlusconi علاقة بالدوائر السياسية، ولا تتوانى

¹ ستيفن، مرجع سابق، ص 51.

² المرجع نفسه، ص 52.

³ المرجع نفسه، ص ص 54، 55.

⁴ شهيرة بن عبد الله، "الحرب في وسائل الإعلام: آلية بناء المعنى وإنتاج المعرفة"، مجلة المستقبل العربي، العدد 429، نوفمبر 2015، ص 95.

في توظيف دعائمها الاعلامية، سواء في خدمة مصالح ملاكها أو مصالح الحكومات أثناء الحروب والأزمات، مثلا لعبت القناة التلفزيونية (Fox News) بالولايات المتحدة التابعة لمجمع (Murdoch) دور الناطق الرسمي باسم البيت الأبيض الأمريكي أثناء الحرب على العراق من خلال إعلامها المضلل ضد النظام العراقي أو ضد الذين كانوا يعرضون الحرب، ونفس الشيء قامت به القنوات التلفزيونية التابعة لبرسلسكوني في ايطاليا.¹

- المشهد العربي:

يعكس المشهد الاعلامي العربي عبر تطوره التاريخي، ومنذ أن حمل الغازي الفرنسي "نابليون بونبارت" مع قواته العسكرية إلى مصر أول مطبعة آلية عام 1798، عرفت لاحقا بمطبعة بولاق، أو منذ إصدار أول صحيفة عربية (الوقائع المصرية 1828) يعكس طبيعة التحولات الفكرية والسياسية في المجتمع العربي، وعلاقة ذلك الأمر بموضوع حرية التعبير بوجه عام وحرية التعبير الإعلامي بوجه خاص، وسقف الحريات وطبيعة الرقابة المسبقة واللاحقة للنشر عموما، وفي الوقت ذاته يؤشر ذلك التحول إلى العلاقة بين النخب السياسية والفكرية والاجتماعية وتعاملها مع الصحافة، لكون الأخيرة رافعة للأفكار ومنصة لتعبئة ولتوعية الجماهير بمصالحها وغاياتها. وهذا المشهد يقرأ عبر أوجه متعددة، وبحسب ارتباطه بالعوامل الفكرية والسياسية أو التحولات الاقتصادية.²

لقد تميزت الصحافة العربية عموما بتبعيتها (شبه المطلقة أحيانا) للأنظمة العربية السائدة بغض النظر عن شكل الملكية السائدة، ولا يقلل من شأن هذه الحقيقة تمتع بعض الصحف في بعض الفترات وفي بعض الأقطار بقدر من الاستقلالية والحرية يعكس التعددية السياسية كما لا يلغي هذه الحقيقة استثناءات هشة وضعيفة ومؤقتة وبعضها مخترق.³

كانت وسائل الاعلام الجماهيري العربية مجرد أدوات تابعة لهذه الأنظمة، وتحول الخطاب العربي من خطاب معني ومهموم بالقضايا والمهام الكبرى، إلى خطاب معني ومنهمك في خدمة الأنظمة السياسية السائدة، ومبرر لوجودها وعامل على إستمراريتها، وفي مراحل لاحقة أصبح الإعلام أحد أجهزة توليد وتجديد ميكانيزمات السلطة.

¹ بومعيزة، مرجع سابق، ص 9.

² ياسين، مرجع سابق، ص 13.

³ جاسم، مرجع سابق، ص 25.

وسيطر النظام السياسي بدرجات متفاوتة على وسائل الاتصال الجماهيري، وعلى محتوى هذه الوسائل، والعاملين فيها، وتستخدم النخب الحاكمة سيطرتها على الانتاج الثقافي لكي تضمن للصور والأفكار والعروض المهيمنة أن تدعم الوضع القائم، فتقدم صورة معينة للمجتمع تمثل مصالح نخبة خاصة، هي مصالحها وتصورها وكأنها مصالح أفراد المجتمع.¹

لقد مثلت التغطية الاخبارية التلفزيونية الفضائية في أحداث إجتياح الكويت عام 1990 وحرب الخليج عام 1991، الدور الذي أدته القنوات الفضائية العالمية مثل محطة ال سي أن أن CNN، منعطفا في سياق التوجه العربي نحو إنشاء المحطات التلفزيونية الفضائية، وكانت محطة تلفزيون الشرق الاوسط الفضائية (MBC) القناة الفضائية المستقلة الأولى التي خرجت بعيدا عن الاطار الحكومي، ثم تأسست بعد ذلك حزمة من القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة للبث عبر الأقمار الصناعية، وأضحت بعد سنوات متعددة من حقبة التسعينيات من القرن الماضي مشاريع إطلاق المحطات التلفزيونية الفضائية ظاهرة يتنافس خلالها القطاع الرسمي الحكومي والقطاع الخاص والمختلط لشغل الفضاء العربي بالعشرات أو بالمئات من القنوات الفضائية السياسية وغيرها، ولتؤلف لاحقا ما يمكن أن ندعوه بالفضاء التلفزيوني العربي.²

إن انقسام المؤسسات الاعلامية إلى قسمين المؤسسات الرسمية والخاصة، أنتج إعلاما رسميا مناصرا تماما للسلطة والحكم والنظام السياسي للدولة، واتصف بإعلام الصوت الواحد الذي كان يعتمد على الدعاية أكثر من المعلومة، وذلك ما أفقده المهنية، بينما الإعلام الخاص كان منقسما بين من كان إعلام رجال الأعمال بامتياز وهم كانوا يبحثون عن مصالحهم مع السلطة وهؤلاء كانوا مثل الإعلام الرسمي تماما يعمل فقط على التضليل لضمان مصلحته، ولكن كان يوجد قسن آخر من الإعلام الخاص الذي كان بنشر الحقائق كما هي ولا يبالي بالسلطة.³

¹المرجع نفسه، ص 26.

²ياسين، مرجع سابق، ص 15.

³كبارا طه محمد "دور الإعلام في تشكيل النخب السياسية بعد 2011 حتى 30 يونيو". المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، قسم الدراسات الاعلامية والصحفية في <http://democraticac.de/?p=30935>، 17/08/2017، ص 16:43

4.3.2 النخب، السياسة، وسائل الاعلام الجديدة والجمهور: علاقة تتجدد

في وقتنا المعاصر تغيرت أبعاد القوة التي صارت أكثر ارتباطا بالمعلومات وبوسائل الحصول على هذه المعلومات لتتحول وسائل الاعلام والاتصال إلى فاعل رئيسي ومتغير مهم في معادلة القوة والسيطرة وصارت القاعدة أن "الذي يملك يوجه" أكثر ارتباطا بالتكنولوجيا والفضاءات الرقمية أو الالكترونية حيث تصاعدت القاعدة مع التغييرات الكبيرة التي شهدتها هذه الوسائل الاعلامية والاتصالية ليتحول النقاش من الفضاءات التقليدية إلى الفضاءات الالكترونية ومن أجهزة التلفزيون والراديو وعبر صفحات الجريدة والمجلات الورقية إلى أجهزة الحاسوب المحمولة والهواتف الذكية والألواح الالكترونية المرتبطة بالشبكة العنكبوتية، ومن تجمعات المقاهي والمكاتب إلى صفحات شبكات التواصل الاجتماعي من فيسبوك، تويتر...

وهنا ترى الباحثة أنه حسب تقديرها ومن خلال متابعتها للفترة الحالية (ما بعد الوسائل الاعلامية التقليدية) يمكن الإشارة إلى أربعة أحداث بارزة ارتبطت بالتكنولوجيات الاتصالية الجديدة* وأثرت بشكل كبير على كل الأطراف من الفئات النخبوية الفاعلية إلى الجمهور مرورا بالمضامين والسياسات، الأول يرتبط بالرئيس الأمريكي "باراك أوباما" وكيفية استثماره للوسائل الاعلامية الجديدة في قيادة حملة إنتخابية قادته للوصول إلى البيت الأبيض سنة 2008، والثاني هي فشل الأنظمة العربية التسلطية في تسخير الوسائل التقليدية أو السيطرة على الحديثة للحفاظ على وجودها وبقائها وهو ما عرف لدى الجميع بثورات الربيع العربي خلال سنة 2011، أما الثالثة فهي تلك الصورة التي ربما قد يتذكرها الكثيرين للرئيس التركي "رجب طيب أردوغان" مستخدما تطبيق الفاييس تيم "Facetime" والتي تداولتها مختلف الوسائل الاعلامية إثر الانقلاب الفاشل الذي تعرض له في 15 جوان 2016، والحدث الرابع والذي يرتبط بالأول ويختلف معه في الآلية فهو الاستخدام الجديد لتقنية الهولوجرام في الحملات الانتخابية التي كانت الانتخابات الرئاسية الفرنسية لسنة 2017 محطة لها.

* اختيار الباحثة للأحداث الأربعة كان مبنيا على تصور وجود العلاقة الرباعية: نخب، وسائل الاعلام، سياسة وجمهور ومع التطور التكنولوجي قد تصبح هذه الاختيارات بعد وقت من الزمن قد يكون قصيرا في عرف تكنولوجيا مجرد تأريخ وأحداث ماضية يؤرخ لها كما تم التأريخ للإذاعة بوصفها وسيلة الدعاية الأولى في العصر الحديث.

1.2.3.4: باراك أوباما: امتزاج السياسة بالتكنولوجيا

لقد منحت تكنولوجيا المعلومات من خلال الانترنت للسياسيين فرصة مخاطبة الجماهير والاتصال بهم ببسر وسهولة عن طريق الانترنت مما يسمح بتعبئتهم ومخاطبتهم وتحفيزهم. لقد بينت تجربة الرئيس الامريكى باراك أوباما خلال الحملة التمهيدية للانتخابات الامريكية عام 2008 وفوزه بترشح الحزب الديموقراطي ومن ثمة فوزه بالرئاسة الأمريكية شهر نوفمبر 2008 أن الانترنت وتوظيف مختلف تكنولوجيات المعلومات مثل الفيسبوك والأيفون وغيرها ساهمت مساهمة فعالة في تمكينه من التغلب على خبرة "هيلاري كلينتون" في الحزب الديموقراطي ولاحقا في التغلب على منافسه الجمهوري "ماك كين".¹

قبل عرض تجربة أوباما تجدر الإشارة إلى أن خدمات الانترنت أصبحت بالنسبة للكثير من السياسيين البديل المثالي لمختلف الوسائل الإعلامية الأخرى، خاصة وأنها تختصر عامل الوقت، ولا تكلف مبالغ ضخمة، ولقد بدأ دخول الإنترنت إلى عالم السياسة بقوة في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2004، حيث كانت أول إنتخابات طرحت تلميحات حول إمكانية تفعيل دور الانترنت في النشاطات السياسية، خاصة وأنها لعبت دورا مهما في جمع التبرعات، وفي تنظيم الحملات الإعلامية الانتخابية التي قادها "جو تريبي" لصالح المرشح الديموقراطي "هوراد دين"، ووفقا للدراسة التي أجراها مركز "بيو ريسرش" bio reasearch بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2004، تبين أن نسبة من تابعوا هذه الانتخابات على شبكة الإنترنت من الامريكيين بلغت 29 %، بعد ان كانت 14 % فقط في الانتخابات الرئاسية لعام 2000 أي أن 50 مليون أمريكي اتجهوا للانترنت للاطلاع على أخبار الانتخابات يوميا حيث تجاوز العدد الذي سجل في عام 2000 ب 27 مليوناً.² لتأت بعدها حملة الرئيس باراك أوباما.

ومن التحليلات التي رصدتها الباحثة وقرأت كيفية استفادة أوباما من شبكة الانترنت والتطبيقات التكنولوجية الحديثة ما عرضته الباحثة "مفيدة طاير" مستفيدة في ذلك من دراسة مشتركة بين الباحث Terra Nova وكل من وزارة الشؤون الخارجية ومؤسسات:

M,Euro RSCG C&O ,La Netscouade,Opinionway,Spintank,Ipol,le German Marshall Fund of the United States ,la Brookings Institution et le Center for American Progress

¹لعقاب، (لمواطن الرقمي)، مرجع سابق، ص 69

² نجاح بوالهوشات، "الحملات الانتخابية الالكترونية.في الاتصال السياسي في الجزائر، اشراف فضيل دليو، (الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة،2010)، ص 135.

وبحسب هذه الدراسة فإن الحملة الانتخابية لبارك أوباما كانت حملة القرن الواحد والعشرين بلا منازع، وقد ارتكزت على ثلاثة عناصر أساسية: رسالة التغيير، الانترنت وتنظيم الميدان.¹ وتضيف الباحثة "طاير" أنه رغم أن بارك أوباما ليس أول سياسي إعتد على الانترنت في حملته الانتخابية، كما أنه ليس الوحيد في الحملة التي خاضها ضد هيلاري كلينتون ثم ضد ماكين فكلهم إستعمل الانترنت في حملاتهم الانتخابية، لكن الإضافة في حملة أوباما أنه إعتد على الأترنت لبناء مجتمع التغيير، الذي هو أساس حملته الانتخابية، ولتشكيل هذا المجتمع استعمل الانترنت بطرق لم يسبقها إليه غيره من السياسيين والتي تمثلت في²:

- استعمال الانترنت كمكمل للميدان: ففي حين كان الارتباط في الحملات السابقة غائب بين الميدان والانترنت مما يوحي بوجود حملتين موازيتين، فإن حملة أوباما جعلت بذلك كبير الانترنت مكملًا للميدان عن طريق إرسال الأشخاص اللذين تم إقناعهم عبر الشبكة إلى مناوبات الحملة في منطقتهم لتوكل لهم مهمة حسب قدراتهم وإهتماماتهم، كما أنها كرست بذلك رسالة الحملة الانتخابية "أنتم ابطال التغيير".

- إن التواجد في الشبكة لم يكن يعني بالنسبة لحملة أوباما فقط إنشاء موقع³ أو مواقع متعددة للحملة، أو كما فعلت هيلاري كلينتون البحث عن الدعم المادي عبر الانترنت ولكن أيضا وهو الأهم الذهاب إلى الانترنتين⁴ لا إنتظارهم، وهذا من خلال التواجد في فضاءات الانترنت المتعددة (MySpace, Facebook) لكن أيضا الشبكات الاجتماعية مثل (Asian Ave, MyBatanga ou) (MiGente)، لذلك كان تأثير الحملة كبيرا جدا على كمية هائلة من الانترنتيين وفي زمن قياسي بفضل السيولة الهائلة التي تمتعت بها الحملة في الشبكة.

- استثمار أوباما في الانترنت كان واضحا من خلال الدعم المادي الكبير الذي حظي به (750 مليون دولار مقابل 350 مليون دولار لماك كين)، وتمثلت أغلبية هذا الدعم في تبرعات صغيرة من فئات متعددة من المجتمع خلافا للحملات الانتخابية التقليدية التي تبحث عن كبار أصحاب رؤوس الأموال للحصول على مساهمات مالية كبيرة، وهو بذلك ضرب عصفورين بحجر: حصل

¹ مفيدة طاير، "الانترنت فضاء جديد للممارسة الديمقراطية. مثال: الحملة الانتخابية لبارك أوباما وعبد العزيز بوتفليقة". في الاتصال السياسي في الجزائر، اشراف فضيل دليو، (الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2010)، ص 115.

² المرجع نفسه، ص 116.

³ mybarackobama.com 2008

⁴ الانترنتيون (les Internautes) هم مستخدمو الشبكة من متصفحين لمواقع الكترونية، مدونات، شبكات تواصل اجتماعي....

على الدعم المادي المرجو، كما تأكد من وفاء المتبرعين الصغار الذين يعدون بالملايين والذين يمثلون نسبة معتبرة من الهيئة الناخبة.

- Micro-targeting: هي تقنية حديثة للتسوق عبر الانترنت تتمثل في جمع معلومات شخصية حول الأفراد لارسال رسائل تتناسب وشخصية كل فرد. ولقد حققت الحملة نتائج مبهره بفضل هذه التقنية، حيث حصلت على بنك معلومات لـ 220 مليون أمريكي بمعلومات شخصية تصل إلى 600 معلومة عن كل شخص.

- قاعدة واسعة من الناشطين (حوالي 1.2 مليون ناشط)، هذا الحجم الهائل ما كان من الممكن تسييرهم وتنظيم نشاطاتهم وإعلامهم والتواصل معهم جميعا إلا بالانترنت والمجتمع الافتراضي الذي أنشئ في الشبكة (مجتمع أوباما)¹.

2.2.3.4 تكنولوجيا الاتصال تصنع ربيعا عربيا في الدول العربية

شهدت العديد من الدول العربية منذ بداية عام 2011 موجات من الاحتجاجات والمسيرات والتي حملت شعار التغيير وضرورة الاصلاحات في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ما ميز هذه الاحتجاجات أنها جاءت في وقت أتاحت فيه تكنولوجيات الاتصال آليات جديدة للتواصل والتفاعل وإمكانية إبداء الآراء في مختلف الأحداث والقضايا التي تهم الجمهور بشكل مختلف وغير مسبق، فقد كانت الوسائل الإعلامية التقليدية من صحف مكتوبة وقنوات إذاعية وتلفزيونية أغلبها خاضع لسيطرة وإحتكار الحكومات والأنظمة القائمة.

ويرى العديد من الباحثين أن الوسائل الإعلامية الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دورا بديلا عن معارضة تقليدية لم تنجح في تغيير الأوضاع، مما دفع بالمستخدمين لهذه الشبكات وخصوصا فئة الشباب من تبنيها بأشكالها المختلفة، ولتشكل بذلك معارضة جديدة اتخذت من الفضاءات الالكترونية منطلقا لها.

✓ أرقام ودلالات خلال فترة الحراك العربي:

موجة الاحتجاجات التي شهدتها المنطقة العربية ارتبطت بزيادة كبيرة لعدد مستخدمي التكنولوجيات الحديثة في المنطقة، زيادة رأى فيها الباحثين والمحللين أنها جاءت مرافقة لتحولات على

¹ المرجع نفسه، ص 117، 116.

طبيعة الاستخدام من استخدامات ذات طبيعة اجتماعية إلى استخدامات ذات طبيعة سياسية، ما يهم الباحثة في هذا السياق هو تلك العلاقة التي ظهرت بين الأنظمة العربية ورؤيتها لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها ولهذا بدت ردودها خلال سنة 2011 متفاوتة تجاه هذه الظاهرة الجديدة، وذلك أنها لعقود طويلة ظلت مسيطرة بشكل تام على تدفق المعلومات على مجتمعاتها، وبينما سارعت بعض الحكومات إلى حجب، وقطع الانترنت عن مواطنيها كان مستخدموها يتزايدون وسقف مطالبهم يرتفع من احتجاجات ومطالبية بالاصلاحات إلى ثورات تطالب بإسقاط النظام.

في هذا السياق يشير الباحث "محمد لعقاب" أنه: "إذا كان الرئيس باراك أوباما هو أول رئيس في العالم يصل إلى سدة الحكم بفضل الانترنت، فإن الرئيسين التونسي زين العابدين بن علي، والمصري حسني مبارك هما أول رئيسين في العالم يخلعان من طرف الشعب بفضل الانترنت، والشبكات الاجتماعية. فقد حاول الرئيس بن علي وبعده الرئيس حسني مبارك قطع الانترنت، وقطع شبكات الهاتف النقال للتقليل من إنتشار الثورة لخارج بلديهما فلم يفلحا، إن التكنولوجيا تهدد فعلا الجيوب الدكتاتورية، التي مازالت تقاوم التغيير".¹

وفي هذا الصدد ورصدا لأهم المعطيات الرقمية التي طبعت تلك الفترة اعتمدت الباحثة على تقرير يحمل عنوان: "الاعلام الاجتماعي والحراك المدني تأثير فيسبوك وتويتر" الذي صدر العام 2011 وأعدّه برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية² وقدم إحصائيات الربع الأول لسنة 2011 المرتبطة بمستخدمي فيسبوك وتويتر في كافة الدول العربية الاثنتين والعشرين إضافة إلى كل من إيران وتركيا:

- تجاوز عدد مستخدمي فيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل 2011، وبلغت نسبة الزيادة 29 % مقارنة بسنة 2010.
- جاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد.
- تجاوز عدد الهواتف الجواله 255 مليون مشترك.
- تجاوز عدد مستخدمي تويتر 200 مليون في نهاية مارس للعام ذاته، ليلبلغ إجمالي عدد التغريدات التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدة شهريا.

¹ لعقاب، (المواطن الرقمي)، مرجع سابق، ص 71، 70.

² دبي، الامارات العربية المتحدة، كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، الاصدار الثاني، ماي 2011 التقرير كاملا متاح

على الرابط التالي: www.ArabSocialMediaReport.com

- شهدت الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011 التحول الأكبر في طرق إستخدام العالم العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي، وتوجهت نحو الحشد المجتمعي والشعبي عبر شبكة الإنترنت.
- تمت عمليات قطع الاتصال بشبكة الانترنت في مصر لمدة خمسة أيام من 28 جانفي إلى 2 فيفري.
- انخفض التدفق الاتصالي لشبكة الانترنت في ليبيا، وسجل انخفاض في معدل الاستخدام وقت الاتصال بالمواقع الالكترونية خاصة خلال 20 أبريل 2011.
- رفعت الحكومة السورية الحظر على مواقع التواصل الاجتماعي في 7 فيفري، أين شهدت حركة استخدام موقع يوتيوب وغيرها من المواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ارتفاعا شديدا.
- تنوعت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى المحتجين بين: استخدام لرفع الوعي في بلدانهم بشأن الحركات الشعبية، نشر المعلومات إلى العالم بشأن الحركات الاحتجاجية، التنسيق بين الناشطين وتنظيم التحركات.
- حجب الانترنت على الحركات الاجتماعية من طرف الحكومات تحول إلى عامل ايجابي لأنه جعل المحتجين أكثر تصميمًا وتشجيعًا للمتريدين لأن يكونوا أكثر نشاطًا ودفع الناشطين لإيجاد طرق مبتكرة للتنظيم والتواصل.
- وبالعودة إلى الحراك الشعبي الذي شهدته بعض الدول العربية، والذي تفجرت شرارته مع إقدام الشاب التونسي محمد البوعزيزي على حرق نفسه إحتجاجا على أوضاعه الاقتصادية والاجتماعية نهاية عام 2010 في تونس¹ فقد شكل هذا الحراك تحولا جذريا على صعيد ممارسة النخب لأدوارها ولحضورها وتفاعلها مع الأحداث و أعاد طرح مكانة هذه النخب في مجتمعاتها، وفي هذا السياق طرح وزير الثقافة التونسي (2012-2013) المهدي مبروك² في مقال عنوانه ب: النخب في الربيع العربي... التأثير الغائب اسئلة حول مشروعية هذه النخب قائلا: "...إن مسألة النخب في العالم العربي تتسم بالتباس في طرحها في سياق معرفي، فضلا عن تقادم نظرية النخب نفسها، ومراجعاتها المتعددة حاليا، وهي مراجعات تأخذ بعين الإعتبار التحولات التي عرفتتها المجتمعات وخصوصيتها وديناميكيته المحلية المتعلقة بإنتاج النخب وإعادة إنتاجها، وبقية الفئات الاجتماعية الأخرى، وتتأكد مثل هذه المراجعات في نظام دولي يتعولم بشكل سريع، فاسحا المجال لتبادل مكثف للأفكار والمعلومات والسلع واتساع مراكز النفوذ والتأثير لجماعات

¹ ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 18.

² المهدي مبروك: شغل منصب وزير الثقافة، استاذ جامعي، ونقابي وحقوقى، كان عضوا في الهيئة العليا لتحقيق أهداف الثورة والعدالة الانتقالية والانتقال الديمقراطي (متاح على رابط الموقع).

إفتراضية ونخب شعبية، ما يهدد نفوذ النخب الكلاسيكية التي إرتبكت مواقعها، وسحب منها بعض الوجاهة والتأثير، خصوصا في مثل فترات الانتقال الديمقراطي هذه التي تضعف فيها سلطة الدولة، وتتعرش محاولات النخب الصاعدة، إما لإفتقاد الكفاءة والجدارة، أو لقوة النخب العميقة اللاتئة عادة بالدولة العميقة، أو إكراهات السياق الإقليمي والموقف الدولي عموما، جعلت بعض هذه المستجدات بعضهم يتحدث عن نهاية النخب، أو تشكل نخب مضادة، إلى غير ذلك من الأطروحات ما يمثل جزءا من الجدل الثري الذي يرافق حاليا طرح مسألة النخب العربية والربيع العربي....¹ ليضيف الباحث لمهدي مبروك قائلا: "...لقد دفعت التطورات الحالية إلى سيولة الحدود بين مختلف النخب وإنجراف فضاءاتها ومجالاتها التقليدية، ما يجعل النخب منفتحة على بعضها، في إلتباس مريب يعسر فيه ان نميز بدقة بين النخب السياسية والنخب الإعلامية أو النخب المالية...."²

تحليل الباحث "المهدي مبروك" كان تحليلا تبنى توصيفات جديدة تشهدها الساحة المجتمعية والنخبوية تحديدا بعد الحراك الشعبي، أبرزها هو تلك المواجهة الجديدة التي طفت إلى السطح بين نخب كلاسيكية تقليدية تمتلك المكانة والنفوذ والقوة (وفق نظريات باريتو والكلاسيكيين) في مقابل نخب (إن طابقتها التسمية) جديدة قد لا تكون ذات مستويات مرتفعة ولا تنتمي إلى الفئة الأولى لأنها ولدت من رحم الاحتجاجات والثورات واتخذت من شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء الإلكتروني شريعة لها، وهنا سماها الباحث "المهدي مبروك" بالنخب الشعبية وهو مصطلح يرتبط أكثر بالفضاء الافتراضي (Le Virtuel) كونها لم تحظ بعد بالتنظيم والهيكلية التي اتسمت بها النخب التقليدية التي كانت لها علاقات قوية مع النظام الحاكم.

3.2.3.4 الانقلابات التقليدية تفشل أمام تكنولوجيات الاعلام الجديدة

يشهد التاريخ السياسي الحديث أن أغلبية الانقلابات التي نفذت -والتي في العادة يقودها العسكريون أو مؤسسة الجيش- أول ما تستهدفه في إنجاحها لعملية الانقلاب هو السيطرة على مؤسسات الإعلام في البلد وتحديدا مؤسستي الإذاعة والتلفزيون، وتلاوة ما يعرف بالبيان الانقلابي الذي يحمل عادة بيان رقم واحد موجه إلى الشعب، والذي يشرح دوافع الانقلاب وأسبابه ويؤكد على السيطرة على كل المرافق والمؤسسات، وهو الأمر الذي لم يختلف في تركيا التي شهدت في تاريخ 15 جوان 2016

¹المهدي المبروك،"النخب في الربيع العربي ..التأثير الغائب"، موقع العربي الجديد في

9:43 ، 2017/08/10 ، /https://www.alaraby.co.uk/opinion/2016/7/23

²المرجع نفسه.

محاولة إنقلابية على نظام الرئيس "رجب الطيب أردوغان" قادها مجموعة من العسكريين الذين سيطروا على مبنى هيئة الأركان، مقر البرلمان رئاسة الجمهورية، مراكز القوات الخاصة والاستخبارات وطبعا كانت هيئة الإذاعة والتلفزيون التركية من أوائل المؤسسات التي اقتحمها الانقلابيون وبسطوا سيطرتهم عليها*.

كما كانت هناك سيطرة على الموقع الإلكتروني لرئاسة الأركان، الذي يعتبر وسيلة إعلامية حساسة، وإصدار بيانات باسمه، وهو ما جعل المراقب يشعر بأن مؤسسة الجيش بأكملها مشاركة في الانقلاب، قبل أن تصدر بيانات عن رئاسة الجمهورية تؤكد أن رئيس الأركان محتجز كرهينة، وأن البيانات التي تصدر باسمه مزورة.¹

لقد كان مستخدمو الانترنت في تركيا يواجهون مشكلة منع الوصول أو حجب مواقع التواصل الاجتماعي عقب كل تفجير أو هجوم إرهابي في البلاد، وذلك بقرار قضائي، لكن في ليلة الانقلاب تم تعطيل الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بدون قرار المحكمة، واستمر لساعتين، ومن اهم المواقع التي حظرت: فايسبوك، وتويتر ويوتيوب، وهذا ما دفع بالكثير من النشطاء لاستخدام تقنيات بديلة مثل واتس آب.²

لنتوقف كل البرامج التي كان يتابعها الجمهور التركي وتظهر أمامهم مذيعة³ تتلو بيانا يؤكد على استيلاء الجيش على السلطة في البلاد، وأن هذا الانقلاب جاء هادفا لحماية الديمقراطية والعمانية، من جهتها طالعنا مختلف القنوات الاخبارية العربية والأجنبية والمواقع الالكترونية بشرط "العاجل" وبعناوين مختلفة بين من يتقرب الأحداث بقلق وبين من أعلن سقوط نظام الدكتاتورية... وغيرها من العناوين التي بنيت وفق أيديولوجيات و توجهات كل وسيلة إعلامية، حاملة معها سيلا من الإشاعات: "الرئيس التركي يطلب اللجوء إلى ألمانيا، مكان أردوغان مجهول، أخبار عن إصابة الرئيس التركي، إحتجاز أردوغان...." ولأن قاعدة الاعلام المعروفة أن المعلومة تفند أو تقتل الاشاعة فقد سارعت القيادة التركية ممثلة

*عتمدت الباحثة في عرضها لتجربة الانقلاب الذي شهدته تركيا على متابعتها الشخصية لما نقلته وتناقلته وسائل الاعلام العربية والأجنبية للحدث، بحيث منحت القنوات التلفزيونية المتعددة التوجهات واللغات والتغطيات الفرصة للمشاهد بمتابعة القضايا وقت حدوثها، وربما يعتبر هذا الحدث السياسي فرصة مناسبة للباحثة لرصد توجهات وآراء عديد النخب الأجنبية، العربية وحتى الجزائرية، إضافة الى الاستفادة من الأوراق البحثية والمقالات التي نشرت في الموضوع وخصوصا الورقة البحثية التي أعدها الباحث اسلام حلايقة بعنوان "دور الإعلام وتأثيراته في مسار الانقلاب الفاشل في تركيا". مركز الجزيرة للدراسات الاعلامية ورقة بحثية نشرت يوم 7 أوت 2016. في

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/08/160807113634101.html> 2017/08/14 سا 12:10

¹إسلام حديقة، مرجع نفسه.

²المرجع نفسه.

³تيجان كاراش المذبة بقاء TRT الاخبارية بدت عليها ملامح الارتباك والقلق وهي تتلو البيان الانقلابي للشعب التركي.

في رئيسها للظهور الإعلامي ومخاطبة الشعب، ولكن هذه المرة ليس عبر شاشة أحد القنوات التلفزيونية كما جرت العادة مع خطابات الزعماء والرؤساء لأن الرئيس التركي انتهج سياسة جديدة ووجد في تطبيق فايس تايم FaceTime المتاح على أجهزة الآيفون (iPhone)* الآلية المثلى للتواصل مع أحد القنوات التركية (وهي قناة CNNTURK) حيث جاء في خطاب أردوغان: "هناك خرق لقواعد الجيش، لكنني أؤكد أن محاولة الانقلاب هذه فاشلة وهؤلاء كلهم سيلقون جزائهم في المحاكم، من خلال قوات الأمن سنرد بقوة، وأقول للجيش إن كل ضابط وكل جندي عليه أن يحترم الشرعية وعدم التعاون مع هؤلاء الخونة... أحث الناس على الاحتشاد في الساحات والمطارات، وأنا سأتوجه إلى أنقرة، دعونا نرى من سيكون قادرا على معارضة قوى الشعب، لا شيء أقوى من إرادة الشعب، نحن على قناعة بأننا قادرون على التعامل مع هذا الاستفزاز..."¹

استطاع هذا الخطاب (المشحون في نهايته بالعاطفة والتقدير للشعب وفي نفس الوقت الوعيد للمقلبين في مظهر الرئيس القوي الذي وصف ما حدث بالاستفزاز كنوع من التقليل من شأن الانقلاب) حسب تحليلات المتابعين (باستخدام آلية تكنولوجية) من حشد ملايين المواطنين الذين نزلوا إلى الميادين، وفي أقل من ساعتين من محاولة الانقلاب أصبح هذا الفيديو الذي ظهر فيه أردوغان الأكثر تداولاً عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك وتويتر، وحتى القنوات الاخبارية العالمية والعربية.

يرى الباحث "محمد العريان" أن: "وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال المتطورة، التي ضمنت تدفقا سريعا للمعلومات ساهمت في تشجيع الحشود الكبيرة من الشعب التركي وتمكينهم من مواجهة المتمردين ودباباتهم، وأنها حولت الشعب التركي من حالة المتلقي، الغير فاعل، إلى حالة المشارك الفاعل والقادر على تقرير مصير الدولة... على الرغم من استيلاء الانقلابيين على وسائل الاعلام الحكومية ... فبينما ظن الانقلابيون بإتباعهم قواعد المخطط الانقلابي الكلاسيكي (القوة العسكرية) أو السيطرة على محطات التلفزيون وقراءة بيان النصر قبل أوانه أنهم يتمكنون من تنفيذ إنقلاب

* تطبيق facetime هو تطبيق متاح على أجهزة الآيفون و الآيباد، يعتبر من الخدمات الحصرية التي تنتجها شركة Appel لمستخدمي هذه الأجهزة، وهي تعني إمكانية إجراء المكالمات الصوتية والفيديو بجودة عالية. واصبح يتداول لدى الكثير من الناشطين على أنه التطبيق الذي كسر

الانقلاب. لمزيد من التفاصيل حول التطبيق وآلية عمله أنظر [FaceTime on the Mac App Store.htm](https://www.alaraby.co.uk/medianews/2016/7/16/FaceTime%20on%20the%20Mac%20App%20Store.htm)

¹ عمر قصص، "تطبيق أبل ساهم في إنقاذ تركيا من الانقلاب" في

عسكري ناجح، ولكنهم فشلوا في تحديث هذا المخطط بطريقة تأخذ بعين الاعتبار واقع الإعلام الجديد، لذلك إعتبرت محاولة السيطرة على مصادر المعلومات نسبية، وهو ما أفضل الانقلاب¹.

بعد رفع حظر الوصول إلى تويتر (Twitter) النشط في تركيا، تم إطلاق ما يزيد عن 18 مليون تغريدة باللغة التركية، بينما كان عدد التغريدات اليومي المعتاد على هذا الموقع نحو 6 مليون تغريدة بذات اللغة، وتحدثت مراكز رصد تركية عن أن عدد التغريدات على موقع تويتر خلال الفترة الواقعة بين تاريخي 15 و 19 جوان 2016 بلغت 50 مليون تغريدة باللغة التركية فقط، منها ما يزيد عن 27 مليون تغريدة متعلقة بالإنقلاب حسب مركز Adba International المختص بأبحاث الإنترنت، وحسب المركز ذاته فإن ما يزيد عن 7 ملايين تغريدة على موقع تويتر تم التغريد بها باللغة الإنجليزية على وسمين هما: #NoCoupInTurkey و #TurkeyCoup في نفس الفترة، كما إستمر نشاط الإعلام الاجتماعي والمواطنون عدة أسابيع في المشاركة في مظاهرات "صون الديمقراطية" الليلية وتناقلوا مشاهد وصور مشاركتهم تلك، كما تناقلوا الأخبار المتعلقة بالاعتقالات في صفوف شبكة العسكريين الذين قاموا بالإنقلاب، وقد منحت شركات الإتصال في تركيا كل مستخدم للهاتف 500 ميجابايت و 100 دقيقة اتصال مجانية لتسهيل تواصلهم واتصالاتهم خلال حالة الطوارئ.

وقد كان كبار المشاهير والفنانين والصحفيين وغيرهم ينشطون على مواقع التواصل الاجتماعي وحتى القادة السياسيون وعلى رأسهم أردوغان و يلدرم تواصلوا مع جماهيرهم بتغريدات مثل: لا للإنقلاب، السيادة للشعب، مستمررون في التظاهر من أجل الشهداء...²

وبناء على هذه المعطيات كثير من المحللين تبنا فرضية قوة وسائل الاعلام الجديد وشبكاتته وأدواته المختلفة كآلية أساسية لمواجهة الإنقلاب في تركيا تبنتها النخب كما عامة الجمهور، في مقابل باحثين رأوا ضرورة التأي قبل الخروج بشعارات وعناوين تحمل أكثر من مدلولاتها على غرار: وسائل التواصل الاجتماعي تفشل الإنقلاب، أو تطبيق أبل ينقذ تركيا... وفي هذه الرؤية يرى الباحث "إسلام حلايقة" بأن الإستنفار الذي أعلنته وزارة الداخلية التركية في صفوفها واستدعائها لكل وحدات عناصرها للتصدي للإنقلاب، إضافة إلى صمود جهاز الاستخبارات شكلا عاملا مهما في إفشال الإنقلاب، وأن القول بأن عنصر الاعلام واتصال أردوغان هو الذي حسم الصراع وأفضل الإنقلاب تحليل ينطوي على كثير من المبالغة ويحمل الإعلام دورا وأهمية أكبر مما في الواقع... لأن دور الإعلام هنا كان مساندا

¹ محمد العريان، "كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إفشال إنقلاب تركيا؟" جريدة التحرير الإلكترونية، في

<http://www.tahrirnews.com/posts/445893/%F>، 2017/08/20، 23:09

² إسلام حلايقة، المرجع نفسه.

ورافعة بجانب الروافع والقوة الصلبة التي إعتمدتها الحكومة في إفشال الانقلاب، فلم تعتمد الحكومة التركيبية على تعبئة الجماهير والتأثير في الجوانب الشعورية واللاشعورية للأفراد، بل كانت هناك عوامل سياسية وثقافية واقتصادية¹.

لقد كشفت التحقيقات بعد إحباط محاولة الانقلاب أن المجموعة الانقلابية أيضا إستفادت من خدمات التكنولوجيات الحديثة وهذا يدل على أن التكنولوجيا نقلت الصراع إلى المواقع والشبكات وأعدت من جديد الحديث عن المجال أو الفضاء العمومي الإلكتروني وكيفية الاستفادة منه مقارنة تعيدنا لما قالته الباحثة "حببية قاوقو" أن الأمر أصبح يتعلق بميدان جديد حيث يبنى الرأي ويعبأ الأفراد²، لتضيف الباحثة "قاوقو" في معرض حديثها عن تشكل الجماعات السياسية سواء واقعيًا أو تشكلها في المجال الافتراضي "...إننا نفق على حقيقة كون الجماعات السياسية الافتراضية لا تنشأ بمعزل عن الواقع السياسي الفعلي أو خارجه، بل تشكل إما إمتدادا له أو إمتدادا نحوه، فإما تنطلق منه مستمدة بذلك أساسها الأنطولوجي من وجوده الفعلي، أو تنطلق إليه، فتكون آنذاك مستمدة أساسها الأنطولوجي من ذاتها لتعبر به لاحقا نحو الواقع السياسي الفعلي ...".

وقد جاء في دراسة أعدتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) أن الفضاءات الرقمية والمدونات الإلكترونية ومواقع التشبيك الاجتماعي (Social Networking Sites) يمكن أن تستعمل للتواصل مع الناخبين ولتبادل وجهات النظر وإثارة النقاشات، ولتقاسم المعلومات حول القضايا السياسية والمجتمعية، فالكثير من المعلومات والأخبار قد لا تقدمها وسائل الاعلام التقليدية، سواء عن قصد أو دون قصد، أو بفعل ضغط الحكومات والمؤسسات المالكة لها، وهو ما يجعل الإعلام البديل الوسيلة الفعالة لكشف هذه القضايا والمعلومات المستتر عنها.³

وعليه ومن باب تقاسم المعلومات وسرية تداولها تم إنشاء مجموعة واتس آب (whats App)* لحظة ما قبل الانقلاب أطلق عليها الانقلابيون إسم "صلح في وطن" ضمت عددا من العسكريين تواصلوا

¹ المرجع نفسه.

² حببية قاوقو، "الفضاء العمومي الإلكتروني والتعبئة السياسية الذكية"، مجلة العلوم السياسية والقانون العربي، العدد الثاني، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، مارس 2017، ص 175.

³ هوراي حمزة، "مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي". مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 228
* إختيار الانقلابيين لموقع التواصل الاجتماعي واتس آب لم يكن من باب الصدفة أو تعددية المواقع وإنما للاستفادة من خدمة تشفير الرسائل التي أطلقتها إدارة واتس آب (التي يصل عدد مستخدمي تطبيقاتها للمحادثة الفورية إلى مليار شخص) منذ شهر أبريل 2016، أي قبل الانقلاب بشهور، بتتيح الخدمة عدم إمكانية قراءة الرسائل إذا ما تم إعتراضها، (وهي خطوة إعتبرها الكثير من الناشطين ومنهم منظمة العفو الدولية أنها إنتصار كبير للخصوصية ولحرية التعبير خاصة للنشطاء والصحفيين الذين يعتمدون على الاتصالات الفعالة والجديرة بالثقة لقيامهم بعملهم دون أن تتعرض حياتهم لمخاطر كبيرة ...) لمزيد من التفاصيل أنظر: "واتس آب تشفر جميع رسائل المحادثة الفورية". في

http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/04/160405_whatsapp_encryption، 2017/08/21، ص 12:31.

خلالها من اللحظة الأولى لبدء التحركات العسكرية في البلاد، وتابعوا لحظة سير العملية الانقلابية والتطورات الجديدة التي ظهرت والأماكن التي تمت السيطرة عليها، والأماكن التي إستعصت أو أبدت مقاومة، وكان لافتا في إحدى الرسائل الإصرار على السيطرة على القناة الرسمية TRT، ومن بعدها قناة CNN Turk، وهو ما يبين ان مؤسسات الإعلام كانت على رأس المخطط من اللحظة الأولى.

وقد تم الكشف عن المجموعة وإفشاء كل ما جاء فيها خلال التحقيقات، وهكذا أصبحت المجموعة حجة عليهم بعد ساعات قليلة في المحاكم، لكن استخدام المجموعة يكشف أن جنرالات الجيش قد أدركوا فائدة الإعلام الجديد فقط من زاويتهم، فانتفعوا منها بينما اغفوا أن الطرف الآخر قد ينتفع منها ليتصدى لهم.¹

وخلاصة لما تم ذكره ترى الباحثة أن تجربة الانقلاب الذي شهدته تركيا تتمتع بالكثير من الخصوصية التي قد لا تصلح في مجتمعات أخرى، فهذه الدولة المتعددة الأطياف السياسية والخصوصية الاجتماعية ذات التاريخ المرتبط بالانقلابات العسكرية وبالولاء لنظام العلمانية استطاعت أن تحقق في فترات وجيزة قفزات في اقتصادها ونموها، وأن نخبها السياسية والإعلامية وخاصة المعارضة منها للنظام القائم التفت مع الجماهير الشعبية حول المشروع التركي الوحدوي ورفضت الانقلاب وأن وسائل الاعلام الحديثة (التي أستغلت من الجانبين) ترجح الكفة للأكثر انتشارا وممارسة على الأرض (نظام أردوغان) وليس فقط الانتشار في الفضاءات الالكترونية وربما التجربة لحداتها ولتشعب معطياتها تجعل من الصعب إعطاء أحكام مسبقة، إذ تحتاج دراسات اعلامية وعلمية تتطلق من خصائص البيئة التركية ومن تركيبها: النخبوية، الجماهيرية نظامها السياسي الاقتصادي والإعلامي وحتى الثقافي.

4.2.3.4 هولوغرام والتسويق السياسي :عندما تمتزج التكنولوجيا مع التسويق السياسي

إن التسويق السياسي هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية، وذلك بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين.²

¹إسلام حلايقة، مرجع سابق.

²سعود البشر، مرجع سابق، ص 64.

أصبح السياسيون أكثر اهتماما بالتسويق والطرق التكنولوجية المستخدمة بواسطة الشركات في تسويق منتجاتها وخدماتها، وفي تسويق انفسهم وأفكارهم لذا لا بد لهم من الاعتماد على التسويق ،ليس فقط لكسب الانتخابات أو للوصول إلى السلطة ،ولكن ايضا للنجاح في عملهم بعد تسلمهم المناصب.¹

وتختلف طرق التسويق السياسي التي تعتمد عليها النخب السياسية والنخب بشكلها العام للتعريف بمنتجاتها وأفكارها وكسب تأييد شعبي لبرامجها ومواقفها، ولعل الحملات الانتخابية تعتبر النموذج الأكثر اتضاحا لعمليات التسويق السياسي، هذه الحملات التي أصبحت تعرف نموا وتنافسية كبيرة متبوعة بتغير في الاستراتيجيات والأساليب، التحدي الأكبر الذي كان يواجه المرشحين في حملاتهم الانتخابية هي القدرة على تغطية جميع ولاياتهم أثناء فترة الحملة والامكانيات المادية الكبيرة التي يجب توفيرها من أجل حجز الفضاءات المكانية وكذا تخصيص المواد الاعلامية وكل ما يتعلق من اجل تنظيم المجموعات البشرية التي تحضر هذه الحملات، وقد يطرح بلد بحجم الهند الذي يتجاوز عدد سكانه المليار نسمة هذه الاشكالية بقوة خلال الانتخابات، لتشهد سنة 2004 حدثا بارزا غير في مفهوم الحملات التقليدية التي تعتمد اللقاء الفيزيقي للمرشح بمنتهيه ،حيث أمكن للوزير الأول الهندي نارندرا مودي² Modi Narendra والمرشح عن ثاني أكبر حزب في الهند وهو حزب (BJP) Bharatiya Janata أن يتواجد في أكثر من 140 مكان في نفس الوقت دون الحاجة للتنقل ليس عبر تطبيق سكايب أو أحد خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، وإنما حضور بمثابة الواقع من خلال إدخال تقنية الهولوجرام (Hologram's Technology) وحصد خلال انتخابات 2004 أكثر من 814 مليون صوت ضد حزب غيندي الذي سيطر على الانتخابات الهندية لوقت طويل، بفضل الاستراتيجيات الجديدة المتبعة والتي من بينها إمكانية تواصله مع ملايين الناخبين بتقنية الهولوجرام.*

تقنية الهولوجرام التابعة لشركة هولوغرام بالولايات المتحدة الأمريكية (Hologram's company U.S.A) والمسيرة من طرف Alkiviades David المعروف بأنه أحد أكثر الشخصيات غناء في اليونان (Greek Multimillionaire) هي تقنية مازلت لا تستخدم على نطاق واسع وذلك نظرا كما ذكر مسير

¹ المرجع نفسه، ص 65.

² Lucy Ingham ,3D Projection :The Future of Election Campaigns, <http://factor-tech.com/3d-modelling/2121-Le 23.08.2017.h> 16:30

*تعرف الدكتورة سارة جزاء العتيبي وهي باحثة متخصصة في مجال الويب تكنولوجيا الهولوجراف أنها إعادة تكوين صورة الأجسام الأصلية بأبعاد ثلاثية وبدرجة عالية جدا من الدقة ،بحث إن الصورة المعروضة من هذه التقنية لا يمكن تمييزها عن الجسم الأصلي أبدا .بحيث يوحى طيف الألوان ثلاثية الأبعاد إلى المشاهد أن الشخص موجود فعلا في مكان ظهور الطيف ،وكأنها تجسيد حقيقي للواقع علما أن الواقع غير كذلك .أنظر سارة جزاء العتيبي ،"تقل الأشخاص خيالا أو حقيقة من مكان ولمكان في لمح البصر" .موقع الأكاديميون السعوديون في <http://www.saudiacademics.com/article/computer-tech/item/1174.html>، 2017/08/13، سا 12:32.

مؤسسها Alkiviades David أنها باهضة الثمن مقارنة بالتواصل الالكتروني " it's much more expensive than online chat" وتقدر تكلفتها بأكثر من 6 ملايين دولار لشهر واحد¹، ومن اللذين استخدموها إضافة إلى الهندي Modi Narendra الرئيس التركي رجب الطيب أردوغان، كما أستخدمت في الانتخابات الرئاسية الفرنسية الأخيرة 2017، حيث ظهر المرشح اليساري جون لوك ميلينشون Jean Luc Melenchon في بداية حملته الانتخابية من ليون في مكانين مختلفين لافتا إليه أنظار المتتبعين².

التقنية التي مازلت في حداثتها في الاستخدامات النخبوية السياسية، سبق وأن طبقت في مجالات محددة على غرار المجال التعليمي وحتى المجال الفني، تبقى تطرح طموحات مستقبلية في توسيع استخدامها وإن كان الكثيرين وحتى من داخل النخب السياسية يوجهون لها نقدا، حيث يقول "ذاك موفاث Zac Moffatt المدير التنفيذي في الحزب الجمهوري (RPC) أن لا شيء يعوض الحضور الحقيقي والتفاعل المباشر بين المرشحين والجمهور، وأن التكنولوجيا على تطورها لن تصنع بديلا للإنسان في مقابل رد Alkiviades David الذي يرى بأننا لا نستطيع الحكم أو الكتابة على الأشياء وتأثيراتها حتى نراها ونتفاعل معها.

3.3.4 النخب الجزائرية والفضاءات الاتصالية الجديدة: نخب تتشكل وأخرى تتموقع:

تتطلق الباحثة في رصد الفضاء الاتصالي في الجزائر وما شهده من تطورات من ملاحظاتها التي سجلت خلال الانتخابات البرلمانية الأخيرة (2107) باعتبارها كانت محطة مهمة للنخب وخاصة السياسية الجمهور الجزائري ووسائل الاعلام في متابعة والتفاعل مع الحدث الانتخابي إضافة إلى مجموعة المعطيات التي طبعت المشهد الاعلامي الجزائري الذي عرف مراحل مختلفة في ظهوره وتطوره لعل أبرزها التعديلات الأخيرة التي سجلها قانون الاعلام 2012 والتزام الدولة بتحسين وضعية الصحفيين، ودعم حرية الصحافة والتعبير، لتكتمل التعديلات بمصادقة البرلمان في 2014 على قانون النشاط السمعي البصري وهو القانون الذي سمح لأول مرة للقنوات التلفزيونية الخاصة بالنشاط بعد أن كان السمعي البصري محتكرا من طرف الدولة و ناطقا رسميا بسياساتها، وأيضا ما ميز الفضاء الاتصالي من تنامي لعدد الجزائريين المستخدمين لشبكة الانترنت حيث تجاوز 29 مليون مستخدم وبنسبة فاقت 44 % من الجزائريين.

¹ Holograms serving politics. <https://www.bbva.com/en/holograms-serving-politics/>.13.08.2017 à 7 :34

² Reuters, Jean-Luc Melenchon uses high tech Hologramme Against Rival Marine Le pen. <http://fortune.com/2017/02/05/melenchon-hologram-political-ad/>,13.08.2017 à 7 :29

1.3.3.4 الانترنت فضاء تواصل جديد للنخب الجزائرية:

يرى الباحث "فيصل فرحي" أن الانترنت أتاحت للقوى السياسية وهيئات المجتمع المدني وحتى للأفراد فضاء سياسيا لم يكن متوفرا لهم من قبل، فقد أضعف من بيروقراطية الدولة وقلل من إحتكارها للمعلومات السياسية، ووفر أيضا مجالا واسعا للتعبير عن الآراء والتوجهات السياسية المختلفة والمتناقضة أحيانا، وبحكم ذلك أضحي هذا الفضاء الحر من بين وسائل التعبير السياسي لدى قوى سياسية مختلفة في الجزائر، ومكانا للنقاش والاستقطاب السياسي خاصة أوقات الحملات الانتخابية، وفي القضايا السياسية التي تلقى إهتماما جماهيريا، بل ومثل لدى البعض أداة للتوجيه والدعاية السياسية وصناعة الرأي العام.¹

هذا الفضاء الجديد الذي أتاحتها الانترنت يستقطب إهتمام أكثر من 29 مليون جزائري أصبحوا بفضل إنتشار تقنيات الجيل الثالث (3G) والرابع (4G) للهاتف النقال وحتى الاستفادة من الانترنت الفائقة السرعة (ADSL) وانتشار الأجهزة التكنولوجية الحديثة لا يسعون فقط خلف التسلية والترفيه، وإنما توجهت الرؤية نحو التعبير والنقاش وتبادل الآراء وذلك من خلال مجموعة من المواقع والخدمات الاتصالية ولعل مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر المثال الأبرز، حيث أصبح يرى لهذه المواقع على أنها بيئة اتصالية جديدة نجحت في استعادة مفهوم المجال العام ونقله إلى المجال الافتراضي وتشكيل نخب جديدة غير تلك التقليدية المتعارف عليها، وفي ذلك نجد الباحث "يحيى اليحياوي" يقول: "لقد بنتنا أو نكاد، يقول البعض، بإزاء تكريس جديد، لا بل وإستعادة جديدة لنظرية المجال العام التي صاغها الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس بداية ستينات القرن الماضي، للتعبير عن ذلك الفضاء الذي يتوسط مجال السلطة والمجال العمومي من جهة، والمجال الخاص للأفراد والجماعات من جهة ثانية، والذي تؤسس النقاشات والحوارات والتدافعات المرتبطة بقضايا الشأن العام بين طرفي المعادلة، وبناء عليه لو استعدنا مفهوم المجال العام في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، فنقول بأنه هو تلك المساحات الواسعة التي يقوم أعضاء هذه الشبكات من بين ظهرانيها، بتناول ما يستجد لديهم من قضايا وإشكاليات، ليخلصوا بموجب ذلك إلى صيغة ما لكيفية عيشهم وعملهم معا وبشكل جماعي، في الحاضر كما في المستقبل على حد سواء".²

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 247.

² يحيى اليحياوي، "الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والدمقرطة"، مركز الجزيرة للدراسات، نوفمبر 2015، في <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2015/11/201511885144375848.html> 19:39

وانطلاقاً من فرضية المجال الافتراضي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي رصدت الباحثة خلال الحملة الانتخابية الأخيرة اقبال كبير لشرائح مختلفة من النخب على هذه المواقع وبالتحديد شبكة الفيسبوك، فيما أعتبر حملة إنتخابية موازية للحملة الميدانية، ورغم أن الانطلاقة الرسمية للحملة الانتخابية كانت في 9 أبريل 2017، إلا أنها انطلقت قبل ذلك الوقت بكثير عبر صفحات الفيسبوك التي أنشأتها الأحزاب ومنتخبهم بالمناسبة، معلنة فيها عن المرشحين -حتى قبل أن يحظوا بالموافقة الرسمية- برامجهم ومشاريعهم في حالة الانتخاب، وإن إكتفت الباحثة بممارسة الملاحظة كأداة أساسية لجمع البيانات لهذه الصفحات التي تحتاج إلى دراسات تحليلية لفهم مكوناتها وأبعادها، إلا أنها سجلت الملاحظات التالية:

- انقسمت النخب الحزبية في تبنيها لشبكات التواصل الاجتماعي كأداة مهمة للتواصل مع المستخدمين الجزائريين الذين يمثلون وعاء معتبرا من الوعاء الانتخابي بين القيام بإنشاء صفحات جديدة مخصصة للحملة الانتخابية تحمل صورة بحجم أكبر للمرشح الرئيسي متبوعة بالمرشحين المرافقين له في القائمة الانتخابية وتحيل الصفحة المستخدم على مجموعة روابط تقود إلى الصفحة الأم للحزب الذي ينتمي إليه المترشح تتضمن الصفحة تغطية للفعاليات (فيديوهات لتجمعات وأعمال جوارية) التي يشارك فيها المترشح في دائرته الانتخابية، وبين مترشحين فضلوا استخدام حسابهم الأصلي على شبكة الفيسبوك للترويج لحملة الانتخابية مستفيدين بذلك من التواجد المسبق في الفضاء الإلكتروني وعدد المشتركين في الحساب أو الصفحة (هناك من السياسيين من يفضلون تحويل حساباتهم إلى صفحات لتكون أكثر تفاعلا وانتشارا).
- الترويج المباشر للمرشحين من خلال الصفحات الرئيسية للأحزاب عبر دوائرهم الانتخابية (مثلا نجد صفحة حزب...ولاية...) وبنفس طريقة العرض السابقة لتحيلنا أيضا على الصفحة الرسمية للحزب.
- النواب الذين إنتهت عهدتهم البرلمانية وقرروا الترشح مجددا إستخدموا صفحاتهم السابقة (أغلبها بنمط واحد صفحة البرلماني ...) لعرض الحصيلة الانتخابية وكذا تقديم مبررات إعادة المشاركة وإن كانت هذه الصفحات قليلة (ظهرت صفحة النائب حسن لعربي كصفحة نشيطة حتى قبل الحملة الانتخابية، صفحة النائب ناصر حمادوش قدمت بالأرقام والتفاصيل حصيلة الخمس سنوات كنائب ولاية جيجل، صفحة النائب لزهو حمادوا التي عرضت الحصيلة مرفوقة بفيديو

لتجمع نشاطه البرلماني يشرح فيه الحصيلة السابقة....) فأغلب النواب ممن أعادوا الترشح لم يسجلوا حصيلتهم بل طلبوا فقط دعم الناخبين لمواصلة التمثيل.

- العديد من صفحات الأحزاب السياسية، وخاصة من توصف بالمجهرية أو الديكور الانتخابي هي صفحات غير نشيطة منذ فترة طويلة جدا، وعادت للنشاط مع وقت الانتخابات مغيرة فقط في خلفية الصفحة (la couverture du page).

- صفحات الفيسبوك لم تستخدم فقط لاستقطاب الناخبين، حيث سجلت الباحثة وجود صفحات نشيطة (خاصة من المحسوبين على تيار تنسيقية الانتقال الديمقراطي) تدعو وتشرح لأسباب مقاطعة الانتخابات واستقطبت هذه الصفحات اهتمام المستخدمين وتفاعلهم بالتعليقات هذه الصفحات أيضا تم تسجيل عليها ملاحظتين:

■ صفحات ناطقة باسم أحزاب معارضة قاطعت الانتخابات وتعرضت بموجب تعليمة وزير الاعلام إلى المنع من المشاركة في كل القنوات التلفزيونية والاذاعية مما جعلها تلجأ إلى صفحات الفيسبوك وإلى الفضاء الالكتروني لتشرح مواقفها وتتواصل مع الجمهور بغية استقطابه (تذكر الباحثة في هذا السياق صفحة حزب طلائع الحريات لرئيسه علي بن فليس المرشح السابق لرئاسيات 2014، وصفحات مكاتبها الولائية).

■ صفحات لشخصيات مثقفة، أكاديميين، صحفيين ومحسوبة على تيار المعارضة: استغلت أيضا فترة الحملة الانتخابية لتجديد موقفها المعارض من السلطة وممارساتها (سجلت الباحثة في هذا السياق صفحة الباحث فوضيل بومالة صاحب البرنامج التلفزيوني المعروف الجليس سنوات التسعينيات على التلفزيون الجزائري من خلال مجموعة من المقالات التحليلية التي نشرت قبل، أثناء وبعد الحملة الانتخابية).

■ حسابات لمستخدمين غير منتمين سياسيا لأي فصيل سياسي في الجزائر استخدموا حساباتهم أيضا للترويج لمقاطعة الانتخابات مستغلين المقالات والمنشورات التي تنشرها النخب المعارضة كمادة في صفحاتهم.

■ ترى الباحثة أنه يمكن للباحثين مستقبلا الاستفادة من هذه الصفحات لتكون منطلقا لدراسات تحليلية تكشف عن طبيعة العلاقة في هذا الفضاء الالكتروني بين الفئات النخبوية والجمهور المستخدم حيث تعطي قراءة التحليلات التي تتجاوز المنشور (statu) إلى التعليقات والمشاركات

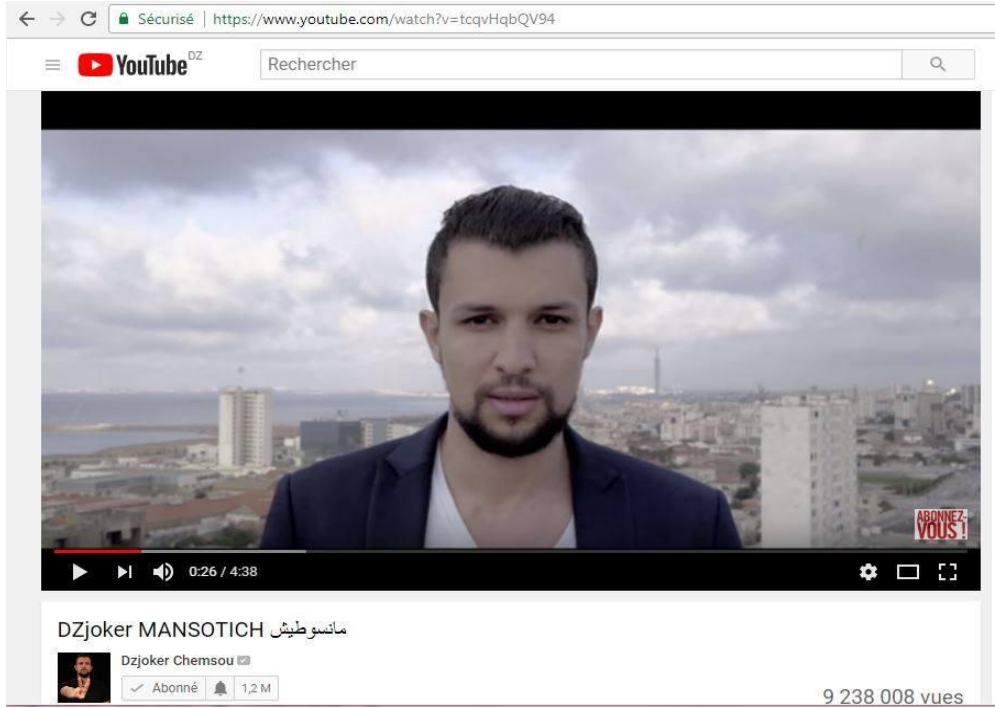
(les commentaires et les participations)، وخاصة على مستوى البنية اللغوية والمضامينية أبعادا ومؤشرات مهمة تساعد في التحليلات.

2.3.3.4 منشورات اليوتيوب ومتابعة قلقة من نخب السلطة:

موقع الفيسبوك لم يكن موقع التواصل الاجتماعي الوحيد الذي أستخدم للترويج سواء للحملة الانتخابية أو مقاطعتها، فقد كان لموقع يوتيوب (YouTube) دور كبير أيضا في الترويج لهذه الانتخابات من خلال مشاركة الأحزاب لبرامجها ومشاريعها عبر قنوات مخصصة على هذا الموقع، لكن الأمر الذي إستدعى إنتباه الباحثة هو دخول "النخب الفنية" على خط الحملة الانتخابية وهو ليس بالأمر الجديد فطلما شاركت هذه النخب مواعيد مختلفة وطنية، رياضية، اجتماعية وحتى سياسية من خلال مجموعة من الأغاني واللوحات الفنية للمناسبة - الجديد في الأمر هو التسويق الكبير الذي ساهم به هذا الموقع في نشر مثل هذه المشاركات، ثم تداولها على نطاق واسع -بعد المشاهدة كمرحلة أولى- عبر شبكة الفيسبوك (باعتباره الفضاء الموازي للحملة الانتخابية الميدانية)

في هذا الصدد تعرض الباحثة لعملين غنائيين حققا نسبة مشاهدة ومشاركة عالية من طرف المستخدمين، وتحولا إلى مادة دسمة للمناقشة والتواصل عبر الفضاءات الواقعية والافتراضية.

- العمل الأول هو: فيديو جاء في شكل كليب مصور بعنوان "مانصوطيش" والكلمة تدخل في سياق اللهجة الجزائرية التي تعني " لن أقفز" ردا على حملة "سمع صوتك" والتي كانت شعار السلطة الجزائرية الحاكمة، قدمه المدون "شمس الدين عمراني" والمعروف جزائريا "بشمسو دي زاد" جاء هذا العمل حاملا لمجموعة من الانتقادات للوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي أصبح يعانيه المواطن الجزائري وبلغة قريبة من واقع ويوميات المواطن الجزائري مرفوقة بصور وموسيقى ترتفع وتنخفض لتبين الحالات المختلفة للرسائل التي تضمنها العمل، في مقابل عدم التزام السلطة بواجباتها ثم طلبها من المواطنين المشاركة بقوة في الانتخابات وعليه استعارة عبارة "مانصوطيش" كناية عن مقاطعة الانتخابات وعدم المشاركة "لن أصوت".



المصدر: <https://www.youtube.com/watch?v=tcqvHqbQV94>

- العمل الثاني هو: أيضا فيديو جاء على شكل فيلم قصير بعنوان "رسالة إلى البرلمانين" قدمه المدون "أنس بوزغوب" والمعروف جزائريا باسم "أنس تينا"، تم تصويره واقتباس لمجموعة من أفكاره من الفيلم العالمي "الرسالة" ليرسل هو الآخر مجموعة من الرسائل للبرلمانين الذين انتهت عهدتهم ومن خلفهم المسيطرين على المشهد السياسي في الجزائري والاشارة إلى قضايا الفساد وسيطرة رجال المال



المصدر: <https://www.youtube.com/watch?v=o4MWN3tkLcw>

- وترى الباحثة أن العاملين يحتاجان إلى قراءة تحليلية سيميولوجية لإعطاء نتائج أكثر دقة للتحليل وهو أمر يمكن للباحثين العمل عليه وفق تبني مقارنة التحليل النصي السيميوجي لرولان بارث أو غيرها من المقاربات المساعدة في إعطاء الدلالات الصريحة والضمنية للعاملين. ما يهم الباحثة في عرض مختصر العاملين هو ردود الفعل التي رافقت نشرهما وتداولهما، بحيث تحول العمل الأول الذي حاز أكثر من مليوني مشاهدة في ظرف ثلاثة أيام من نشره إلى "هاشتاغ # " يتم تداوله بشكل كبير من طرف مستخدمي المواقع الاجتماعية وتحديدًا فيسبوك بشعار "# مانصوطيش"، مما جعل نخب السلطة ورسميها (تصريحات رسمية من طرف وزير الشؤون الدينية والأوقاف محمد عيسى منتقدا العاملين والرسائل السلبية التي وجهت خاصة للشباب الجزائري)¹ تتدخل في تصريحات تنبئ على الخوف من تفاعل الجزائريين مع الرسائل الضمنية التي تحولت مع النشر على نطاق واسع والتداول إلى رسائل صريحة بعدم التفاعل مع الانتخابات.

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=rbAUi6RYEVO>

تتعدد الأمثلة والمقاربات التي ترتبط بهذا الفضاء الاتصالي الجديد والذي مازال يعتبر بيئة خصبة للباحثين خاصة في الجزائر، ولكن المؤكد أن الدراسات -وخاصة التحليلية- ستقدم تصورات أكثر وضوحاً على علاقة النخب على اختلافها (سواء كانت موالية للنظام أو معارضة له وسواء وصفت بالتقليدية أو الحديثة) بهذا الفضاء من جهة وعلاقتها التفاعلية بالمستخدمين معها داخل هذا الفضاء من جهة ثانية. ثم مدى نجاح هذا الفضاء في إعادة مخرجاته ونتائجه إلى بيئته الواقعية، وهنا تعتقد الباحثة أنه من السابق لأوانه إعطاء نتائج أو تصورات مسبقة كون الظاهرة مازالت في بداياتها بالنسبة للنخب الجزائرية -التقليدية- التي اعتادت لفترة طويلة على وسائل الاتصال التقليدية من صحافة، وإذاعة وتلفزيون إضافة إلى اللقاءات الجوارية أو حتى تلك التي توصف بأنها نخب جديدة أو نخب أنتجتها التكنولوجيات الحديثة، فهل الانتقال إلى التواصل عبر مختلف الفضاءات الإلكترونية المتاحة سيغير من حضور النخب وأدوارها أم سيكون مجرد وسيلة للنشر دون تفاعل وتأثير واقعي؟

وتأت هذه التساؤلات في ظل ملاحظة استمرارية الفجوة بين ما يسمى النخب ليست الجزائرية فقط وإنما النخب العربية بشكل عام، وبين الجمهور الذي مازال ينتظر ويتربص، من وجهة نظر الباحثة فإن العالم العربي - في هذه الفترة - صار أمام مقاربة جديدة تتسم بالضبابية في المشهد النخبوي فلا النخب القديمة أو الكلاسيكية انسحبت وأقرت بفشلها وعدم قدرتها على إحداث التغيير المطلوب منها كفاعل أساسي في المجتمع بل بالعكس ظهر أنها نخب متغلغلة تستند إلى إمكانيات كبيرة وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية واللوبيات الاقتصادية التي جندت العشرات ممن يحسبون على النخب المثقفة لإعادة احتواء النخب الصاعدة، ولا النخب التي قادت الحركات الاحتجاجية تهيكلت واتضحت صورتها كبديل فعلي قادر على الاضطلاع بالوظائف التي تقتض في "النخب" وبين النخب الكلاسيكية والحديثة آلات إعلامية تتطور، وتكنولوجيا تعيد تشكيل صياغة المعارف والتصورات وتنبئ بأن المستقبل القريب لن يكون إلا لمن سينخرط في مجالها، وأن الرؤى التي كانت تروج لنهاية النخب وحتى إعلان موته الرمزي

كما فعل "علي حرب" في كتابه "أوهام النخبة"¹

¹ كتب "علي حرب" رداً على منتقديه من المثقفين لدى إصداره الطبعة الأولى من كتابه "أوهام النخبة"، في مقدمة طبعته الثانية للكتاب رداً تحت عنوان: نحو سياسة فكرية جديدة تناول فيها مجموعة من الردود على الانتقادات التي طالت كتابه ومن بينها مقولة نهاية المثقف كتب حرب: عند من يحسن القراءة، نهاية المثقف تعني تغيير علاقة المثقف بذاته ومهمته بعد كل هذا الهزال الوجودي والقصور المعرفي والسياسي، أي بعد الفشل في مهمة القود المجتمعي أو البشري، نحو عالم أقل استلاباً أو أكثر تقدماً، سواء تعلق الأمر بقول الحقيقة أو بممارسة الحرية أو بتحقيق العدالة، فالأجدى أن يعمل المثقفون على التحرر من أوهامهم النخبوية لإعادة صوغ المفاهيم المتعلقة بالتغيير الاجتماعي والعمل السياسي أو الإنمائي. انظر علي حرب، "أوهام النخبة أو نقد المثقف"، (بيروت: المركز الثقافي العربي، ط3، 2004)، ص14.

هي رؤى تشاؤمية لأنها حكمت على الفاعلين في المجتمعات العربية انطلاقاً من رؤى وكتابات المنظرين الغربيين وعندما نستورد ونستعير المفاهيم والنظريات فإننا مطالبين بقولبتها في ضوء البيئة الاجتماعية الخاصة بها وليس مجرد عملية نسخ لصق (copier-coller) من بيئات شهدت هي الأخرى مراحل زمنية طويلة كانت مليئة بالحروب والصراعات قبل أن تصل إلى مراحل الديمقراطية التي تتعم بها شعوبها اليوم.

خلاصة:

إن الاقرار بالظاهرة النخبوية في المجتمعات وممارستها لمهام القيادة والسيطرة على الجمهور العام هو أمر تاريخي مازالت جذوره ممتدة إلى المجتمعات المعاصرة التي أصبحت أكثر استخداما واعتمادا على الوسائل الاتصالية والإعلامية التي تشهد هي الأخرى تطورات مستمرة، وسواء كانت النخب بشكل عام أم في إطار الجغرافيا الجزائرية فإن الباحثة ترى وكخلاصة لهذا الفصل أن عملية الرصد لعلاقة معقدة تتطوي على رباعية (النخب، الجمهور، السياسة والوسائل الإعلام والاتصالية) تختلف في تكوينها وتأثيرها خصوصا مع دخول عامل التقنية والتطور (التكنولوجيات الجديدة) على هذه العلاقة والذي أعطى لكل مفهوم أبعادا جديدة وممارسات أيضا جديدة وأحدث تغييرات في الفضاء الاتصالي بشكل عام مازال يحتاج إلى رصد متأن وبحوث علمية مواصلة تستطيع أن تقرأ العلاقات بموضوعية وانطلاقا من دراسات ميدانية وهذا الذي أصبحنا نشاهده في الفترة الاخيرة، حيث رصدت الباحثة بعضا من ذلك على مستوى الدراسات السابقة.

وبالحديث عن الدراسات السابقة نشر الباحثان "جيمس كاري James.w.Carey" و"جون كويرك John .J.Quirk" سنة 1973 مقالا لهما بعنوان "تاريخ المستقبل"¹ أشارا فيه إلى "أن أيديولوجية المستقبلين المتأثرين بالتكنولوجيا يمكن أن تلعب دور الشكل ... للوعي الزائف، أو الانحراف بعيدا عن القضايا الجوهرية"، ثم يضيف الكاتبان "أنه رغم فشل التكنولوجيا الواضح في حل القضايا الاجتماعية المحلة خلال القرن الأخير، فإن المتقنين المعاصرين مازالوا يرون إمكانات ثورية في المبتكرات الأخيرة والتي تصور بوصفها قوة خارج التاريخ والسياسة"، ويتوصل الكاتبان إلى النتيجة التالية: "تتطوي الثورة الاتصالية الثالثة في داخلها على نفس بذور الاخفاق التي لازمت تاريخيا كل الابتكارات التي شهدتها حقل وسائل الاتصال، فبدلا من خلق مستقبل جديد، تدعو التكنولوجيا الحديثة الجمهور/ الشعب للمشاركة في طقس من السيطرة ويحجب الافتتان بالتكنولوجيا العوامل التحتية للسياسة والسلطة".

وربما ما نعيشه من تطورات سياسية وفي مختلف المجالات لا يختلف كثيرا مع الرؤية التي قدمها الباحثان، وهو الأمر الذي مازال يستدعي الدراسات المعمقة في مجال علاقة التكنولوجيا بمختلف المؤسسات الاجتماعية وعلى رأسها ثنائية العلاقة بين الجمهور والنخب إزاء استخدامهما وتفاعلها مع

¹ James W Carey and John J Quirk, The History of the Future, in Communications Technology and Social Policy, eds. George Gerbner, Larry P Gross and Williams H. Melody, Newyork, 1973.

نقلا عن هيربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول. كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والاعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام (الكويت) : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، مارس 1999، صص، 207، 208.

هذه التكنولوجيات، و ترى الباحثة أن ذلك السؤال الذي طرحه الباحث "هربرت شيللر"¹ قبل سنوات طويلة في حديثه عن القضايا الأساسية فيما يتعلق بطابع واحتمالات التكنولوجيا الاعلامية الجديدة: لمصلحة من؟ وتحت سيطرة من سيجري استخدامها؟ يبقى سؤالاً مشروعاً في وقتنا الحالي الذي يشهد تنافسية كبيرة واقتصاديات كاملة أصبحت قائمة على استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال.

وانطلاقاً من هذا التصور حاولت الباحثة من خلال دراستها الميدانية الاقتراب أكثر من عينة النخب الجزائرية في محاولة لفهم علاقتها بهذا الفضاء الاتصالي الجديد الذي أصبحت سمته التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، ولعل رصد الاستخدامات والاشباع يعتبر مرحلة أولى لفهم تلك العلاقة التي - كما تم الإشارة إليه سابقاً - مازلت في طور التشكل.

¹ هربرت شيللر، المرجع نفسه، ص 208.

**الفصل الخامس: عرض
وتحليل نتائج الدراسة
الميدانية**

الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الاول: المعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة

- 1.1.5 عرض وتحليل نتائج محور البيانات الوصفية العامة.
- 2.1.5 عرض وتحليل نتائج محور العادات والأنماط.
- 3.1.5 عرض وتحليل نتائج محور الدوافع.
- 4.1.5 عرض وتحليل نتائج محور الإشباعات.
- 5.1.5 عرض وتحليل نتائج محور التمثلات.

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

- 1.2.5 النتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية.
- 2.2.5 النتائج العامة في ضوء الدراسات السابقة.
- 3.2.5 النتائج العامة في ضوء الأهداف.

خلاصة

تمهيد:

تهدف الباحثة من خلال هذا الفصل إلى عرض نتائج الاستبيان الذي صمم خصيصاً للإجابة على إشكالية الموضوع والتساؤلات الرئيسية وبحثاً عن تحقيق الأهداف التي سطرت، حيث تم الاستعانة في تفرغ بيانات الاستثمارات كما سبق الإشارة إليه باستخدام برنامج SPSS، والذي يعتبر برنامجاً يمكن من تحليل البيانات تحليلاً إحصائياً كاملاً، ويتيح استخدام الجداول والرسومات* لتساهم في إعطاء نتائج سهلة الفهم ذات قيمة عالية.

بموجب المعالجة الإحصائية السليمة يمكن رصد النتائج رصدًا موجزًا واضحًا، وبالتالي توضيح خصائص الظاهرة وأبعادها وما تنطوي عليه من دلالات، وهذا يمكن الباحث من فهم العوامل الأساسية التي تؤثر في الظاهرة محل البحث، والكشف عن الفكرة الجوهرية أو القانون العام الذي يصلح لتفسير تلك الظاهرة والظواهر الأخرى ذات العلاقة بها، ومن خلال الطرق الإحصائية يتم تحديد الشروط الأساسية لموضوعية الإجراءات المتبعة في الدراسة، كما تتيح هذه الطرق فرص اختيار بدائل متعددة من أساليب التحليل التي تناسب البيانات، ومدى إمكانية تعميم النتائج.¹

الاستبيان الذي اعتمده الباحثة كأداة أساسية لجمع البيانات وبعد عملية التوزيع على عينة الدراسة التي قدرت ب(400 مفردة) موزعة على النخب: الأكاديمية، السياسية، الإعلامية والدينية استرجعت الباحثة 382 استمارة**، أي ما يعادل (95.5%) من العينة الكلية، في حين تعذر الحصول على 18 استمارة المتبقية وذلك نظراً للصعوبات الكبيرة التي شهدتها عملية التوزيع والاسترجاع.

وبناء عليه ولتنظيم طريقة عرض النتائج ترى الباحثة أفضلية تقسيم الفصل إلى مبحثين يعرض المبحث الأول لما جاء من بيانات ترتبط بالمحاور الخمس للاستمارة، في حين يركز المبحث الثاني على العرض النهائي لنتائج الدراسة متبوعة بمجموعة من المقترحات التي جاءت في ضوء إنجاز هذه الدراسة.

* لتفرغ البيانات استخدمت الباحثة أكثر من شكل رأت فيه حيزاً مناسباً لعرض البيانات والقدرة على تحليلها على غرار: الجداول، الدوائر النسبية، الأعمدة البيانية.

¹بركات، مرجع سابق، ص 23.

** قامت الباحثة بطبع أكثر من 500 استمارة، إضافة إلى تصميم النسخة الإلكترونية، كاحتياط لضباغ الاستثمارات من طرف المبحوثين وهو واقع كانت الباحثة شاهدة عليه طوال عملية التوزيع، وهو ما يجعل الكثير من الباحثين يفضلون العمل على الوسيلة بدلاً من الجمهور من خلال تحليل المحتويات الإعلامية عبر تحليل المضمون أو التحليل السيميولوجي أين يجد الباحث نفسه يتعامل مباشرة مع التحليل المكتبي بعيداً على الضغوطات التي يتعرض لها من طرف الجمهور المتلقي بين رفض للتعاظم مع البحث العلمي أو تحجج بضيق الوقت... وغيرها من الأسباب.

المبحث الأول: المعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة

انطلقت الباحثة في هذا المبحث من عملية معالجة البيانات الواردة على مستوى استمارة الاستبيان والتي تضم خمسة محاور تبدأ بمحور البيانات الشخصية وتنتهي بمحور الرؤية، حيث تستهدف المعالجة تقديم مجموعة من القراءات والتحليلات التي تساعد على استخلاص النتائج النهائية كمرحلة ثانية على مستوى المبحث الثاني من هذا الفصل.

1.1.5 عرض وتحليل نتائج محور البيانات الوصفية العامة:

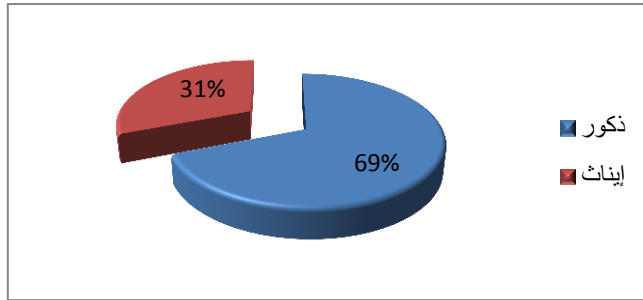
إن عملية عرض محور البيانات الوصفية العامة سترتكز على صياغة الجداول والدوائر النسبية المتوصل إليها وفق مخرجات برنامج SPSS، والمتمثلة في الجنس، السن، المؤهل العلمي، المجال النخبوي، الوظيفة، و سنوات ممارسة النشاط (الخبرة).

1.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

لقد أظهرت الدراسات في وقت مبكر أن للجنس أو النوع (genre) تأثير في التعرض لوسائل الاعلام ومضامينه، حيث يقسم الجمهور وفقا لسمة النوع إلى ذكور /إناث، اعتمادا على عوامل بيولوجية وفسولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للرسائل الاعلامية تبعا لاختلاف مصالح وحاجيات كل من الذكور والإناث التي يمكن اشباعها من خلال التعرض لوسائل الإعلام وكذلك اختلاف درجة قابلية الافئاع¹، وعليه اعتمدت الباحثة على هذه السمة لترصد من خلالها كيفية تعرض واستخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة من كلا النوعين لتكنولوجيات للإعلام والاتصال الحديثة.

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي -دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995-2006)، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة، (جامعة الجزائر، 2007، 2006)، ص 79.

الشكل رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS و Excel.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه، أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث (69%) يقابلها (264) كعدد إجمالي للذكور المبحوثين من النخب الجزائرية، في حين نسبة الإناث (31%) ويقابلها (118) كعدد إجمالي للإناث المبحوثات.

وبالعودة إلى هذه النسب نجدها تتوافق بشكل كلي مع كامل الدراسات السابقة التي تناولتها الباحثة في الفصل المنهجي وخاصة تلك التي تناولت ثنائية النخبة ذكور/إناث، حيث لم تجد الباحثة أي تفوق للجانب النسوي سواء في الدراسات المحلية، العربية وحتى الأجنبية التي تم الاستفاضة منها، ويرجع هذا بالدرجة الأولى أنه في الجزائر كما في مختلف بلدان العالم يتقلد الرجل المناصب والمسؤوليات أكثر من المرأة.

وأیضا في الجزائر كما في كثير من بلدان العالم نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث فلقد أشار "تقرير هيئة الأمم المتحدة عن تعداد سكان العالم في "2014 أن: "عدد الرجال عالميا يفوق عدد النساء بنسبة 62%، أي أن عدد الرجال على الكرة الأرضية يفوق عدد النساء بنحو 85 مليون رجل" حسب ذات التقرير كما صنف التقرير دول الخليج العربي من أكثر الدول التي تتفوق فيها نسبة الرجال عن النساء عربيا (الإمارات قطر، الكويت، البحرين، عمان والسعودية بنسبة 1.18% رجل لكل امرأة).

أما في الجزائر كما كثير من الدول العربية تتعادل تقريبا أعداد النساء والرجال التي تتراوح ما بين 0.99% إلى 1.1%¹، تعتمد الباحثة ذكر هذه الإحصائيات -رغم أن الموضوع ليس بغرض دراسة النوع والتقارير و الجهود الدولية الرامية إلى تحسين وضع المرأة محليا وعالميا -ولكن كثيرا ما ساد الاعتقاد أن عدد النساء يفوق عدد الرجال بأضعاف وهذا ناتج ربما عن اعتقادات اجتماعية أو ثقافية ...

¹لمزيد من التفاصيل حول تقرير هيئة الأمم المتحدة لسنة 2014 أنظر:

وترتبط أكثر مع انتشار الحروب التي تستهلك الرجال أكثر من النساء اللواتي رغم تقلدهن منذ سنوات طويلة في أماكن مختلفة من العالم مناصب قيادية مختلفة (قيادة دول وحكومات وأحزاب ومؤسسات مختلفة) إلا أن نسبة مشاركتهن في القيادة والقرارات بقيت متدنية وتزداد ضعفا خاصة في الدول النامية وتلك التي تكثر فيها الأزمات والحروب مما جعل الكثيرين يهتمون بدراسات النوع وتأثيراتها في مجالات مختلفة.

ففي دراسته عن وضعية المرأة الإعلامية وكيف أن الرجل الإعلامي يتفوق في المناصب والحضور، يشير الباحث "بيتر ستيفن" قائلا: "إن وضع المرأة ووظيفتها في المجتمع تعكس الصورة المكررة التي ترجع إلى ما قبل القرن الحادي والعشرين... أين ارتبطت صورتها أكثر في الروايات والفنون والتسلية أو في أخبار المشاهير بينما يقل حضورها في السياسة وفي الأزمات العالمية وفي الدفاع الوطني... فهل هذا يدعم فكرة أن النساء يستخدمن في تزيين وزخرفة الأخبار بدلا من أن يصنعنها؟ يتساءل الباحث"¹.

ومن الإحصائيات التي استهدفت المرأة بشكل عام وبالعودة إلى موضوع النخب تساءلت الباحثة "أميمة أبو الخير" هل بإمكاننا الحديث عن نخبة نسوية؟ وهل يجوز لنا من الأساس طرح هذا المفهوم؟ لترد في مقال لها حول: "النخبة النسوية... رؤية سسيولوجية"، "في الحقيقة أن مفهوم النخب كان يحيل دائما على عالم الرجال دون النساء، حتى مع اختلاف مجالات النخبة سواء أكانت المجال السياسي أو المجال الاقتصادي أو المجال الثقافي، وظلت النساء لتاريخ طويل مستبعدات من عالم النخب، حتى لم يطرح التساؤل: لماذا يسود الاعتقاد بأن عالم النخب يخلو من النساء؟ ولماذا تم استثناء نصف المجتمع من السلطة؟ ولكن مع التطورات والتغيرات السريعة والمتلاحقة بدأت النساء اختراق عالم القوة، عالم النخبة حتى ولو بنسب ضئيلة، فحركة الديمقراطية التي اجتاحت العالم لم يصاحبها نمو في عدد الوظائف رفيعة المستوى التي يمكن للمرأة شغلها سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو مجال اتخاذ القرار. ففي منتصف عام 2000 كان هناك 5100 عضو فقط من النساء في الهيئات البرلمانية في جميع أنحاء العالم أي بنسبة 13.8%، وفي نفس العام بلغت نسبة اللاتي شغلن مناصب وزارية في جميع أنحاء العالم

¹ ستيفن، مرجع سابق، ص 126.

العشر، وبلغت الخمس في مناصب نائب الوزير، أما في مجال الأعمال فنادرا ما تصل المرأة إلى أعلى المناصب في صنع القرار...¹

وبالعودة إلى عينة هذه الدراسة لمقاربة النخب النسوية الجزائرية مع النخب الذكورية تجب الإشارة إلى أنه مع التفوق الواضح للقيادة الذكورية منذ استقلال الجزائر، حيث سجل غياب المرأة عن الحكومات الجزائرية التسع الأولى، وأن أول امرأة في منصب وزاري كان في سنة 1984 أي بعد 22 سنة من الاستقلال، إلا أنه خلال السنوات الأخيرة تغيرت كثيرا مواقع المرأة كما أشارت الباحثة "نعيمة سمينة" في دراسة لها حول "المرأة الجزائرية في موقع صنع القرار الواقع والآفاق" أن: "المرأة الجزائرية أصبحت تسجل حضورا متزايدا في مختلف القطاعات فقد تجاوزت الحاصلات على شهادة البكالوريا 60% من النسبة العامة للناجحين وأصبحن يمثلن ثلثي طلبة الجامعة، وفي سلك القضاء وصلت نسبتهن إلى 37%، و60% في قطاع الصحة وحوالي 78% في قطاع الاعلام"²، إلا أن هذه النسب المسجلة والتشريعات التي تبنتها الجزائر والتي تضمن المساواة بين الجنسين لم تؤد إلى مشاركة ذات أهمية كبيرة للمرأة في الحياة السياسية وصنع القرار بالمقارنة مع تواجدتها في قطاعات أخرى كالصحة والتعليم كما أشارت الباحثة "نعيمة سمينة"³، وفي إحصائيات حديثة أشار تقرير صدر سنة 2014 حول النوع (ذكور/إناث) في العلم في الجزائر أن: "الجزائر التي سجلت مساواة وعدم تمييز في كل أشكاله في دستورها، علاوة على ذلك فالسياسات العامة المنفذة مساوية وليس فيها تمييز، ولكن يهيمن الرجال على السكان العاملين من العلماء والمهندسين حيث لم تتجاوز نسبة النساء 40% حتى سنة 2010، ورغم أنه تم تسجيل أن نسبة 48% من طلاب الدكتوراه سنة 2010 هن إناث..."⁴، إلا أنهن ما زلن بعيدات عن مناصب المسؤولية.

¹ أميمة أبو الخير، "النخبة النسوية - رؤية سسيولوجية،" مجلة الأهرام الديمقراطية. الدراسة متاحة على الموقع الإلكتروني:

H 10:04www.democracy.ahram.org.eg/UI/Front, 6/01/2017

² نعيمة سمينة، "المرأة الجزائرية في مواقع صنع القرار الواقع والآفاق". مركز دراسات النور. للإشارة الباحثة قدمت إحصائيات تعود لسنوات 2007، 2008، 2009. متاح على الرابط:

<http://www.alnoor.se/article.asp?id=147351#sthash.CKfEr0e7.dpuf>. 15.01.2017.H 21 :30

³ المرجع نفسه.

⁴ القاهرة، مركز المعلومات والتوثيق حول حقوق المرأة والطفل، أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، نادية آيت زاي وآخرون، التقرير الوطني:

الجزائر، 2014، ص3.

ترى الباحثة أنه في الوقت الحالي، وعلى الرغم مما جاء في التقارير إلا أن التحولات التي طرأت على وضعية المرأة الجزائرية هي تحولات مهمة قادتها من الهامش إلى نقلة المراكز القيادية والاضطلاع بالمسؤوليات في عديد المؤسسات والجهات وأن الحديث عن "النخبة النسوية" في الجزائر صار واقعا ملموسا وإن كان مازال يحتاج إلى مزيد من الدعم والإجراءات فمثلا الحضور السياسي للمرأة الذي سجل في الانتخابات التشريعية* التي أجريت سنة 2012 أعتبر نقطة تحول ايجابية لصالح النخب النسوية حيث تمكنت 145 امرأة من الوصول إلى البرلمان الجزائري الهيئة التشريعية الأولى في الجزائر، وهو ما قارب ثلث عدد نواب المجلس النيابي 38.31%، وهي نسبة وضعت الجزائر في المرتبة 25 عالميا في مجال التمثيل النسوي البرلماني، بعدما كانت تحتل المرتبة 122 بين برلمانات العالم¹، كما تشير الباحثة إلى أننا في الجزائر مازلنا نفتقد إلى التقارير والبحوث التي تسلط الضوء بشكل جيد على دراسات النوع لأن هذه البحوث الميدانية الأكاديمية ستقدم تصورات واضحة لوضعية المرأة الجزائرية نخبوية كانت أم عامة بعيدا عن التقارير السياسية أو الإعلامية التي تستند في العادة إلى الخط الافتتاحي للوسائل الاعلامية أو الإيديولوجيا الحزبية بعيدا عن القراءات العلمية.

2.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

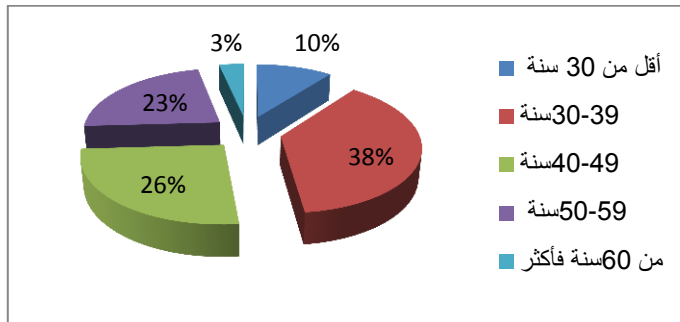
في دراسة متغير السن (Age) يستخدم علماء السكان الفئات الخماسية أو العشرية لتبيان الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف والتبويب، حيث يتأثر الفرد في سلوكه بما يكسبه من مهارات أو خبرات في البيئة الخارجية المحيطة به أو أيضا بمستوى النضج في خصائصه البنائية التي تميز المراحل المختلفة في عمر الانسان والتبويب².

* تم تعديل الدستور الجزائري سنة 2008 ، أين أدرجت مادة جديدة تنص على ترقية الحقوق السياسية للمرأة بإعطائها حصة في جميع المجالس المنتخبة، وتفعيلا لهذه المادة من الدستور تم اصدار القانون العضوي 03/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 شارحا الآليات والكيفية التي تضمن توسيع التمثيل النسوي في المجالس، لمزيد من التفاصيل أنظر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون عضوي رقم 12-03 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل12 يناير 2012، يحدد كميّات توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، العدد الأول من 14 جانفي 2012، ص ص 46،47.

¹ عبد الوهاب بوكروح، "ترقية الحقوق السياسية قاد 145 منهن الى الهيئة التشريعية"، المقال نشر في موقع جريدة الشروق الجزائرية يوم 13/05/2012 وهو متاح على الرابط التالي <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/129211.html?print>. تم الاطلاع عليه بتاريخ 21 مارس 2015 الساعة 20:04.

² قساسة، مرجع سابق، ص 79.

الشكل رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS و Excel.

قسمت الباحثة في هذه الدراسة الفئات العمرية للنخب الجزائرية عينة الدراسة إلى خمس فئات (اعتماد الفئات العشرية)، حيث يلاحظ من الشكل أعلاه، أن أكثر المبحوثين من الفئة العمرية [30-39] سنة، بنسبة 38%، يقابلها 114 كعدد إجمالي من النخب المستجوبة، تليهم الفئة العمرية [40-49] سنة، بنسبة 26%، يقابلها 99 فرد كعدد إجمالي من النخب المبحوثة، وهي نسبة تتقارب مع الفئة العمرية من [50-59] سنة والتي قدرت في هذه الدراسة بـ 23%، في حين تقل في الفئة العمرية الأخيرة أكثر من 60 سنة بحيث وصلت النسبة إلى 10%، ويمكن تسجيل ضعف كبير وغياب للنخب أقل من 30 سنة حيث لم تتجاوز النسبة 3% من العينة الكلية للدراسة.

وفي قراءة تحليلية لهذه النسب يمكن تسجيل ثلاث ملاحظات أساسية:

- حوالي 49% من عينة الدراسة توجد ضمن المجال العمري (40 إلى 59 سنة)، وهي الفترة العمرية التي ينضج فيها الأفراد أكثر، ويكونون أكثر قدرة على القيادة والمسؤولية خصوصا في ظل استكمال شوط تعليمي وعملي ومنه إمكانية التفرغ للمناصب القيادية، ولقد ذكرت جريدة "اليوم السابع" المصرية على موقعها بتاريخ 17 جوان 2014 نقلا عن "جريدة التلغراف The Telegraph News" أن دراسات حديثة تشير إلى أن سن النضج الحقيقي هو الأربعين، فعلى عكس المتوقع يظل العقل في نمو أجزاء منه حتى أواخر سن الأربعين، وذلك الجزء الذي يستمر في النمو هو الجزء المسئول عن اتخاذ القرارات.¹

¹ منى محمد، "دراسة: الأربعين سن النضج وليس المراهقة المتأخرة". جريدة اليوم السابع متاح على www.youm7.com/story/0000/0/0/-/1728702 في 19.08.2017، سا 9:20.

من جهتها الجمعية الأمريكية لعلم النفس (American Psychological Assosiation) نشرت على موقعها الالكتروني دراسة بعنوان: "Personality changes for the better with age" أشارت الدراسة إلى بحث أجري بجامعة كاليفورنيا " و"بيركلي" على عينة قوامها 132515 شخص تتراوح اعمارهم بين 21 و60 سنة، أظهرت نتائجها أن الشخصيات لا تتكون فقط في مرحلة الطفولة كما كان شائعا وإنما تبدأ بعد الثلاثينيات ملامحها تتشكل وتستمر في البناء إلى غاية الستينيات¹، تشير الباحثة أيضا إلى أن هذه الأبحاث العلمية تتوافق مع ما جاء به القرآن الكريم قبل 1400 سنة من الآن، حيث ورد في "سورة الأحقاف" آية تشير إلى النضج العقلي والبدني في سن الأربعين التي تنزل فيها الوحي على الرسول - صلى الله عليه وسلم - "حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ"²، وورد في تفسير "ابن كثير" (حتى إذا بلغ أشده) أي قوي وشب وارتجل (وبلغ أربعين سنة) أي: تنامي عقله وكمل فهمه وحلمه ويقال أنه لا يتغير غالبا عما يكون عليه ابن الأربعين.³

- حوالي 41% من عينة الدراسة متواجدة في الفترة العمرية التي تكون أقل من 39 سنة وتفسر الباحثة ذلك بعدم اعطاء الفرصة للشباب من أجل تسلم المناصب القيادية كمظهر عام يسود الدولة الجزائرية، إذ ساد العرف السياسي والاجتماعي أن الأكبر سنا هم الأقدر على القيادة والتوجيه بحكم الخبرة حيث يلاحظ أن ممن يحسبون على جيل الثورة والجيل الأول بعد الاستقلال مازالوا موجودين إلى يومنا في مناصب المسؤولية والقيادة.

- أما بالنسبة لمن هم أكثر من 59 سنة فلم تتجاوز نسبتهم في عينة الدراسة نسبة 10 %، وترى الباحثة أن تطبيق قانون التقاعد في الجزائر يجعل كثير من النخب يفضلون الركون إلى الراحة وعدم الانخراط في الحياة السياسية أو حتى الثقافية.

¹ American Psychological Assosiation, Personality changes for the better with age. www.apa.org > ... >

July/August 2003 Monitor on Psychology.1110812017.h 21 :09

²سورة الأحقاف، الآية (15).

³تفسير القرآن العظيم، عماد الدين أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي. (بيروت: دار نوبليس أنترنشيونال، المجلد 21، ط 1،

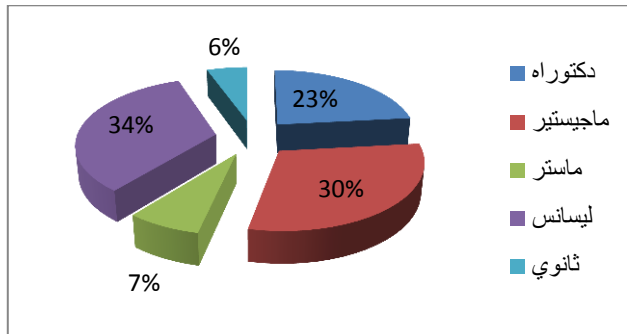
2001)، ص 4743.

3.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

تمكن دراسة سمة المؤهل العلمي أو المستوى التعليمي (education level) من تحديد مستوى المعارف والخبرات التي قد يتحصل عليها الفرد من خلال أسلوب التعليم المنظم في الدولة نظرا للتأثير المدرسي على الفرد من حيث التعليم والتربية والتنشئة الاجتماعية التي توجه السلوك تجاه الرسائل الاعلامية والذي يتباين بتباين المعرفة المكتسبة في مختلف المراحل التعليمية.¹

وكان الاتجاه السائد في دراسات الجمهور يميل الى تصنيف هذا الأخير على أساس المستوى التعليمي في الدولة مثل: التعليم الابتدائي، التعليم المتوسط، التعليم الثانوي، والتعليم الجامعي أو العالي.

الشكل رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS و Excel.

من خلال الشكل أعلاه، نلاحظ أن النخب الجزائرية عينة الدراسة مؤهلها العلمي يتراوح بين خمس فئات أساسية يتصدر فيها الحاصلون على شهادة الليسانس المرتبة الأولى بنسبة 34%، يليها في المرتبة الثانية النخب الجزائرية المتحصلة على شهادة الماجستير بنسبة 30%، ثم من هم حائزين على شهادة الدكتوراه بنسبة 23%، في حين تقل النخب الجزائرية ذات المستويات التعليمية المنخفضة حيث لم تتجاوز نسبة 6%.

وفي قراءة تحليلية لهذه النسب نرصد ثلاث ملاحظات أساسية:

- النخب الجزائرية عينة الدراسة هي نخب ذات مستويات علمية مرتفعة (دكتوراه، ماجستير، ليسانس، ماستر) حيث تجاوزت 94%، اليوم في الدولة الجزائرية أصبح هناك إيمان بضرورة

¹ قسايسية، مرجع سابق، ص 80.

تولي المناصب القيادية والنخبوية الفئة المثقفة ذات الشهادات العليا، التي لا يتم تسويقها داخليا فقط وإنما يراهن أيضا على صورتها خارج الجزائر.

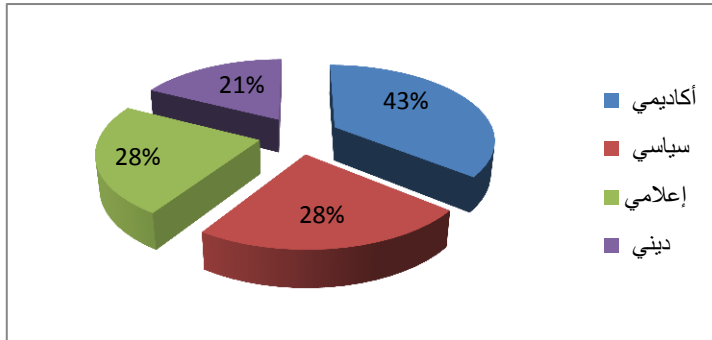
- اهتمام الأحزاب الجزائرية خلال السنوات الأخيرة بتقديم واستقطاب الكفاءات العلمية، حيث لاحظت الباحثة أثناء عملية تفريغ الاستبيان للنخب السياسية وجود العديد من البرلمانيين الذين يحضرون لاستكمال دراساتهم العليا سواء في مرحلة الماجستير أو الدكتوراه، وهي نتيجة تتوافق مع ما توصل إليه الباحث "قواسم" في دراسته للنواب الجزائريين أين وجد الباحث أن أكثر من 72% من عينة دراسته التي شملت نواب البرلمان ونواب مجلس الأمة هم جامعيون، وهو ما يخالف الصورة النمطية التي تشكلت لدى الرأي العام الجزائري حول البرلمانيين بأن مستواهم الدراسي محدود¹، وهي نفس الملاحظة أيضا سجلتها الباحثة على مستوى النخب الإعلامية والدينية، التي ترى هي الأخرى ضرورة مواصلة الدراسات والبحث.
- هناك صورة ايجابية عن النخب الجزائرية من خلال مستوياتها العلمية المختلفة والتي أهلتها أن تكون في الريادة، هذه الصورة تحتاج إلى إعادة تسويق من خلال فعالية النخب الجزائرية في حد ذاتها وأيضاً عبر وسائل الاعلام سواء كانت تقليدية أو حديثة لتصحيح النظرة التي سادت لدى الرأي العام عن وجود نخب تفتقد وتفتقر للمؤهلات العلمية.

4.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب المجال النخبوي (نوع النخبة):

بما أن الباحثة تبنت مصطلح النخب (Elites) أي بصيغة الجمع والتعدد، فإنه سيتم الإشارة والاقتصار -نظرا لاختلاف المجالات وتعددتها- على أربعة مجالات أساسية.

¹ بن عيسى، مرجع سابق، ص 355.

الشكل رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المجال النخبوي (نوع النخب).



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS و Excel.

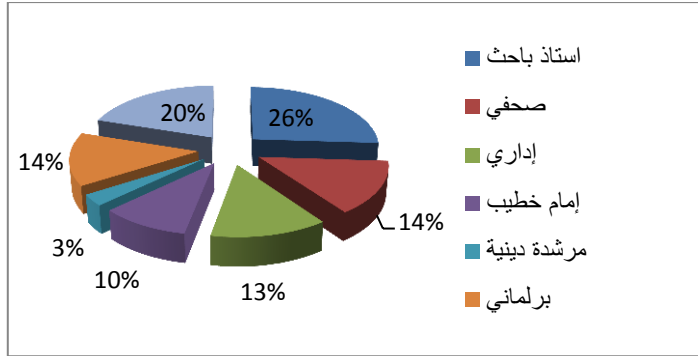
يعتبر المجال النخبوي متغيرا مهما في الدراسة، ورغم أن الباحثة قامت بتوزيع الاستمارات بنسب متساوية على العينات الأربع، إلا أنه أثناء عملية التفريغ تم رصد تعددية النخب - كما أشير إليه سابقا - حيث مجموع الإجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الاجابات، فالنخب الجزائرية هي ليست نخب مغلقة على نفسها وإنما بحكم عملها أو توجهاتها نجدتها تنتمي وتفتح على النخب الأخرى، حيث نلاحظ من الشكل أن النخب الأكاديمية تأت في المرتبة الأولى بنسبة 46% متبوعة بالنخب الإعلامية والسياسية بالتوازي 28%، وأخيرا النخب الدينية بنسبة 21%، وهي نفس الملاحظة التي سجلت في دراسة الباحث "رضا عبد الواحد أمين"، حيث أشار إلى وجود تداخل بين عينة نخبه قائلا: "أن الفرد قد يكون عضوا في أكثر من نخبة مثل وكيل الأوقاف مثلا فهو بحكم منصبه نخبه سياسية وبحكم طبيعة عمله يعد نخبه دينية وربما يكون عضوا في النخب الأربع، كأن يكون أستاذا جامعيا (نخبه أكاديمية) ويمارس العمل السياسي (نخبه سياسية) أو العمل الدعوي (نخبه دينية) أو العمل الاعلامي (نخبه إعلامية)...¹ وهي الحالة التي سجلتها أيضا الباحثة عديد المرات في تفريغ الاستمارات.

ترى الباحثة أيضا أن النخب الأكاديمية التي جاءت في المرتبة الأولى تعزز المعطيات الخاصة بالمستويات العلمية حيث نشهد اليوم في الساحة الجزائرية عديد الباحثين وحتى الصحفيين ممن هم قيادات وأعضاء في أحزاب سياسية أو يقومون بإعطاء محاضرات في المراكز والمؤسسات الدينية، وحتى في جانب النخب الدينية فمثلا شهدت الانتخابات التشريعية الأخيرة ترشح اطارات وأئمة في قوائم أحزاب سياسية.

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 23.

5.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة:

الشكل رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS و Excel.

استندت الباحثة في هذه الدراسة على متغير الوظيفة، وذلك لما مثله من أهمية في معرفة المفردات ذات العلاقة بالمجالات التي تم اختيارها (نوع النخب)، وعند تفريغ الاستثمارات قامت الباحثة بعملية رصد للوظائف (كون السؤال جاء مفتوحا) ولاختلافها وتعددتها تم إعادة الغلق وفق مجموعة من الفئات التي تدخل تحت إطار حيزين أساسيين وهما: وظائف القطاع العام، ووظائف القطاع الخاص. حيث نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن وظائف القطاع العام التي وصلت نسبتها بحسب المبحوثين إلى 66% مقابل 20% من منتسبي القطاع الخاص أو المهن الحرة. وبالعودة إلى وظائف القطاع العام فإنه تم التحديد بناء على ما جاء به "المشعر الجزائري" في القانون الأساسي للوظيفة العمومية والوظائف العليا (06-03) أين حددت مجموعة من المواد منها "المادة 4"، "المادة 10"، "المادة 15" طبيعة الوظيفة وشرطها.

- المادة 04: "يعتبر موظفا كل من عين في وظيفة عمومية دائمة ورسوم في رتبة في السلم الإداري.
- المادة 10: "زيادة على الوظائف المناسبة لرتب الموظفين تنشأ مناصب عليا، المناصب العليا هي مناصب نوعية للتأطير ذات الطابع الهيكلي أو الوظيفي، وتسمح بالتكفل بتأطير النشاطات الإدارية والتقنية في المؤسسات والإدارات العمومية".

- المادة 15: "تنشأ وظائف عليا للدولة في إطار تنظيم المؤسسات والإدارات العمومية، تتمثل الوظيفة العليا للدولة في ممارسة مسؤولية باسم الدولة قصد المساهمة مباشرة في تصور وإعداد وتنفيذ السياسات العمومية".¹

وبناء على ما جاء في هذه المواد فقد صنفت الباحثة أساتذة الجامعات الذين يشغلون مناصب إدارية، الصحفيين العاملين في القطاع العام، أئمة المساجد والمرشدين الدينيين، من يشغلون مختلف المناصب الادارية في خانة الوظائف العمومية حيث نجد النسبة الأكبر تقلدها الأساتذة الجامعيون ب 26%.

أما بالنسبة للقطاع الخاص فقد شمل نوعين من المنتمين: صنفت الباحثة الصحفيين التابعين للمؤسسات الاعلامية الخاصة وأيضا من يديرون أعمالا ومشاريع خاصة بهم في هذا المجال.

يلاحظ أن نسبة 14% التي يشغلها نواب البرلمان لا تخضع للتصنيفين السابقين بحكم القانون الأساسي (06-03)، حيث نص في مادته الثانية على أن: "...لا يخضع لأحكام هذا الأمر القضاة والمستخدمون العسكريون والمدنيون للدفاع الوطني ومستخدمي البرلمان".²

البرلمانيون في أصلهم كانوا يشغلون وظائف تابعة إما للقطاع العام أو وظائف خاصة وبعد انتخابهم على مستوى الهيئة التشريعية يتوقفون عن هذه الوظائف إلى انتهاء عهدتهم البرلمانية، وأغلبهم يفضل التقاعد على العودة إلى الوظائف الأصلية.

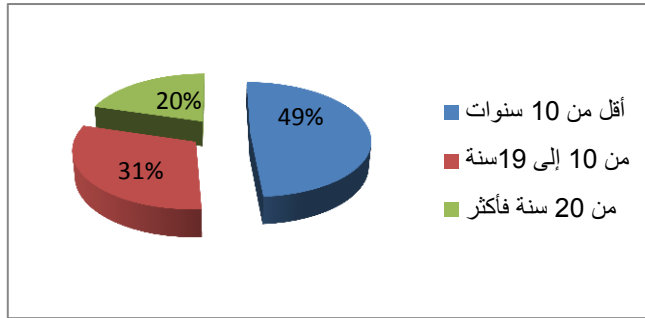
6.1.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الممارسة (المجال النخبوي والوظيفة):

من السمات التي استعانت بها أيضا الباحثة من أجل تحديد عينة الدراسة هي خبرة المبحوثين من خلال معرفة عدد السنوات أو الفترة التي قضاها /أو مازالوا في وظائفهم التي يشغلونها أو مجالات النخب التي ينتمون إليها.

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 46، السنة 43، الأحد 16 جوان 2006، ص 4.

² المرجع نفسه، ص 3.

الشكل رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات النشاط (الخبرة).



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات SPSS وExcel.

حيث نلاحظ من خلال الشكل، أن 49% من النخب عينة الدراسة قضت أقل من 10 سنوات في مجالها، في حين 31% من المبحوثين قضوا من 10 إلى 19 سنة في مجالهم، في حين احتلت فترة من 20 سنة فأكثر المرتبة الأخيرة بنسبة 20% من المبحوثين، وترى الباحثة أن هذه النسب المتباينة يمكن أن تفسر بطرق مختلفة من أهمها:

- مناصب المسؤولية التي تضطلع بها النخب الجزائرية عينة الدراسة في مختلف المؤسسات هي مناصب تتنوع بين التعيين أو الانتخاب، فمثلا البرلمان الجزائري تمتد عهده إلى خمس سنوات، وفي حالة أعاد الترشح وتحصل على الأصوات من دائرته الانتخابية أمكنه الحصول على خمس سنوات أخرى وهناك من البرلمانين الجزائريين من تحصلوا على ثلاث عهديات متتالية.
- بالنسبة لبعض المسؤولين وخاصة في الإدارات هناك من تجاوزوا العشر السنوات في نفس المنصب، في حين منهم من يرتقي من منصب إلى منصب أعلى فقد يرتقي من رئيس مصلحة إلى نائب مدير أو إلى مدير...إلخ.
- الملاحظ على الكثير من المؤسسات الجزائرية على تنوعها واختلافها أنها تشهد حركية في التعيين من خلال إنهاء المهام أو الاحالة على التقاعد أو حتى استقالة مسؤولين آخرين، هذا ما يجعل من نسبة 49% لأقل من 10 سنوات نسبة منطقية بالنظر إلى طبيعة الممارسة التي تشهدها مختلف المؤسسات والإدارات.

لقد ركزت الباحثة على سمات: النوع، السن، المستوى العلمي، مجال النخبة كسمات أساسية تدرس من خلالها النخبة الجزائرية عينة الدراسة وكيفية استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، أين تتفق الباحثة مع ما أورده الباحث "محمد عبد الحميد" في كتابه "دراسات الجمهور في بحوث الإعلام"

حينما أكد على أنه لا يمكن الاعتماد فقط على وصف جمهور المتلقين في حدود فئة الجنس فقط، بل يجب الاعتماد على سمات أخرى مثل: السن، التعليم، المهنة وغيرها باعتبار هذه الفئات هي التي تعكس عادة المستويات التي يستند إليها الفرد في تكوينه لآرائه واتجاهاته وليس النوع فقط.¹

2.1.5 عرض وتحليل نتائج محور عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة :

ضم المحور الثاني من الاستبيان الذي استهدف عينة من النخب الجزائرية مجموعة من الأسئلة التي بتفريغ بياناتها ستساعد على رصد كيفية إقبال و/استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، هذا الاستخدام يحيل في محدداته كما جاء به الباحث "بن زايد" إلى: "الطريقة الخاصة بالشخص أو المجموعة (المستخدم) في استعمال جهاز معين والعلاقة التي تنتج عن هذه الصيرورة، كما يحيل إلى خاصية الممارسة كشرط أساسي للحفاظ على آثار الاستخدام وذلك في إطار زمني معين أي تاريخ الاستخدام وعلاقته بالجهاز، وعليه فالاستخدام لا يتوقف على ملامسة الجهاز، وإنما يبرز في ظهور التكرار والتقدم..."²، وبناء عليه فقد حددت الباحثة مجموعة الوسائل الاعلامية والاتصالية كمرحلة أولى، بعدها تم تحديد ثلاث وسائل (تكنولوجيات) وربطها بعادات وأنماط الاستخدام من مدة زمنية ارتبطت بالساعات، الأيام وفترات الاستخدام والارتباط الشبكي وكمرحلة ثالثة معرفة أهم الاستخدامات المرتبطة بهذه الوسائل، ومن أجل الفهم الجيد لطبيعة الاستخدام وبغية إعطاء النتائج أبعاد أكثر عمق رصدت الباحثة متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) كمتغيرات تدرس لتبيان مدى وجود علاقات ذات دلالة إحصائية من عدمها بينها وبين استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

¹ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام .(القاهرة: عالم الكتب، ط. 1، 1993)، ص 43.

² بن زايد، مرجع سابق، ص، 148.

1.2.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب إقبالها على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

الجدول رقم(21): توزيع عينة الدراسة حسب إقبالها على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

النسب المئوية %	التكرارات	الوسائل الاعلامية والاتصالية
21.98	376	الحاسوب
16.14	276	الألواح الإلكترونية
18.65	319	الهاتف
18.42	315	التلفزيون
10.40	178	الإذاعة
14.38	246	الصحيفة
% 100	*1710	المجموع

يلاحظ من خلال تحليل الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تقبل على استخدام جهاز الحاسوب كوسيلة اتصالية بالدرجة الأولى حيث تجاوزت النسبة 21%، في حين تقاربت نسبة الإقبال على كل من الهاتف والتلفزيون كوسائل اعلامية واتصالية ب (18.65%، 18.42% على التوالي)، ثم تفاوتت نسب الإقبال على كل من الاذاعة، الألواح الالكترونية والصحيفة.

وتشير النتائج الى أن هناك تنوعا في الوسائل الاعلامية والاتصالية التي تقبل عليها النخب الجزائرية عينة الدراسة، ويرجع إقبال النخب عينة الدراسة على جهاز الكمبيوتر بنسبة كبيرة إلى اعتبار هذا الجهاز من أهم الوسائل الاتصالية في عصر المعلومات أو العصر الرقمي كما يصطلح عليه عديد الباحثين ،خصوصا وأنه يشهد تحديث مستمر سواء في شكله أين تتجه الصناعات اليوم إلى أجهزة الحاسوب المحمولة (الخفيفة الوزن)، أو إلى برامجه من خلال التطوير المستمر الذي يهدف إلى زيادة السرعة التخزينية وفعالية الأداء، وهذا ما جعل مختلف تكنولوجيات الاعلام والاتصال الأخرى تستند إليه حيث يعتبر أداة رئيسية لاستخدام الانترنت وإجراء مختلف العمليات من اطلاع على البحوث وانجاز للتقارير...إلخ، أو الاستفادة من الصيغ الحديثة كتصفح الصحف الالكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي... وغيرها، من جهة ثانية عرفت سوق الكمبيوتر في السنوات الأخيرة انتعاشا وانخفاضا في الأسعار بحيث نجد الآن أغلب البيوت الجزائرية مجهزة بأجهزة الحواسيب وأحيانا بأكثر من جهاز (حاسوب مكتبي

*مجموع الإجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

+ حاسوب محمول)، فاستخدامات الكمبيوتر متنوعة سواء في المجال الشخصي أو المجال العملي على اعتبار النخب الجزائرية تنتوع مجالاتها حيث من خلال العديد من التطبيقات الالكترونية يمكن الاستفادة منه في:

- معالجة الكلمات والنصوص مع إتاحة متابعة مرئية مباشرة وواضحة لها بإمكانية التعديل والتصحيح، إعادة الترتيب الجزئي أو الكلي للمادة وكذا تخزينها بسهولة.
- النشر المكتبي للكلمات والنصوص والرسوم على شاشة المراقبة قبل الطباعة على الورق، مما يوفر الكثير من الجهد والوقت للذين ينتجان عن تصحيحات مابعد الطباعة في الحالات العادية.
- تصميم رسوم وتحسين أدائها باستخدام نظم معلوماتية تسمح بتخزين رسوم جاهزة وتعديلها وسهولة معالجتها والتصرف فيها.
- البريد الالكتروني لتوزيع واستقبال الرسائل بكمية كبيرة، وبسرعة فائقة عبر الحاسب.
- الاتصال والدرشة عبر شبكات المعلومات: الانترنت والاكسترانت...¹

وفي دراسة الباحث "قواسم" توصل إلى أن 51,4% من البرلمانيين بغرفتيه يمتلكون النوعين من الحواسيب (محمولة + ثابتة)، وأن أكثر من 63% يمتلكون الكمبيوتر المحمول وهو مؤشر مهم حسب الباحث لممارسة ما اصطلح عليه الباحثون المعاصرون بالديمقراطية المحمولة أو المتنقلة.²

وتوصل الباحث "بن زايد" في دراسته أن 95.10% من عينة دراسته (الصحفيين) يستخدمون أجهزة الحاسوب في مؤسساتهم الصحفية وأيضاً 82.36% منهم في بيوتهم.³

ما يمكن ملاحظته أيضاً على الجدول هو تراجع الاعتماد على الصحف والإذاعة كوسيلتي اتصال بنسبة كبيرة جداً حيث لم تتجاوز الإذاعة نسبة 10%، في حين الاقبال على الصحيفة قدرت نسبته بـ 14.38% من مجموع الوسائل الاتصالية التي يتم الاقبال عليها هذا التراجع جاء في ظل الانتشار المستمر للوسائل التكنولوجية الحديثة في مقابل تراجع الوسائل التقليدية بحيث أصبح الكثيرون مثلاً يفضلون الاطلاع على مضامين الصحف عبر طبعاتها الالكترونية أو ما يسمى الصحافة الالكترونية بدل شراء النسخة الورقية، ويبدو أن النخب الجزائرية ذات الانشغال المستمر ترى في الوسائل الحديثة مصدراً مهماً في الحصول على المعلومات، حيث توصل الباحث "رضا عبد الواجد أمين" في دراسته أن:

¹ بلخيري، مرجع سابق، ص ص 213، 212.

² بن عيسى، مرجع سابق، ص ص 359، 360.

³ بن زايد، مرجع سابق، ص 144.

70,70% من النخب المصرية عينة الدراسة التي تستخدم الانترنت يتعرضون للصحف الالكترونية بشكل منظم.¹ في حين توصل الباحث "حمدي" أن النخب الأكاديمية الجزائرية تتعرض بشكل منظم للصحف الالكترونية بنسبة 75.94%².

ولعل هذا التراجع يعيد مجددا جدلية العلاقة بين الوسائل الاعلامية الجديدة والتقليدية إلى الواجهة، وهل الجديد سيلغي ويتجاوز القديم وأنا سنشهد موتا لهذه الوسائل التقليدية وفق مقولة عالم دون ورق (Monde sans papier)، أم أن هذه الوسائل ستبقى موجودة من خلال تعاضدها واستفادتها من التكنولوجيات الحديثة، ومن خلال جمهور عريض مازال وفيها لبرامج الاذاعة وللطباعات الورقية من كتب وجرائد ومجلات ...، فرغم أن العديد من دور النشر، الصحف والمؤسسات الاعلامية عالميا وعربيا قد أخذت قرارها بإيقاف الطباعات الورقية والتوجه نحو الاصدارات الالكترونية مقتدية بمجلة "نيوزويك Newsweek" الأسبوعية الأمريكية الشهيرة التي كانت قد أعلنت في نهاية شهر ديسمبر 2012 كما أشار الصحفي "إبراهيم فرغلي"³ عن النسخة الورقية الأخيرة من هذه المطبوعة، التي صدر عددها الورقي الأول عام 1937، والتي قررت إدارتها تحويلها إلى مطبوعة رقمية تصدر بعنوان "نيوزويك جلوبال Newsweek Global"، بالنسبة للباحثة ترى - كما سبق الإشارة إليه في الفصل الثالث - أن الأمر مازال يبدو فبعد أكثر من ستة سنوات على قرار "نيوزويك" مازالت الطباعات الورقية منتشرة عالميا، كما يسجل بقاء أكثر من ثلاث مليارات ونصف مليار من سكان العالم خارج نطاق التغطية الشبكية، وأن كثيرا من الدول والشعوب التي تعيش حروبا ومجاعات وصراعات مازال سيؤخر نبوءة عالم دون ورق.

ملاحظة أخرى يمكن التنبيه إليها من خلال نتائج الجدول، وهي محافظة التلفزيون -كوسيلة تقليدية- على مكانة بين الوسائل الاعلامية والاتصالية التي تقبل عليها عينة الدراسة، ومرد ذلك هو تنامي القنوات التلفزيونية التي أتاحتها البث الفضائي، فأصبح أمام المشاهدين فرصا متعددة ومتنوعة لاختيار المضامين الاعلامية التي تتناسب ومستوياتهم الوظيفية والمجتمعية، ولعل النخب الجزائرية وجدت في الانفتاح الذي شهده قطاع السمعي البصري في الجزائر منذ سنة 2014، فرصة للعودة والاحتكاك بالمضامين الاعلامية الجزائرية بعد أن كانت محتكرة منذ الاستقلال لصالح السلطة وخطابها

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 185.

² حمدي، مرجع سابق، ص 215.

³ إبراهيم فرغلي، "هل تؤدي الثورة الرقمية إلى انقراضهما؟ مستقبل الصحافة المكتوبة وفن الخط "مجلة العربي"، العدد 652، مارس 2013، ص-

ص 173، 186.

الأحادي، هذه القنوات أيضا فتحت المجال واسعا أمام النخب الجزائرية على اختلافها من نخب: سياسية، اقتصادية، أكاديمية، دينية، رياضية، فنية... الخ، لتكون حاضرة في برامجها، وناقلة لآرائها حول مختلف القضايا والأحداث، بل الأكثر من ذلك أصبحت هذه القنوات التلفزيونية الجزائرية فرصة لمختلف النخب وخاصة السياسية- في التعريف بها والترويج لبرامجها واستقطاب فئات الجمهور التي قد تكون لا تعرفها قبلا، وفي ذلك يقول الباحث "مصباح ياسين": "استقطب التلفزيون ليس الحرفيين في مهنة العمل الاعلامي فقط، من مذيعين ومقدمي برامج، بل أحاط العمل التلفزيوني بالإمكانيات السياسية والأدبية والعلمية من النخب وغيرها، وأضحى منبرا حيويا للأفكار الجديدة والخلاقة، ومنصة لصنع نجوم السياسة في الدولة والمجتمع، وهكذا تكون ولادة القائد والداعية السياسي اليوم على شاشات الفضائيات قبل أن يثبت أقدامه في معترك العمل الجماهيري، وشكل التلفزيون مسرحا سياسيا واجتماعيا كبيرا يفتح أبوابه للممثلين من رسميين وشعبيين وللجمهور عموما في تبادل للأدوار غير منقطع... "ليضيف الباحث "صباح ياسين": قوله "...ورغم أن الأجنداث السياسية والإيديولوجية تشكل الاطار العام لمواد القنوات التلفزيونية الفضائية، إلا أن ذلك قد مكن في الوقت ذاته اصحاب الرأي والاختصاص من مختلف تنوعات النخب السياسية والاجتماعية والاقتصادية من أن تؤكد حضورها على الشاشة بالرأي المتخصص والمستقل..."¹.

كما ترى الباحثة أن نتائج هذا الجدول قد تلتقي مع نتائج الباحث "فرحي" والتي سجلت اتجاها ايجابيا واعتمادا قويا للنخب الاكاديمية على وسائل الاتصال الجماهيري بنسبة 43%، على اعتبارها مصادر أساسية للحصول على المعلومات² التي تهمهم وذلك أن الوسائل الاعلامية والاتصالية التي وضعتها الباحثة وأجاب عنها المبحوثين تتدرج أساسا في خانة وسائل الاتصال الجماهيري.

- أما اختبار العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وإقبال النخب عينة الدراسة على الوسائل الاتصالية فقد جاءت على النحو التالي:

¹ صباح، مرجع سابق، ص ص 77، 76.

² فرحي، مرجع سابق، ص 252.

- العلاقة بين متغير جنس المبحوثين ومتغير الإقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية:

جدول رقم (22): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير الجنس بمتغير إقبال النخب على الوسائل الاتصالية.

الجنس				الوسائل الاعلامية المقبل عليها
أنثى		ذكر		
%	ك	%	ك	
98.30	116	98.48	260	الحاسوب
97.74	115	57.57	152	الألواح الإلكترونية
88.98	105	81.06	214	الهاتف
83,9%	99	81,8%	216	التلفزيون
47,5%	56	46,2%	122	الإذاعة
63,6%	75	64,8%	171	الصحيفة
مستوى دلالة الفا	مستوى دلالة الاختبار*	درجة الحرية	كا ² الجدولية	كا ² المحسوبة
0.05	0.615	0.6	12.59	4.457

بدراسة العلاقة بين جنس المبحوث والوسائل الاعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال، نجد أن كل من الذكور والإناث يقبلون على استخدام جهاز الحاسوب وبنسب متقاربة (98.48% و 98.30% للذكور والإناث على التوالي)، ثم نجد هناك اختلاف في تفضيل النخب من الإناث للألواح الالكترونية كوسيلة اتصالية في المرتبة الثانية ب 97.74% يليها جهاز الهاتف ب 88.98%، في حين نجد الأمر يختلف لدى النخب من الذكور حيث هناك إقبال على جهاز التلفزيون بالدرجة الثانية بنسبة وصلت الى 81,8% ثم جهاز الهاتف ب 81,6% ثم الألواح الالكترونية ب 57.57، كما نجد أن كل من الذكور والإناث من النخب الجزائرية عينة الدراسة يصنف الإذاعة في المرتبة السادسة والأخيرة وبنسب أيضا متقاربة (46.2% و 47.5% للذكور والإناث على التوالي).

تشير نتائج التحليل الاحصائي إلى أن كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، وبما أن الدلالة الاحصائية (sig) أكبر من 0.05 فلا توجد علاقة دالة احصائيا بين جنس المبحوثين وإقبالهم على الوسائل الاعلامية والاتصالية.

*مستوى دلالة الاختبار: P-value signifiante واختصارا لدى الباحثين sig

وانثناء هذه العلاقة ترجعه الباحثة إلى الطبيعة النخبوية لعينة الدراسة بحيث مجالات عملها واهتمامها، ووضعيتها كفئات اجتماعية تتمتع بالمكانة والقيادة تجعلها تهتم بمختلف الوسائل الاتصالية والتي جاء الحاسوب في مقدمتها سواء للنخب الذكورية أو الأنثوية، ويتفق نتائج هذا الاختبار مع ما توصل إليه الباحثين (V.Mani,Mohamed Esmail,S.Dhanavandan)¹ في دراستهم حيث لم تثبت وجود علاقة إحصائية بين متغير الجنس وإقبال العينة على التكنولوجيات، كما توافقت هذه النتائج مع النتائج التي توصل إليها الباحث "فرحي" في دراسته حيث توصل إلى أن وجود تقارب في اعتماد الذكور والإناث على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات تجعل من الفروق بينهما غير واضحة.²

- العلاقة بين متغير سن المبحوثين ومتغير الإقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية:

جدول رقم (23): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير السن بمتغير إقبال النخب على الوسائل

الاتصالية.

السن										الوسائل الاعلامية المقبل عليها
من 60 سنة فأكثر		من 50-59 سنة		من 40-49 سنة		من 30-39 سنة		أقل من 30 سنة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76,9	10	87,2	75	96	95	95,1	137	97,5	39	الحاسوب
30,8	4	37,2	32	28,3	28	41	59	52,5	21	الألواح الالكترونية
69,2	9	76,7	66	81,8	81	88,2	127	80	32	الهاتف
92,3	12	81,4	70	83,8	83	81,9	118	80	32	التلفزيون
38,5	5	39,5	34	48,5	48	51,4	74	42,5	17	الإذاعة
46,2	6	62,8	54	66,7	66	65,3	94	65	26	الصحيفة
مستوى الدلالة ألفا		مستوى دلالة الاختبار		درجة الحرية		كا ² الجدولية		كا ² المحسوبة		
0.05		0.052		24		36.415		36.223		

بدراسة العلاقة بين سن المبحوثين والوسائل الإعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال، نجد أن المبحوثين من الفئة الأولى (أقل من 30 سنة) إلى الفئة الرابعة (من 50 إلى 59 سنة) يفضلون الإقبال على جهاز الحاسوب بالدرجة الأولى وينسب متقاربة تقل لدى الفئة الرابعة: (97.5%، 95.1%،

¹ Mani, Esmail.Dhanavandan,Op-cit, p – p1 – 8.

²فرحي، مرجع سابق، ص 275

96%، 87.2%)، في حين الفئة الخامسة (من 60 سنة فأكثر) نجدها تفضل جهاز التلفزيون كوسيلة أولى بنسبة 92,3% ثم جهاز الحاسوب بنسبة 76,9%، ما يلاحظ أيضا أن النخب الأقل سنا تميل إلى استخدام أجهزة الألواح الالكترونية بنسبة أكبر مقارنة بالفئات الأخرى حيث وصلت إلى 52,5%.

وجد النخب من مختلف الأعمار تقبل على استخدام الهاتف بنسب متقاربة تقل لدى الفئة الخامسة وتتقارب نسب الإقبال على جهاز التلفزيون من مختلف الفئات العمرية لدى النخب الجزائرية عينة الدراسة وترتفع النسبة لدى الفئة الأخيرة كما تم الإشارة إليه، تتقارب نسب استخدام جهاز الإذاعة من مختلف الفئات العمرية لدى النخب الجزائرية عينة الدراسة وترتفع النسبة لدى الفئة الثانية من 30 إلى 39 سنة. تتقارب أيضا نسب الإقبال على قراءة الصحيفة لدى النخب الجزائرية عينة الدراسة المختلفة الفئات العمرية وتقل النسبة لدى الفئة الأخيرة.

لتشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن χ^2 المحسوبة أقل من χ^2 الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05 فلا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن النخب الجزائرية عينة الدراسة وإقبالهم على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

كشفت نتائج هذا الاختبار أمر مهم وهو أن النخب الجزائرية عينة الدراسة هي نخب تهتم بالانفتاح والإقبال على مختلف الوسائل الإعلامية والاتصالية دون أن تتأثر بمعيار السن، بحيث جاء الحاسوب دائما كأولوية أولى بالنسب للنخب التي اتفقت على اختلاف فئاتها العمرية على أنه من بين الوسائل التي تفضل الإقبال عليها وربما يدعم هذه النتيجة تلك البحوث العلمية التي أجريت خلال السنوات الماضية- تم الإشارة - إليها والتي تتحدث على أن النضج العمري لا يرتبط بمرحل شبابية وإنما قد يمتد إلى سن الستين، ويتفق نتائج هذا الاختبار مع ما توصل إليه الباحثين (Mohamed Esmail, V.Mani, S.Dhanavandan)¹ في دراستهم حيث لم تثبت وجود علاقة إحصائية بين متغير السن وإقبال العينة على التكنولوجيات، واختلفت نتائج هذا الاختبار مع النتائج التي توصل إليها الباحث "فرحي" في دراسته حيث وجد أن هناك اختلافات بين متغير السن والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري كمصادر للمعلومات لصالح الفئات العمرية الأقل سنا مقارنة بالفئات العمرية الأكبر.² كما اختلفت أيضا مع النتائج التي توصل إليها الباحث "رضا عبد الواحد" الذي توصل في دراسته إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية وبين استخدام الصحف الالكترونية لصالح الفئات التي تتراوح أعمارها بين 30

¹ V.Mani, Esmail.Dhanavandan, Op-cit , p - p 1-8.

² فرحي، مرجع سابق ،ص 292.

و40 سنة الأكثر استخداما لهذه التكنولوجيات مقابل الفئة العمرية التي تتجاوز 40 سنة¹، وعليه ترى الباحثة من خلال هذه النتائج أن افتراض أن فئة الشباب هم الأقدر على تبني الأفكار والوسائل الاعلامية المستحدثة ونشرها لا ينسجم مع المعطيات العمرية للنخب الجزائرية التي تجاوزت إشكالية السن إلى الممارسة والاستخدام.

- العلاقة بين المستوى العلمي للمبجوثين والإقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية:

جدول رقم (24): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المؤهل العلمي بإقبال النخب على الوسائل الاعلامية والاتصالية.

المستوى العلمي										الوسائل الاعلامية المقبل عليها
ثانوي		ليسانس		ماستر		ماجستير		دكتوراه		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.2	16	93.8	121	96.4	27	94.8	109	93.3	83	الحاسوب
33.3	7	36.4	47	50	14	36.5	42	38.2	34	الألواح الالكترونية
81	17	82.2	106	89.3	25	82.6	95	80.9	72	الهاتف
85.7	18	79.8	103	82.1	23	81.7	94	86.5	77	التلفزيون
33.3	7	54.3	70	50	14	38.3	44	48.3	43	الإذاعة
76.2	16	61.2	79	60.7	17	68.7	79	61.8	55	الصحيفة
مستوى الدلالة ألفا		مستوى دلالة الاختبار		درجة الحرية		كا ² الجدولية		كا ² المحسوبة		
0.05		0.314		24		36.415		26.788		

بدراسة العلاقة بين المؤهل العلمي أو المستوى التعليمي للمبجوثين والوسائل الإعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال، نجد أن المبجوثين الحاصلين على الدرجات العلمية المختلفة: دكتوراه، ماجستير، ليسانس، ماستر يقبلون على استخدام جهاز الحاسوب بالدرجة الأولى وينسب متقاربة تجاوزت 90% في حين الذين توقفوا في دراستهم عند المرحلة الثانوية نجدهم يفضلون الإقبال على مشاهدة جهاز التلفزيون واستخدام الهاتف بدرجة أكبر.

ولم تختلف النخب الجزائرية عينة الدراسة وبمختلف مستوياتها العلمية عن نسب استخدامها لجهازي التلفزيون والهاتف وأيضا الصحيفة حيث جاءت النسب كما الترتيب متقاربة وتخلص هذه النتائج إلى أن

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 259.

الإقبال على الوسائل الاتصالية أمر لا يرتبط بمستوى علمي محدد ولقد أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن كا^2 المحسوبة أقل من كا^2 الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05 فلا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للنخب الجزائرية عينة الدراسة وإقبالهم على الوسائل الإعلامية والاتصالية أي أن استخدام الوسائل الإعلامية والاتصالية لا يتطلب مستوى عالياً راقياً لكي يتمكن صاحبها من استخدامها، مع ضرورة تسجيل ملاحظة مهمة وهي أن النخب الجزائرية يتمتع أغلبها بمستويات علمية عالية وإن اختلفت في درجاتها بين الليسانس، ماستر، ماجستير ودكتوراه وهو الأمر الذي ربما جعل العلاقة تنتفي.

- العلاقة بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير إقبال على الوسائل الإعلامية والاتصالية:

جدول رقم (25): نتائج اختبار كا^2 لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي ومتغير إقبال النخب على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

المجال النخبوي								الوسائل الإعلامية المقبل عليها
ديني		إعلامي		سياسي		أكاديمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
91.6	76	94.3	100	90.7	97	93.9	154	الحاسوب
37.3	31	48.1	51	27.1	29	39.6	65	الألواح الإلكترونية
80.7	67	88.7	94	81.3	87	80.5	132	الهاتف
81.9	68	84.9	90	78.5	84	84.1	138	التلفزيون
43.4	36	67	71	27.1	29	42.1	69	الإذاعة
55.4	46	74.5	79	63.6	68	59.8	98	الصحيفة
مستوى الدلالة ألفا		مستوى دلالة الاختبار		درجة الحرية		كا^2 الجدولية		كا^2 المحسوبة
0.05		0.000		24		36.415		87.979

بدراسة العلاقة بين نوع النخب عينة الدراسة والوسائل الإعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال، نجد أن النخب الأربع تتفق على تفضيلها لجهاز الحاسوب كوسيلة اتصالية أولى وينسب متقاربة تجاوزت الـ 90% ارتفعت أكثر لدى النخب الإعلامية والأكاديمية.

ما يلاحظ أيضا على هذا الجدول هو أن النخب الإعلامية تفوقت في كل النسب المتعلقة بالإقبال على وسائل الإعلام والاتصال، حيث تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن χ^2 المحسوبة أكبر من χ^2 الجدولية، وبما أن sig أقل من 0.05 فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي والإقبال على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

ترى الباحثة أن وجود العلاقة بين متغير المجال النخبوي بالإقبال على الوسائل الإعلامية والاتصالية أمر يعكس الاختلافات والتباينات الموجودة بين النخب فطبيعة عملها ليست واحدة والباحثة أمام مجموعات نخبوية غير متجانسة من خلال ممارستها لمهن وانتماءات مختلفة على الرغم من التقارب: النوعي /السنى /العلمي إلا أن المجال النخبوي أحدث فرقا فمثلا النخب الإعلامية نظرا لطبيعة عملها من الطبيعي أن يكون إقبالها على مختلف الوسائل كبيرا مقارنة بالنخب الأخرى وتتفق نتائج هذا التحليل الإحصائي مع نتائج الباحث "رضا عبد الواحد" الذي توصل في دراسته إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مجال النخبة المصرية عينة الدراسة واستخدامها لتكنولوجيا الصحافة الالكترونية¹.

وعليه تصل الباحثة إلى النتائج النهائية التالية بخصوص هذا السؤال وعلاقته بالمتغيرات:

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغيرات الجنس، السن والمستوى العلمي ومتغير الإقبال على الوسائل الإعلامية والاتصالية.
- توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي ومتغير الإقبال النخب الجزائرية على الوسائل الإعلامية والاتصالية.

¹المرجع نفسه، ص 273.

2.2.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها لارتباط الوسائل الإعلام والاتصال بشبكة

الإنترنت:

الجدول رقم (26): توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها لارتباط الوسائل الإعلام والاتصال بشبكة

الإنترنت.

المجموع		درجات القياس								الوسائل الإعلامية والاتصالية
		أبداً		نادراً		أحياناً		دائماً		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	382	45	171	17	64	28	107	10	40	الإذاعة
100	382	32	121	14	54	33	128	21	79	التلفزيون
100	382	11	43	6	21	28	106	56	212	الهاتف
100	382	1.3	05	0.8	3	23	87	75	287	الحاسوب
100	382	32	124	15	52	26	102	27	104	الألواح الإلكترونية

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن: النخب الجزائرية عينة الدراسة بشكل عام تستخدم وسائل الإعلام والاتصال المرتبطة بشبكة الإنترنت، وإن كان هذا الربط مختلفاً ومتفاوتاً من وسيلة إلى أخرى، فنجد أن أغلب عينة الدراسة لديها ارتباط دائم بشبكة الإنترنت من خلال حواسيبها حيث وصلت النسبة إلى 75% وبنسبة أقل تصل إلى 56% سجل المبحوثون أن هواتفهم مرتبطة بشكل دائم بشبكة الإنترنت. في حين قلت هذه النسبة عند السؤال عن ارتباط الألواح الإلكترونية بالشبكة حيث وصلت بشكل دائم إلى 27% مقابل 32% لم يسبق لهم ربط ألواحهم الإلكترونية بالشبكة، كما ترتفع أيضاً نسبة عدم الارتباط بشبكة الإنترنت على مستوى الإذاعة والتلفزيون (45%، 32% على التوالي).

إن نسب ربط النخب الجزائرية عينة الدراسة لوسائلها الإعلامية والاتصالية بشبكة الإنترنت يعكس ما وصلت إليه الجزائر خلال السنوات الأخيرة من ارتفاع في عدد المشتركين بالشبكة حيث رصدت آخر الإحصائيات أكثر من 29 مليون مشترك.

ومع تنوع خدمات الإنترنت من ثابتة إلى محمولة سجلت النخب الجزائرية انخراطها في هذا المجال وتبنيها للتطورات الحديثة، فكان منطقياً أن ترتبط الحواسيب لدى النخب بشبكة الإنترنت بشكل أكبر

باعتبارها الوسيلة الاتصالية الأولى التي يفضلون استخدامها والاقبال على مختلف خدماتها كما سبق الإشارة إليه في الجدول رقم (21).

كما يفسر ذلك الأهمية الكبيرة للشبكة كمصدر هام من مصادر استكمال الموضوعات والحصول على الأبحاث وملخصاتها بالنسبة لأساتذة الجامعات¹، وتبادل للمعلومات المسهلة لعملية التواصل والتسيير للمؤسسات الجامعية التي يشرفون عليها سواء كان المستهدفون طلبة أو أساتذة أو حتى إداريين، ولقد سجل الباحث "حمدي" في دراسته أن 95.44% من عينة دراسته (الأساتذة الجامعيين) مرتبطين بشبكة الإنترنت، وسجلت الباحثة "بارعة شقير" أن 50% من النخب الأكاديمية عينة دراستها لديهم ربط بشبكة الإنترنت².

كذلك فهي تعد مصدرا للمعرفة السياسية ومعرفة السياسة، وقد أصبحت مجالا جديدا يستثمر فيه العديد من السياسيين الراغبين في الاستقطاب السياسي والانفتاح على شرائح مجتمعية جديدة من خلال التعريف بالبرامج والرؤى السياسية، وهذا ما توصلت إليه الباحثة "شريهان توفيق" في دراستها أين وجدت أن النسبة الأكبر (63.8%) من أفراد العينة اعتادت التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا والأحداث السياسية العامة أثناء تصفحهم لشبكة الإنترنت، وسجل الباحث "قواسم" في دراسته أن 95,6% من البرلمانيين الجزائريين عينة الدراسة لديهم ربط بشبكة الإنترنت³.

كما أنه لا غنى عنها لكل داعية وإمام للإمام بالقضايا العصر ومتطلبات الدعوة، كي لا يكون الخطاب الديني بمعزل عن الأحداث والقضايا المعاصرة بالنسبة للنخبة الدينية، ففي دراسة أجراها الباحث "العربي زروقي" بعنوان: "التكوين الديني والبنية المعرفية للأئمة في الجزائر" فقد توصل في نتائجه الميدانية أن: (40% من عينة دراسته يستخدمون شبكة الإنترنت أحيانا، وأن 11% يستخدمونها بصفة دائمة)، وبرر الباحث ذلك "بأهمية فضاء الإنترنت في العصر الحالي في عمليات التواصل والإعلام وتبادل المعارف"⁴.

¹ المرجع نفسه، ص 172.

² بارعة شقير، مرجع سابق، ص-ص 455-499.

³ قواسم، مرجع سابق، ص 362.

⁴ العربي زروقي، التكوين الديني والبنية المعرفية للأئمة في الجزائر، المعهد الإسلامي لتكوين الاطارات الدينية بغليزان نموذجا، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الديني، غير منشورة، (جامعة وهران: كلية العلوم الاجتماعية، 2011/2012)، ص 84.

أما النخب الإعلامية فإنه إضافة إلى تبني العمل الميداني والتغطية الصحفية للمواضيع والقضايا والأحداث وفق قوالب صحفية مختلفة فإن الارتباط بشبكة الانترنت أصبح أمرا أكثر من ضروري في الممارسة الصحفية، ولقد توصل الباحث "بن زايد" في دراسته أن الصحفيين الجزائريين يتوفرون على ربط بشبكة الانترنت في مقر العمل بنسبة 98.04%، وفي بيوتهم بنسبة 84.30%¹.

كثيرة هي جوانب الاستفادة من الشبكة وقد أُلّف في ذلك عديد الباحثين والمهتمين كتباً وإصدارات تتناول ما منحه هذه التكنولوجيا من تغييرات مهمة للمستخدمين أفراداً أو مؤسسات أو دولا كانوا، واعتاد الباحثون على طرح ماذا يحقق لنا الاتصال عبر الشبكة؟ تسأل الباحثة ماذا لو لم تكن متصلين بالشبكة؟ (hors connexion)، فلقد أصبح الارتباط بالإنترنت سمة يومية في الممارسات الحياتية الانسانية.

✓ أما اختبار العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية التي تقبل عليها بشبكة الانترنت فجاءت نتائجها كما يلي:

- العلاقة بين متغير جنس المبحوثين ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمونها بشبكة الانترنت.

جدول رقم (27): نتائج اختبار كاي² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير ارتباط الوسائل

الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.

ألواح الكترونية				حاسوب				هاتف				التلفزيون				الإذاعة				التشبيك
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	*1	الجنس
98	34	71	61	05	02	60	197	35	17	79	133	80	39	92	53	120	43	71	30	ذكور
26	18	31	43	00	01	27	90	08	04	27	79	41	15	36	26	51	21	36	10	إناث
11.395				2.274				9.912				1.363				1.232				كا ² المحسوبة
03				03				03				03				03				درجة الحرية
7.805				7.805				7.805				7.805				7.805				كا ² الجدولية
0.010				0.518				0.019				0.714				0.745				م. م الاختبار
0.05				0.05				0.05				0.05				0.05				م. م ألفا

¹ بن زايد، مرجع سابق، ص 144.

* 1: دائما، 2: أحيانا، 3: نادرا، 4: أبدا

- دراسة العلاقة بين متغير جنس النخب عينة الدراسة ومتغير مدى ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال بشبكة الانترنت، نجد أن نتائج التحليل الاحصائي تشير إلى:
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط الاذاعة بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وارتباط الاذاعة بشبكة الانترنت.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.
- تصل الباحثة في نهاية هذه النتائج إلى أنه:
- لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوثين وارتباط كل من: الإذاعة، التلفزيون والحاسوب كوسائل اعلامية واتصالية بشبكة الانترنت.
 - في حين ثبت وجود علاقة دالة احصائياً بين متغير جنس المبحوثين وارتباط كل من الهواتف الذكية والألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.
- وفي تحليلها لنتائج هذا الاختبار تعرض هذه الدراسة لرؤيتين تراهما الباحثة متكاملتين:
- انتفاء وجود العلاقة الاحصائية بين متغير الجنس وارتباط جهاز الحاسوب بشبكة الانترنت، وهنا نتيجة الاختبار تؤكد مكانة وأهمية هذه التكنولوجيا لدى عينة الدراسة بما لا يتناقض مع النتائج التي تم رصدها في الجداول السابقة: حيث جاء جهاز الحاسوب كوسيلة اعلامية واتصالية أولى

تعتمد عليها النخب عينة الدراسة، ثم سجل تقارب كبير جدا (98.48%، 98.30%) بين كل من الذكور والإناث في الاعتماد على تكنولوجيا الحاسوب.

• ثبوت وجود العلاقة الدالة احصائيا بين متغير الجنس وارتباط كلا من تكنولوجيا الهواتف الذكية والألواح الالكترونية بشبكة الانترنت هي نتيجة جزئية ذات أهمية لهذه الدراسة التي تركز أساسا على التكنولوجيات الحديثة، والتي نلاحظ أن عديد الدراسات وخاصة الغربية تخصص لها دائما زاوية أو مكانا في بحوثها تحت عنوان: "Internet use by gender"، من جهتها تطالعنا دائما الاحصائيات عن وجود الاختلافات بين المستخدمين من الذكور والإناث لشبكة الانترنت والتي لا تتأت إلا عبر وسائط أو أجهزة متعددة تنصدرها اليوم: الهواتف الذكية، الحواسيب والألواح الالكترونية، ففي احصائيات 2017 والتي عرضتها البوابة الاحصائية (The Statistics Portal) سجلت تفوقا للذكور في العديد من مناطق العالم بما فيها افريقيا التي تنتمي الجزائر إلى نطاقها الجغرافي.

جدول رقم(28): استخدام الانترنت في العالم وفقا للتوزيع الجغرافي وجنس المستخدمين

خلال سنة 2017 (بالنسبة المئوية).

المنطقة الجغرافية	افريقيا	الدول العربية	آسيا	أمريكا	بلدان كومونولث الدول المستقلة CIS	أوروبا
الذكور	24.9	47.7	47.7	65.1	69.8	82.9
الاناث	18.6	39.4	39.4	66.7	65.8	76.3

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على معطيات The Statistics Portal¹

نلاحظ من خلال هذه الاحصائيات تفوقا واضحا لاستخدام الذكور لشبكة الإنترنت في أغلب مناطق العالم، ما عدا في أمريكا أين سجل تفوق طفيف للمستخدمين الاناث وهذه النسب قد تتوافق مع ما سجلته الباحثة في بداية تحليل نتائج المحور الأول وتحديدًا في جزئية توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس حيث لوحظ التفوق العددي للذكور.

¹ للمزيد من التفاصيل أنظر: <https://www.statista.com/statistics/491387/gender-distribution-of-internet-users-region>

- العلاقة بين متغير سن المبحوثين ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت:

جدول رقم (29): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث و متغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.

التشبيك				الإذاعة				التلفزيون				هاتف				حاسوب				ألواح الكترونية				السن
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
04	10	13	13	05	20	06	09	29	09	09	02	33	07	00	00	10	11	13	06	أقل من 30 سنة				
19	49	24	52	40	45	25	34	82	38	10	14	114	29	01	00	64	36	14	30	30-39				
09	19	13	58	10	35	12	42	57	26	06	10	71	28	00	00	15	27	16	41	40-49				
08	26	13	39	19	26	11	30	39	31	04	12	61	19	02	04	13	25	09	39	50-59				
00	03	01	09	05	02	00	06	05	02	01	05	08	04	00	01	01	03	00	08	أكثر من 60 سنة				
24.879				29.430				21.856				22.803				61.717				كا ² المحسوبة				
12				12				12				12				12				درجة الحرية				
21.026				21.026				21.026				21.026				21.026				كا ² الجدولية				
0.015				0.003				0.039				0.029				0.000				م. م الإختبار				
0.05				0.05				0.05				0.05				0.05				م. م ألفا				

بدراسة العلاقة بين متغير سن النخب عينة الدراسة ومدى ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية

التي تحظى بالإقبال بشبكة الانترنت، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وارتباط الإذاعة بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير سن المبحوث وارتباط الإذاعة بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير سن المبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت.

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.

"تصل الباحثة في نهاية هذه النتائج إلى أنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير السن ومتغير التشبيك".

وفي قراءة لهذه النتائج التي اختلفت مع نتائج اختبار الجدول رقم (23) والذي رصد عدم وجود علاقة بين متغير السن ومتغير الإقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية، أن الإقبال على هذه الوسائل لا يعن بالضرورة ارتباطها بشبكة الانترنت، ويبدو أن النخب الجزائرية رغم تسجيلها انفتاحا واستخداما لمختلف الوسائل الاعلامية والاتصالية إلا أنها مازالت تتأثر بجزئية الجانب العمري في ابحارها واستخدامها لشبكة الانترنت عبر مختلف الوسائل الاتصالية، لتبقى نتائج هذا الاختبار نسبية تتعلق بعينة الدراسة وقد تتغير مع الوقت لنفس العينة أو بالانتقال إلى عينات أخرى فقد أثبتت دراسات علمية ومنها دراسة أعدتها إحدى الشركات الإيطالية حول استخدام الإنترنت بين الكبار (فوق 74 عاماً)، أن: "كبار السن أصبحوا ينافسون الشباب في مهارات الإنترنت، وفي تمضية وقت طويل أمام الكمبيوتر، وأن استخداماته أصبحت أكثر شعبية بين جميع الفئات العمرية، كما وجدت الدراسة أن "مستخدمي الإنترنت الذين تزيد أعمارهم على 34 عاماً فما فوق، أكثر انخراطاً في أنشطة عدة عبر الإنترنت من خلال زيارة المواقع الحكومية، والحصول على المعلومات المالية عبر الإنترنت"، وأوضحت أن "أسرع معدل نمو في عدد مستخدمي الإنترنت كان لمن هم فوق سن 74 عاماً، وأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

تضاعف أربع مرات منذ عام 2008، وأن معظم الباحثين عن المعلومات الصحية على الإنترنت هم من كبار السن¹.

- العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبجوثين ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت:

جدول رقم (30): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبجوث ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.

ألواح الكترونية				حاسوب				هاتف				التلفزيون				الإذاعة				التشبيك م. العلمي
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	
28	14	23	24	01	01	19	68	08	05	24	52	29	11	32	17	39	11	32	07	دكتوراه
37	13	33	32	01	01	22	91	19	11	29	59	40	15	36	24	55	20	29	11	ماجستير
06	04	06	12	00	00	07	21	01	00	10	17	05	03	11	09	10	07	08	03	ماستر
44	19	33	33	01	01	34	93	15	04	38	72	41	22	42	24	58	20	32	19	ليسانس
09	02	07	03	02	00	05	14	03	01	05	12	06	03	07	05	09	06	06	00	ثانوي
7.860				14.363				10.986				6.327				12.755				كا ² المحسوبة
12				12				12				12				12				درجة الحرية
21.026				21.026				21.026				21.026				21.026				كا ² الجدولية
0.796				0.278				0.530				0.899				0.387				م. م الإختبار
0.05				0.05				0.05				0.05				0.05				م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين المؤهل العلمي للنخب عينة الدراسة ومدى ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تحظى بالإقبال بشبكة الانترنت نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبجوث وارتباط الاذاعة بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي للمبجوث وارتباط الاذاعة بشبكة الانترنت.

¹ "كبار السن والتكنولوجيا شر لابد منه" مقال متاح على موقع موسوعة تعلم معنا " في

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.

"تستخلص الباحثة من هذه النتائج أنه لا توجد علاقة بين متغير المؤهل العلمي ومتغير التشبيك"

تعليقا على نتائج هذا الاختبار تتأكد أحد خصائص تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي سبق وأن تم الإشارة إليها في الفصل الثالث وهي سهولة الاستخدام، فارتباط وسائل الاعلام والاتصال على اختلافها وتطورها بشبكة الانترنت لا يتطلب مستويات علمية معينة، أو حتى عالية لتمكين المستخدم من الابحار والاستفادة من خدمات الشبكة فيكفي أن تتوفر الخدمة (سواء كانت انترنت ثابتة أو محمولة) للمستخدم ويلمسة واحدة أو ضغط على مكان الشبكة (connection) ليجد نفسه متصلا (connecté).

كما يمكن التنبية أن المستخدم أو الجمهور بشكل عام أصبح مستقيدا من خدمات الشبكة، فكيف إذا كان المستخدم نخويا ويمتع بمستويات علمية تتناسب مع المناصب والوضعيات التي يتقلدها فإن الاستخدام هنا يصبح أكثر من ضرورة .

- العلاقة بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت:

جدول رقم (31): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي ومتغير ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها بشبكة الانترنت.

ألواح الكترونية				حاسوب				هاتف				التلفزيون				الإذاعة				التشبيك م. النخبوي
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	
48	25	45	46	2	1	31	130	21	11	40	92	53	19	58	34	76	29	49	10	أكاديمي
43	10	28	26	3	2	28	74	9	5	35	58	39	13	37	18	57	13	30	7	سياسي
20	17	27	42	1	0	14	91	5	8	24	69	15	20	40	31	32	18	31	25	إعلامي
40	12	21	10	0	1	25	57	16	2	25	40	34	14	22	13	45	16	19	3	ديني
41.323				22.939				24.725				33.137				59.837				كا ² المحسوبة
12				12				12				12				12				درجة الحرية
21.026				21.026				21.026				21.026				21.026				كا ² الجدولية
0.000				0.028				0.016				0.001				0.000				م. م الإختبار
0.05				0.05				0.05				0.05				0.05				م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين المجال النخبوي عينة الدراسة ومدى ارتباط الوسائل الإعلامية والاتصالية التي

تحظى بالإقبال بشبكة الانترنت، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الإذاعة بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الإذاعة بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المجال النخبوي للمبحوث وارتباط التلفزيون بشبكة الانترنت.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الهاتف بشبكة الانترنت.

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الحاسوب بشبكة الانترنت.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المجال النخبوي للمبحوث وارتباط الألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.
- في نهاية نتائج التحليل "تصل الباحثة إلى أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المجال النخبوي ومتغير التشبيك".

وتتفق نتائج هذا الاختبار مع نتائج الاختبار التي رصدت وجود العلاقة الاحصائية بين متغير المجال النخبوي والإقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية، وهو تأكيد على حيوية واختلاف مجالات النخب التي تتطلب لدى بعض النخب اتصالاً دائماً ومستمرًا بشبكة الانترنت، مقارنة بمجالات نخبوية أخرى وإن كان لا بد من الإشارة اليوم إلى أن جل أو كل المجالات على اختلافها وتتوعها تتطلب اتصالاً وارتباطاً بالشبكة (الذي يتفاوت من مجال إلى آخر) بغية الاطلاع على مختلف المعطيات والمعلومات والأشخاص والجهات المتعلقة بهذه الميادين.

ينتهي سؤال علاقة متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي للمبحوثين ومتغير مدى ارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الانترنت إلى رصد ثلاثة نتائج بارزة:

- توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغيري السن والمجال النخبوي وارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الانترنت.
- لا توجد علاقة بين متغير المؤهل العلمي وارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الانترنت.
- توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوثين وارتباط كل من الهواتف الذكية والألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.

3.2.1.5 توزيع عينة الدراسة حسب المصدر الذي تعتمد عليه في التواصل الشبكي:

الجدول رقم (32): توزيع عينة الدراسة حسب المصدر الذي تعتمد عليه في التواصل الشبكي.

الإجابات		المصدر الشبكي
%	ك	
24.92	161	ADSL
43.34	280	WIFI
31.73	205	3G
100	*646	المجموع

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن النخب عينة الدراسة تفضل أن يكون تواصلها الشبكي وولوجها إلى شبكة الانترنت ومختلف تطبيقاتها وخدماتها من خلال الخطوط الاتصالية غير الثابتة أو ما يعرف بشبكة الويفي (wifi) بمرتبة أولى قدرت بحوالي 43%، ثم بدرجة ثانية الانترنت المحمولة من خلال خدمة الجيل الثالث بنسبة تقترب إلى 32%، وفي الأخير من خلال خدمة الانترنت فائقة السرعة (ADSL). وترى الباحثة أن هذه النسب قد ترجع بالأساس إلى تفضيل الباحثين لأجهزة الحاسوب بدرجة كبيرة من جهة ومن جهة ثانية إلى الخدمة الجيدة التي يجدها الكثير من المستخدمين مستعملي WIFI مقارنة بارتفاع أسعار خدمة الجيل الثالث وضعف التغطية التي تقدمها.

هذه النسب في حقيقتها مرشحة للارتفاع والتغيير بشكل كبير، وذلك بالتوازي مع الارتفاع المسجل على عدد مشتركى الانترنت في الجزائر، خصوصا مع دخول خدمة الجيل الرابع للهاتف الثابت والنقال (4G) حيز الخدمة، (حيث صممت الباحثة الاستبيان قبل دخول الخدمة حيز التنفيذ)، مما سيعزز المنافسة بين متعاملي الهاتف النقال، وهذا سيؤدي إلى انتظام الأسعار، تحسين كبير على التغطية والأمر الأكثر أهمية بالنسبة لعينة الدراسة هو تعددية المصادر المختلفة التي يتم الاعتماد عليها للوصول للشبكة حيث جاءت عملية بناء الاستبيان في مرحلة كانت خدمات الجيل الثالث مازالت في بدايتها ليرتقي بعد ذلك مشتركوها خلال سنة 2016 إلى أكثر من 25 مليون مشترك وهو الأمر الذي جعل الجزائر من

* مجموع الإجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

أكثر الدول الديناميكية في مجال انتشار خدمات الجيل الثالث للهاتف النقال حسب "تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات" خلال سنة 2016 كما سبق الإشارة إليه.

4.2.1.5 عرض وتحليل نتائج درجة تفضيل النخبة الجزائرية محل الدراسة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة .

بغية العرض الجيد للكيفية التي رتبت بها النخب الجزائرية عينة الدراسة للتكنولوجيات المقترحة قامت الباحثة بتفريغ البيانات المتحصل عليها من خلال أربعة جداول أساسية، تم الاستناد في الجداول الثلاثة الأولى على كل من: التكرارات الترتيبية التي منحها المبحوثين للوسائل، ثم من خلال حساب مجموع التكرارات المعدلة لكل وسيلة أمكن استخراج المجاميع النهائية ومنه بناء الجدول الرابع وهو الجدول الأساسي والمهم بالنسبة للباحثة في عملية التحليل، لذا سنكتف بعرض الجداول الثلاث وفق قراءة رقمية فقط، ثم ترك التحليل للجدول الرابع.

الجدول رقم (33): نتائج ترتيب الحاسوب لدى المبحوثين.

الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل
1	219	3	657
2	97	2	194
3	49	1	49
مجموع التكرار المعدل			900

الجدول رقم (34): نتائج ترتيب الهاتف الذكي لدى المبحوثين.

الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل
1	151	3	453
2	144	2	288
3	68	1	68
مجموع التكرار المعدل			809

الجدول رقم (35): نتائج ترتيب الألواح الإلكترونية لدى المبحوثين.

الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل
1	20	3	60
2	108	2	216
3	231	1	231
مجموع التكرار المعدل			507

وبناء على مخرجات الجدول السابق يمكن استخراج الرتب النهائية للوسائل على النحو التالي:

الجدول رقم (36): نتائج ترتيب تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة لدى المبحوثين.

الرتبة	التكرار المعدل	الوسائل التكنولوجية
الأولى	900	الحاسوب
الثانية	809	الهاتف الذكي
الثالثة	507	الألواح الإلكترونية

تكشف نتائج الجدول عن تفضيل النخبة الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيا الحاسوب كتكنولوجيا أولى من حيث الاستخدام، في حين احتل الهاتف الذكي المرتبة الثانية وجاءت ثالثا وأخيرا الألواح الإلكترونية، ويتفق هذا الترتيب مع نتائج الجدول رقم (21) بحيث تتعزز مكانة الحاسوب كوسيلة أساسية لا تستغن عنها النخب الجزائرية عينة الدراسة في عملها وممارساتها لمهامها ووظائفها، وتجد في الخصائص التي يتمتع بها جهاز الحاسوب من قدرة على إجراء عمليات الكتابة والبحث وبناء التقارير وأيضا تمتعه بالشاشة الكبيرة التي تسمح بمطالعة الملفات المختلفة... إلخ، خصائص مهمة للاعتماد عليه بدرجة كبيرة مقابل الهواتف والألواح الذكية التي قد تستخدم للبحث بدرجة أقل خصوصا مع صغر شاشاتها، وعلى عكس النخب ذات الالتزامات والمسؤوليات نجد أن الدراسات التي تناولت تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة والمتعلقة بالطلبة الجامعيين أو الشباب أو الجمهور بشكل عام توصلت إلى أن: الهواتف الذكية هي الوسيلة المثلى للتواصل والاستخدام، وهذا ما جاء في دراسات الباحثين "البراشيدي، النعزي، حيث سجل الباحثون نسبة مرتفعا في استخدام الهواتف الذكية كوسائل اتصالية أساسية (83.5%، 75.6%)، ولقد سجلت دراسة الباحثين (Ahmet Cetinkaya, Ozgur Erkut, Murat)

(Kirik) أن عينة دراستهم (جمهور عام) تفضل الاعتماد على الهواتف الذكية من أجل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة تتجاوز 75%، ثم بدرجة ثانية الحواسيب بنسبة 66.9% وثالثا الألواح الإلكترونية بنسبة لا تتجاوز 24%.

وترى الباحثة أن استخدام الهواتف الذكية وحتى الألواح الإلكترونية من طرف هذه الشرائح يستهدف أساسا سرعة الدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي ومختلف التطبيقات التي تسهل العملية الاتصالية فلقد أثبتت الكثير من الدراسات الاعلامية الحديثة، وفي أماكن مختلفة في العالم أن الشباب تستهويهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تجعلهم أكثر ارتباطا واتصالا مع زملائهم وأصدقائهم وبناء خبرات وصداقات جديدة، وكل ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، في حين تبدو النخب أكثر اتزانا ونضوجا في التعامل مع الحاسوب وأيضا الوسائل التكنولوجية الأخرى ولكن وفق استخدامات واهتمامات أكيد مختلفة بينها وبين الشرائح الأخرى.

5.2.1.5 عرض وتحليل نتائج الأماكن التي تستخدم فيها التكنولوجيات حسب النخبة الجزائرية

محل الدراسة.

الجدول رقم (37): توزيع عينة الدراسة حسب الأماكن التي تستخدم فيها التكنولوجيات.

أماكن الاستخدام	ك	%
المنزل	362	49.5
العمل	268	36.6
مقهى الإنترنت	40	5.5
لا مكان محدد من خلال خدمة الانترنت المحمول	62	8.5
المجموع	*732	100

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن المبحوثين تنتوع أماكن استخدامهم للتكنولوجيات حيث يفضلون منازلهم بالدرجة الأولى كوجهة أساسية للاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال التي يمتلكونها وبالخصوص أجهزة الحاسوب التي صنفت في المرتبة الأولى من حيث الاقبال والاستخدام، فقد وصلت النسبة إلى 49,5%، ثم أماكن العمل في المرتبة الثانية ب 36,6%، وينسب أقل تفاوتت أماكن

*مجموع الإجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

استخدام المبحوثين لهذه التكنولوجيات، حيث ترى 8,5% من عينة الدراسة أن لا مكان محدد لها، فأين توفرت الشبكة أو التغطية سواء ما يعرف ب (free wifi) أو استخدام العروض التي تقدمها شركات الاتصال المختلفة في اطار ما يعرف بالإنترنت المحمولة تم الاستخدام.

أما بالنسبة لمقاهي الانترنت النسبة كانت فيها ضعيفة واحتلت المرتبة الأخيرة ب 5,5% من اجابات المبحوثين، ففي ظل الانتشار الكبير لمستخدمي الانترنت سواء داخل البيوت أو العمل تقلصت نسبة الذين يقصدون المقاهي الالكترونية حيث نجد أن الشباب والأطفال في يومنا هذا أصبحوا الزبائن الأساسية لهذه المقاهي في رحلة بحث عن الترفيه وتحميل الألعاب أو الدردشة وحتى في إعداد وطبع البحوث فأغلب مقاهي الانترنت تجمع بين خدمة الانترنت وخدمات الكتابة والطبع.

وتبدو هذه النتائج منطقية في ظل انشغال النخب من مواقعها القيادية ومن باب المسؤوليات التي على عاتقها بتأدية أعمال ووظائف تتجاوز استخدام التكنولوجيات لتفضل البيت وأماكن العمل كوجهتين مناسبتين للاستخدام، وهنا ترى الباحثة أن عينة الدراسة باعتبار أغلبهم مسئولين وإطارات في مؤسساتهم فإنهم قد يعتمدون على أشخاص ينوبونهم أو يكلفون بالتعامل مع هذه الوسائل.

هذه النتائج اتفقت مع النتائج التي رصدها الباحث "رضا عبد الواحد أمين" حيث توصل إلى أن 66% من المبحوثين يدخلون على الانترنت بشكل رئيسي بواسطة جهاز كمبيوتر في المنزل، و30,75% يدخلون على الانترنت من خلال جهاز كمبيوتر توفره لهم جهة العمل، كما يحرص أفراد النخب بنسبة كبيرة على امتلاك التكنولوجيا التي تساعدهم في استكمال أعمالهم وتنمية معارفهم¹.

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص 171.

6.2.1.5 عرض وتحليل كثافة استخدام النخب للتكنولوجيات (معدل الاستخدام)

الجدول رقم (38): توزيع عينة الدراسة تبعا لكثافة استخدامهم للتكنولوجيات.

المجموع	درجات القياس												القياس	
	لا يستخدم		حسب الظروف		غير منظم		شهرياً		أسبوعياً		يوميًا			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	التكنولوجيات
100	382	1.6	06	14.1	54	7.9	30	0.3	1	5.5	21	70.7	270	حاسوب
100	382	16.5	63	18.1	69	12.3	47	1	4	3.7	14	48.4	185	هاتف ذكي
100	382	30.1	115	27.5	105	19.6	75	1.3	5	4.2	16	17.3	66	لوحة إلكترونية

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن: المبحوثين يفضلون استخدام حواسيبهم بشكل يومي وينسبة تجاوزت 70%، وهو نفس ما لوحظ على الاستخدام اليومي للهواتف الذكية من طرف عينة الدراسة حيث تجاوزت النسبة 48%، أما بالنسبة للألواح الإلكترونية فنجد أن المبحوثين أجابوا بما نسبته 30,1% أنهم لا يستخدمونها، مقابل 69,9% من المستخدمين لها في فترات مختلفة (وذلك حسب ظروفهم: 27,5%، وعدم انتظامهم في الاستخدام 19,6%، والاستخدام اليومي 17,3%، وقل نسبة سجلت شهريا ب 1,3%).

يتبين من نتائج هذا الجدول، أن هناك نسبة كثافة عالية في استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، التي تبقى مرتبطة بها بشكل يومي ، وهذا ما يؤكد تبنيتها للتكنولوجيات التي أصبح الاقبال عليها مظهرا يوميا لدى النخب سواء من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية فالكثيرين يفضلون بدء يومهم باستخدام هذه التكنولوجيات سواء في مطالعة وتصفح الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار الجديدة التي تهتم مجال عملهم. ولقد توصل الباحث "عبد الواجد أمين" في دراسته إلى أن 41.75% من النخب عينة الدراسة يدخلون على الويب كل يوم، في حين جاء من يستخدمونها من أسبوعيا في مركز ثالث بنسبة 15.5%¹.

أما اختبار العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وكثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة فجاءت نتائجها كما يلي

¹المرجع نفسه، ص 169.

العلاقة بين متغير جنس المبحوثين ومتغير كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (39): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير نوع المبحوث و متغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

هاتف الذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات الجنس
لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	
88	71	52	2	10	41	42	49	36	2	10	125	5	31	18	1	15	194	ذكور
27	34	23	3	6	25	21	20	11	2	4	60	1	23	12	0	6	76	إناث
6.893						2.453						6.650						كا ² المحسوبة
5						5						5						درجة الحرية
11.070						11.070						11.070						كا ² الجدولية
0.229						0.784						0.248						م. م الاختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير جنس النخب عينة الدراسة ومتغير كثافة استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث و كثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير جنس المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث و كثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير جنس المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير جنس المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

"تصل الباحثة في نهاية النتائج أنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير جنس المبحوثين ومتغير

كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة".

يمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن النخب الجزائرية بصفة عامة تستخدم هذه التكنولوجيات نظرا لما توفره لها من مزايا وخصائص، وأنه سواء كانت النخب ذكورا أو إناثا فإن مظهر الاستخدام يطبع يومياتهم في ظل تقلد المرأة الجزائرية بالموازاة مع الرجل المناصب والمسؤوليات وأنها تسجل حضورا متساويا في الاستخدام والتفاعل مع هذه التكنولوجيات.

العلاقة بين متغير سن المبحوثين ومتغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (40): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث و متغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

هاتف الذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات السن
لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	
7	7	9	1	2	14	4	10	4	0	2	20	0	3	2	0	0	35	أقل من 30 سنة
29	32	43	3	11	26	17	16	18	1	6	86	0	10	12	0	10	112	39-30
30	39	12	0	1	17	20	26	15	1	3	34	1	24	9	1	6	58	49-40
39	25	10	1	2	9	16	16	9	2	3	40	4	16	5	0	5	56	59-50
10	2	1	0	0	0	6	1	1	0	0	5	1	1	2	0	0	9	أكبر من 60
68.437						32.772						40.144						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.000						0.036						0.005						م. م الاختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير سن النخب عينة الدراسة ومتغير كثافة استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أصغر من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

"أثبتت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة بين متغير سن المبحوث ومتغير كثافة استخدام

التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال".

ترى الباحثة أن هذه النتيجة تبدو منطقية ، ففي ظل تبني عينة الدراسة وانفتاحها على تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة فإن كثافة الاستخدام قد تختلف بين فئة عمرية وأخرى سجلت في هذا الاختبار لصالح الفئات العمرية من (30 إلى 39 سنة). وتتسجم هذه النتائج مع نتائج الجدول (29)، وتختلف مع نتائج الجدول (23). هذه النتائج الخاصة بالفئة العمرية لم تعد نتائج ثابتة كما سبق تداوله بين مختلف الدراسات إذ كانت ترجح دائما كفة الشباب لقدرتهم على التفاعل والانفتاح على عالم التكنولوجيات فقد باتت تظالعا الدراسات الحديثة على تغيير هذه الفكرة -التي صارت نمطية لدى الكثيرين- لتبقى هذه النتائج نسبية وتحتاج إلى مزيد من البحوث والدراسات التي قد تتعدى أدوات المناهج الوصفية إلى أدوات المناهج التجريبية أو الشبه تجريبية.

- العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبشرين ومتغير كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (41): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبشرين وكثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

الاتصالات الالكترونية						الهاتف الذكي						الحاسوب						التكنولوجيات م. العلمي
لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	
18	13	8	2	3	45	21	27	13	3	3	25	2	11	4	0	5	67	دكتوراه
18	20	15	1	5	56	39	31	24	5	5	13	0	13	12	0	7	83	ماجستير
2	5	6	0	1	14	6	5	9	2	2	6	0	2	0	0	1	25	ماستر
21	29	12	1	4	62	39	38	26	6	6	19	2	24	13	1	7	82	ليسانس
4	2	12	0	1	8	10	4	3	0	0	3	2	4	1	0	1	13	ثانوي
16.212						26.541						25.558						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.703						0.149						0.181						م. م الاختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

- بدراسة العلاقة بين متغير المؤهل العلمي للنخب عينة الدراسة ومتغير كثافة استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المؤهل العلمي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

"تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أنه لا توجد علاقة بين متغير المستوى العلمي ومتغير كثافة الاستخدام".

هذه النتائج تتسجم مع النتائج الاختبارات التي رصدتها الباحثة على مستوى الجدولين (24) و(30) حيث لا يشترط المستوى العلمي العالي في استخدام هذه التكنولوجيات ولا في الاقبال عليها.

- العلاقة بين متغير المجال النخبوي المبحوثين ومتغير كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (42): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث و متغير كثافة استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

الاتصالات الالكترونية						الهاتف الذكي						الحاسوب						التكنولوجيات م. النخبوي
لا أستخدم	حسب الظروف	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	لا أستخدم	حسب	غير منتظم	شهريا	أسبوعيا	يومية	
31	29	20	3	7	74	45	48	26	3	8	34	1	17	13	0	7	126	أكاديمي
15	10	15	1	2	64	42	26	17	1	5	16	5	14	11	0	7	70	سياسي
8	22	11	0	5	60	20	23	35	1	7	20	0	10	5	0	7	84	إعلامي
24	19	8	0	3	29	34	24	13	1	1	10	2	21	7	1	2	21	ديني
45.657						45.174						44.864						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.001						0.001						0.001						م. م الاختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

- بدراسة العلاقة بين متغير المجال النخبوي لعينة الدراسة ومتغير كثافة استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث و كثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أصغر من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المجال النخبوي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وكثافة استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوث و كثافة استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.
- "توجد علاقة دالة إحصائية كما تشير نتائج التحليل الإحصائي بين متغير المجال النخبوي ومتغير كثافة الاستخدام."

تتسجم هذه النتائج مع النتائج التي تم رصدها على مستوى اختبار الجدولين (25) و(31) ما يؤكد على أهمية متغير المجال النخبوي واختلافه بين مجال وآخر.

تقرأ الباحثة نتائج سؤال علاقة متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي بمتغير كثافة استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وفق نتيجتين مفادهما أنه:

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين بمتغيري: جنس المبحوثين ومستواهم العلمي وبين كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.
- توجد علاقة بين متغيري: سن المبحوثين ومجالهم النخبوي وبين كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

7.2.1.5 عرض وتحليل عدد الساعات التي تقضيها النخبة الجزائرية محل الدراسة في استخدام

هذه التكنولوجيات.

الجدول رقم (43): توزيع عينة الدراسة تبعا لعدد ساعات استخدامها للتكنولوجيات.

ألواح إلكترونية		هاتف		حاسوب		التكنولوجيات الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	
30.62	117	15.44	59	11.25	43	أقل من ساعة
7.06	27	20.2	77	30.46	124	1س إلى 3 ساعات
2.87	11	25.39	97	31.41	120	أكثر من 3 ساعات
29.31	112	22.51	86	23.29	89	حسب الظروف
30.10	115	16.49	63	1.57	6	لا أستخدم
100	382	100	382	100	382	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تقضي فترات طويلة في استخدام الوسائل التكنولوجية، فقد أجاب 31,41% منهم أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات في استخدام جهاز الحاسوب، بينما وصلت جلسة استخدام الحاسوب في الفترة الممتدة من ساعة واحدة إلى ثلاث ساعات إلى 32,46%، ما يعني أن أكثر من 64% من المبحوثين يمضون من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات يوميا، ويرجع هذا الأمر إلى خصوصية الأعمال والوظائف التي تضطلع بها هذه النخب على أنواعها وقد تبرز أكثر على مستوى النخب الإعلامية بحيث تستند إلى جهاز الحاسوب كوسيلة اتصالية أولى في انجاز أهم ومعظم أعمالها.

وهي نفس الملاحظة التي سجلت على استخدام المبحوثين للهواتف الذكية التي يستخدمونها يوميا بمعدل أكثر من ثلاث ساعات حيث وصلت النسبة إلى 25,39%، وبنسبة 20,2% في الفترة التي تمتد من ساعة إلى ثلاث ساعات، أين تقترب هذه النسبة مع المبحوثين الذين أجابوا 22,51% منهم أنهم يستخدمونها حسب ظروفهم.

وبالعودة إلى الاقبال على الألواح الإلكترونية سجل 30,62% من المبحوثين أنهم يستخدمونها لأقل من ساعة يوميا، في حين صرح 29,31% ألا فترة زمنية محددة للاستخدام وإنما الأمر مرتبط بالظروف التي تحيط بهم، مع تسجيل ملاحظة أن 30,10% من المبحوثين غير معنيين باستخدام هذه الألواح الإلكترونية حيث يكتفون بأجهزة حواسيبهم وهواتفهم الذكية التي أصبح يعول عليها في وقتنا

الحالي لإنجاز الكثير من الأعمال فلم تعد مجرد وسائل لإجراء المكالمات الهاتفية، وإنما تحولت إلى أداة أساسية يسند إليها إجراء عديد العمليات من اتصال وإبحار في شبكة الانترنت، وتصفح للجرائد، تبادل للملفات وأجندة للمواعيد، ومكتبة للمطالعة ... لقد سجلت دراسة الباحثين (Ahmet Cetinkaya,Ozgun Erkut,Murat Kirik) أن 46% من عينة دراستهم تستخدم تكنولوجيايات الاتصال الحديثة من هواتف ذكية، حواسيب وألواح إلكترونية للدخول إلى شبكات التواصل الاجتماعي وتقضي وقتا يمتد من ساعتين إلى أربع ساعات يوميا.¹

أما اختبار العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وكثافة استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة فجاءت نتائجها كما يلي:

- العلاقة بين نوع المبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (44): نتائج اختبار كاي² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

هاتف ذكي					ألواح إلكترونية					الحاسوب					التكنولوجيايات الجنس
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	*1	
35	62	66	43	58	114	68	09	15	58	08	52	82	89	33	ذكور
10	24	31	34	19	37	44	12	12	23	01	37	35	35	10	إناث
9.735					9.975					8.046					كاي ² المحسوبة
04					04					04					درجة الحرية
9.488					9.488					9.488					كاي ² الجدولية
0.045					0.041					0.090					م. م الاختبار
0.05					0.05					0.05					م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير جنس النخب عينة الدراسة ومتغير ساعات استخدامها لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة، نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

¹ Cetinkaya, Erkut, Kirik,Op-cit ,p – p 49 –60.

* 1: أقل من ساعة، 2: 1-3 ساعات، 3: أكثر من 3 ساعات، 4: حسب الظروف، 5: لا أستخدم

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير جنس المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير جنس المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير جنس المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.
- تشير نتائج التحليل الاحصائي إلى أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين جنس المبحوث وساعات الاستخدام تكنولوجيا الهاتف والألواح الالكترونية.
- تشير نتائج التحليل الاحصائي إلى أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين جنس المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- العلاقة بين سن المبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (45): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

هاتف ذكي					ألواح إلكترونية					الحاسوب					التكنولوجيات السن
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
01	10	12	10	07	12	14	01	00	13	00	04	22	11	03	أقل من 30 سنة
13	29	48	27	27	42	41	06	17	38	00	26	58	47	13	30 - 39
13	20	22	20	24	43	35	03	05	13	03	31	18	30	17	40 - 49
13	24	13	18	18	44	21	01	05	15	04	26	16	32	08	50 - 59
05	03	02	02	01	10	01	00	00	02	02	02	03	04	02	أكبر من 60 سنة
25.791					36.487					52.606					كا ² المحسوبة
16					16					16					درجة الحرية
26.296					26.296					26.296					كا ² الجدولية
0.057					0.002					0.000					م. م الاختبار
0.05					0.05					0.05					م. م ألفا

- بدراسة العلاقة بين متغير سن المبحوثين عينة الدراسة ومتغير ساعات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أصغر من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
 - نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين سن المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف.
- "تصل في نهاية نتائج هذا التحليل الإحصائي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سن المبحوثين وساعات استخدامهم لكل من الحاسوب والألواح الالكترونية، في حين تنتفي هذه العلاقة مع ساعات استخدام الهاتف".

- العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (46): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة .

هاتف ذكي					ألواح إلكترونية					الحاسوب					التكنولوجيا م. العلمي
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
11	20	26	12	20	39	27	02	05	16	03	15	31	31	9	دكتوراه
16	26	29	20	24	49	39	02	07	21	00	31	42	31	11	ماجستير
02	05	05	10	06	06	06	03	05	08	00	03	16	06	03	ماستر
12	30	32	31	24	49	38	04	07	31	03	33	24	50	19	ليسانس
04	05	05	04	03	11	02	00	03	05	03	07	04	06	01	ثانوي
11.629					24.446					43.567					كا ² المحسوبة
16					16					16					درجة الحرية
26.296					26.296					26.296					كا ² الجدولية
0.769					0.080					0.000					م. م الإختبار
0.05					0.05					0.05					م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين عينة الدراسة ومتغير ساعات استخدامها لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أصغر من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الإلكترونية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الإلكترونية.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف.
- أسفرت نتائج التحليل الإحصائي على أن لا توجد علاقة بين المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف الذكي وتكنولوجيا الألواح الالكترونية.
- أسفرت نتائج التحليل الإحصائي على أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لتكنولوجيا الحاسوب.
- العلاقة بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير ساعات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (47): يوضح نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي ومتغير ساعات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة .

هاتف ذكي					ألواح إلكترونية					الحاسوب					التكنولوجيات م. النخبوي
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
26	33	40	28	37	16	58	9	8	12	03	31	59	54	17	أكاديمي
15	23	32	18	19	30	43	13	14	7	07	24	30	30	16	سياسي
08	18	30	30	20	10	82	47	14	11	00	18	42	37	09	إعلامي
12	22	16	16	18	67	11	6	9	4	00	28	13	31	11	ديني
22.887					21.912					47.216					كا ² المحسوبة
16					16					16					درجة الحرية
26.296					26.296					26.296					كا ² الجدولية
0.117					0.145					0.000					م. م الإختبار
0.05					0.05					0.05					م. م ألفا

- بدراسة العلاقة بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين عينة الدراسة ومتغير ساعات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أصغر من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وساعات استخدام تكنولوجيا الهاتف.

• تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين المجال النخبوي

للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف والألواح الألكترونية، في حين توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

تقرأ الباحثة نتائج سؤال علاقة متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي بمتغير ساعات استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وفق نتائج متعددة ومختلفة تبعا لهذه المتغيرات تلخص كالآتي:

- توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث وساعات الاستخدام تكنولوجيا الهاتف والألواح الالكترونية، في حين تنتفي هذه العلاقة مع ساعات استخدام الحاسوب.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سن المبحوثين وساعات استخدامهم لكل من الحاسوب والألواح الالكترونية، في حين تنتفي هذه العلاقة مع ساعات استخدام الهاتف.

- لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف الذكي وتكنولوجيا الألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لتكنولوجيا الحاسوب.

- لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المجال النخبوي للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف والألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة بين متغير المجال النخبوي وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

8.2.1.5 عرض وتحليل نتائج الفترات التي تستخدم فيها النخبة الجزائرية تكنولوجيا الإعلام

والاتصال.

الجدول رقم (48): توزيع عينة الدراسة تبعا لفترات استخدامها للتكنولوجيات.

المجموع	درجات القياس												د. القياس التكنولوجيات	
	لا أستخدم		حسب الظروف		فترة السهرة		فترة المساء		فترة الظهيرة		الفترة الصباحية			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	382	1.57	6	40.31	154	13.35	51	12.30	47	3.66	14	28.79	110	الحاسوب
100	382	16.49	63	67.01	256	5.23	20	4.45	17	2.35	9	4.45	17	هاتف ذكي
100	382	30.10	115	29.84	114	9.16	35	6.54	25	2.61	10	21.72	83	ألواح الالكترونية

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تستخدم تكنولوجيايات الاتصال حسب ظروفها ولا تخضع في معظمها إلى فترات زمنية محددة، فقد أجاب 40,31% من المبحوثين أنهم يستخدمون جهاز الحاسوب كلما استدعت الظروف، لترتفع النسبة وتصل إلى 67,01% لدى استخدام الهواتف الذكية حيث أكدت عينة الدراسة أنها مرتبطة بها حسب ظروفها لتتخفف النسبة مجددا لدى الحديث عن الألواح الالكترونية حيث أجاب المبحوثون بأنهم يستخدمونها حسب ظروفهم بنسبة وصلت إلى 29,84%.

يلاحظ على الجدول أيضا أن النخب الجزائرية تفضل استخدام الحواسيب وأيضا الألواح الالكترونية خلال الفترة الصباحية بنسبة تصل إلى 28,79%، 21,72% على التوالي، إذ تعتبر الفترة الصباحية هي الفترة التي تتواجد بها النخب عينة الدراسة في مكاتبها ومقرات عملها، أين تستند كما سبق الذكر إلى هذه الوسائل من أجل تسهيل مهامها وتسريع أمورها العملية.

يمكن أيضا تسجيل ملاحظة متعلقة بتراجع استخدام هذه الوسائل خلال فترة السهرة فنجد أن النخب الجزائرية عينة الدراسة أجابت بأنها تقبل على استخدام كل من: الحاسوب، الألواح الالكترونية، الهواتف الذكية بنسب تتراوح بين (13,35%، 9,16%، 5,23%) لكل واحدة، ويعزى هذا التراجع إلى أن النخب خلال الفترة المسائية تكون في مرحلة استراحة من عمل امتد لطول اليوم وبالتالي قد يتحول استخدام هذه

الوسائل إلى فرصة للمطالعة، تصفح المواقع الالكترونية وربما أيضا متابعة الرسائل عبر البريد الالكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي وكما يمكن أن تعزى إلى تخصيص النخب وقتها المسائي للعائلة.

تري الباحثة أنه من خلال النتائج المتوصل إليها على مستوى الفترات الزمنية المخصصة للاستخدام أن هذه التكنولوجيات حجزت حيزا معتبرا في يوميات النخب الجزائرية، لتتحول كما قال الباحث "بن زايد" إلى ممارسات اجتماعية عادية في الثقافة اليومية للمستخدمين (النخب الجزائرية) تتميز بالتكرار والتغلغل في الزمن من خلال استعمال الوسائل والخدمات التكنولوجية الحديثة.

أما اختبار العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وفترات الاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة فجاءت نتائجها كما يلي:

- العلاقة بين متغير جنس المبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (49): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

هاتف ذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات الجنس
6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1*	
26	137	22	15	08	56	94	132	9	13	05	11	05	106	34	32	07	80	ذكور
11	55	13	10	02	27	33	60	11	04	04	06	01	49	17	15	07	30	إناث
2.749						8.250						5.508						كا ² المحسوبة
05						05						05						درجة الحرية
11.070						11.070						11.070						كا ² الجدولية
0.739						0.143						0.357						م. م الإختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير جنس النخب عينة الدراسة ومتغير فترات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي إلى تشير ما يلي:

* 1: الفترة الصباحية، 2: فترة الظهيرة، 3: فترة المساء، 4: فترة السهرة، 5: حسب الظروف، 6: لا أستخدم.

- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
 - نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.
- "يشير التحليل النهائي بناء على هذه الاختبارات أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوثين وفترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة".
- العلاقة بين متغير سن المبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (50): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة .

هاتف ذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات السن
6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	
02	15	06	04	01	12	09	24	02	02	03	00	00	14	11	03	00	12	أقل من 30 سنة
10	70	16	09	04	35	31	82	11	08	03	09	00	50	20	17	06	51	39 -30
11	55	08	06	03	16	37	48	05	04	01	04	01	54	08	12	05	19	49 -40
10	46	04	05	02	19	43	32	02	03	02	04	03	33	10	13	03	24	59 -50
04	06	01	01	00	01	07	06	00	00	00	00	01	04	02	02	00	04	أكبر من 60 سنة
20.458						35.765						34.086						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.430						0.016						0.026						م. م الإختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير سن النخب عينة الدراسة ومتغير فترات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي.
- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين نوع المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

"أسفرت نتائج التحليل الاحصائي إلى أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير السن المبحوثين وفترات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهواتف الذكية والألواح الالكترونية، في حين لا توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب".

- العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبجوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (51): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبجوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

هاتف ذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات م. العلمي
6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	
08	45	03	07	01	25	31	41	06	04	02	05	01	36	11	15	05	21	دكتوراه
15	61	09	05	03	22	36	63	08	04	01	03	00	47	19	14	00	35	ماجستير
01	13	03	02	00	09	06	18	00	00	00	01	00	06	03	04	00	15	ماستر
08	65	17	10	05	24	44	62	06	07	07	07	02	60	16	13	05	33	ليسانس
05	08	03	01	01	03	10	08	00	02	02	01	02	06	02	01	04	06	ثانوي
24.371						23.351						48.769						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.227						0.272						0.000						م. م الإختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير المستوى العلمي للنخب عينة الدراسة و متغير فترات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبجوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المستوى العلمي للمبجوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبجوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المستوى العلمي للمبجوث وساعات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المستوى العلمي للمبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف.

"تشير نتائج التحليل الإحصائي في أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي والألواح الإلكترونية، في حين توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب".

- العلاقة بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (52): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث ومتغير فترات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

هاتف ذكي						ألواح إلكترونية						الحاسوب						التكنولوجيات م. النخبوي
6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	
19	87	10	12	03	33	51	85	15	06	03	04	01	64	29	24	05	41	أكاديمي
11	41	12	08	02	33	40	52	04	07	00	04	05	36	14	18	08	26	سياسي
04	53	11	06	03	29	23	55	06	08	06	08	00	33	15	09	05	44	إعلامي
13	43	07	07	02	11	40	36	01	03	00	03	00	43	04	10	03	23	ديني
32.689						52.212						56.976						كا ² المحسوبة
20						20						20						درجة الحرية
31.410						31.410						31.410						كا ² الجدولية
0.036						0.000						0.000						م. م الإختبار
0.05						0.05						0.05						م. م ألفا

بدراسة العلاقة بين متغير المجال النخبوي للنخب عينة الدراسة ومتغير فترات استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى ما يلي:

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي للمبحوث و فترات استخدام تكنولوجيا الألواح الالكترونية.
- ❖ نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية في جزئية العلاقة بين المجال النخبوي للمبحوث وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وفترات استخدام تكنولوجيا الهاتف.

"تشير نتائج التحليل النهائية إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المجال النخبوي للمبحوثين وفترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة".

تقرأ الباحثة سؤال علاقة متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي بمتغير فترات استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وفق نتائج متعددة ومختلفة تبعا لهذه المتغيرات تلخص كالآتي:

- لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير جنس المبحوثين و متغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.
- توجد علاقة دالة إحصائيا بين متغير سن المبحوثين و متغير فترات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهواتف الذكية والألواح الالكترونية، في حين لا توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين و متغير فترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي والألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المجال النخبوي للمبحوثين و متغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

تلاحظ الباحثة من نتائج سؤالي ساعات وفترات الاستخدام أن نتائجه انسجمت مع نتائج الجداول السابقة وخاصة في جزئية متغير المجال النخبوي.

9.2.1.5 عرض وتحليل نتائج الخدمات التي تبحث عنها النخبة الجزائرية من خلال هذه التكنولوجيات.

الجدول رقم (53): توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التي تبحث عنها من استخدامها للتكنولوجيات.

الإجابات		التكنولوجيات
%	ك	
14,69	306	الصحافة الإلكترونية
3,26	68	راديو الإنترنت
5,61	117	البث التلفزيوني عبر النت
9,62	193	المدونات الإلكترونية
16,32	340	شبكات التواصل الاجتماعي
14,97	312	المواقع الإلكترونية
8,01	167	قواعد البيانات
11,04	230	البريد الإلكتروني
14,40	300	تحميل الوثائق /المواد السمعية والمواد السمعية البصرية
2,40	50	المنتديات
100	*2083	المجموع

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تقبل على متابعة وتصفح خدمات متنوعة ومختلفة من خلال استخدامها لتكنولوجيات الاتصال (الحاسوب، الهاتف الذكي، الألواح الإلكترونية) كدعائم أساسية تساعدها للوصول والاطلاع على جديد الأخبار والأحداث والتواصل مع محيطها العملي والاجتماعي وإن كان تفضيلها للخدمات يتفاوت من خدمة من خدمة إلى أخرى فإنه يتضح من خلال الاجابات أن التوجه العام للنخب الجزائرية يتجه نحو تفضيلها وبنسب مرتفعة لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية (16.32%، 14.97%، 14.69% على التوالي)، وأيضا في اقبالها على خدمة التحميل (téléchargement) حيث أجاب 14.40% من

*مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

المبحوثين بتفضيلهم للخدمة التي قد تتجلى في تحميل وثائق على شكل كتب، تقارير، وثائق رسمية، أو أيضا مواد سمعية وبصرية على شاكلة الفيديوها، الحصص والبرامج ...

خدمتا البريد الالكتروني والمدونات الكترونية اعتبرتها 11.04%، 9.62% من عينة الدراسة خدمتين مهمتين للاطلاع.

لقد سبق وأن أشارت الباحثة إلى أن التطورات التي مست شبكة الويب وخاصة في جيلها الثاني الويب 2.0- والتي أتاحت العديد من الخدمات للمستخدمين الذين صاروا أكثر نشاطا (active) وتفاعلا (interactive)، ويمتازون وفق نظرية الاستخدامات والشبكات بالقدرة على الانتقاء (la selection) القائمة على اختيار لوحد أو أكثر من البدائل المتاحة وهذا ما سجلته الباحثة على عينة الدراسة التي بدت من خلال اختياراتها مواكبة ومسايرة للتطورات التكنولوجية، الأمر الذي نجده مثلا يختلف قبل سنوات أين كان الاقبال على هذه التكنولوجيات في بداياته ومحتشما لدى النخب فلقد سجل الباحث "قواسم" في دراسته أن هناك تدنيا لمستوى مواقع التواصل الاجتماعي لدى النخب البرلمانية حيث لم يسجل في دراسته (نوقشت سنة 2012)، سوى 22% من عينة الدراسة مرجعا ذلك إلى ضعف نسبة الجزائريين الذين يمتلكون حينها حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي¹، لنجد الأمر يختلف ويتغير مع انجاز هذه الدراسة بحيث أضحت مواقع التواصل الاجتماعي تحتل المراتب الأولى في تفضيلات النخب.

ومن البدائل التي تقف عندها الباحثة ولوحظت بشكل مرتفع على إجابات النخب الجزائرية عينة الدراسة وتستحق التحليل والإشارة إليها ما يلي:

✓ **شبكات التواصل الاجتماعي:** يقول الباحث "فايز الشهري": "إن شبكات التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك"²، هذه الشبكات التي جاءت تحت طبقات ومسميات مختلفة (فيسبوك، تويتر، لينكدان، مايستيس، انستغرام، واتس آب، فيبر ...) استطاعت منذ ظهورها أن تستقطب ملايين المستخدمين على اختلاف أجناسهم، أعمارهم، دياناتهم، تخصصاتهم فالفضاء الإلكتروني فضاء تجاوز الجغرافيا كما تجاوز الاختلافات الاجتماعية الأخرى بحيث ساهمت هذه الشبكات في تجميع ملايين البشر، وبلغت الاحصائيات كشفت

¹قواسم، مرجع سابق، ص 382 .

²علي خليل شقرة، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، نبلاء ناشرون، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014، ص 59.

البيانات -الحديثة- الصادرة عن الشركة الاعلامية (We are social) بالتعاون مع منصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي (Hootsuite) في تقريرها لسنة 2017 عن تجاوز عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي إلى الثلاث مليارات مستخدم في جميع أنحاء العالم وذلك حتى بداية شهر أوت 2017 وبنسبة نمو وصلت إلى +4% أي بمعدل + 121 مليون مستخدم، يستخدم منهم قرابة 3 ملايين هواتف النقالة في تصفح هذه الشبكات وبمعدل نمو +2% أي بمعدل + 92 مليون مستخدم حسب ما جاء في التقرير.¹

وفيما يلي عرض لأهم ما جاء في التقرير بخصوص شبكات التواصل الاجتماعي والتي جاءت بياناته مقارنة لبيانات التقرير الذي صدر في بداية جانفي 2017:

شكل رقم (17): معطيات عن عدد مستخدمي الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي في العالم (أوت 2017).

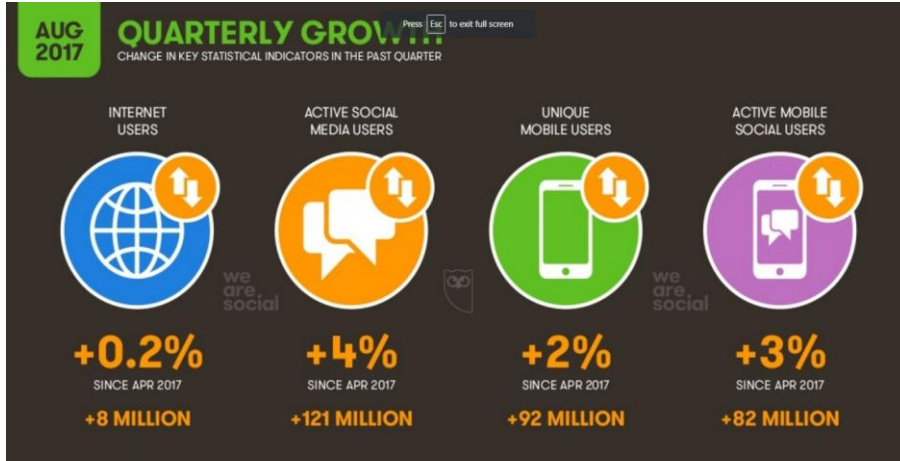


المصدر: Digital in 2017 Global overview. We are social

¹ Digital in 2017 Global overview .We are social" in [http:// fr.slideshare.net/mobile/wearesocialsg/global-digital-statshot-q3-2017.22.08.2017](http://fr.slideshare.net/mobile/wearesocialsg/global-digital-statshot-q3-2017.22.08.2017) H 9:20

تشير الباحثة أن التقرير يضم الكثير من الاحصائيات، والتفاصيل التي تتعلق بمستخدمي الانترنت، الهواتف النقالة وتطبيقاتها وأيضاً معدلات الاستخدام.

شكل رقم (18): معطيات عن نمو عدد مستخدمي الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي في العالم (أوت 2017).



المصدر: Digital in 2017 Global overview. We are social

أما فيما يخص الاحصائيات المتعلقة بالعالم العربي وخصوصا الجزائر فقد استندت الباحثة إلى التقرير الذي صدر عن كلية دبي للإدارة الحكومية لسنة 2017 وفي نسخته الانجليزية تحت عنوان: "The Arab Social Media Report 2017" حيث أشار التقرير إلى مجموعة من الاحصائيات المتعلقة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وكلا من: الفيسبوك، تويتر، انستغرام ولينكدن على وجه الخصوص في المنطقة العربية ودولها¹.

جاء في التقرير الذي ابتدأ بشبكة الفيسبوك (facebook) على اعتبارها الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم فقد وصل مستخدموها في نهاية عام 2016 إلى 1.79 مليار مستخدم فعال (Active users) وازدياداً تصل إلى 16% مقارنة بسنة 2015، وهو ما جعلها أيضاً الشبكة الأكثر رواجاً في العالم العربي (The most popular) حيث وصل عدد المستخدمين 156 مليون مع بداية سنة 2017 وازدياداً وصلت إلى 41 مليون مقارنة بسنة 2016 حيث كان عدد المستخدمين 115 مليون، أما في الجزائر فقد سجل التقرير وجود أكثر من 16 مليون مستخدم وهو ما يمثل 46% من الجزائريين، حيث وصف التقرير الجزائر إضافة إلى ستة دول أخرى (مصر، السعودية، العراق، المغرب، الامارات العربية المتحدة وسوريا)

¹ Fadi Salem, **The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of things. Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potential, Limits and Concerns.** (Dubai: Mohamed Bin Rashid School of government, 7th Edition, 2017)

دولا تمتلك أكثر المشتركين في الفيسبوك مقارنة بـ 22 دولة عربية، وجاءت الجزائر ثانيا بعد مصر في نسبة زيادة عدد المستخدمين خلال الفترة الممتدة من 2014 و 2017 والتي قدرت بـ 12% أي ما يعادل 9.3 مليون مستخدم جديد، وحسب التقرير دائما فإن أعمار المستخدمين الجزائريين تتراوح بين 15 إلى 29 سنة بنسبة 74.2% مقابل 25.8% من 30 سنة فأكثر، يتوزعون على 61.8% رجال و 38.2% نساء، وأن 44.8% من المستخدمين للفيسبوك تم تسجيل استخدامهم اليومي للموقع.

ثم جاء ثانيا عرض لموقع تويتر (twitter) الذي وصل عدد مستخدميه مع بداية سنة 2017 حول العالم العربي 10.8 مليون مستخدم، توجد أكبر نسبة منهم في السعودية بـ 29% ثم مصر 18%، ثم تتقاسم الامارات العربية والجزائر المركز الرابع بنسبة 9%، سجل التقرير أن الجزائر سجلت خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2017 أكبر نسبة نمو (largest growth) في المستخدمين الجدد حيث وصل عدد المستخدمين الجزائريين 1.7 مليون مستخدم وبزيادة قدرت بـ 774.000 مستخدم جديد، من بينهم 57% رجال و 43% نساء، سجلت الجزائر خلال سنة 2016 ما مجموعه 70.813.468 تغريدة (tweets) وصنفت مع خمس دول عربية أخرى (السعودية، مصر، الكويت، الامارات العربية وفلسطين) تتمكن من نشر ما يفوق 1 مليون تغريدة يوميا ووصلت الجزائر إلى 2.3 مليون تغريدة يوميا بمعدل 2.8 تغريدة للمستخدم الواحد يوميا، وأشار التقرير أن الجزائريين يفضلون استخدام الهواتف بنسبة 71.8% لدخول الموقع، مقابل 18.6% يستخدمون أجهزة الحاسوب (Desktop, Laptpo) و 9.6% يستخدمون أجهزة أخرى.

أشار التقرير ثالثا إلى موقع لينكدين (LinkedIn) الذي وصل عدد مستخدميه في العالم العربي مع بداية جانفي 2017 إلى 16.6 مليون مستخدم وبزيادة تقدر بـ 22% عن السنة الماضية، تنصدر الإمارات العربية المتحدة نسبة المستخدمين بـ 32.5%، وصنف التقرير الجزائر إضافة إلى خمسة دول أخرى الأكثر استخداما للشبكة: الامارات: 20%، السعودية 16.2%، مصر 15.6%، المغرب 9.5% والجزائر 8.4%، ولقد وصل عدد الجزائريين المستخدمين للموقع 1.300.000 مستخدم منهم 64.3% رجال و 35.7% نساء، تتراوح أعمارهم بين 79.5% أقل من 35 سنة و 20.5% من 35 سنة فأكثر، الموقع الأخير الذي رصده التقرير هو الانستغرام (Instagram) الذي سجل 7.1 مليون مستخدم في العالم العربي في بداية سنة 2017 وبزيادة قدرت بـ 1.8%، تنصدر هذا النمو الامارات العربية بحوالي 13% من الاماراتيين نشطين على الموقع، متبوعة بكل من البحرين، قطر والكويت. وتعتبر السعودية والامارات

من أكثر الدول العربية استخداما للاستغرام بتسجيل نسبة 47% من مستخدميه في كل الدول العربية، في حين بلغ عدد الجزائريين المستخدمين له خلال سنة 2016، 230.000 مستخدم بما يعادل 3.25% من الجزائريين.

تكشف الاحصائيات التي عرضتها الباحثة من التقريرين أن: شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا مهما في حياة المستخدمين، وأن نسب النمو والزيادة التي شهدتها الجزائر تثبت مدى انخراط الجزائريين في تبني التكنولوجيات الحديثة وإن كانت النسبة مازالت متدنية مقارنة بدول أخرى، وفي هذا السياق نشير إلى وجود بعض الاختلافات التي قد تسجل في بعض الاحصائيات الواردة مثلا وجدت الباحثة أن "رئيس جمعية مزودي الانترنت في الجزائر" يحصي خلال سنة 2016 رقم 18 مليون حساب فيسبوك جزائري ويرى أن: "هذه الحسابات هي حسابات تحت الرقابة نظرا لأنها تخضع لتوطين في الخارج، وهو ما يسري أيضا على اصحاب حسابات تويتر، رغم أن عددهم لا يزال قليلا في الجزائر مقارنة مع باقي الدول وأشار إلى أن مستخدمي الفيسبوك في الجزائر لا يمثلون سوى 1% من مستخدمي هذه التقنية في العالم، وأن 93% من المواطنين يستخدمون هذه التقنية بشكل يومي عبر الهواتف الذكية بدرجة كبيرة بينما 11% يدخلون مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الحاسوب واللوحات اللمسية"¹.

وفي تنوع الخدمات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي وربما جعلت النخب الجزائرية تفضلها عن بقية الخدمات، يرى الباحث "نور الدين مشاط" أن: "هذه الشبكات امتدت خدماتها فارتبطت بالهاتف المحمول والمواقع وبرامج الدردشة مما زاد من قوة تأثيرها، فغدا للمشاهير وأرباب السياسة صفحات فيها، كما أن بعض الأخبار الهامة ظهرت على صفحات الفيسبوك أو تويتر قبل أن يكون للصحافة علم بها، لقد غدت أسرار بعض الدول وغسيلها الداخلي منشورا على الانترنت بفضل هذه الشبكات مما جعل هامش مناوراتها مع شركائها محدود ومساحيق تجميلها لوجهها الكالح بدون جدوى لقد أتاحت الشبكات الاجتماعية العثور على أصدقاء الصبا وذلك بفضل محركات بحثها فقبولك لشخص ما فمعناه أنك فتحت أمامك شبكات هائلة من الاصدقاء تضيفهم أو يضيفونك"².

¹ أسماء بهلولي، "خبراء يؤكدون أن المعطيات الخاصة موطنة بالخارج، فيسبوك 18 مليون جزائري تحت الرقابة". جريدة الشروق اليومي الجزائرية، العدد 5287، الأربعاء 23 نوفمبر 2016، ص 3.

² مشاط، مرجع سابق، ص 32.

ومنه فاختيار النخب الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي كأكثر البدائل التي تفضل الاطلاع عليها عبر تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة أمر منطقي في ظل تزايد أعداد المستخدمين والمنخرطين في فضاء هذه الشبكات فالنخب الجزائرية أيضا سجلت حضورها وتفاعلها، كما يمكن الإشارة إلى أمر مهم وهو أن النخب الجزائرية مارست عملية تبني وانخراط في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي كمستحدث تكنولوجي جديد أتاحته شبكة الانترنت خاصة في ظل وعيها بأن المجتمع الجزائري بمختلف أطيافه هو الآخر منخرط بشكل كبير في هذه الفضاءات في وقت تتحدث فيه آخر الاحصائيات عن أكثر من 29 مليون جزائري مستخدم لشبكة الانترنت، وتبني النخب للشبكات معناها وعيها بأهمية هذا الفضاء وقدرته على توفير مناخ جديد لاستقطاب شرائح مختلفة وتمرير آراء وتوجهات النخب في ضوء فكرة أساسية مفادها أن عملية نشر الأفكار -المستحدثة- تتأثر بالمعيار الاجتماعي السائد أي النمط السلوكي الشائع بين أفراد تنظيم مجتمع معين.

✓ **المواقع الالكترونية:** تقدم المواقع الالكترونية عبر صفحاتها للمستخدمين خدمات ومواضيع وأخبار متنوعة ومختلفة من شؤون سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ورياضية... وغيرها من المواضيع التي يشكل الاطلاع عليها وعلى جديدها حافزا أساسيا لاستخدام هذه المواقع، ويرى الباحث "علي رحومة" أن هذه المواقع توفر أيضا أدوات البحث والتنقيب لمساعدة وصل المستخدم بأي موقع أو عنوان يبتغيه، وله أن يتفرع في انتقاله عبر الصفحات حسب المجالات التي تهتمه وتعنيه، إلى جانب توفير خدمة آخر الأخبار بشكل موجز وأيضا بشكل مفصل حسب الاختيار فضلا عن خدمة أرشيف الأخبار والمتابعات لأخبار متنوعة ومختلفة.¹

وبمتابعة هذه التشكيلة المتنوعة من خدمات المواقع الالكترونية كان اختيار عينة الدراسة لها أمرا ضروريا يتناسب مع بيئتها ووظائفها ومواكبتها للجديد في تخصصاتها ومؤسساتها محليا وعالميا خصوصا في ظل انتشارها وتزايدها من سنة إلى أخرى، وبلغت الاحصائيات فلقد بلغت عدد المواقع الالكترونية المنتشرة في العالم 412 مليون موقع مع نهاية 2015، حسب احصائيات صدرت عن المؤسسة الدولية (Netcraft) مشيرة إلى أنه تم احصاء 366.8 مليون موقع مع نهاية العام 2011، كما أوضحت الاحصائيات أن إجمالي عدد أسماء النطاقات المسجلة على شبكة الانترنت بلغت 1.2 مليار نطاق مع نهاية العام 2015 وذلك مقارنة مع 555 مليون نطاق سنة 2011، ولقد حل موقع Google بالمرتبة

¹رحومة، مرجع سابق، ص 169.

الأولى من حيث أكثر المواقع زيارة لعام 2015، بمعدل 232.3 مليون زيارة في الشهر الواحد، أما موقع يوتيوب YouTube فقد جاء في المرتبة الثانية بـ 208.8 مليون زيارة شهريا.¹

✓ **الصحافة الإلكترونية:** كما سبق الإشارة اليه فالنخب الجزائرية وجدت في الصحافة الإلكترونية وسيلة مناسبة للاطلاع على المستجدات بشكل سريع وسهل ولقد ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضاً نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات، وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألفت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف)، وبدأت تتكون حول تنظم الحسابات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تتضمنه هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم تكد تمض سنوات على ظهور الانترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.²

وفي ظل هذا التطور التكنولوجي حرصت غالبية المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لصفحها على الشبكة وفي هذا الإطار ظهرت الصحف الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط التي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها وحفظ وطباعة صفحاتها³، لنتنوع بعد ذلك من صحف إلكترونية لها طبعات ورقية، أو صحف أنشئت خصيصاً للويب وغيرها، وحملت معها مفاهيم جديدة على غرار صحافة المواطن والمواطن الصحفي... ولقد أشارت الدراسات التي أنجزت سنة 2012 إلى أنه سجل تراجع كبير على الاقبال على الصحف الورقية التي وصلت إلى 6100 صحيفة مطبوعة في العالم بعد أن وصل عددها سنة 2008 إلى 6600 صحيفة، ويتم بيع ما يقارب 360 مليون نسخة بسبب تطور المواقع الإلكترونية وزياد اقبال الجمهور عليها.

¹ موقع الشرق الأوسط، "إليك عدد المواقع الإلكترونية في العالم". www.t3me.com/ar/news/، 2017/08/22، ص 9:05

² صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، ط1، 2011)، ص 178.

³ عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، مؤسسة دار الصادق الثقافية، ط1، 2012)، ص 62.

تشير الباحثة من خلال عرض هذه الخدمات أن النخب الجزائرية قد استفادت من النشاط الوافر والتطور المستمر الذي يميز التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

10.2.1.5 عرض وتحليل نتائج الخدمات التي تستخدمها النخبة الجزائرية في أوقات نشاطها

الجدول رقم (54): توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التي تستخدمها في أوقات نشاطها.

الاجابات		الخدمات
%	ك	
27.28	341	خدمة البريد الالكتروني
6.24	78	موقع الكتروني خاص بك
16.88	211	موقع الكتروني خاص بالجهة التي تنتمي اليها
24.32	304	حساب عبر واحد أو اكثر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
12.24	153	صفحتك الرسمية عبر واحد أو اكثر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
9.92	124	الصفحة الرسمية للجهة التي تنتمي اليها عبر واحد أو اكثر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
3.12	39	مدونة الكترونية خاصة بك
100	*1250	المجموع

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة في أوقات عملها وممارستها لوظيفتها أو لنشاطاتها التي تدخل في إطار المجال النخبوي الذي تنتمي إليه تفضل أن تطلع بشكل كبير على بريدها الالكتروني حيث أجاب 27.28% من المبحوثين بذلك وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أجرتها مجلة "انترنت العالم العربي" توصلت فيها إلى أن وظيفة البريد الالكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الانترنت، حيث بلغت نسبة متصفح البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة وهذا ما جعل من خدمة البريد الإلكتروني أحد أكثر الخدمات شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها الانترنت¹، كما تتفق أيضا مع دراسة الباحث: "حمدي الفاتح" الذي توصل إلى أن

*مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

¹ عصام صلاح، مرجع سابق، ص 107.

النخب الأكاديمية تستخدم البريد الإلكتروني لدى نخب الذكور بنسبة (24% غالبا، 28% أحيانا) وعند نخب الإناث (28% غالبا و 30% أحيانا)¹، واتفقت أيضا هذه النتيجة مع نتائج دراسة الباحثين " V.Mani ،Mohammed Esmail ، S. Dhanavandan" الذين توصلوا في دراستهم إلى أن عينة الدراسة تقبل على استخدام كل التكنولوجيات المتوفرة مع تفوق لتكنولوجيا ،الهاتف النقالة والانترنت بنسب كبيرة وخاصة خدمة البريد الإلكتروني مما سهل من العملية التواصلية وساهم في تسريع الأعمال.²

من خلال الجدول أيضا يتضح أن عينة الدراسة وبنسبة تصل إلى 24.32% يفضلون البقاء متصلين ومطلعين على حساباتهم الشخصية عبر واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، وبنسبة أقل أجاب 16.88% من المبحوثين بأنهم يفضلون الاطلاع على المواقع الرسمية للجهات والمؤسسات التي ينتمون إليها كونها تعتبر المصدر الرئيسي للحصول على جديد المعلومات المتعلقة بمجالهم.

11.2.1.5 عرض وتحليل نتائج تفاعل النخبة الجزائرية مع خدمات التطبيقات التي تستخدمها عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم(55): توزيع عينة الدراسة حسب تفاعلها مع خدمات التطبيقات التي تستخدمها عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الإجابات		تفاعل النخب
%	ك	
23.2	283	المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات
18.5	226	مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات
17.5	214	التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
13.7	167	إبداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
07.5	92	الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها
11.3	138	المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة
04.3	52	خلق مجموعات حوارية جديدة
4.1	50	الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها
100	*1222	المجموع

¹ أحمد ي، مرجع سابق، ص 254.

² Manim, Esmail, Dhanavandan, Op-cit, p – p1 – 8.

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة هي نخب نشيطة ومتفاعلة مع مختلف مضامين ومحتويات الخدمات التي تتيحها التطبيقات المتعددة عبر تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، فالتفاعلية التي اعتبرت خاصية أساسية ترافق تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة بمختلف مستحدثاتها مكنت المستخدمين من خلال عدة آليات للتفاعل والتواصل بين مختلف الفئات التي تبحث عن من يشاركها (partager)، يعلق (commenter) ويبيدي اهتماما (intéresser ou aimer) مع المواضيع وهذا ما سجل لدى عينة الدراسة بحيث أن 23.2% من المبحوثين أكدوا على مشاركتهم بمواضيع تدخل في نطاق عملهم واهتماماتهم، وبنسب متقاربة تتراوح بين 18.5% و 17.5% من عينة الدراسة مهتمين بمشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات ويتعدى مجرد المشاركة إلى التعليق وإبداء آرائهم وتوجهاتهم إزاء هذه المواضيع.

تعيدنا هذه النتائج وتحليلها إلى أحد خصائص الجمهور النشط بعد قدرته على الانتقاء والاختيار لمحتويات ومضامين المواد التي تستقطب اهتماماته، وهي خاصية "الانشغال" وفيها أمكن للنخب الجزائرية عينة الدراسة أن تدرك العلاقة بين محتويات خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ودرجة تفاعلها (أي النخب) مع هذه المحتويات.

هذه الخدمات شكلت فضاء مهما للتفاعل بين مجموعات مختلفة تتشارك فيما بينها الاهتمامات والأفكار جعل النخب الجزائرية أيضا تتخرط في هذه الفضاءات الجديدة حيث أجاب 11.3% من عينة الدراسة أن لديهم مشاركات في مجموعات النقاش والحوار المتاحة عبر التطبيقات المختلفة، ومن بين هذه النخب من كان أكثر تفاعلا ونشاطا من خلال المساهمة في خلق مجموعات حوارية جديدة تدخل في سياق الاهتمام حيث قدرت نسبتها ب 4.3% من العينة الاجمالية، وهنا تشير الباحثة إلى أن النخب الجزائرية الذين يشكلون قادة للرأي لديهم القدرة والقابلية لابتكار الأفكار المستحدثة وتبنيها مقارنة بالجمهور العادي، وإن لم تكن النسبة مرتفعة.

أما العلاقة بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي) وتفاعل النخب عينة الدراسة مع خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال فقد جاءت على النحو التالي:

- علاقة متغير جنس المبحوثين ومتغير أشكال تفاعلهم عبر استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (56): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

الجنس				أشكال التفاعل				
أنثى		ذكر						
%	ك	%	ك					
83,8	98	70,3	185	المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات				
68,4	80	55,5	146	مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات				
65,0	76	52,5	138	التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات				
46,2	54	43,0	113	ابداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات				
22,2	26	25,1	66	الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها				
40,2	47	34,6	91	المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة				
13,7	16	13,7	36	خلق مجموعات حوارية جديدة				
17,1	20	11,4	30	الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها				
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية	درجة الحرية	كا ² المحسوبة		
0.05		0.004		15.0507	8	22.436		

بدراسة العلاقة بين جنس النخب عينة الدراسة وأشكال التفاعل عبر استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث وأشكال التفاعلية عبر استخدام المبحوثين لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

- علاقة متغير سن المبحوث ومتغير أشكال التفاعل عبر استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة :

جدول رقم (57): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوث ومتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

السنة										أشكال التفاعل
من 60 سنة فأكثر		من 59-50 سنة		من 49-40 سنة		من 39-30 سنة		أقل من 30 سنة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
61,5	08	69,4	59	65,3	64	84,7	122	75	30	المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات
46,2	06	52,9	45	50,0	49	68,8	99	67,5	27	مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات
53,8	07	47,1	40	53,1	52	59,7	86	72,5	29	التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
23,1	03	31,8	27	45,9	45	50,7	73	47,5	19	ابداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
30,8	04	27,1	23	27,6	27	22,2	32	15	06	الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها
15,4	02	28,2	24	35,7	35	39,6	57	50	20	المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة
15,4	02	9,4	08	14,3	14	13,9	20	20	08	خلق مجموعات حوارية جديدة
00	00	14,1	12	12,2	12	15,3	22	10	04	الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها
م.م ألفا		م م الاختبار		كا ² الجدولية		درجة الحرية		كا ² المحسوبة		
0.05		0.001		41.337		28		63.673		

بدراسة العلاقة بين سن النخب عينة الدراسة وأشكال التفاعل عبر استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير سن المبحوث وأشكال التفاعلية عبر استخدام المبحوثين لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

- علاقة متغير المستوى العلمي للمبجوثين ومتغير أشكال تفاعلهم عبر استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (58): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبجوثين وأشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال.

المؤهل العلمي										أشكال التفاعل
ثانوي		ليسانس		ماستر		ماجستير		دكتوراه		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
47,6	10	71,7	91	85,7	24	80,9	93	73	65	المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات
42,9	9	63,8	81	50	14	60,9	70	58,4	52	مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات
42,9	9	55,9	71	67,9	19	61,7	71	49,4	44	التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
28,6	6	44,1	56	53,6	15	42,6	49	46,1	41	ابداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات
28,6	6	26	33	32,1	9	21,7	25	21,3	19	الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها
28,6	6	39,4	50	42,9	12	35,7	41	32,6	29	المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة
4,8	1	13,4	17	7,1	2	16,5	19	14,6	13	خلق مجموعات حوارية جديدة
9,5	2	13,4	17	21,4	6	13	15	11,2	10	الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية		درجة الحرية		كا ² المحسوبة		
0.05		0.257		41.337		28		36.771		

بدراسة العلاقة بين المستوى العلمي للنخب عينة الدراسة وأشكال التفاعل عبر استخدامها لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبجوثين وأشكال التفاعلية عبر استخدام المبجوثين لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

- علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوثين وأشكال تفاعلهم عبر استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (59): نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير أشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة .

المجال النخبوي								أشكال التفاعل	
ديني		إعلامي		سياسي		أكاديمي			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
70,4	57	77,4	82	67,9	72	81,7	134	المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات	
61,7	50	59,4	63	53,8	57	68,3	112	مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات	
66,7	54	52,8	56	53,8	57	62,2	102	التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات	
38,3	31	51,9	55	35,8	38	49,4	81	ابداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات	
19,8	16	26,4	28	25,5	27	17,7	29	الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها	
39,5	32	34,9	37	34,9	37	38,4	63	المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة	
16,0	13	10,4	11	12,3	13	18,3	30	خلق مجموعات حوارية جديدة	
9,9	8	20,8	22	7,5	8	12,8	21	الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها	
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية		درجة الحرية		كا ² المحسوبة	
0.05		0.000		36.410		24		73.796	

بدراسة العلاقة بين متغير المجال النخبوي للنخب عينة الدراسة و متغير أشكال التفاعل عبر استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن نتائج كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير أشكال التفاعلية عبر استخدام المبحوثين لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

تشير نتائج التحليل الإحصائي النهائية إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من جنس المبحوثين، السن، والمجال النخبوي وأشكال تفاعلهم المختلفة مع تطبيقات وخدمات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، في حين ينتفي وجود هذه العلاقة لما يتعلق الأمر بالمستوى العلمي.

12.2.1.5 عرض وتحليل نتائج تفاعل النخب الجزائرية مع المحيط والجمهور، من خلال خدمات التطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم (60): تفاعل النخب الجزائرية مع المحيط والجمهور، من خلال خدمات التطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الإجابات		الفقرات
%	ك	
17.1	253	ترد على الاتصالات التي تردك اذا كنت متصلا بشبكة الانترنت
19.2	284	تطالع الرسائل التي تصلك باهتمام وترد عليها شخصيا
7.3	108	تكلف من ينوب عنك للرد على اتصالاتك أو لإدارة صفحتك: البريد الالكتروني، فيسبوك، تويتر... نظرا لانشغالاتك
0.94	14	ليس لديك الوقت الكاف للتواصل والرد على الرسائل او الاتصالات
2.36	35	تقوم بإضافة أشخاص لا تعرفهم الى حساباتك
7.56	112	تكتفي بإضافة الأشخاص المعروفين لديك مسبقا
9.18	136	تكتفي بإضافة من هم في مثل مستواك او اهتمامك
5.88	87	تمنح رقم هاتفك لمن يريد التواصل معك
9.12	135	تدعم وتشارك الأشخاص الذين يؤيدونك في افكارك وتوجهاتك المواضيع والردود
8.92	132	تكتفي بإبداء الاعجاب للأشخاص الذين يدعمون أفكارك وتوجهاتك
3.72	55	تعلق وتناقش على الأشخاص الذين يعارضونك أفكارك وتوجهاتك
8.17	121	تحذف من قائمة المشتركين صفحتك أو هاتفك كل من يعارضك في الفكرة
0.55	08	تحظر كل شخص يقوم بمعارضتك الأفكار والتوجهات
100	*1480	المجموع

من خلال نتائج الجدول يلاحظ أن: النخب الجزائرية عينة الدراسة وفي مجالاتها النخبوية المختلفة في احتكاكها وتواصلها مع بيئتها الخارجية المحيطة بها من خلال خدمات التطبيقات التي تتيحها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هي نخب تميل إلى التفاعل مع المحيطين بها، حيث أكد 17.1% من المبحوثين أنهم يردون على الاتصالات التي تردهم عبر شبكة الانترنت، وأن 19.2% منهم يطالعون الرسائل التي تصلهم ويردون عليها باهتمام دون تكليف من ينوب عنهم بذلك عكس 7.3% في

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

من يكفون أشخاصا آخرين للقيام بمهمة ادارة الصفحات الالكترونية المختلفة أو حتى الرد على الاتصالات.

لكن ما يجب تسجيله كملاحظة أساسية من خلال إجابات المبحوثين أن النخب الجزائرية هي نخب مازالت متحفظة وحذرة في الانفتاح على الرأي العام بحيث أنها تفضل التعامل مع الأشخاص الذين هم في مثل مستوياتها واهتماماتها أين صرحت بذلك 9.18% من عينة الدراسة، في حين أكدت 7.56% من المبحوثين أنهم يكتفون فقط بإضافة الأشخاص المعروفين لديهم مسبقا من جهة، كما أنهم من جهة أخرى يفضلون التواصل مع من يؤيدونهم في أفكارهم وتوجهاتهم بحيث أن 9.12% من العينة يسجلون تفاعلهم وردودهم على مواضيع هذه الفئة المتناغمة مع توجهاتهم في حين يكتف 8.92% منهم بإبداء الإعجاب لهؤلاء الأشخاص كنوع من إثبات الحضور والتفاعل. ونجد هذه النتيجة تتوافق وتتسجم مع نتائج الاختبارات الاحصائية في الجداول: (58,57,56,59) وخاصة نتائج الجدول (57) حيث لم يثبت وجود العلاقة بين متغير المستوى العلمي وأشكال التفاعل مع الخدمات والتطبيقات كون عينة الدراسة تتواصل مع من هم في مثل مستوياتها العلمية واهتماماتها .

وفي إطار التفاعل والمشاركة أبدى 3.72% من عينة الدراسة أن لا إشكالية لديهم في التعليق والمناقشة على الأشخاص الذين قد يختلفون معهم ويعارضونهم في الأفكار والتوجهات وهذا ما اختلف معه 8.17% من النخب عينة الدراسة بأنها تقوم بحذف (supprimer) كل من يعارضها توجهاتها سواء من خلال التطبيقات الحديثة او حتى من قائمة الهاتف (liste du contacts)، وبنسبة أقل بكثير ترى 0.55% من عينة الدراسة أن يجب حظر (bloquer) كل شخص يقوم بالمعارضة كي لا نترك له أي فرصة لنشر تعليقات أو مشاركة مواضيع متعارضة مع توجهاتها.

ترى الباحثة أن نتائج الجدولين (55) و(60) قد مثلتا توجهها وموقفا تتبناه النخب الجزائرية عينة الدراسة في علاقتها بالجمهور من جهة، وعلاقتها بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال(فيما يخص الخدمات والتطبيقات) من جهة ثانية، حيث هي من زاوية نخب أبدت تفاعلها وإيجابيتها نحو الانخراط في العملية التواصلية عبر هذه الفضاءات الالكترونية الجديدة بأن تشارك النقاش والمواضيع والتعليقات، لكنها من زاوية أخرى كانت أكثر تحفظا في تفاعلها مع المستخدمين الآخرين معها في نفس الفضاء وترجع الباحثة هذا التناقض (paradox)- إن صح التعبير عنه بهذا المصطلح- بأن المستخدم الجزائري/النخبوي خاصة هو مستخدم ما زال ينظر إلى هذه الفضاءات الاتصالية الجديدة بما يتناسب ورويته -هو- رؤية

تتسم أكثر بالشك والريبة، مع الوعي بضرورة التواجد في الفضاء بحيث نقل الممارسات الواقعية التقليدية إلى الفضاء الإلكتروني بنفس المنهجية والذهنية وهو أمر لا يتناسب مع هذه الفضاءات القائمة على حرية أكثر في الرأي والنشر فمثلا عدم إضافة إلا الأشخاص المعروفين، وضعف مناقشة الذين يختلفون معهم في الآراء وصولا إلى حذف المخالفين أو حتى حظرهم هي ممارسات لا ترتق بالمشاركة النخبوية في هذه الفضاءات، مع الإشارة إلى أن هذه الممارسات هي ليست بالضرورة ثابتة بل قد تخضع للتغيير كونها تتأثر بالسياق العام في الجزائر، ومقابل هذه الممارسات لا يمكن تجاهل إجابات المبحوثين التي أبدت رغبة في التواصل والنفاش وتفاعلا مع المحتويات حتى لو كانت مخالفة من باب أنها قد تكون بوابة لعملية الإقناع والاستقطاب للمؤيدين كما المخالفين.

تصل الباحثة مع نهاية عرض محور عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية إلى التأكيد على نتيجة أساسية ترتبط بالاستخدام وتتسجم مع آخر نتائج المحور وهي أن الاستخدام بشكل عام ليس سلوكا ثابتا بل هي ممارسات تتأثر بعوامل عديدة تجعلها كما قال الباحث " بن زايد": "ظاهرة متحولة يتحكم فيها عدد لا متناهي من المحددات، وعليه فالاستخدام يتغير بتغير التكنولوجيات نفسها وصيرورة تملكها وانتشارها الاجتماعي"¹ وفي ذلك سجلت الباحثة بعض الملاحظات خاصة بعد الانتهاء من عملية توزيع الاستبيان:

- سجلت الباحثة تغييرا لعدد النخب عينة الدراسة الذين تواصلت معهم عبر صفحاتهم الفيسبوكية لحساباتهم وحتى فيهم من أعلن عن غلق صفحته نهائيا.
- بعض النخب من الذين كانوا يرفضون الانخراط في الفضاء الإلكتروني والاكتفاء بالبريد الإلكتروني كوسيلة أساسية للتواصل، سجلت الباحثة عودتهم من خلال فتح حسابات فايسبوكية وتوجيه دعوات للانضمام إلى هذه الصفحات والتفاعل مع منشوراتها.
- هناك من أفراد العينة من أعلن عن غلق حسابه على الفيسبوك مقابل توجيه رسالة للمشاركين في حسابه أنه سيبقى متوصلا عبر حسابه الجديد على تويتر، وهذه الملاحظة سجلتها الباحثة بوجه خاص على النخب الأكاديمية.
- الفترات الزمنية ومدة استخدام النخب لهذه التكنولوجيات أيضا غير ثابتة.

¹ بن زايد، مرجع سابق، ص 157.

- هناك نقطة أخرة يمكن التنبية إليها والمتعلقة بنتائج اختبارات العلاقات الارتباطية أن متغيرات الجنس، السن والمستوى التعليمي جاءت في أغلب نتائج الاختبار سلبية، في حين تأكدت العلاقة لما ارتبط الأمر بالمجال النخبوي وهو ما يجعل النخب تتمايز وتختلف حسب المجال

3.1.5 عرض وتحليل نتائج محور دوافع تعرض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة:

من المحاور التي ارتكزت عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات هي تحديدها لدوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام، دوافع تختلف باختلاف حاجات وغايات المستخدمين للوسائل، وفي هذا المحور تحاول الباحثة من خلال اجابات المبحوثين التعرف بشكل أكثر تفصيلي على دوافع تعرض النخب الجزائرية عينة الدراسة لخدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

1.3.1.5 دوافع استخدام النخب الجزائرية لتطبيقات وخدمات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة:

جدول رقم (61): دوافع استخدام النخب الجزائرية لتطبيقات وخدمات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

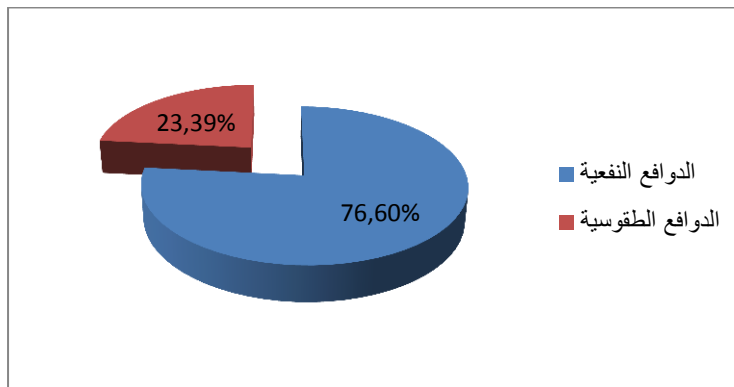
الاجابات		الفقرات
%	ك	
11.79	357	التعرف على الأخبار والمعلومات عن الأحداث اليومية محليا ودوليا
7.10	215	تطوير المهارات الموجودة لديك، واكتساب أخرى جديدة
7.96	241	لأن ظروف عملك تقتضي استخدامها
2.04	62	بحكم العادة والارتباط بها
4.65	141	التسلية والترفيه
3.86	117	تساعدك على تجاوز الازهاق وضغط النشاطات المهنية
4.52	137	لأنها سهلة الاستخدام
6.08	184	تساعدك على تعزيز أفكارك وقناعتك
7.07	214	تساعدك في اىصال آرائك وأفكارك بحرية ويسر
7.03	213	ساهم في معرفتك بالموضوعات التي يدور حولها النقاش
6.27	190	تساعدك في الوصول الى المعلومات والبيانات التي تهتم مجال عملك
5.41	164	مواكبة التطورات التقنية المساعدة على التواصل مع الجمهور
3.27	99	تستخدمها لأنها تساعدك على تدارك علاقاتك الاجتماعية
2.08	63	تستخدمها بدافع الفضول وحب الاكتشاف، وخاصة الجديد من التقنيات
2.49	89	أستخدمها عند عدم وجود التزامات أو انشغالات عملية
5.32	161	تساعدك في التواصل مع المتخصصين في مجال عملك وتبادل الخبرات
3.33	101	تساهم في فتح القنوات الحوارية مع الآخرين الذين هم غير مقتنعين بمواقفك
6.74	204	تساعدك في زيادة معارفك وثقافتك
2.44	74	تساعدك في اتخاذ القرارات
100	*3026	المجموع

✓ ملاحظة: عرضت الباحثة الدوافع المعرفية والدوافع الطقوسية دون ترتيب وذلك لعدم توجيهه المبحوث في الاجابات.

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول، أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تنوعت دوافعها وحاجاتها من التعرض لخدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وهذا أمر طبيعي يرجع إلى أن مستوى التعرض عند الأفراد على اختلاف خصائصهم ليس واحداً، لكن بقراءة متأنية لبيانات الجدول نستشف أن العبارات التي جاءت في الجدول والتي تنتمي في تصنيفها إلى الدوافع النفعية قد جاءت في مراتب متقدمة وبنسب مرتفعة مقارنة بالعبارات التي تنتمي إلى الدوافع الطقوسية، حيث نجد أن الدوافع الطقوسية على اختلافها احتلت مراتب متأخرة في اختيارات النخب الجزائرية عينة الدراسة فمن مجموع 3026 إجابة سجلت لكل الدوافع نجد مثلاً: دافع التسلية والترفيه يحتل المرتبة 11 وبنسبة 4.65%، بينما صنف دافع تجاوز الازهاق وضغوط النشاطات المهنية في المرتبة الثالثة عشر وبنسبة 3.86% من نسبة مجموع إجابات المبحوثين، مسبقاً بعشرة دوافع نفعية تتفوق على الطقوسية في النسب والترتيب ويتصدرها الدافع المعرفي في رغبة معرفة ما يدور من أحداث ومعلومات يومية، محلياً ودولياً وذلك بنسبة 11.79% من الإجابات العامة للمبحوثين وهي النسبة التي تعتبر الكبرى مقارنة بكل الدوافع، يليه دافع اقتضاء ظروف العمل استخدام هذه التكنولوجيات بنسبة 7.96%، ثم جاء ثالثاً دافع تطوير المهارات واكتساب مهارات جديدة بنسبة 7.10%، لتتوالى بعدها دوافع التعرض الأخرى وفق نسب ومراتب مختلفة كما بينه الجدول، ويمكن توضيح النتائج التي تم رصدها بشكل أفضل من خلال هذه الدائرة النسبية:

الشكل رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب الدوافع.



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات SPSS و Excel.

يوضح هذا الشكل الدوافع التي تدفع النخب الجزائرية عينة الدراسة لاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة والتعرض لخدماتها وتطبيقاتها، حيث يتضح من الشكل أن الدوافع النفعية قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 76,60% من إجابات المبحوثين، في حين تأتي الدوافع الطقوسية في المرتبة الثانية

بنسبة 23,39%، وهذه النسب قد تتفق مع طبيعة النخب الجزائرية التي تتميز بخصائص ومؤهلات جعلتها تختلف عن باقي فئات الجمهور، وترى الباحثة أن هذه النتائج تحقق الخاصية الثالثة التي يتميز بها الجمهور النشط بعد كل من الانتقائية والانشغال وهي خاصية "المنفعة" فالنخب الجزائرية في استخداماتها لخدمات وتطبيقات التكنولوجيات الاعلامية الاتصالية الحديثة تقصد تحقيق أهداف معينة حددها في هذه الدراسة بالدوافع النفعية.

هذه النتائج تتوافق مع نتائج عديد الدراسات السابقة التي عرضتها الباحثة فقد جاء مثلا في دراسة الباحث "محمد الفقيه الكافي" أن النخب اليمينية: صنفت الدوافع النفعية في مرتبة أولى حيث احتلت نسبة 64% في حين جاءت الدوافع الطقوسية ثانيا بنسبة 36%، ويرى الباحث أن الدوافع النفعية هي التي دفعت الصفوة اليمينية (سياسيين، أكاديميين، إداريين، إعلاميين ومهنيين) لاستخدام وسائل الاتصال والحصول على المعلومات أكثر من الدوافع الطقوسية فالقادة يركزون على الدوافع النفعية أكثر من الطقوسية¹، من جهتها الباحثة "بارعة شقير" وجدت في دراستها عن النخب الأكاديمية أن الدوافع النفعية جاءت في مقدمة دوافع عينة الدراسة لاستخدام الانترنت².

لنتفق هذه النتائج مع طبيعة تكوين النخب الجزائرية والمراكز التي تشغلها حيث تهتم بمعرفة ما يحدث في محيطها المحلي وحتى الدولي لتبقى مطلعة على المجريات من جهة، وقدرتها على التكيف مع المستجدات من جهة ثانية مما قد يسهل لها عمليات اتخاذ القرارات وتطوير مجالاتها المختلفة. ولفهم أكثر لطبيعة الدوافع ترى الباحثة أن هذه النتائج العامة تحتاج إلى التفصيل في جزئياتها والكشف عن مختلف الدوافع النفعية، مقابل مختلف الدوافع الطقوسية.

¹ عبد الوهاب الفقيه الكافي، مرجع سابق، ص 219.

² حمزة شقير، مرجع سابق، ص 473.

2.3.1.5 عرض وتحليل نتائج الدوافع النفعية التي أدت إلى تعرّض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم (62): الدوافع النفعية التي تسببت في تعرض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الاجابات		الفقرات
%	ك	
15.40	357	التعرف على الأخبار والمعلومات عن الأحداث اليومية محليا ودوليا
9.27	215	تطوير المهارات الموجودة لديك، و اكتساب أخرى جديدة
10.39	241	لأن ظروف عملك تقتضي استخدامها
7.93	184	تساعدك على تعزيز أفكارك وقناعتك
9.23	214	تساعدك في اىصال آرائك وأفكارك بحرية ويسر
9.18	213	تساهم في معرفتك بالموضوعات التي يدور حولها النقاش
8.19	190	تساعدك في الوصول الى المعلومات والبيانات التي تهتم مجال عملك
7.07	164	مواكبة التطورات التقنية المساعدة على التواصل مع الجمهور
6.94	161	تساعدك في التواصل مع المتخصصين في مجال عملك وتبادل الخبرات
4.35	101	تساهم في فتح القنوات الحوارية مع الآخرين الذي هم غير مقتنعين بمواقفك
8.80	204	تساهم في زيادة معارفك وثقافتك
3.19	74	تساعدك في اتخاذ القرارات
100	*2318	المجموع

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول، أن النخب الجزائرية تقبل على استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وما تتيحه من تطبيقات وخدمات يرجع إلى دوافع نفعية متعددة ومختلفة تنصدها الرغبة

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

في معرفة جديد الأخبار والمعلومات عن الأحداث محليا ودوليا حيث أجابت 15.40% من العينة بذلك ويتوافق هذا الدافع مع أحد أهم الخصائص التي توفرها التكنولوجيات الحديثة اليوم للمتلقين وهي: الوفرة المعلوماتية، والتي أصبحت سمة أساسية للبيئة التواصلية الجديدة فنحن نعيش وفرة معلوماتية تتمثل في العدد الهائل من الوسائل الاتصالية الحاملة لمضامين اعلامية مختلفة تمنح الفرصة للمتلقي أن يمارس عملية الانتقاء بكل راحة وحرية وفقا لما يريده من معلومات تهتم مجاله أو اهتمامه، هذه الخاصية كان لها دور كبير في إنهاء ما يسمى بنموذج القناة الوطنية الواحدة، إذ اتسم الإعلام الوطني في العالم العربي بالهيمنة التاريخية للقناة الوطنية الحكومية الواحدة، وبالمقابل فإن الصحافة كانت تاريخيا أكثر تنوعا¹، ومنه فالنخب الجزائرية وجدت في التكنولوجيات الحديثة منفذا أساسيا يبقها مطلعة على مختلف الأحداث والأخبار سواء الجزائرية أو خارج النطاق المحلي.

ولقد أثبتت الدراسات الأولى في مجال الاستخدامات والإشباع أن هذا الدافع من الأسباب المهمة التي تجعل الأفراد يقبلون بشكل عام على التعرض لوسائل الاعلام والاتصال حيث كان دراسة "بيرلسون Berlson" سنة 1945 منطلقا لذلك، من جهتها دراسة "ماكويل Maxwell" في سنوات الستينيات أثبتت أن هناك قدرا من الاتفاق بين الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والاستخدام والإشباع في وسائل الاعلام، حيث وضع دافع اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة في المقام الأول متبوعا بدوافع متنوعة، كما توصلت دراسة "تان Tan" سنة 1985 أن الحاجات المعرفية تأتي في المرتبة الأولى.

إن الإشارة إلى هذه الدراسات السابقة هو تأكيد على أهمية النظرية في جزئية الدوافع بحيث -حتى لو كانت نظرية قديمة- فإنه مازال لديها القدرة على قراءة الدوافع والحاجات.

ليأتي في المرتبة الثانية دافع يتعلق بظروف العمل التي تحتم على النخب الجزائرية عينة الدراسة توظيف هذه التكنولوجيات والتعامل معها حيث بلغت نسبة المبحوثين ب 10.39% فعلى اختلاف مجالات النخب بين السياسية والإعلامية والأكاديمية والدينية فإن وظائفها اليوم ترتبط بشكل كبير جدا بهذه التكنولوجيات التي صارت سمة أساسية لتسهيل العمل وليس مجرد ترف، وهنا تذكر الباحثة بأن هذا الدافع يتوافق مع الدراسات الأولى للاستخدامات والإشباع حيث توصل "كاتز katz" في دراسته سنة

¹لتفاصيل أكثر حول خصائص البيئة التواصلية الجديدة، أنظر الصادق الحمامي، "الإعلام الجديد مقارنة تواصلية". مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص-ص 3-14.

1959 إلى نتيجة مهمة مفادها أن: قيم الأفراد، اهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية التعرض وتوجه الناس إلى ما يريدون مشاهدته وهذا ما ينسجم مع عينة الدراسة بحيث مواقعها ووظائفها تجعلها تقبل على التعرض لمختلف تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

جاءت بعدها إجابات المبحوثين متقاربة في اقبالهم على هذه التكنولوجيات بسبب: رغبتهم في تطوير المهارات الموجودة لديهم واكتساب أخرى جديدة، مساعدتهم على ائصال آرائهم وأفكارهم بحرية ويسر، معرفتهم بالمواضيع التي يدور حولها النقاش، ومساهمتها في زيادة معارفهم وثقافتهم حيث جاءت النسب على التوالي (9.27%، 9.23%، 9.18% و 8.80%).

لنجد النسبة تتخفف إلى 4.35% من إجابات المبحوثين الذين يرون بأن اقبالهم على هذه التكنولوجيات بدافع مساهمتها في فتح القنوات الحوارية مع الآخرين غير المقتنعين بمواقفهم حيث توافقت هذه النتيجة مع ما جاء في الجدول رقم (60).

وسجلت أقل نسبة لدى المبحوثين الذين يرون في أن هذه الوسائل التكنولوجية تساعدهم على اتخاذ القرارات إذ لم تتجاوز النسبة 3.19 من المبحوثين، واختلفت هذه النسبة مع ما جاء في دراسة الباحثين "Ahmet CETİNKAYA, Ozgur Erkut SAHİN, Ali Murat KIRIK" حيث سجلت الدراسة دافع الاستخدام بسبب مساعدة هذه الشبكات كتكنولوجيات حديثة أفراد العينة على اتخاذ القرارات في الأمور المهمة كدافع أساسي¹.

إن الدوافع النفعية التي سجلت لدى المبحوثين تؤكد ما جاءت به أغلب البحوث الاتصالية في هذا المجال حيث أنها ترتبط أساسا باكتساب المعارف والمعلومات، مراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين هذه التكنولوجيات حيث تعتبر وسائل أساسية تتيح من خلال خدماتها وتطبيقاتها إمكانية معرفة المعلومات التي قد لا تصل إليها النخب، أي أن النخب الجزائرية تستهدف بالدرجة الأولى البحث عن تحقيق حاجيتها المعرفية كما سماها "كاتزKatz"، فالفرد بحاجة كما يقول الباحث "محمد عبد الحميد" إلى: "المعرفة التي تساعده على بناء إدراكه وتشكيل المعاني، حتى يتمكن من الفهم والتفسير، وتحديد موقفه واتجاهه من المثيرات التي يتعرض لها في بيئته"².

¹ CETİNKAYA, Erkut SAHİN, KIRIK, Op-cit, p – p 49 – 60.

² محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص 217.

إن تصدر الوظائف المعرفية في هذه الدراسة يتفق أيضا مع ما توصل إليه الباحث "رضا عبد الواحد أمين" في دراسته، أين وجد أن 49,20% من عينة دراسته يستخدمون الانترنت نظرا لأن ظروف عملهم تقتضي ذلك، وأن 48% منهم يستخدمونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية.¹

كما تتوافق مع دراسة الباحث "محمد الفقيه الكافي" حيث صنفت النخب اليمنية كلا من دوافع معرفة ما يحصل في العالم أولا، الحصول على المعلومات ثانيا والتعليم والثقافة ثالثا ثم الموضوعات التي تصلح للنقاش رابعا، ويرى الباحث أن طبيعة الصفوة وطبيعة المراكز التي تشغلها يدفعها إلى ضرورة الاهتمام بالأخبار والوقوف على تطورات الاحداث المحلية والدولية واتخاذ المواقف بشأنها.²

من جهتها دراسة الباحثة "شريهان توفيق" توصلت إلى أن النخب المصرية عينة دراستها تركزت دوافعها بشكل كبير على استخدام الانترنت في الحصول على المعلومات بكافة أنواعها بما يخدم الاستخدامات العلمية المرتبطة بمجال العمل أو البحث العلمي والاستخدامات المعرفية المرتبطة بالوظيفة الاعلامية.³

كما نجد أن دراسة الباحث "حمدي" سجلت أن النخب الأكاديمية (89% من نخب الذكور و90% من نخب الاناث) تقبل على استخدام الصحف الالكترونية كانت بسبب تزويدها بالأخبار المحلية التي تحدث على المستوى القطري.⁴

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص ص 179،180

² عبد الوهاب الفقيه الكافي، مرجع سابق، ص 218.

³ شريهان توفيق، مرجع سابق.

⁴ حمدي، مرجع سابق، ص 215.

3.3.1.5 عرض وتحليل نتائج الدوافع الطقوسية التي أدت إلى تعرّض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم (63): الدوافع الطقوسية التي تسببت في تعرض النخبة الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الاجابات		الفقرات
%	ك	
8.75	62	بحكم العادة والارتباط بها
19.91	141	التسلية والترفيه
16.52	117	تساعدك على تجاوز الازهاق وضغط النشاطات المهنية
19.35	137	لأنها سهلة الاستخدام
13.98	99	تستخدمها لأنها تساعدك على تدارك علاقاتك الاجتماعية
8.98	63	تستخدمها بدافع الفضول وحب الاكتشاف وخاصة الجديد من التقنيات
12.57	89	أستخدمها عند عدم وجود التزامات أو انشغالات عملية
100	* 708	المجموع

إن ارتباط النخب الجزائرية عينة الدراسة باستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة لا يستهدف فقط الدوافع النفعية وإن تصدرت المرتبة الأولى، ولكن هناك أيضا من المبحوثين من يتجه إلى استخدام هذه التكنولوجيات لتتكامل مع وظائف المعرفة حيث سجل من خلال نتائج هذا الجدول: أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى (بالنسبة للدوافع الطقوسية) بنسبة 19.91%، كما أن المبحوثين سجلوا استخدامهم لهذه التكنولوجيات نظير سهولة استخدامها حيث جاء هذا الدافع بنسبة 19.35%، فالיום مع الانتشار الكبير لهذه التكنولوجيات، وتحولها إلى وسيلة أساسية في العمل، حتم على الكثيرين مواكبتها والتدريب على كيفية استخدامها، كما جاء في المرتبة الثالثة دافع التخلص من الإرهاق وضغط النشاطات المهنية بنسبة 16.53%، فالיום الوظائف والوضعيات (positions) التي تتقلدها النخب الجزائرية عينة الدراسة تجعلها تحت ضغط دائم لمتابعة المستجدات وتسيير المناصب التي يشرفون عليها

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

مما يدفع بهم إلى البحث عن وسائل تحقق لهم نوعا من الاسترخاء بعيدا عن ضغوط العمل وهو ما أسمته الباحثة "Herzog"، التي تعد من المنظرين الأوائل لبحوث الاستخدامات والإشباعات -في دراستها سنة 1942 "بالتنفيس العاطفي".

دافع آخر يسجل من خلال إجابات المبحوثين واحتل المرتبة الرابعة بنسبة 13.98% وهو توجه المبحوثين إلى الاعتماد على هذه التكنولوجيات كبديل للحضور الاجتماعي الحقيقي، فمع ضغط العمل والمسؤوليات يتحتم على هذه النخب أن تكون بعيدة عن روابطها الاجتماعية (العائلة والأصدقاء) لفترات طويلة خلال اليوم وأحيانا تتجاوز اليوم، مما يجعلها تستغل قدرة هذه التكنولوجيات في تسهيل التواصل بحيث هناك إمكانيات كبيرة لإجراء مكالمات الفيديو ذات الجودة العالية وفي أماكن مختلفة محليا ودوليا، عبر مختلف التطبيقات التي تتطلب فقط أن يكون صاحبها متصلا بشبكة الانترنت، كما أن هذه الاتصالات ذات تكلفة بسيطة مقارنة بالاتصالات التي إلى وقت قريب كانت تتم عن طريق الاتصال الهاتفي فقط، فاستخدام النخب لهذه التكنولوجيات كان أحد دوافعه هو تدارك العلاقات الاجتماعية التي أصبحت تضيق مع زيادة الأعمال والانشغالات، فالدوافع الطقوسية التي تم رصدها من خلال إجابات المبحوثين تنسجم أساسا مع رغبتهم في الاسترخاء والتسلية والهروب من ضغط العمل وكما سماها "كاتز" الحاجة لتخفيف التوتر.

وفي نهاية عرض محور دوافع استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة تشير الباحثة إلى الملاحظات التالية:

- ضمت استمارة الاستبيان تسعة عشر (19) دافعا، تنوعت بين الدوافع المعرفية والدوافع الطقوسية تم صياغتها في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات التي ميزت بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، وأيضا في ضوء الدراسات السابقة للباحثين الذين طوروا هذه النظرية أو استخدموها في أبحاثهم، وتركت الباحثة السؤال مفتوحا لإضافة دوافع أخرى من باب أنه قد تكون هناك حاجات أخرى -خاصة بفئة أو مستخدمين من النخب لم تحدد في العبارات المتاحة وهو ما لم تسجله الباحثة على أي استمارة فقد اختار المبحوثين (382) الدوافع الواردة فقط على مستوى الاستبيان وهو أمر قد يرجع إلى سببين: إما فعلا أن الدوافع الواردة عبرت عن الحاجات التي أرادها المبحوثين من الاستخدام، أو أنها تدرج في خانة عدم الاهتمام الفعلي بالأسئلة بسبب ضغط الوقت أو الانشغال أو أمور أخرى تبقى خاصة بالمبحوثين وهذه إشكالية فعلية مازالت مطروحة

على مستوى نظرية الاستخدامات والاشباع، ولقد سبق وأن أشارت الباحثة -على مستوى فصل المداخل النظرية- إلى وجهة نظر مهمة وهي أن تعرض الجمهور لوسائل الاتصال ليس بالضرورة أن يكون "مدفوعا" بل قد يكون سلوكا اعتياديا وهي وجهة النظر التي جاء بها الباحثان "Auctin و Babrow" وهو ما يجعل الباحثة تتساءل هل النخب الجزائرية في تعرضها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة سجلت سلوكا عاديا من التعرض، أم أن الوعي الذي تمتلكه والخصائص التي تميزها عن عامة الجمهور تجعل اختيارها وانتقائها للدوافع سلوكا مدفوعا؟ وفي هذه النقطة تشير الباحثة إلى ما كتبه الباحثان "ميخائيل وسينجلتري Micheal W Singletary" و"جيرالد ستون Gearlde Stone" حيث أشارا إلى أن: "الباحثين قد توصلوا إلى أن الناس تميل إلى إعطاء أسباب معروفة لاستخدام وسائل الإعلام، كما أن ردود أولئك الذين تم استجوابهم من الممكن أن تكون أجوبة تحت نوع من التحفظ، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالأمر السياسي مثلا، متابعة الأحداث الاخبارية، لكن هؤلاء يعجزون أحيانا عن تحديد هذه الأخبار التي يريدون متابعتها..."¹

- قد تتغير الدوافع بتغير ظروف النخب الجزائرية وسياقاتها، وإن كانت إجابات المبحوثين قد انسجمت مع طبيعتهم كصفوة قائدة في المجتمع تبحث عن البقاء متصلة بمحيطها، عارفة لما يدور من حولها قادرة على اتخاذ القرار بمعطيات تساهم هذه التكنولوجيات الحديثة في تزويدها به، وهنا تشير الباحثة إلى أن الدراسات التي تناولت جمهور وسائل الاعلام وخاصة الوسائل التكنولوجية الحديثة من طلبة جامعيين، مراهقين وشباب بشكل عام بينت أن دوافعهم الأساسية تنسجم مع حاجاتهم على غرار الرغبة في التواصل والترفيه وتجاوز الارهاق والضغوطات (تم الإشارة إلى الفكرة على مستوى عنصر الدراسات السابقة).

¹ ميخائيل وسينجلتري، جيرالد ستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، تر عبد الله بن أهنية، سعد هادي القحطاني (الرياض: معهد الإدارة العامة، مركز البصيرة، 1999)، ص، 144.

4.1.5 عرض وتحليل نتائج محور الإشباعات:

قسم الباحثون في دراسات الاتصال الإشباعات الناتجة عن عملية التعرض لمضامين ومحتويات الوسائل الإعلامية والاتصالية من خلال مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى قسمين أساسيين الإشباعات العملية، وإشباعات المحتوى.

وبناء عليه صممت الباحثة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي واستنادا إلى ما جاء في النظرية مقياسا مكونا من عشرين (20) عبارة، تبحث في مدى درجة الإشباع التي يحققها استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وموافقته لدى النخب الجزائرية عينة الدراسة. وبحثا عن درجة الموافقة من عدمها على الفقرات التي يحويها المقياس لجأت الباحثة إلى استخدام كل من المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، اتجاه العبارات وأهميتها النسبية.

1.4.1.5 نتائج الإشباعات المحققة لعينة الدراسة من استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة

جدول رقم (64): اتجاه عينة الدراسة نحو الإشباعات المحققة من استخدام خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	المجموع		درجات المقياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.655	4.35	100	382	0	0	01	04	07	26	48	183	44	169	جعلتك مطلعاً على الأخبار في محيطك المحلي والعالمي
متوسطة	0.534	2.90	100	382	5.49	21	23.56	90	52.61	201	11.87	45	6054	25	ساعدتك على الشعور بالراحة والتسلية
مرتفعة	0.489	4.30	100	382	0	0	0	0	9.16	35	51.57	197	39.26	150	أكسبتك مهارات جديدة وطورت الموجودة لديك
متوسطة	0.918	3.67	100	382	0.52	2	14.92	57	15.18	58	54.71	209	14.56	56	ربطت بينك وبين زملائك في العمل
متوسطة	0.725	3.59	100	382	0.26	1	5.75	22	35.86	137	50.52	193	7.59	29	مكنتك من استقطاب أطراف جديدة إلى مجال نشاطك
متوسطة	0.571	2.40	100	382	26.17	154	13.87	53	25.13	96	6.02	23	14.65	56	ساعدتك على الاسترخاء وتجاوز الإرهاق والتوتر
متوسطة	0.970	3.46	100	382	8.37	32	10.47	40	31.41	120	26.17	100	23.56	90	ساعدتك في الوصول إلى المعلومات والبيانات التي تهتم مجالك النخبوي
متوسطة	0.860	3.55	100	382	1.83	7	5.23	20	40.38	156	38.21	146	13.87	53	منحتك فرصاً للترويج لمواقفك واتجاهاتك
مرتفعة	0.743	3.82	100	382	0.52	2	4.45	17	20.68	79	60.73	232	13.61	52	ربطت بينك وبين زملاء لك في نفس المهنة خارج محيط عملك
متوسطة	0.720	3.66	100	382	0.52	2	5.23	20	28.35	109	57.59	220	8.11	31	ساهمت في إيصال أفكارك وآرائك إلى شرائح مختلفة من المجتمع
متوسطة	0.846	3.39	100	382	1.30	5	11.78	45	40.14	148	40.31	154	7.85	30	ساعدتك في عملية اتخاذ القرارات
متوسطة	0.720	2.31	100	382	21.72	83	39.26	150	28.79	110	5.75	22	4.45	17	جعلتك تشعر بالاستقرار والهدوء

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

مرتفعة	0.957	3.70	100	382	0.26	1	15.18	58	17.53	67	47.64	182	19.37	74	عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك داخل الجزائر
مرتفعة	0.701	4.20	100	382	0	0	1.04	4	13.35	51	50	191	35.60	136	ساهمت في تقريبك من مجال عملك
مرتفعة	0.677	3.99	100	382	/	/	0.52	2	20.49	80	54.97	210	23.56	90	مكنك من التعرف على تجارب الآخرين في نشاطك والاستفادة منها
مرتفعة	0.860	3.74	100	382	1.83	7	5.23	20	25.91	99	50.26	192	16.75	64	منحتك فرصا للتعريف بمواقفك واتجاهاتك
متوسطة	0.731	3.49	100	382	0.52	2	31.93	22	42.14	161	44.76	171	6.80	26	ساعدتك على التأثير في آراء الكثيرين ممن كانوا غير مقتنعين بمجال نشاطك
مرتفعة	0.957	3.69	100	382	01	01	15	58	17	67	48	182	19	74	مكنك من تدارك علاقاتك الاجتماعية
متوسطة	0.798	3.16	100	382	1.30	5	15.96	61	51.57	197	26.96	103	4.18	16	ساعدتك على تغيير قناعات الكثيرين كانوا معارضين لتوجهاتك
متوسطة	0.918	3.67	100	382	0.26	1	12.56	48	25.39	97	40.83	156	20.49	80	عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك خارج الجزائر
متوسط	0.767	3.55	المتوسط العام												

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى إجابات النخب الجزائرية عينة الدراسة والمتعلقة بالفقرات الخاصة بالإشباع المتحققة من التعرض لمحتويات ومضامين (تطبيقات وخدمات) التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث أسفرت نتائج التحليل عن متوسطات حسابية تتراوح بين (4.35 و 2.31)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.55) وانحراف معياري بلغ (0.767)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه الايجابي لعينة الدراسة، اتجاه ينسجم مع أهمية نسبية متوسطة أقرتها العينة لعبارات المقياس، بمعنى أنها ترى في أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة تحقق لها حاجاتها واشباعها التي تبحث عنها ولكن ليس بشكل مرتفع، (أي أن مستوى الموافقة المتوسط الذي تم رصده من خلال إجابات المبحوثين يمكن أن يشير إلى حد معقول من رضا عينة الدراسة عن خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة المستخدمة).

ترى الباحثة أن عملية الرصد والتحليل لهذا الجدول بغية تفسير النتائج المتحصل عليها يمكن أن تسجل وفق ثلاث ملاحظات أساسية:

• **الملاحظة الأولى:** سجل المبحوثون اتجاها ايجابيا وينسب مرتفعة تتراوح بين الموافقة والموافقة بشدة لثمانية (8) فقرات في المقياس احتلت مراتبا متقدمة ومتوسطات حسابية عالية وهي الفقرات:

- الفقرة الأولى بمتوسط حسابي بلغ: (4.35).
- الفقرة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ: (4.30).
- الفقرة 14 بمتوسط حسابي بلغ: (4.20).
- الفقرة 15 بمتوسط حسابي بلغ: (3.99).
- الفقرة 9 بمتوسط حسابي بلغ: (3.82).
- الفقرة 16 بمتوسط حسابي بلغ: (3.74).
- الفقرة 13 بمتوسط حسابي بلغ: (3.70).
- الفقرة 18 بمتوسط حسابي بلغ: (3.69).

ما يسجل على هذه الفقرات أن سبعة (7) عبارات منها تتدرج ضمن الإشباعات العملية (وإن تصدرت فيها الإشباعات التوجيهية مراتب متقدمة عن الإشباعات الاجتماعية)، مقابل واحدة تصنف ضمن إشباعات المحتوى وهي الفقرة 18 وفق ما جاء به مدخل الاستخدامات والإشباعات، وهذا ما يمكن

تفسيره على أن النخب الجزائرية (التي كما جاء في تحليل نتائج الدوافع) تهدف بالدرجة الأولى إلى اشباع حاجاتها النفسية وتحديد المعرفة من المعلومات والبيانات التي تنفيها مطلعة على المستجدات وتربطها بالجهات ذات العلاقة بمجالاتها النخبوية وذلك يؤهلها للبقاء في مركز القيادة والطلائعة مقارنة بعامه الجمهور، فلقد وجدت النخب عينة الدراسة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال منفذا مهما يحقق لها اكتساب المهارات الجديدة والتي تمكنها كنخب فاعلة في المجتمع من التعريف بمواقفها واتجاهاتها.

وتتفق هذه النتائج الجزئية مع ما وصل إليه الباحث "رضا عبد الواحد أمين" في دراسته، حيث جاء الاشباع المتعلق بتزويد المستخدمين بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها من استخدامهم للصحف الالكترونية في المرتبة الأولى (وهو تقريبا يقابل نفس الاشباع الذي تصدر قائمة الاشباع المتحققة في دراسة الباحثة) حيث وافق على ذلك 76.8% من أفراد العينة، في حين تعارضت النتائج مع العبارة التي لا ترى في استخدام مواقع الصحف الالكترونية فضاء لتنمية مهاراتهم أو لاكتساب مهارات جديدة حسب دراسة الباحث التي رصدت عدم الموافقة على هذه العبارة بأكثر من 49% من عينة الدراسة (بين المعارض والمعارض بشدة)¹، هذا الاختلاف بالنسبة للباحثة يمكن إرجاعه إلى التغييرات والتطورات الكبيرة التي حدثت منذ انجاز الباحث لدرسته وانجاز الباحثة لموضوعها حيث تناولت الصحافة الالكترونية كجزئية صغيرة ضمن إطار كبير وهو التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الحديثة.

ما لفت انتباه الباحثة أيضا في هذه النتائج مدى رضا عينة الدراسة عن هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة في مساهمتها في تدارك علاقاتها الاجتماعية من خلال تنوع التطبيقات والخدمات التي تتيحها، بحيث أصبحت بديلا مهما وفعالا عن التواجد الحقيقي أو المباشر نظرا كما أسلفت الباحثة ذكره بارتباطات عينة الدراسة بمؤسساتها ومجالات عملها التي تحول بين تواجدها مع عائلاتها وأصدقائها وهذا ما جعلها رغم أنها من إشباعات المحتوى إلا أنها حظت بموافقة مرتفعة من عينة الدراسة.

• **الملاحظة الثانية:** سجل المبحوثون اتجاها إيجابيا وينسب انخفاضت (مقارنة بالنسب المسجلة على العبارات المتصدرة) لتتراوح بين الموافقة والحياد وذلك في تسعة (9) فقرات من مجموع فقرات المقياس وهي الفقرات التالية:

- الفقرة الرابعة والفقرة الأخيرة تساوتا بنفس المتوسط حسابي بلغ: (3.67).
- الفقرة العاشرة بمتوسط حسابي بلغ: (3.66).

¹ عبد الواحد أمين، (الصحافة)، مرجع سابق، ص ص 204، 205.

- الفقرة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ: (3.59).
- الفقرة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ: (3.55).
- الفقرة 17 بمتوسط حسابي بلغ: (3.49).
- الفقرة السابعة بمتوسط حسابي بلغ: (3.46).
- الفقرة 11 بمتوسط حسابي بلغ: (3.39).
- الفقرة 19 بمتوسط حسابي بلغ: (3.16).

ما يسجل على هذه الفقرات أن كل عباراتها تتدرج ضمن الإشباعات العملية (تصدرت الإشباعات الاجتماعية مقارنة بالإشباعات التوجيهية)، تصنف وفق ما جاء به مدخل الاستخدامات والإشباعات، وهذا ما يؤكد على أن المبحوثين يهدفون إلى الإشباعات العملية التي ترتبط بوضعيتهم ومركزهم كمنخب فاعلة.

• **الملاحظة الثالثة:** سجل المبحوثون اتجاهها ايجابيا وينسب انخفاضت بشكل كبير (مقارنة بالنسب المسجلة على العبارات المتصدرة والتي تليها، وأيضا مقارنة بالمتوسط العام لمجموع فقرات المقياس الذي قدر ب"3.55") لتتراوح بين الحياد وعدم الموافقة في ثلاث فقرات من مجموع فقرات المقياس وهي الفقرات التالية:

- الفقرة الثانية بمتوسط حسابي بلغ: (2.90).
- الفقرة السادسة بمتوسط حسابي بلغ: (2.40).
- الفقرة 12 بمتوسط حسابي بلغ: (2.31).

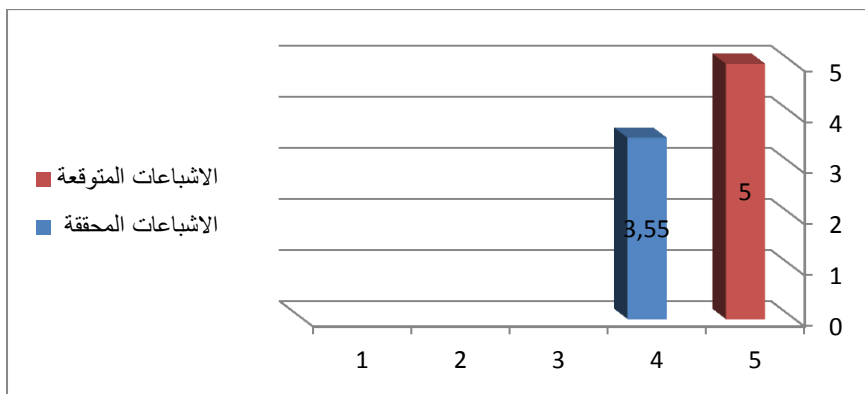
ما يسجل على هذه الفقرات أنها تتدرج كلها ضمن إشباعات المحتوى (الشبه توجيهية والشبه الاجتماعية) وفق ما جاء به مدخل الاستخدامات والإشباعات، وهذا ما يؤكد على أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لا تلبى حاجيات التسلية والاسترخاء والبحث عن تجاوز ضغوطات العمل والنشاط عند المبحوثين إلا بنسب قليلة مما قد يوحي كما جاء في دراسة الباحث "رضا عبد الواحد أمين" أن النخب تبحث عن تلبية الإشباعات المعرفية والعلمية أكثر من تلبية إشباعات متعلقة بالتسلية والترفيه¹ وقد توافقت نتائج هذا الجدول أيضا مع النتائج التي توصل إليها الباحث "محمد الفقيه الكافي" حيث جاءت اشباعات المحتوى عند النخب اليمينية في الترتيب الأول وبنسبة 64%، في حين جاءت إشباعات العملية في الترتيب الثاني بنسبة 36%، وهذا يعني حسب الباحث أن الإشباعات التي تتحقق للصفوة من استخدام

¹ المرجع نفسه، ص 250.

وسائل الاتصال هي الأكثر والأهم¹، وأيضاً هي نفس النتائج التي توصلت إليها الباحثة "بارعة شقير" حيث جاءت في دراستها أن الإشباعات الشبه توجيهية والشبه الاجتماعية أي الإشباعات العملية هي أقل بكثير من إشباعات المحتوى وهو أمر يشير حسب الباحثة إلى أهمية الفوائد العلمية المتحصل عليها من استخدام النخبة الأكاديمية السورية لشبكة الانترنت.²

وكخلاصة لنتائج هذا الجدول تجدر الإشارة إلى أن النخب الجزائرية عينة الدراسة ترى إلى أن الإشباعات العملية المحققة هي التي احتلت ترتيبات أكثر وأهم، تتوافق كثيراً مع ما جاء في محور الدوافع، وتتفق بشكل خاص مع ما تتميز به عينة الدراسة على اعتبار احتلالها مراكز متقدمة تسعى من خلال المستويات العلمية التي تتمتع بها والمناصب التي تشغلها والوعي الذي تحوزه إلى البحث عما يشبع أكثر حاجاتها الإشباعية التوجيهية والاجتماعية، في حين الجمهور العام وخاصة الشباب من مراهقين أو طلبة تختلف الإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لوسائل الاعلام والتكنولوجيات الاتصالية بشكل خاص وهذا ما سجلته الباحثة مثلاً في نتائج التي جاءت في دراستي الباحثين "البراشدي، بوعزة، جبر، الزيبيدي" وأيضاً الباحث "Roy" (موجودة على مستوى الدراسات السابقة)، وبشكل عام يمكن رصد مدى رضا عينة الدراسة عن استخدامها لخدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (20): اتجاه عينة الدراسة نحو محور الاشباعات وفق مقياس ليكرت.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS و Excel.

¹ عبد الوهاب الكافي، مرجع سابق، ص 227.

² حمزة شقير، مرجع سابق، ص 473.

2.4.1.5 النتائج الجزئية للإشباع المحققة لعينة الدراسة:

إن الإشباع العملية وإشباع المحتوى تنقسم أيضا إلى ثنائيتين، ولقد رصدت نتائج الجدول السابق بروز هاته الثنائيتين بشكل يختلف من حيث النسب والترتيب وأيضا الاتجاهات، عمدت الباحثة ونظرا لأهمية محور الإشباع في هذه الدراسة إلى إعادة تجزئة الجدول الأساسي للإشباع بغية استيضاح أكبر لنتائجها ومدى تحققها لدى عينة الدراسة.

- عرض وتحليل نتائج الإشباع العملية:

إن الإشباع العملية التي يتوقع تحقيقها من التعرض لمحتويات (خدمات وتطبيقات) تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، قامت الباحثة أيضا إلى تقسيمها وفق مدخل الاستخدامات والإشباع إلى قسمين أساسيين: الإشباع التوجيهية والإشباع الاجتماعية في محاولة معرفة رأي عينة الدراسة واتجاهاتها في مدى تحقق هذه الإشباع.

أ. عرض نتائج الإشباع التوجيهية المتحققة:

جدول رقم (65): اتجاهات المبحوثين نحو عبارات الإشباع التوجيهية:

مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	المجموع		درجات المقياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.655	4.35	100	382	0	0	01	04	07	26	48	183	44	169	جعلتك مطلعاً على الأخبار في محيطك المحلي والعالمية
مرتفعة	0.489	4.30	100	382	0	0	0	0	9.16	35	51.57	197	39.26	150	أكسبتك مهارات جديدة وطورت الموجودة لديك
متوسطة	0.970	3.46	100	382	8.37	32	10.47	40	31.41	120	26.17	100	23.56	90	ساعدتك في الوصول إلى المعلومات والبيانات التي تهتم مجالك النخبوي
متوسطة	0.846	3.39	100	382	1.30	5	11.78	45	38.14	148	40.31	154	7.85	30	ساعدتك في عملية اتخاذ القرارات
مرتفعة	0.957	3.70	100	382	0.26	1	15.18	58	17.53	67	47.64	182	19.37	74	عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك داخل الجزائر
متوسطة	0.918	3.67	100	382	0.26	1	12.56	48	25.39	97	40.83	156	20.49	80	عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك خارج الجزائر
مرتفعة	0.701	4.20	100	382	0	0	1.04	4	13.35	51	50	191	35.60	136	ساهمت في تقريبك من مجال عملك
مرتفعة	0.860	3.74	100	382	1.83	7	5.23	20	25.91	99	50.26	192	16.75	64	منحتك فرصاً للتعريف بمواقفك واتجاهاتك
متوسطة	0.860	3.55	100	382	1.83	7	5.23	20	40.38	156	38.21	146	13.87	53	منحتك فرصاً للتعريف بمواقفك واتجاهاتك
/	0.786	3.81	مج البعد												

يرصد الجدول مقياساً يضم تسعة (9) فقرات تعبر عن مدى موافقة العينة من عدمها للإشباعات التوجيهية المترتبة عن التعرض لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

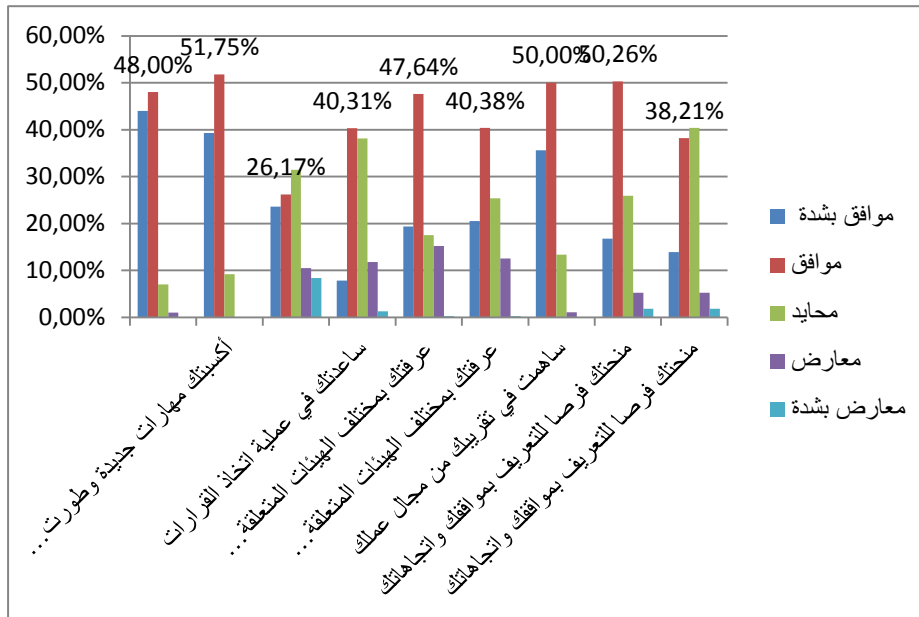
أسفرت نتائج تحليل هذا الجدول عن متوسطات حسابية تتراوح بين (4.35 و3.39)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.81) وانحراف معياري بلغ (0.78)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه الإيجابي المرتفع لعينة الدراسة والمقر بتحقيق الإشباعات التوجيهية، حيث لم تسجل الباحثة ولا اتجاه ضعيف أو سلبي لأي من عبارات المقياس.

حصلت الفقرة الأولى المتعلقة ب: "جعلتك التكنولوجيات مطلعاً على الأخبار في محيطك المحلي والعالمية"، على أعلى متوسط حسابي قدر ب (4.35)، مما يجعله مرتفعاً عن المتوسط الحسابي العام وانحراف معياري بلغ (0.65)، ومما يلاحظ على الاتجاهات الإيجابية التي تبنتها عينة الدراسة إزاء العبارات وخاصة (7،2،1) أين جاءت بمتوسطات متقدمة أنها تتجه أكثر إلى الإشباعات المعرفية التي تشبع حاجتها من المعلومات وتؤهّلها للبقاء في مركز القيادة مقارنة بعمامة الجمهور، وهذا ما يتفق مع نتائج جدول الدوافع النفسية حيث جاء الترتيب مشابهاً.

في حين احتلت الفقرة الرابعة المرتبة الأخيرة بأدنى متوسط حسابي بلغ (3.39) وانحراف معياري (0.84)، حيث جاء اتجاه هذه العبارة محايداً فالنخب الجزائرية لم تبد رأياً بشكل صريح في مدى مساهمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في عملية اتخاذ القرارات، وعدم إبداء الرأي أو تحفظها على هذه العبارة ترجعه الباحثة إلى حساسية المجالات التي تنتمي إليها النخب عينة الدراسة، بحيث تتحول عملية اتخاذ القرارات إلى نقطة حاسمة تتجاوز مجرد الاعتماد على وسائل إعلامية واتصالية إلى تركيز وعدم تسرع يقتضي التثبت من المعلومات التي يتم تحصيلها وتمحيصها والعودة إلى كيفية تسيير هذه القطاعات والمؤسسات ثم اتخاذ القرارات التي لا تأت تحت الضغط الواسيلي.

ما يمكن التأكيد عليه من خلال نتائج هذا الجدول هو الاتجاه الإيجابي الذي أبدته النخب الجزائرية من خلال استخدامها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، حيث ترى فيها وسيلة مهمة للإطلاع على الأخبار، اكتساب المهارات الجديدة، تقريبها من مجال عملها وتوثيق صلتها بمحيطها العملي، ولتوضيح كيف عبر المبحوثون عن اتجاهاتهم نحو مدى موافقتهم من عدمها نحو الإشباعات التوجيهية تقترح الباحثة الشكل الموالي :

شكل رقم (21): اتجاهات عينة الدراسة نحو الإشباعات التوجيهية المحققة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

ب. عرض نتائج الإشباع الاجتماعي المتحققة:

جدول رقم (66): اتجاهات المبحوثين نحو فقرات الإشباع الاجتماعي:

مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	المجموع		درجات المقياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
متوسطة	0.918	3.67	100	382	0.52	2	14.92	57	15.18	58	54.71	209	14.56	56	ربطت بينك وبين زملائك في العمل
مرتفعة	0.743	3.82	100	382	0.52	2	4.45	17	20.68	79	60.73	232	13.61	52	ربطت بينك وبين زملاء لك في نفس المهنة خارج محيط عملك
متوسطة	0.720	3.66	100	382	0.52	2	5.23	20	28.35	109	57.59	220	8.11	31	ساهمت في إيصال أفكارك وآرائك إلى شرائح مختلفة من المجتمع
متوسطة	0.725	3.59	100	382	0.26	1	5.75	22	35.86	137	50.52	193	7.59	29	مكنتك من استقطاب أطراف جديدة إلى مجال نشاطك
متوسطة	0.731	3.49	100	382	0.52	2	31.93	22	42.14	161	44.76	171	6.80	26	ساعدتك على التأثير في آراء الكثيرين ممن كانوا غير مقتنعين بمجال نشاطك
متوسطة	0.798	3.16	100	382	1.30	5	15.96	61	51.57	197	26.96	103	4.18	16	ساعدتك على تغيير قناعات الكثيرين كانوا معارضين لتوجهاتك
مرتفعة	0.677	3.99	100	382	/	/	0.52	2	20.49	80	54.97	210	23.56	90	مكنتك من التعرف على تجارب الآخرين في نشاطك والاستفادة منها
/	0.765	3.62	مج البعد												

يرصد الجدول مقياساً يضم سبعة (7) فقرات تعبر عن مدى موافقة العينة من عدمها للإشباعات الاجتماعية المترتبة عن التعرض لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

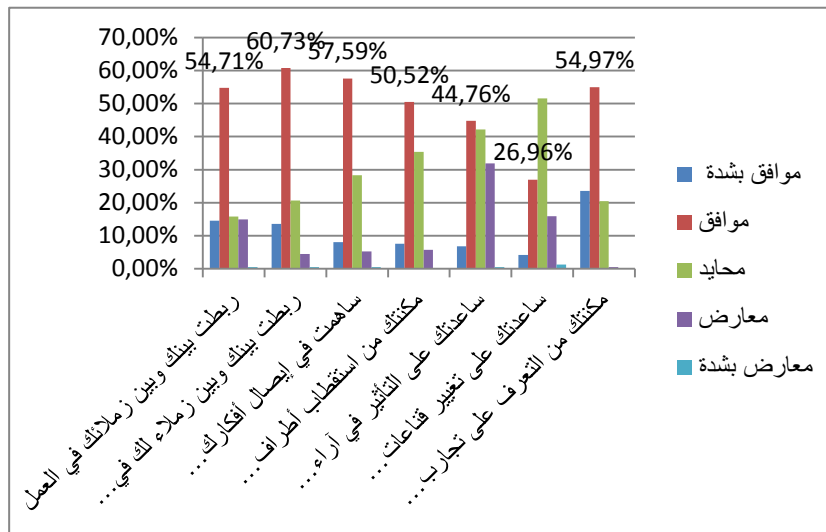
أسفرت نتائج تحليل هذا الجدول عن متوسطات حسابية تتراوح بين (3.99 و3.16)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.62) وانحراف معياري بلغ (0.765)، وهو أكبر من الدرجة الحيادية (3)، ويدل على ذلك أن عينة الدراسة موافقة على أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة حققت لها هذه الإشباعات الاجتماعية، حيث لم تسجل الباحثة ولا اتجاه ضعيف أو سلبي لأي من عبارات المقياس.

حصلت الفقرة الأخيرة المتعلقة ب: مكنتك من التعرف على تجارب الآخرين في نشاطك والاستفادة منها، على أعلى متوسط حسابي قدر ب (3.99)، مما يجعله مرتفعاً عن المتوسط الحسابي العام وانحراف معياري بلغ (0.677)، ومما يلاحظ على الاتجاهات الإيجابية التي تبنتها عينة الدراسة أن كل العبارات المتبقية من 1 إلى 6 هي عبارات إيجابية لكنها جاءت بمتوسطات متوسطة الأهمية مقارنة بالإشباعات التوجيهية.

في حين احتلت الفقرة السادسة المرتبة الأخيرة بأدنى متوسط حسابي بلغ (3.16) وانحراف معياري (0.798)، حيث جاء اتجاه هذه العبارة محايداً فالنخب الجزائرية لم تبد رأياً بشكل صريح في مدى مساهمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في تغيير قناعات الأشخاص المعارضين لتوجهاته.

ولتوضيح كيف عبر المبحوثون عن اتجاهاتهم نحو مدى موافقتهم من عدمها نحو الإشباعات الاجتماعية الشكل الموالي يوضح الصورة:

شكل رقم (22): اتجاهات عينة الدراسة نحو الإشباعات الاجتماعية المحققة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Exel و spss.

- عرض وتحليل نتائج إشباعات المحتوى:

لمعرفة إشباعات المحتوى التي يتوقع تحقيقها من التعرض لمحتويات (خدمات وتطبيقات) تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، قامت الباحثة أيضا بتقسيمها وفق مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى قسمين أساسيين: الإشباعات الشبه التوجيهية والإشباعات الشبه الاجتماعية في محاولة معرفة رأي عينة الدراسة واتجاهاتها في مدى تحقق هذه الإشباعات.

أ. عرض نتائج الإشباعات الشبه التوجيهية المتحققة:

جدول رقم (67): اتجاهات المبحوثين نحو فقرات الإشباعات شبه التوجيهية:

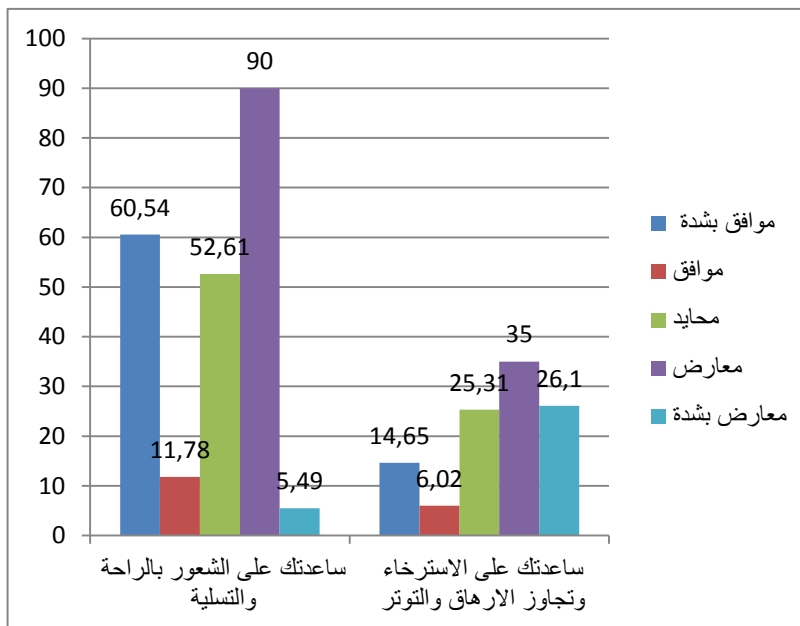
مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	المجموع		درجات المقياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
متوسطة	0.534	2.90	100	382	5.49	21	23.56	90	52.61	201	11.78	45	6054	25	ساعدتك على الشعور بالراحة والتسلية
متوسطة	0.571	2.40	100	382	26.17	154	13.87	53	25.13	96	6.02	23	14.65	56	ساعدتك على الاسترخاء وتجاوز الارهاق والتوتر
/	0.557	2.56	مج البعد												

يرصد الجدول مقياسا يضم عبارتين تعبران عن مدى موافقة العينة من عدمها للإشباعات الشبه التوجيهية المترتبة عن التعرض لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

أسفرت نتائج تحليل هذا الجدول عن متوسطات حسابية تتراوح بين (2.90 و 2.40)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (2.56) وانحراف معياري بلغ (0.557)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه المحايد لدى عينة الدراسة التي تحفظت بشأن تحقق هذه الإشباعات الشبه التوجيهية. حصلت الفقرة الأولى المتعلقة ب: **ساعدتك على الشعور بالراحة والتسلية على أعلى متوسط حسابي قدر ب (2.90)**، مما يجعله مرتفعا عن المتوسط الحسابي العام وبانحراف معياري بلغ (0.557)، في حين جاءت عبارة **ساعدتك على الاسترخاء وتجاوز الارهاق في مرتبة اقل بمتوسط حسابي قدر ب (2.40) وبانحراف معياري بلغ (0.571)**.

ولتوضيح كيف عبر المبحوثين عن اتجاهاتهم نحو مدى موافقتهم من عدمها نحو الإشباعات الشبه توجيهية الشكل الموالي يوضح الصورة:

شكل رقم (23): اتجاهات المبحوثين حول الاشباعات الشبه توجيهية المحققة.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS و Excel.

ب. عرض نتائج الإشباعات الشبه الاجتماعية المتحققة:

جدول رقم (68): يوضح اتجاهات المبحوثين نحو فقرات الإشباعات شبه الاجتماعية:

مستوى الموافقة	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	المجموع		درجات المقياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.957	3.69	100	382	01	01	15	58	17	67	48	182	19	74	مكنتك من تدارك علاقاتك الاجتماعية
متوسطة	0.720	2.31	100	382	21.72	83	39.26	150	28.79	110	5.75	22	4.45	17	جعلتك تشعر بالاستقرار والهدوء
/	0.847	3	مج البعد												

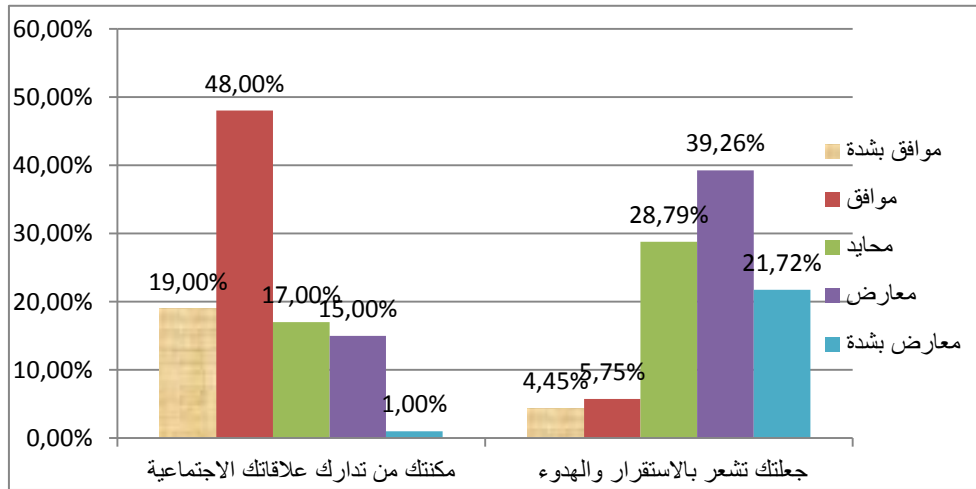
يرصد الجدول مقياسا يضم عبارتين تعبران عن مدى موافقة العينة من عدمها للإشباع الشبه الاجتماعية المترتبة عن التعرض لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

أسفرت نتائج تحليل هذا الجدول عن متوسطات حسابية تتراوح بين (3.69 و2.31)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3) وانحراف معياري بلغ (0.847)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه المحايد لدى عينة الدراسة التي تحفظت أيضا بشأن تحقق هذه الإشباعات الشبه الاجتماعية وإن كانت الفقرة الأولى المتعلقة ب: مكنتك من تدارك علاقاتك الاجتماعية تحصلت على أعلى متوسط حسابي قدر ب (3.69)، مما يجعله مرتفعا عن المتوسط الحسابي العام وانحراف معياري بلغ (0.957)، في حين جاءت عبارة جعلتك تشعر بالهدوء والاستقرار في مرتبة أقل بمتوسط حسابي قدر ب (2.31) وانحراف معياري بلغ (0.720)، وفي قراءة لنتائج هذا الجدول يرى الباحث "محمد فليحي" أن تجربة التواصل الشخصي المباشر لا يمكن تكرارها أو نسخها بنفس الدرجة من التفاهم والعمق والتأثير المتبادل مهما اعتمد الانسان من قنوات مصطنعة حيث تشترك في الحديث الشخصي جميع الحواس وليس السمع والبصر فحسب، بل تتفاعل جميع أعضاء الجسد، وتستخدم كل طاقاتها التعبيرية وتتجاوز العقول عبر الإشارة والحركة واللغة ونغمة الصوت وغيرها من أساليب التلميح والتصريح التي تجعل من التفاعل الانساني المباشر أكثر حقيقة وعمقا وصدقا من وسائل الاتصال الأخرى¹.

ولتوضيح كيف عبر المبحوثين عن اتجاهاتهم نحو مدى موافقتهم من عدمها نحو الإشباع الشبه توجيهية نعرض الشكل الموالي:

¹ محمد فليحي، "الاتصال الرقمي التفاعلي في عصر الاتصال الجماهيري"، مجلة الانذاعات العربية، تونس، العدد 1، 2009، ص ص 87-90.

شكل رقم (24): اتجاهات عينة الدراسة نحو الإشباعات الشبه الاجتماعية المحققة.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS و Excel.

وفي نهاية نتائج محور الإشباعات يمكن تسجيل الملاحظة التالية:

توافقت الإشباعات المحققة إلى حد معقول مع الدوافع التي رسمتها أو صرحت بها عينة الدراسة من خلال تعرضها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، هذه الإشباعات المحققة لم تكن سوى توقعات أو كما أسماها "Palmgreen" سيناريو مسبق قررت من خلاله النخب الجزائرية ما تتوقعه وما تريده من تعرضها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة من خلال خدماتها وتطبيقاتها باعتبارها جمهورا نشطا يمتاز بالتفاعلية والقدرة على الانتقاء، وعدم تحقق الإشباعات بشكل كامل يرجع إلى أن هذه التكنولوجيات لا تحقق لوحدها الإشباعات - وإن حققت جزءا منها- وكما جاء في مدخل الاستخدامات والإشباعات فإن جمهور وسائل الاعلام متفاعل مع بيئته الاجتماعية أين تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الاعلام في إشباع جزء منها، بينما تساهم المصادر الأخرى (العائلة، المحيط الاجتماعي، المؤسسات الأخرى المختلفة) في إشباع الجزء الباقي.

5.1.5 عرض وتحليل نتائج محور تمثلات (تصورات أو رؤى) النخب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومستقبلها:

بعد استعراض كلا من عادات وأنماط الاستخدام، دوافع الاستخدام والإشباع المتحققة من الاستخدام، ترى الباحثة أنه من الضروري رصد تمثلا أو رؤى وتوجهات النخب الجزائرية عينة الدراسة نحو تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وما أفرزته من خدمات وتطبيقات من جهة ونحو توقعاتها ورؤيتها المستقبلية لهذه التكنولوجيات من جهة أخرى.

1.5.1.5 عرض وتحليل نتائج كيفية متابعة العينة للتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم (69): توزيع عينة الدراسة تبعا لكيفية متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

الإجابات		العبارات
%	ك	
44.76	171	اقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
17.01	65	تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
28.27	108	تحصل عليها بعد أن تصبح رائجة الاستخدام
9.94	38	تكتفي بمتابعة أخبار تطورها دون الحاجة ليها
100	382	المجموع

إن النخب الجزائرية هي نخب متفاعلة مع جديد تكنولوجيات الاعلام والاتصال، حيث أجاب قرابة 45% من عينة الدراسة أنهم يقبلون على الحصول عليها ساعة توفرها وهي تعتبر نسبة مرتفعة إذا ما قورنت بالنسب المتبقية، كما تتوافق هذه النسبة مع ما تم التوصل إليه من نتائج سابقة على اعتبار أن النخب اليوم تقبل على الاستخدام المكثف لهذه التكنولوجيات التي تحولت إلى أدوات أساسية مساعدة على إنجاز الأعمال وكمصدر مهم للحصول على المعلومات والمساعدة في تنمية المهارات، من جهتها النخب التي تفضل الاقبال على تكنولوجيات الاتصال بعد أن تصبح رائجة الاستخدام جاءت في المرتبة الثانية وبنسبة تجاوزت 28% من المبحوثين الذين يرون في رواجها وانتشارها دليلا على نجاحها وفعاليتها

وبالتالي لا اشكالية في اقتنائها والتعامل معها، في حين فضلت 17% من النخب انتظار أن يجرب هذه التكنولوجيات أشخاص آخرون كنوع من الحذر أو ربما الرغبة في التدريب الغير مباشر، في حين جاءت النسبة ضعيفة عند من يكتفون بمتابعة أخبار التكنولوجيات دون الحاجة للحصول عليها إذ قدرت النسبة بقرابة 10%.

ومنه يمكن تصنيف النخب الجزائرية وفق نظرية انتشار المبتكرات ضمن "الفئة الثانية" وهم "فئة المتبنون الأوائل" أو الطليعة المبكرة بحيث سجلت الباحثة درجة تبني مرتفعة لهذه التكنولوجيات الحديثة والتي يسعون للحصول عليها ساعة إصدارها.

ولمقاربة تبني التكنولوجيات بعملية الاستخدام رأَت الباحثة أنه من الأفضل ربط هذا السؤال بالمتغيرات الشخصية للمبحوثين: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي لمعرفة مدى ارتباطها بعملية التبني.

من خلال الجداول التي رصدت العلاقات وبعد إجراء اختبار كا² توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

جدول رقم (70): يوضح نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير جنس المبحوث ومتغير كيفية متابعته لتطورات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

المجموع	الجنس		تتابع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة من خلال الآتي			
	أنثى		ذكر			
%	ك	%	ك	%	ك	
44.8	171	55.9	66	39.8	105	إقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
17	65	14.4	17	18.2	48	تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
28.3	108	23.7	28	30.3	80	تحصل عليها بعد أن تصبح رائجة الاستخدام
9.9	38	5.9	7	11.7	31	تكتفي بمتابعة أخبار تطورها دون الحاجة للحصول عليها
100	382	100	118	100	264	المجموع
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
0.05		0.024		7.805	3	9.454

بدراسة العلاقة بين متغير جنس النخب عينة الدراسة ومتغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن: نتائج ك² المحسوبة أكبر من ك² الجدولية، وبما أن sig أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير جنس المبحوث و متغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

ترجع الباحثة هذه النتيجة إلى خصوصية المرأة في حد ذاتها بعيداً عن الصفة النخبوية، فالمرأة بشكل عام في الجزائر وخارجها تستهويها متابعة الجديد (الموضة la mode) واقتناء التكنولوجيات وما يتوافق معها من ملحقات (accessoires) تزين الهواتف الذكية وحتى الألواح الالكترونية والزائر لمحلات بيع هذه التكنولوجيات يلاحظ ذلك الإقبال الكبير للإناث على اقتناء ماتزين به هواتفهن، ففي دراسة أجرتها شركة "ليو برنت Leo Burnett" الإعلانية بالسعودية تحت عنوان: "الأسرة العربية الحديثة: واقع متبدل" أظهرت نتائجها أن ميل النساء إلى التكنولوجيا في تزايد، فالنساء يملكن هواتف ذكية أكثر من الرجال، ويستخدمنها للتصفح وتقييم المعروضات وشرائها، واستهلاك المحتوى الترفيهي. كما أن عدد النساء اللواتي يقمن بإعداد المواقع الإلكترونية يفوق عدد الرجال في السعودية والإمارات¹.

جدول رقم (71): يوضح نتائج اختبار ك² لمعرفة علاقة متغير سن المبحوثين ومتغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

المجموع	السن										تتابع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة من خلال الآتي	
	من 60 فأكثر		59 - 50		49 - 40		39 - 30		اقل من 30			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
44.8	171	42.2	6	50	43	48.5	48	38.9	56	45	18	إقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
17	65	/	/	11.6	10	17.2	17	20.1	29	22.5	9	تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
28.3	108	46.2	6	29.1	25	28.3	28	29.8	42	17.5	7	تحصل عليها بعد أن تصبح رانجة الاستخدام
9.9	38	7.7	1	9.3	8	6.1	6	11.8	17	15	6	تكتفي بمتابعة أخبار تطورها دون الحاجة للحصول عليها
100	382	100	13	100	86	100	99	100	144	100	40	المجموع
م. م ألفا		م. م الاختبار		ك ² الجدولية		درجة الحرية		ك ² المحسوبة				
0.05		0.336		21.026		12		13.467				

¹ "تعرفوا على الأسرة العربية الحديثة" مجلة رصيف الالكترونية، العدد 22، متاحة على الرابط <https://raseef22.com/life/2016/04/29/> . 2017/08/14 . سا 12:20.

بدراسة العلاقة بين متغير سن النخب عينة الدراسة ومتغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن: نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير سن المبحوث وكيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

وتتسجم هذه النتيجة مع النتائج التي سبقت الإشارة إليها في جداول السابقة على مستوى المحور الأول.

جدول رقم (72): يوضح نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المستوى العلمي للمبحوث وكيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

المجموع	المستوى العلمي										تتابع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة من خلال الآتي	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		ماجستير		دكتوراه			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
44.8	171	47.6	10	41.9	54	42.9	12	42.6	49	51.7	46	إقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
17	65	/	/	18.6	24	17.9	5	16.5	19	19.1	17	تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
28.3	108	42.9	9	29.5	38	25	7	29.6	34	22.5	20	تحصل عليها بعد أن تصبح رانجة الاستخدام
9.9	38	9.5	2	10.1	13	14.3	4	11.3	13	6.7	6	تكتفي بمتابعة أخبار تطورها دون الحاجة للحصول عليها
100	382	100	21	100	129	100	28	100	115	100	89	المجموع
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية		درجة الحرية		كا ² المحسوبة				
0.05		0.621		21.026		12		9.941				

بدراسة العلاقة بين متغير المستوى العلمي للنخب عينة الدراسة ومتغير كيفية متابعتها لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن: نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وكيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

وتتسجم هذه النتيجة مع النتائج التي سبقت الإشارة إليها في جداول السابقة على مستوى المحور الأول.

جدول رقم (73): يوضح نتائج اختبار كا² لمعرفة علاقة متغير المجال النخبوي للمبحوث ومتغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة.

المجموع		المجال النخبوي								تتابع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة من خلال الآتي
		ديني		إعلامي		سياسي		أكاديمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
44.76	171	35.61	26	48.38	45	38.46	30	50.72	70	إقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
15.44	59	15.06	11	16.12	15	12.82	10	16.66	23	تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
27.48	105	34.24	25	22.58	21	37.17	29	21.73	30	تحصل عليها بعد أن تصبح رائجة الاستخدام
12.30	47	15.06	11	12.90	12	11.53	9	10.86	15	تكتفي بمتابعة أخبار تطورها دون الحاجة للحصول عليها
100	382	100	73	100	93	100	78	100	138	المجموع
م. م ألفا		م. م الاختبار		كا ² الجدولية		درجة الحرية		كا ² المحسوبة		
0.05		0.245		16.919		9		14.935		

بدراسة العلاقة بين متغير المجالات النخبوية للنخب عينة الدراسة ومتغير كيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة نجد أن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن: نتائج كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، وبما أن sig أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي للمبحوثين وكيفية متابعتهم لتطورات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة وهذه النتيجة التي اختلفت مع النتائج السابقة إذ لم يشكل المجال النخبوي فرقا في متابعة التكنولوجيايات على اعتبار أن النخب قد صرحت بتبنيها ومتابعتها للتكنولوجيايات حتى لو اختلف مجال عملها.

"تشير نتائج التحليل الإحصائي النهائية إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات: السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي في متابعة والإقبال على جديد تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة في حين ثبت وجود هذه العلاقة لما يتعلق الأمر بمتغير جنس المبحوثين".

2.5.1.5 عرض وتحليل نتائج تطبيقات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة الأكثر فعالية

التي سهلت نشاط النخبة الجزائرية وساعدتها على ايصال أفكارها وآراءها إلى جمهورها :

جدول رقم (74): توزيع عينة الدراسة تبعا لتطبيقات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة

الأكثر فعالية التي سهلت نشاطها وساعدتها على ايصال أفكارها وآرائها إلى جمهورها

الاجابات		العبارات
%	ك	
29.44	227	الموقع الالكتروني الرسمي الخاص بك أو بالجهة التي تنتمي اليها
36.44	281	حسابك أو صفحتك الرسمية عبر واحد او اكثر من مواقع التواصل الاجتماعي
17.89	138	الصفحة الرسمية عبر واحد او أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي
16.21	125	المدونات الالكترونية
100	771	المجموع

يلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن النخب الجزائرية عينة الدراسة ترى في مواقع التواصل الاجتماعي التطبيق الأفضل أو الوسيلة الاتصالية المناسبة والمساعدة على التعامل مع الجمهور وإيصال مختلف آرائها وأفكارها، حيث وصلت إجابات المبحوثين إلى 36.44% من نسبة الإجابات الكلية وذلك لما تتمتع به هذه المواقع من يسر وسهولة وقدرة في الانفتاح على شرائح مختلفة من المجتمع، وأيضا لما يمكن أن تتيحه من حرية في نشر الآراء و الأفكار التي تريد النخب ايصالها بعيدا عن رقابة أو سيطرة أي جهة سواء كانت مؤسسات العمل أو جهات الانتماء ،لثأت في المرتبة الثانية المواقع الالكترونية الرسمية للمؤسسات والجهات التي تنتمي اليها النخب بنسبة 29.44% هذه المواقع تعتبر ناطقا رسميا و وسيلة لنشر كل ما يهم المؤسسة أو الجهة من أعمالها وبرامجها وخطتها وتزويد جمهورها بما يحتاجه من معلومات للتعريف بها أو التواصل مع أفرادها.

كما يسجل على الجدول تراجع الاعتماد على المدونات الالكترونية في التواصل مع الجمهور حيث جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة 16.21% منسحبة أمام القوة الكبيرة من الانتشار والاستخدام والخصائص التي أصبحت تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة "Pauline Leong" التي خلصت في ختام نتائج دراستها حول استخدام النخب السياسية لشبكات

التواصل الاجتماعي في ماليزيا أن هذه الشبكات صارت أكثر حضورا وقوة وتفاعلا مقارنة بالمدونات والمواقع الالكترونية¹.

وربما تتوافق هذه النتيجة (الشبكات مقارنة بالمدونات) أيضا مع ما جاء به الباحث "بول ليفنسون" ففي كتابه "أحدث وسائل الاعلام الجديدة " نجده وضع "الفيسبوك" كفصل أولي يتقدم الشبكات الأخرى (تويتر، يوتيوب، ويكيبيديا) في حين جاءت المدونات خامسا وهي التي كانت ثانيا في طبعته الأولى(2009) من الكتاب، وفي ذلك يرى الباحث أن هذا التصنيف لا يقلل من أهمية المدونات ولكن معدل نمو الفيسبوك، تويتر ويوتيوب أكبر، واصفا المدونات بأنها أقدم أحدث وسائل الاعلام الجديدة على اعتبار ظهورها منذ 1997.²

¹ Pauline Leong ,Op-cit,p , p 311, 312.

² لمزيد من التفاصيل، أنظر ليفنسون، مرجع سابق، ص 23.

3.5.1.5 عرض وتحليل نتائج رؤية النخب لتكنولوجيات العلام والاتصال الحديثة من خلال استخدامها لها

الجدول رقم (75): توزيع عينة الدراسة تبعا لرؤيتها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة من خلال استخدامها لها.

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري المتوسط الحسابي	المجموع		درجات القياس										الفقرات	
				معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة			
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفعة	0.77	4.17	100	382	01	03	01	04	15	58	46	175	37	142	وصولك إلى شرائح مختلفة من المجتمع لم تكن لتصل إليها سابقا لولا هذه التكنولوجيات
مرتفعة	0.66	3.91	100	382	01	01	02	05	22	84	60	232	16	60	دفع الآخرين للتواصل معك واستشارتك في القضايا المهمة
مرتفعة	0.74	3.68	100	382	01	02	03	11	23	90	55	211	18	68	ساهمت في تعريف الجمهور عليك
مرتفعة	0.72	4.04	100	382	01	02	02	09	13	52	60	227	24	92	تشجيعك على تحسين أدائك ودعم مهاراتك
متوسطة	0.94	3,28	100	382	03	13	13	50	48	183	25	94	11	42	زيادة طموحك للوصول الى مناصب أعلى
مرتفعة	0.82	3.79	100	382	01	04	05	17	26	98	50	194	18	69	تعزيز روح المنافسة لديك لتقديم الأفضل
مرتفعة	0.75	3.91	100	382	01	01	03	13	21	81	54	207	21	80	عرضك للمواضيع والقضايا المهمة
متوسطة	0.77	3.65	100	382	02	07	03	13	33	126	52	198	10	38	تعريف المجتمع ببرامجك، خططك واقتراحاتك للمشاكل المجتمعية
/	0.58	3.82	مجموع البعد												

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى إجابات النخب الجزائرية عينة الدراسة والمتعلقة بالفقرات الخاصة بالرؤية المجتمعية لهذه التكنولوجيات وكيف أثر استخدامها، حيث أسفرت نتائج التحليل عن متوسطات حسابية تتراوح بين (4.17 و 3.28)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.82) وانحراف معياري بلغ (0.58)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه الايجابي لعينة الدراسة، اتجاه ينسجم مع أهمية نسبية مرتفعة أقرتها العينة لعبارات المقياس (أي أن النخب الجزائرية عينة الدراسة تتبنى اتجاهات ايجابية عالية نحو معظم الفقرات) وهو ما يؤكد على التوجه الذي سبق وأشارت إليه الباحثة في أن النخب الجزائرية عينة الدراسة نخب تتفاعل مع بيئتها الاجتماعية.

تؤكد النتائج حصول أغلب العبارات على مستويات مرتفعة من الموافقة، فقد سجلت العينة أن التكنولوجيات ساهمت في وصولها إلى شرائح مختلفة من المجتمع، لم تكن لتصل إليها سابقا لولا هذه التكنولوجيات بأكبر متوسط حسابي 4.17، وانحراف معياري 0.77، وكذلك أن هذه التكنولوجيات شجعت النخب على تحسين أدائها ودعمت مهاراتها بمتوسط حسابي يقدر ب 4.07 وانحراف معياري 0.72.

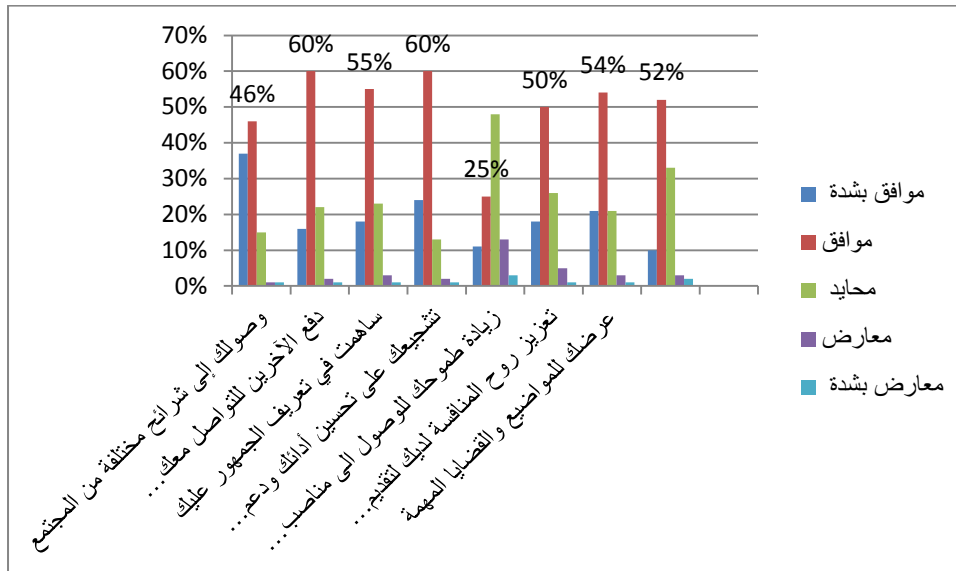
لتأت بعدها كل من الفقرات: (2، 3، 6، 7) أيضا بمتوسطات مرتفعة مما يؤكد على فعالية هذه التكنولوجيات التي لعبت من خلال خدماتها وتطبيقاتها المتنوعة دورا مهما في جعل النخب الجزائرية تتفاعل مع مجتمعها من خلال تعريفها به، التواصل مع شرائحه وحتى تقديم الخدمات الاستشارية في القضايا المهمة باعتبارها نخب فاعلة وذات مراكز قرار ومسؤولية.

ما يلاحظ على الجدول أيضا أن النخب الجزائرية سجلت اتجاها متوسطا إزاء رؤيتها للتكنولوجيات على أنها ساهمت في زيادة طموحها للوصول إلى مناصب أعلى وذلك بمتوسط حسابي 3.28 وانحراف معياري 0.94.

أيضا سجل نفس الاتجاه المتوسط إزاء العبارة الأخيرة في هذا المقياس الخماسي حيث تحفظت أو ترددت النخب في اعتبار تكنولوجيات الاعلام والاتصال وسيلة فعالة مساهمة في تعريف المجتمع ببرامجها وخططها واقتراحاتها لحل المشكلات المجتمعية، هذا التحفظ يرجع ربما إلى افتقاد أغلب النخب الجزائرية إلى برامج فعلية وأنها نخب وخاصة السياسية منها نخب موسمية ترتبط بأجندات عمل على غرار الانتخابات دون وجود برامج حقيقية تعرض وتستقطب من خلالها الرأي العام الجزائري.

ولتوضيح أن فقرات هذا السؤال حظيت باتجاه ايجابي قامت الباحثة لتسهيل القراءة والاطلاع على النتائج باعتماد الأعمدة البيانية التالية:

شكل رقم (25): اتجاهات النخب الجزائرية نحو رؤيتها المجتمعية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Excel و spss.

4.5.1.5 عرض وتحليل نتائج وصف النخب الجزائرية محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وتطبيقاتها

جدول رقم (76): توزيع عينة الدراسة تبعا لوصفها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها.

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		درجات القياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.78	4.18	100	382	02	08	02	07	05	19	58	220	33	128	وسيلة لترقية الأداء المهني
مرتفعة	0.61	4.33	100	382	/	/	01	05	04	14	55	210	40	153	أداة تواصل اجتماعية فعالة
مرتفعة	0.70	4.26	100	382	/	/	02	10	07	26	52	198	39	148	أداة ضرورية للوصول الى المعلومات
مرتفعة	0.60	4.29	100	382	01	01	01	02	05	19	58	224	35	136	فضاء حر لإيصال مختلف الآراء والأفكار
متوسطة	0.93	3.64	100	382	17	64	44	169	29	109	8	30	02	10	غير مهمة بالنسبة لك في مجال عملك
متوسطة	0.93	2.82	100	382	02	08	24	94	33	125	35	133	06	22	لا تثق فيها لأنها سهلة الاختراق للمعلومات والبيانات الشخصية
متوسطة	0.94	2.85	100	382	02	10	24	91	37	142	30	112	07	27	لا تثق فيها لأنها تساهم في الخداع و الاحتيال
متوسطة	1.00	3.45	100	382	11	44	46	174	23	89	17	63	03	12	تراها كمالية يمكن الاستغناء عنها
متوسطة	0.96	3.66	100	382	18	68	45	171	27	102	07	28	03	13	وسيلة لمضيعة الوقت دون فائدة
متوسطة	1.05	2.63	100	382	06	23	15	56	27	104	41	156	11	43	وسيلة لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة
متوسط	0.49	3.61	مجموع البعد												

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى إجابات النخب الجزائرية عينة الدراسة والمتعلقة بالفقرات الخاصة بتصورات ووصف النخب لخدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، حيث أسفرت نتائج التحليل عن متوسطات حسابية تتراوح بين (4.33 و 2.63)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.61) وانحراف معياري بلغ (0.49)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه الايجابي لعينة الدراسة، اتجاه ينسجم مع أهمية نسبية متوسطة أقرتها العينة لعبارات المقياس، ولتوضيح هذه الأهمية المتوسطة ترى الباحثة أنها تقرأ وفق زاويتين اثنتين:

- الزاوية الأولى: وهي زاوية الاتجاه الايجابي المرتفع الذي سجل لدى إجابات المبحوثين حيث برز في العبارات: (1، 2، 3، 4)، إذ جاءت كلها بمتوسطات حسابية عالية وفاقته 4 أي (أنها اقترنت من الموافقة بشدة) وهذا الاتجاه هو توصيف لرؤية النخب الجزائرية اتجاه تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة باعتبارها أصبحت مظهرا يوميا متغلغلا في الحياة المهنية والاجتماعية، وإقرار بالإمكانات الكبيرة التي تتمتع بها هذه التكنولوجيات، فلقد أصبحت أداة ضرورية لتسهيل الحصول على المعلومات، وتحولت فضاءاتها المختلفة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي كما جاء في الجدول رقم (74) إلى فضاء حر وجديد يمكن النخب من إيصال أفكارها والتعبير عن آرائها دون تقييد أو تعقيد، وفي ذلك تذكر الباحثة ما كتبه قبل سنوات الباحث "جون ب ألترمان Alterman B Jhon" مشيرا إلى أن: "التكنولوجيا قدمت خطوات كبيرة في طريق دعم حرية التعبير، وسوف تكون تلك الخطوات بلا شك في زيادة مستمرة...."¹

- الزاوية الثانية: وهي زاوية الاتجاه الذي بدى إيجابيا ولكنه في حقيقته لم يعبر سوى عن حياد أو تحفظ وحتى عدم موافقة العينة للعبارات وهنا ترى الباحثة أنها تنقسم أيضا لجزئيتين:

- الجزئية الأولى برزت في العبارات: (5، 8، 9) والتي سجلت نسبا مرتفعة من المعارضة مقارنة بكل فقرات المقياس تراوحت بين 44% و 46% حيث عارضت النخب أو وافقت بمعنى عكسي للاتجاه على العبارات المتعلقة بكفالية التكنولوجيات والقدرة عن الاستغناء عنها، تحولها إلى وسائل لمضيعة الوقت، عدم أهميتها في مجالات عملها وهذا أمر طبيعي قياسا إلى إجاباتها منذ بداية الاستبيان وتفاعلها مع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ووعياها بمدى أهميتها.

¹ جون ب ألترمان، إعلام جديد، سياسة جديدة، من القنوات الفضائية إلى الانترنت في العالم العربي، تر عبد الله الكندي (فلسطين، غزة: دار الكتاب الجامعي، 2003)، ص، 134.

■ الجزئية الثانية برزت في العبارات: (6، 7، 10) والتي سجلت نسبة مرتفعة من الموافقة والحياد مقارنة بكل فقرات المقياس تراوحت بين 27% و 41% وبمتوسطات حسابية لم تتجاوز 2.63، تكشف هذه العبارات عن أنه كما للنخب وعي بأهمية وقيمة التكنولوجيات فإنها تدرك أيضا الآثار السلبية المترتبة عن الاستخدام خاصة في وقت تزايدت فيه ما يسمى بالجرائم الالكترونية من نصب واحتيال، جاءت عبارة التكنولوجيات وسيلة لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة في مرتبة متقدمة من الموافقة حيث وصلت نسبتها إلى 41% من إجابات النخب الجزائرية، في حين سجلت العينة عدم ثقتها في هذه التكنولوجيات بسبب سهولة اختراق معلوماتها والبيانات الشخصية للمبحوثين بنسبة 35% من عينة الدراسة مقابل 33% أبدوا تحفظا في الاجابة ربما لعدم امتلاكهم صورة كاملة عن هذا الموضوع، في حين أن 37% من العينة أبدوا موافقة لعبارة لا تثق فيها لأنها تساهم في الخداع والاحتيال وكما سبق الإشارة إليه في عنصر آثار التكنولوجيات ومخاطرها فإنها كما يراها الكثيرون سلاح ذو حدين، مفيدة عمليا واجتماعيا في حالة أحسن استخدامها وتتحول إلى وسيلة سلبية في حالة أسئ استخدامها، وفي ذلك سبق وأن استشهدت الباحثة بما قاله الباحث "علي رحومة" أن: "الاستخدام السلبي قد ينتج عنه أشياء قد تكون بالغة الضرر، مثل توريط المتعرضين لهذه الجرائم في خسائر أموال أو معلومات أو توريطهم حتى في مسائل قانونية، وقد يتسرب الضرر من المستخدم المخدوع الى مستخدمين آخرين قريبين من مجاله العملي على الانترنت على مستوى الأفراد والمؤسسات والمنظمات..."

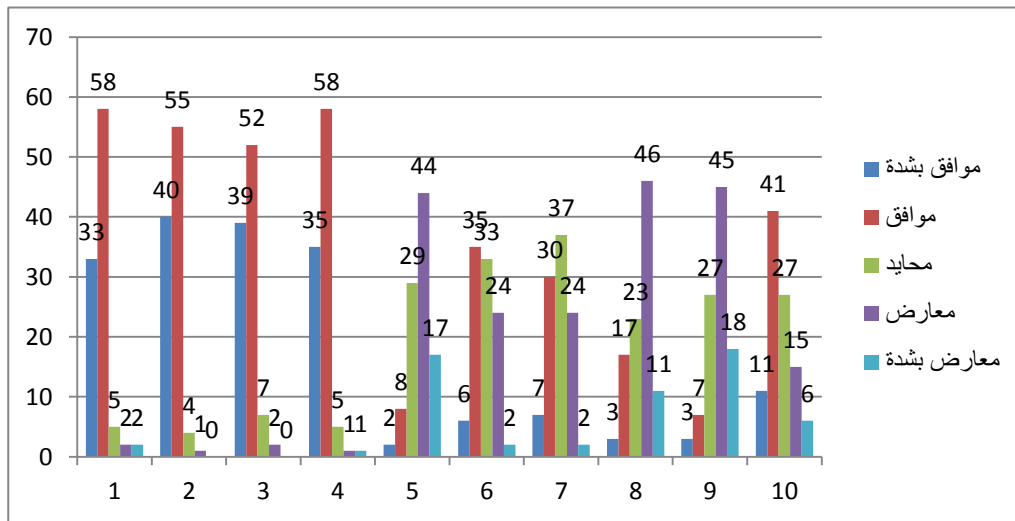
مخاطر ليست بالجديدة ولكنها شهدت زيادة وارتفاعا مع زيادة عدد المستخدمين وتطور التقنيات، وفي ذلك أشار الباحث "ألترمان": "... فلقد أدى "الاستخدام المكثف للإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا إلى تسهيل الحصول على المعلومات، لكن هذا الاستخدام المكثف والتدفق الهائل للمعلومات كان يقابله دائما العديد من المخاطر على المستخدمين، ولعل أبرزها ما يتصل بقضايا الخصوصية الفردية، هذه المخاطر تبدو أكثر حجما وأكثر حضورا في العالم العربي منها في الولايات المتحدة..."¹، وأكد النخب الجزائرية واعية بهذه المسائل مما دفعها إلى إبداء هذه المواقف والاتجاهات إزاءها.

¹ المرجع نفسه، ص، 163.

بشكل عام نلاحظ على الجدول تباين اتجاهات المبحوثين ازاء هذه التكنولوجيات بتباين العبارات التي دمجت فيها الباحثة جزئيتي التكنولوجيا الايجابية والسلبية.

تقترح الباحثة الشكل الموالي لتوضيح اكثر لبيانات ونتائج الجدول :

شكل رقم (26): يوضح اتجاهات النخبة الجزائرية نحو عبارات توصيف تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss و Excel.

5.5.1.5 عرض وتحليل نتائج آراء النخبة الجزائرية نحو العبارات المتعلقة باستخدام التكنولوجيات الاتصالية وعلاقتها بالمجتمع الجزائري ومؤسساته

جدول رقم (77): آراء النخبة الجزائرية اتجاه العبارات المتعلقة باستخدام التكنولوجيات الاتصالية وعلاقتها بالمجتمع الجزائري ومؤسساته.

اتجاه الإجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		درجات القياس										الفقرات
					معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.71	4.14	100	382	01	03	03	10	08	31	62	235	27	103	استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإيصال المعلومات وتبادلها
مرتفعة	0.76	3.79	100	382	/	/	06	22	24	93	55	210	15	57	استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل للتأثير في آراء وتوجهات الآخرين
متوسطة	0.91	3.32	100	382	04	15	12	45	39	150	38	146	07	26	استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإحداث تغيير جذري في المجتمع الجزائري بمستوياته المختلفة
متوسطة	0.92	3.63	100	382	02	09	12	45	19	73	55	208	12	47	وسائل الاعلام التقليدية مازالت قادرة على التأثير في أفراد المجتمع الجزائري
متوسطة	0.91	3.21	100	382	03	11	19	71	38	146	34	130	06	24	مؤسسات المجتمع الاخرى مازالت قوية ومؤثرة في اراء وتوجهات الاخرين اكثر من هذه التكنولوجيا
متوسطة	1.10	2.52	100	382	16	61	24	91	31	119	26	98	03	13	الأحزاب السياسية تؤثر في آراء وتوجهات الآخرين من خلال التواصل المباشر وبعيدا عن أي تكنولوجيات حديثة
/	0.52	3.43	مجموع البعد												

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى إجابات النخب الجزائرية عينة الدراسة والمتعلقة بالفقرات الخاصة برؤية النخب لتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وعلاقتها بالمجتمع ومؤسساته، حيث أسفرت نتائج التحليل عن متوسطات حسابية تتراوح بين (4.14 و 2.52)، وبشكل عام قدر المتوسط الحسابي لكل عبارات المقياس ب (3.43) وانحراف معياري بلغ (0.52)، وهذا ما يؤكد على الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة، اتجاه ينسجم مع أهمية نسبية متوسطة أقرتها العينة لعبارات المقياس.

تسجل الباحثة على عبارات هذا المقياس الملاحظات التالية:

- جاءت العبارة الأولى القائلة بأن: "استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإيصال المعلومات وتبادلها"، بأعلى متوسط حسابي قدر ب 4.14 وانحراف معياري 0.71، وهو ما مثل اتجاها ايجابيا مرتفعا يقترب من الموافقة بشدة لدى عينة الدراسة، هذه النتيجة تؤكد على النتائج التي سبق وأن تناولتها الباحثة في الجدول رقم (74) وهو ما يعني انسجام اجابات المبحوثين ومواصلة تأكيدهم على قيمة وأهمية تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.
- جاءت العبارة الثانية القائلة بأن: "استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل للتأثير في آراء وتوجهات الآخرين"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.79 وانحراف معياري 0.76، الاتجاه الايجابي الذي تبنته عينة الدراسة انسجم أيضا مع تبني النخب الجزائرية لهذه التكنولوجيات كوسيلة للتواصل مع شرائح مختلفة وجديدة من المجتمع وهذه النتيجة تنسجم مع ما جاء في الجدول رقم (76).

ما يلاحظ على الجدول أيضا هو انقسام النخب الجزائرية في العبارة الثالثة القائلة بأن: "استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإحداث تغيير جذري في المجتمع الجزائري بمستوياته المختلفة"، بين مؤيد ومحايد حيث أبدت 39% من العينة حيادها أو تحفظها على الاجابة، في حين وافقت 38% على ذلك، ترى الباحثة أن هذه النسب جاءت في وقت مازالت الظاهرة التكنولوجية الاتصالية في الجزائر تسير بخطى بطيئة مقارنة بدول أخرى في العالم حيث بقي تصنيفها متأخرا (آخر تصنيف الرتبة 103 من أصل 175 وقد سبق وأشارت الباحثة لذلك)، وفي ضوء هذا البطء والتأخر مازال وقت الرهان على هذه التكنولوجيات مبكرا كي تكون مساهمة في عملية التغيير.

ما لفت الباحثة من نتائج هذا الجدول هو إجابة العينة نحو العبارة الرابعة القائلة بأن: "وسائل الاعلام التقليدية مازالت قادرة على التأثير في أفراد المجتمع الجزائري"، حيث أجاب بالموافقة على هذه العبارة 55% من عينة الدراسة وبمتوسط حسابي يبلغ 3.63، فعلى الرغم من ذلك التبني الكبير للتكنولوجيات وتصنيفها في مراتب متقدمة على حساب الوسائل التقليدية كما سبق الإشارة إليه في محور العادات والأنماط، إلا أن النخب ترى بأن هذه الوسائل التقليدية مازالت ذات تأثير كبير، وقد يرجع هذا التوجه المنسجم نتائج مع العبارة الثالثة أن النخب الجزائرية كمنظمة فاعلة في المجتمع الجزائري ومطلعة على الوضع العام من تنمية واقتصاد وبنى تحتية، تعي حجم وانتشار الاعلام التقليدي بمؤسساته المختلفة داخل فئات عريضة من المجتمع الجزائري الذي مازال الكثير من أفرادهم يمتلك جهاز راديو يستمع إليه أو يتابع القناة الجزائرية عبر شاشة تلفزيونه على اعتبارها الشاشة الوحيدة والخيار الوحيد لديه، في ظل أن الكثير من البلديات النائية والقرى والأرياف -أو ما يسمى الجزائر العميقة- بعيدة عن عالم التكنولوجيا ومستجداتها.

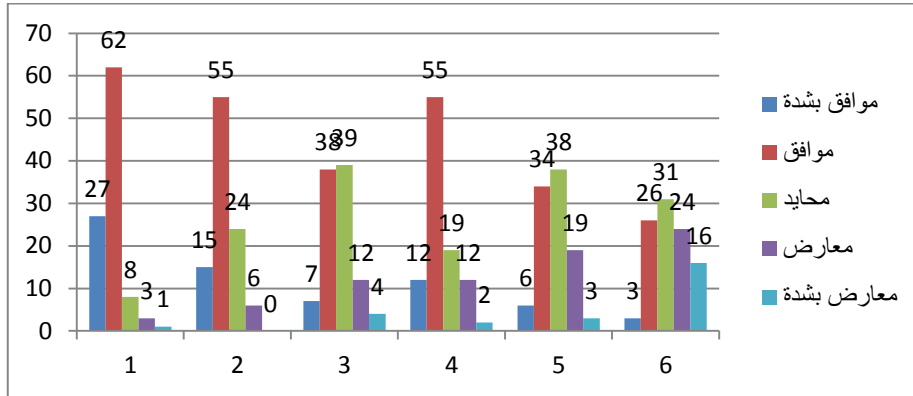
النخب الجزائرية عينة الدراسة سجلت أيضا اتجاها محايدا من العبارة الخامسة القائلة بأن: "مؤسسات المجتمع الاخرى مازالت قوية ومؤثرة في آراء وتوجهات الآخرين أكثر من هذه التكنولوجيا"، بنسبة 38%، وبمتوسط حسابي قدر ب 3.21 وهو ما ينسجم أيضا مع نتائج العبارة رقم 3.

أصغر متوسط حسابي سجل في اتجاهات العينة كان نحو العبارة الخامسة والأخيرة ب 2.52 والتي جاءت بفكرة أن: "الأحزاب السياسية تؤثر في آراء وتوجهات الآخرين من خلال التواصل المباشر وبعيدا عن أي تكنولوجيات حديثة"، حيث سجلت العينة اتجاها محايدا بنسبة 31% بما يتوافق مع نتائج العبارات السابقة: 3 و 5.

ما تستخلصه الباحثة من نتائج هذا الجدول بشكل عام، وهو أن النخب الجزائرية مقتنعة بأهمية تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وقدرتها في التفاعل وتقديم الخدمات المختلفة في مجالات عملية واجتماعية، لكنها ترى أن المجتمع الجزائري مازال بعد لم يصل إلى درجة الاعتماد عليها كبديل حقيقي في التنمية والتغيير، مع الاقرار بعدم فاعلية مختلف المؤسسات الاجتماعية الأخرى وحتى الأحزاب السياسية في التواصل مع فئات المجتمع، وإن تحفظت على أن استخدام التكنولوجيا سيكون له تأثيرات أكبر من هذه المؤسسات كون التجربة جزائريا لم تتضح بعد من جهة، والمؤسسات التقليدية وعلى رأسها

وسائل الاعلام قادرة على التأثير والتوجيه من جهة أخرى، ولتوضيح اتجاه العينة بصورة افضل تقترح الباحثة الشكل التالي:

شكل رقم (27): يوضح اتجاه النخب الجزائرية عينة الدراسة ازاء العبارات المتعلقة باستخدام التكنولوجيات الاتصالية وعلاقتها بالمجتمع الجزائري ومؤسساته.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Excel و spss.

6.5.1.5 عرض وتحليل نتائج مستويات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في

الجزائر حاليا

الجدول رقم (78): رؤية النخبة الجزائرية لمستويات استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر حاليا.

الإجابات		مستويات الاستخدام
%	ك	
2.61	10	ممتازة
25.65	98	جيدة
58.90	225	متوسطة
11.25	43	ضعيفة
1.57	06	ضعيفة جداً
100	382	المجموع

يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن: "النخب الجزائرية عينة الدراسة ترى أن استخدام التكنولوجيات الحديثة في الجزائر مازال في مستوى متوسط حيث أجاب حوالي 60% من المبحوثين بذلك، وترجع هذه النتيجة إلى التقييم الواقعي لحالة التكنولوجيات في الجزائر، فرغم الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لمواكبة المعايير التي تجعلها في مرتبة متقدمة من حيث الاستخدام، إلا أن الأمر مازال يحتاج جهود متواصلة لجعل هذه التكنولوجيات متاحة في أوساط جماهيرية مختلفة (سبق للباحثة أن فصلت في هذه النقطة على مستوى واقع تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر).

7.5.1.5 عرض وتحليل نتائج رؤية النخبة محل الدراسة للنخب التي لا تستخدم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم (79): توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها للنخب التي لا تستخدم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الإجابات		النخب
%	ك	
31.39	211	نخب منعزلة عن مجتمعا
29.01	195	نخب لا يمكنها مواكبة التطورات في مجالات مختلفة
17.55	118	نخب ترى أن هذه التكنولوجيات غير ضرورية
22.02	148	نخب لا تهتم للتطورات التكنولوجية
100	* 672	المجموع

إن النخب الجزائرية التي لا تستخدم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة حسب عينة الدراسة هي نخب منعزلة بعيدة عن مجتمعا ولا يمكن أن تتفاعل معها حيث أكد 31.39% من عينة الدراسة هذا الأمر، كما اتفق 22.02% من المستجوبين أن النخب التي لا تستخدم هذه التكنولوجيات ولا تقبل عليها

* مجموع الاجابات تجاوز عدد أفراد العينة لأن السؤال متعدد الإجابات.

هي نخب لا يمكنها مواكبة التطورات في المجالات الأخرى المختلفة وليس مجال الوسائل الاتصالية والإعلامية فقط.

8.5.1.5 عرض وتحليل نتائج ما تراه النخبة الجزائرية محل الدراسة حول إمكانية بروز نخب جديدة في خضم التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

جدول رقم (80): توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها لإمكانية بروز نخب جديدة في خضم

التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

التعليق	الإجابات		
	%	ك	
تسمح تكنولوجيايات الاعلام والاتصال ببروز فئات لم تجد لها سابقا مكانا في وسائل الاعلام التقليدية رغم حضورها المتميز في مؤسساتها الأصلية.	79.84	305	نعم
تكنولوجيايات الإعلام والاتصال لا تصنع لوحدها منعزلة النخب وإنما هناك تكامل لمؤسسات المجتمع الأخرى.	20.15	77	لا
	100	382	المجموع

ترى قرابة 80% من عينة الدراسة أن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال سيؤدي حتما إلى بروز وإعادة إنتاج نخب جديدة لتحل محل النخب الحالية، مقابل نسبة ضعيفة تصل إلى 20% لا ترى في هذه التكنولوجيايات ولا تطوراتها سبيلا لبروز النخب.

تفرغ إجابات المبحوثين لمعرفة أسباب ترجيحهم لكفة بروز نخب جديدة نتيجة التطورات التكنولوجية، وضع الباحثة أمام عديد الأجوبة والعبارات التي كانت في مجموعها تتشارك فكرة أساسية لخصتها الباحثة في رؤية معظم عينة الدراسة لهذه التكنولوجيايات كمفتاح لكسر الاحتكار الذي ساد لفترة طويلة العهد المحلي وحتى العربي، أين كانت نخب بعينها تنصدر المشهد الاعلامي في مختلف القضايا التي يتم الحديث عنها أو تغطيتها، فنفس الأشخاص يتكلمون في السياسة والاقتصاد والاجتماع وعلم النفس ... في مقابل تجاهل أو عدم منح فرص للنخب التي تنتمي فعليا إلى مجالاتها للحديث، وإن كانت هذه الظاهرة برزت أكثر مع انفتاح الفضائيات وتعدديتها، حيث سمحت بأن تظهر فئات مختلفة غير التقليدية المعتادة، لكن مع موجة التطبيقات الجديدة التي أتاحتها التكنولوجيايات الاعلامية والاتصالية من

خلال خدمات مختلفة سمح بتعريف الجمهور بفئات جديدة ،و أيضا وفق نظرية دوران النخب (circulation des elites)، فإنه من المنطقي أن تصعد نخب جديدة لتحل محل القديمة التي إن لم ترد أن تتبدد وتختفي عليها أن تتجدد وتواكب مختلف التطورات التكنولوجية التي تبقىها متصلة مع مجالها وجمهورها، وبالعودة إلى المعطيات التي شهدتها الساحة الدولية والعربية أصبح هناك اليوم حديث عن قدرة هذه التكنولوجيات الحديثة على إعادة انتاج نخب جديدة موازية للنخب التقليدية وتختلف عنها من حيث المواصفات والممارسات ،حاضنتها الرئيسية هي الفضاءات الالكترونية الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، ولقد سبق للباحثة وأن ناقشت هذه الفكرة على مستوى المبحث المتعلق بالنخب والفضاء الاعلامي والاتصالي.

أما بالنسبة للإجابات المتعلقة بنفي أن يكون هناك أي دور لتكنولوجيات الاتصال في بروز نخب جديدة فقد اجتمعت أيضا في مجموعة من الاجابات التي تتفق في فكرة وجود مؤسسات اجتماعية مختلفة تتكامل مع بعضها البعض وتتساند، وهنا نجد هذه الإجابة تتسجم مع نتائج الجدول رقم (76).

9.5.1.5 عرض وتحليل الرؤية المستقبلية لاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة من طرف النخب في الجزائر.

جدول رقم (81): توزيع عينة الدراسة حسب رؤيتها المستقبلية لاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة من طرف النخب في الجزائر.

الإجابات		الفقرات المقترحة من طرف النخب محل الدراسة
%	ك	
55.49	212	سيزيد استخدامها ليكون حدا فاصلا بين من يعتبر وليس منها، ويسمح بإظهار قادة جدد.
34.03	130	ضرورة حتمية بشرط تحسين محتواها والوعي بأهميتها.
4.97	19	مستقبل غير واضح، غامض، ضعيف.
5.49	21	سيطول الغياب النخبوي عن مشهد الإعلام والاتصالي إذا بقيت مستمرة بنفس الأداء والممارسة.
100	82	المجموع

اختلفت آراء عينة الدراسة في تصوراتها لمستقبل استخدام النخب بشكل عام لتكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر حيث جاءت وفق تصورين أساسيين من خلال نتائج هذا الجدول:

- **التصور الأول:** وهو تصور أصحابه متفائلون (les optimistes) بأن المستقبل سيكون لهذه التكنولوجيات التي ستغير من المشهد النخبوي في الجزائر، حيث سيزيد استخدامها، وهو الاتجاه الذي غلب على المبحوثين بحيث وصلت نسبته إلى 55.4% من المبحوثين، وفي نفس الاتجاه تؤكد 34.03% من عينة الدراسة على أن هذه التكنولوجيات الحديثة ستصبح ضرورة حتمية تتجاوز الرغبة في الاستخدام من عدمه، ولكن مع ضرورة أن يتحسن مستوى استخدامها في الجزائر، ويتطابق ذلك مع الوعي بأن هذه التكنولوجيات من الأهمية بمكان في حياة الفرد العملية والاجتماعية وهذا ما ينعكس بالضرورة ايجابا على مختلف المجالات النخبوية، ونجد هذا التصور يتوافق مع إجابات المبحوثين في السؤال 28 حيث كان هناك تأكيد على قدرة هذه التكنولوجيات الاعلامية والاتصالية على خلق فئات نخبوية جديدة.

- **التصور الثاني:** فهو تصور أصحابه أقرب ما يكونوا إلى المتشائمين (les pessimistes) حيث يرون بأنه صعب الحديث عن مستقبل لهذه التكنولوجيات في الجزائر، في ظل المعطيات الحالية التي يسودها ضعف في أداء النخب، وغيابها عن واقعها الاعلامي والاتصالي، وإن كان أصحاب هذا التصور لا تتجاوز نسبتهم 10% من عينة الدراسة، إلا أنه - وحسب رأي الباحثة - تصور يحتاج إلى الوقوف عنده خصوصا بالربط بين الوضع الحقيقي لهذه النخب في مؤسساتها وعلاقتها مع مجتمعها من جهة، ثم الربط بين واقع التكنولوجيات الاتصالية في الجزائر من جهة ثانية، والذي رغم بذل الدولة للعديد من المجهودات إلا أن القطاع مازال يحتاج إلى تطوير في ظل التطورات السريعة التي تزيد الفجوة الرقمية اتساعا، ومنه يصبح الحديث عن واقع النخب الجزائرية مقارنة بنظيراتها في دول العالم، وخاصة الدول التي تنصدر قطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال صناعة واستخداما يصنع الفرق في الرؤى والتحليل.

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة.

سعت الباحثة منذ بداية إنجاز هذه الدراسة وقولبة فصولها من منهجي إلى نظري وصولاً إلى الميداني إلى الإجابة على ذلك التساؤل الرئيسي: "كيف تستخدم النخب الجزائرية عينة الدراسة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (الحاسوب، الهاتف الذكي والألواح الإلكترونية)، وما هي الإشباعات المتحققة؟ هذا السؤال الذي تطلبت الإجابة عنه العمل وفق بنية تفكيكية تستند إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية، والتي احتاجت هي الأخرى إلى مجموعة من المؤشرات المتساندة في ضوء المداخل النظرية المتبناة، وأداة جمع البيانات التي صممت خصيصاً للإجابة عن هذه التساؤلات، ومع محاولة الباحثة إحداث التلاحم بين كل فصول الدراسة كوحدة واحدة مساهمة في تحليل البيانات المحصل عليها من تلك التساؤلات الفرعية، وكانت محطة الوصول من خلال العودة بنتائج تلك التساؤلات الفرعية لتندمج معاً مجيبة بذلك عن التساؤل الرئيسي، وعليه فإن العرض العام للنتائج في هذا المبحث سوف يتم وفق عرض النتائج في ضوء التساؤلات، النتائج في ضوء الدراسات السابقة وأخيراً النتائج في ضوء الأهداف.

1.2.5. النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة :

1.1.2.5 ما هي عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام

والاتصال الحديثة؟

للإجابة على هذا السؤال قامت الباحثة بتجزئة عادات وأنماط الاستخدام إلى مجموعة من المؤشرات اندرجت بين: المؤشر الوسيلى، المؤشر الشبكي (التشبيك أو الربط بالإنترنت) مؤشر كثافة الاستخدام، مكان الاستخدام ومؤشر التفاعل مع الخدمات والتطبيقات وتوصلت من خلال هذه المؤشرات إلى النتائج التالية:

✓ **المؤشر الوسيلى:** تتمثل نتائجه كما يلي:

- يقبل أغلب المبحوثين على استخدام جهاز الحاسوب، ثم تفاوتت الوسائل الاعلامية والاتصالية الأخرى حيث جاء كل من الهاتف، التلفزيون والألواح الالكترونية في مراتب متقدمة من الاستخدام، في حين تراجعت نسب استخدام كل من الصحيفة والإذاعة.

- صنف المبحوثون جهاز الحاسوب كتكنولوجيا حديثة يتم استخدامها والإقبال عليها، في حين جاءت الهواتف الذكية ثانيا والألواح الالكترونية ثالثا.
- تنوعت الخدمات والتطبيقات التي تبحث عنها النخب الجزائرية من خلال استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديث وجاءت على النحو التالي:
- غلب عينة الدراسة تفضل شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الالكترونية، الصحافة الالكترونية وخدمات التحميل.
- تفاوتت نسب الاقبال على البريد الالكتروني، المدونات، قواعد البيانات، البث التلفزيوني عبر الانترنت، راديو الانترنت، والمنتديات.
- ✓ **المؤشر الشبكي:** تمثلت نتائجه في ما يلي:
- أغلب عينة الدراسة لديها ربط دائم بشبكة الانترنت من خلال حواسيبها.
- أكثر من نصف عينة الدراسة لديها ربط دائم بشبكة الانترنت من خلال هواتفها الذكية.
- حوالي ربع عينة الدراسة لديها ربط دائم بشبكة الانترنت من خلال ألواحها الالكترونية.
- أغلب عينة الدراسة تعتمد تقنية WIFI كمصدر أساسي للتواصل الشبكي.
- أكثر من نصف عينة الدراسة تعتمد تقنية الانترنت المحمولة (3G) كمصدر للتواصل الشبكي.
- أقل من نصف عينة الدراسة تعتمد تقنية ADSL كمصدر للتواصل الشبكي.
- ✓ **مؤشر كثافة الاستخدام:** تمثلت نتائجه في ما يلي:
- أغلب عينة الدراسة تستخدم حواسيبها بشكل يومي.
- حوالي نصف عينة الدراسة تستخدم حواسيبها بشكل يومي.
- تستخدم عينة الدراسة الألواح الالكترونية حسب ظروفها.
- أكثر من نصف عينة الدراسة تقضي من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام حواسيبها.
- حوالي نصف عينة الدراسة تستخدم هواتفها الذكية من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- حوالي ربع عينة الدراسة تستخدم ألواحها الالكترونية من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا.
- لا توجد فترة محددة لاستخدام كل من الحواسيب والهواتف الذكية والألواح الالكترونية لدى أغلب المبحوثين إذ يقبلون على الاستخدام حسب ظروفهم.

✓ مؤشر مكان الاستخدام: جاءت نتائجه كما يلي:

أغلب عينة الدراسة تفضل منازلها وأماكن عملها كوجهة أساسية لاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

✓ مؤشر التفاعل مع الخدمات والتطبيقات: جاءت نتائجه كما يلي:

- تستخدم أغلب النخب الجزائرية في أوقات نشاطها وعملها خدمة البريد الالكتروني متبوعة بأحد حساباتها عبر واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي.
- أكثر من نصف عينة الدراسة تفضل استخدام المواقع الالكترونية الرسمية للجهات التي ينتمون إليها خلال دوام عملهم أو نشاطهم.
- تتفاعل النخب الجزائرية - بأشكال مختلفة- مع خدمات وتطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ومن أهم مظاهر التفاعل:
- أغلب عينة الدراسة تشارك عبر هذه الخدمات بالمواضيع التي تدخل في نطاق العمل والاهتمامات.
- أكثر من نصف العينة تهتم بمشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات ويتعدى مجرد المشاركة إلى التعليق وإبداء الآراء خصوصا مع من يتفقون معهم في التوجهات والآراء.
- أكثر من نصف العينة ترد على الاتصالات التي تردها عبر شبكة الانترنت.
- أغلب العينة تطالع الرسائل التي تصلها وترد عليها دون تكليف من ينوبها.
- أكثر من نصف عينة الدراسة تضيف فقط الأشخاص الذين هم في مثل مستواها أو لديها سابق معرفة بهم.
- ربع عينة الدراسة تحذف من حساباتها الأشخاص المخالفين لها في توجهاتها وأرائها.

2.1.2.5 ما هي دوافع وحاجات استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة؟

أسفرت نتائج الاجابة عن هذا السؤال إلى وجود تنوع في دوافع النخب الجزائرية عينة الدراسة من عملية استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وكانت أهم نتيجة في سؤال الدوافع هي مجيء الدوافع النفعية في المرتبة الأولى وبنسبة متقدمة مقارنة بالدوافع الطقوسية التي احتلت أغلب عباراتها

مراتب متأخرة في تصنيف واختيارات النخب الجزائرية، وهو الأمر الذي تتناسب مع خصائص وطبيعة النخب الجزائرية والمراكز التي تشغلها يحتم عليها الاهتمام بجديد الأخبار وتطورات القضايا والمواضيع وهذا ما جعل الدوافع المعرفية تنصدر قائمة الدوافع.

3.1.2.5 ما هي الإشباعات التي تحققها النخب الجزائرية عينة الدراسة من استخدامها

لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة؟

توصلت الباحثة في اجابتها عن هذا السؤال إلى نتيجة أساسية مفادها أن النخب الجزائرية عينة الدراسة ترى أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة حققت لها إشباعاتها الباحثة عنها، ولكن ليس بشكل مرتفع حيث سجلت حدا معقولا من الرضا إزاء الخدمات والتطبيقات التي تتيحها تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، ولقد تنوعت الإشباعات المحققة التي ترصد الباحثة نتائجها كما يلي:

- جاءت الإشباعات العملية في قائمة الإشباعات المحققة مقارنة بإشباعات المحتوى التي تذيلت مراتب الاشباع.
- تصدرت الإشباعات التوجيهية والاجتماعية قائمة الإشباعات المحققة مقارنة بالإشباعات شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية.
- تصدرت الإشباعات التوجيهية قائمة الإشباعات المحققة لعينة الدراسة من استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وهذا ما جعل نتائج سؤال الإشباعات تتوافق وتتسجم مع نتائج سؤال الدوافع.

4.1.2.5 ما مظاهر توظيف النخب الجزائرية عينة الدراسة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال

الحديثة في المجال المهني والتواصلي (الاجتماعي)؟

وجدت الباحثة أن الإجابة على هذا السؤال جاءت متضمنة في عديد الجداول وإجابات المبحوثين التي تم استخراج نتائجها من الجداول رقم (55، 60)، (62، 63)، (64) بحيث أمكن رصد أهم هذه المظاهر على النحو التالي:

- ✓ استفادت النخب الجزائرية من الخدمات والتطبيقات المختلفة والتي أتاحها تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في مجالها العملي من خلال عديد المؤشرات:
- توظيف خدمتي البريد الالكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء العمل.

- توظيف هذه الخدمات للتواصل مع المتخصصين وتبادل الخبرات.
- الوصول إلى المعلومات والبيانات المهمة في مجال العمل.
- استخدمتها النخب الجزائرية للربط بينها وبين زملائها في العمل.
- استخدمتها النخب الجزائرية للربط بينها وبين زملاء لها في نفس المهنة وخارج محيط عملها.
- استخدمتها النخب للتعرف بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصها داخل الجزائر.
- استخدمتها النخب للتعرف بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصها خارج الجزائر.
- المشاركة في المواضيع التي تدخل في نطاق العمل والاهتمامات.
- توظيفها كأحد الوسائل المساعدة على إيصال افكار النخب، آرائها وتوجهاتها بحرية ويسر مما مكن عينة الدراسة من استقطاب أطراف جديدة إلى مجال نشاطها.
- ✓ استفادت النخب الجزائرية من الخدمات والتطبيقات المختلفة والتي أتاحتها تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في مجالها التواصلي من خلال عديد المؤشرات:
- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأحد اهم الخدمات التي تبحث عنها النخب الجزائرية في استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وكأحد الوسائل الاساسية المساعدة على تدارك العلاقات الاجتماعية.
- المشاركة في مجموعات الحوار والنقاش وخلق المجموعات الحوارية الجديدة.
- فتح القنوات الحوارية مع الاخرين الذين هم غير مقتنعين بأراء ومواقف النخب.

5.1.2.5 ما هي التمثلات المختلفة التي تحملها النخب الجزائرية عينة الدراسة نحو تكنولوجيات

الاعلام والاتصال الحديثة، وعلاقتها بمؤسسات المجتمع المختلفة؟ ومستقبل استخدامها؟

هدفت نتائج هذا السؤال لرصد أهم الرؤى وتوجهات النخب الجزائرية نحو تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وما أفرزته من خدمات وتطبيقات من جهة ونحو توقعاتها ورؤيتها المستقبلية لهذه التكنولوجيات، حيث ترى الباحثة أنه يمكن تفصيل النتائج وفق أربع مستويات للرؤية: الرؤية الوسيلىة، الرؤية المجتمعية، الرؤية في ضوء علاقات التكنولوجيات مع مؤسسات المجتمع المختلفة وأخيرا الرؤية إزاء النخب الأخرى حيث جاءت أهم نتائج السؤال على النحو الآتي:

✓ مستوى الرؤية الوسيئية: جاءت نتائجه على النحو الآتي:

- حوالي نصف عينة الدراسة تطالع جديد التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيات من خلال الحصول عليها ساعة توفرها.
- أغلب عينة الدراسة ترى أن حسابها أو صفحتها الرسمية عبر واحد أو أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي التطبيق التكنولوجي الأكثر فعالية في نشاطها وفي تواصلها مع جمهورها، ثم المواقع الالكترونية الرسمية للجهات التي تنتمي العينة إليها.
- أكثر من نصف عينة الدراسة ترى أن مستوى استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر هو مستوى متوسط.
- أغلب عينة الدراسة ترى ان تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة هي وسيلة مهمة لترقية الأداء المهني.
- أغلب عينة الدراسة ترى أن هذه التكنولوجيات هي أداة فعالة للتواصل الاجتماعي.
- أغلب عينة الدراسة ترى أن هذه التكنولوجيات هي أداة ضرورية للوصول إلى المعلومات.
- أغلب عينة الدراسة ترى ان هذه التكنولوجيات فضاء حر لإيصال مختلف الأفكار والآراء.
- أغلب عينة الدراسة تدرك الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال وخاصة على مستوى:
- عدم الوثوق في التكنولوجيات بوصفها سهلة الاختراق لبياناتها ومعلوماتها.
- عدم الوثوق في التكنولوجيات بوصفها وسائل قد تستخدم للاحتيال والخداع.
- سجلت أكثر من نصف العينة رؤيتها للوسائل التكنولوجية على أنها وسائل تنشر الشائعات والأخبار الكاذبة.

✓ مستوى الرؤية المجتمعية: جاءت نتائجه على النحو الآتي:

- ترى أغلبية عينة الدراسة أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال مكنتها من الوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع لم تكن لتصل عليها سابقا لولا هذه التكنولوجيات.
- ترى أغلبية العينة أن هذه التكنولوجيات ساهمت في دفع الآخرين (الجمهور) للتواصل معها واستشارتها في القضايا المهمة.
- ترى أغلبية العينة أن هذه التكنولوجيات ساهمت في تعريف الجمهور عليها.
- ترى أغلبية عينة الدراسة أن هذه التكنولوجيات شجعتها على تحسين أدائها ودعم مهاراتها.

- ترى أكثر من نصف العينة أن هذه التكنولوجيات كانت وسيلة هامة لعرضها للمواضيع والقضايا الهامة.
- ترى أغلب العينة أن هذه التكنولوجيات عززت لديها روح المنافسة لتقديم الأفضل.
- ✓ مستوى الرؤية في ضوء علاقات التكنولوجيات مع مؤسسات المجتمع المختلفة: جاءت نتائجه على النحو الآتي:
- ترى أغلبية العينة أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة هي الخيار الأمثل لإيصال المعلومات وتبادلها.
- ترى أغلبية العينة أن استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة هي الخيار الأمثل للتأثير في آراء وتوجهات الآخرين.
- اختلفت توجهات النخب حول قدرة التكنولوجيات الحديثة على احداث تغيير جذري في المجتمع الجزائري وتراوحت بين مواقف الحياد والموافقة.
- ترى أكثر من نصف عينة الدراسة أن وسائل الاعلام التقليدية مازالت قادرة على التأثير في أفراد المجتمع الجزائري.
- اختلفت توجهات النخب حول قدرة مؤسسات المجتمع في مواصلة التأثير والتوجيه على آراء الجمهور في ظل انتشار التكنولوجيات الحديثة وتراوحت بين مواقف الحياد والموافقة.
- اختلفت توجهات النخب حول قدرة الأحزاب السياسية في مواصلة التأثير والتوجيه على آراء الجمهور في ظل انتشار التكنولوجيات الحديثة وتراوحت بين مواقف الحياد والمعارضة.
- ✓ مستوى الرؤية إزاء النخب الأخرى: جاءت نتائجه على النحو الآتي:
- ترى أكثر من نصف عينة الدراسة أن النخب الجزائرية التي لا تستخدم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة هي نخب منعزلة عن مجتمعها ولا يمكنها مواكبة التطورات التكنولوجية.
- ترى أغلبية عينة الدراسة أن استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة سيسمح ببروز نخب جديدة، وأن هذه النخب الجديدة تأت في سياق التحرر من سطوة مؤسسات الاعلام التقليدي.
- ترى نسبة قليلة من مجتمع الدراسة أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال ليست لها قدرة على إنتاج نخب جديدة، وإنما هناك لتكامل مؤسسات المجتمع والتكنولوجيا لوحدها لا تصنع النخب.
- أغلبية عينة الدراسة متفائلة بمستقبل استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال، والتي ستسمح بظهور قادة وفاعلين جدد شرط تحسين محتواها وزيادة الوعي بأهميتها.

- ترى نسبة قليلة من عينة الدراسة أن مستقبل استخدام النخب لتكنولوجيات الاعلام والاتصال غامض، وأن النخب الجزائرية ستستمر في الغياب عن المشهد الاعلامي والاتصالي.

6.1.2.5 نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي

واستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة

من خلال استخدام الباحثة للاختبار الاحصائي كا² الذي سمح بمعرفة وجود علاقات احصائية من عدمها بين متغيرات (الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي) واستخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة أسفرت نتائج الاختبارات عن النتائج التالية:

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي والاقبال

على الوسائل الاعلامية والاتصالية: جاءت نتائجه كما يلي:

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغيرات الجنس، السن والمستوى العلمي في الاقبال على الوسائل الاعلامية والاتصالية.

- توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي وإقبال النخب الجزائرية على الوسائل الاعلامية والاتصالية.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وارتباط

الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الإنترنت: جاءت نتائجه مفصلة كما يلي:

- توجد علاقة دالة إحصائية بين متغيري السن والمجال النخبوي وارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الانترنت.

- لا توجد علاقة بين متغير المؤهل العلمي وارتباط الوسائل الاعلامية والاتصالية بشبكة الانترنت.

- توجد علاقة دالة احصائية بين متغير جنس المبحوثين وارتباط كل من الهواتف الذكية والألواح الالكترونية بشبكة الانترنت.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وأنماط الاستخدام: جاءت نتائجه مفصلة كما يلي:

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغيري: جنس المبحوثين ومستواهم العلمي وبين كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.
- توجد علاقة بين متغيري: سن المبحوثين ومجالهم النخبوي وبين كثافة استخدامهم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وساعات الاستخدام :

- توجد علاقة دالة إحصائية بين جنس المبحوث وساعات الاستخدام تكنولوجيا الهاتف والألواح الالكترونية، في حين تنتفي هذه العلاقة مع ساعات استخدام الحاسوب.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سن المبحوثين وساعات استخدامهم لكل من الحاسوب والألواح الالكترونية، في حين تنتفي هذه العلاقة مع ساعات استخدام الهاتف.
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف الذكي وتكنولوجيا الألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين وساعات استخدامهم لتكنولوجيا الحاسوب.
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المجال النخبوي للمبحوثين وساعات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهاتف والألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة بين متغير المجال النخبوي وساعات استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وفترات الاستخدام:

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير جنس المبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.
- توجد علاقة دالة إحصائية بين متغير سن المبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لكل من تكنولوجيا الهواتف الذكية والألواح الالكترونية، في حين لا توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى العلمي للمبحوثين ومتغير فترات استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي والألواح الالكترونية، في حين توجد هذه العلاقة في استخدام تكنولوجيا الحاسوب.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المجال النخبوي للمبحوثين ومتغير فترات استخدامهم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وأشكال التفاعل عبر استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة:

تشير نتائج التحليل الاحصائي النهائية إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من جنس المبحوثين، السن، والمجال النخبوي وأشكال تفاعلهم المختلفة مع تطبيقات وخدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، في حين ينتفي وجود هذه العلاقة لما يتعلق الأمر بالمستوى العلمي.

✓ نتائج اختبار العلاقات بين متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي، المجال النخبوي وكيفية متابعة تطورات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة:

تشير نتائج التحليل الاحصائي النهائية إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات: السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي في متابعة والإقبال على جديد تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في حين ثبت وجود هذه العلاقة لما يتعلق الامر بمتغير جنس المبحوثين.

2.2.5 النتائج العامة في ضوء نتائج الدراسات السابقة:

انطلقت الباحثة في بداية إنجاز هذه الدراسة من قراءتها لمجموعة من الدراسات السابقة التي كانت مشابهة لموضوع البحث في بعض زواياه، ومن مبدأ تراكمية العلم والاستفادة من هذه الدراسات فقد سعت الباحثة إلى توظيف أهم النتائج التي رصدتها على مستوى هذه الدراسات ومقارنتها بالنتائج المتوصل إليها على مستوى المبحث الأول، ومع تجميع الباحثة لجزئيات النتائج المتوصل إليها أمكن مقارنتها في ضوء نتائج الدراسات السابقة مع ضرورة الإشارة إلى أمر مهم وأن المنطلقات والأهداف البحثية لأغلب الدراسات السابقة لم تكن واحدة واختلفت مع أهداف ومنطلقات هذه الدراسة وعليه ستقوم الباحثة برصد الملاحظات في ضوء الجزئيات المشتركة والتي تجسدت في ما يلي:

1.2.2.5 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات المحلية:

استندت الباحثة إلى أربع دراسات محلية (دراسة الباحثين قواسم، فرحي، بن زايد، حمدي) تشابهت مع هذه الدراسة - كما سبق الإشارة إليه - في بعض المعطيات التي مكنت الباحثة من إجراء مقارنة في نتائجها بنتائج هذه الدراسة ودون دخول في تفاصيل النتائج لأنه سبق مقارنتها على مستوى التحليل، فإن هذه الدراسة قد اتفقت في نتائجها مع نتائج هذه الدراسات في أن النخب (السياسية، الأكاديمية، الإعلامية) تقبل على استخدام مختلف الوسائل الإعلامية الاتصالية والتكنولوجية (انترنت، صحافة إلكترونية، بريد الكتروني، هاتف، تلفزيون، الحاسوب...) بمستويات متباينة ومختلفة ولدوافع نفعية بالدرجة الأولى، وأن هذه الوسائل اعتبرت مظهرا متغلغلا في الحياة اليومية للمستخدمين (النخب) وإن كانت تأثيرات استخدامها والإشباعات المحققة اختلفت من دراسة إلى أخرى وأيضاً تباينت بتباين مجالات النخب والأهداف التي سعت كل دراسة لتحقيقها.

2.2.2.5 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات العربية:

كانت الدراسات العربية وخاصة التي اهتمت بالنخب (دراسة الباحثين: رضا عبد الواحد، شريهان توفيق، بارعة شقير، محمد الفيه الكافي) أكثر تشابها في نتائجها مع نتائج دراسة الباحثة ومقارنة بالدراسات المحلية وحتى الأجنبية، حيث تم تسجيل اتفاق كبير بين النتائج المتعلقة بالدوافع والإشباعات التي تبحث عنها النخب عينة الدراسات (سياسية، أكاديمية، دينية، إعلامية، إدارية...) من استخدامها للوسائل الإعلامية والتكنولوجية المختلفة (انترنت، صحافة الكترونية، تلفزيون، حاسوب...) حيث اتفقت معها في كثافة استخدام هذه الوسائل، كما تشابهت في طبيعة الدوافع والإشباعات التي دفعت النخب للإقبال على هذه الوسائل والتكنولوجيات فقد جاءت الدوافع النفعية في المراتب الأولى وما قابلها من تحقيق للإشباعات العملية وأيضاً في مراتب متقدمة مقارنة بتأخر الدوافع الطقوسية وما قابلها من تأخر في مراتب إشباعات المحتوى.

بالنسبة للدراسات العربية التي لم تكن النخب مجالاً لدراستها (دراسة الباحثين: البراشيدي، بوعزة، الزبيدي والنعزي) فقد استخدمت الباحثة نتائجها لتبيان الفرق بين الاختلافات التي توجد بين استخدامات وإشباعات الجمهور بشكل عام للتكنولوجيات الحديثة (جاءت متمثلة في الهاتف الذكي في هذه الدراسات وفي جمهور الطلبة) وبين استخدامات وإشباعات النخب بشكل خاص أين برزت عديد الفروقات في هذا المجال وسبق للباحثة الإشارة إليها على مستوى التحليل.

3.2.2.5 نتائج الدراسة في ضوء الدراسات الأجنبية:

وجدت الباحثة في الدراسات الأجنبية فرصة للاطلاع على كيفية استخدام التكنولوجيات الحديثة وتحديد شبكات التواصل الاجتماعي لدى فئات مختلفة وإن كانت اعتنت أكثر بالنخب السياسية، حيث سجلت الباحثة العديد من الاتفاقات وأيضاً الاختلافات على اعتبار أن الجمهور المستهدف لم يكن واحد وكذلك طبيعة التكنولوجيات المستخدمة، فلقد اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراستي الباحثين (Leong و Garchia Naddaf)، على الاستخدام الجديد والمكثف لشبكات التواصل الاجتماعي كواقع جديد تفوق على كل الوسائل بما فيها المدونات والمواقع الالكترونية من طرف النخب /السياسية التي اتخذت منها فضاء جديداً لممارسة عملية الاستقطاب وعرض الآراء والأفكار والوصول إلى شرائح مجتمعية جديدة وهي نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة الباحثين (Centinkaya,Erkut,Murat Kirik) وإن كان جمهورها عاماً وليس نخبياً ولكنها كشفت عن تصاعد استخدام هذه الشبكات وخاصة في مجال الاستخدام السياسي والاجتماعي وإن اختلفت معها في الدوافع.

من جهتها دراسة الباحثين (V.Mani,Esmail,Dhanavandan,Roy) رغم اختلافها في طبيعة المجتمع (النخب المكتبية، المجتمع الهندي) لكنها اتفقت مع الدراسة في ذلك الاهتمام الكبير والاستخدام لتكنولوجيات الاتصال (الانترنت، الهاتف، الانترنت، البريد الالكتروني) وما حققه هذا الاستخدام للعينة وإن كانت الدوافع والإشباع المحققة وأيضاً المنطلقات ليست واحدة، لكنها ساهمت في توضيح أكثر لصورة النخب وكيفية استخدامها لهذه التكنولوجيات وبين الجمهور العام.

ومن خلال هذا العرض تصل الباحثة إلى نتيجة أساسية وهي أنه سواء في الجزائر، مصر، اليمن، عمان، السعودية، ماليزيا، تركيا، الهند، الشيلي، الولايات المتحدة الأمريكية ... أو غيرها من بلدان العالم، وسواء كان المستخدم نخبياً أو جمهوراً عاماً فإنه توجد حقيقة (وإن اختلفت منطلقاتها وبيئاتها) تستدعي مزيداً من الاهتمام، البحوث وتسلية الضوء وهي تزايد الاقبال والاستخدام لهذه الوسائل التكنولوجية التي في مقابل تزايد مستخدميها وتنوع حاجياتهم واختلاف دوافعهم فإنها هي الأخرى تعرف تغيراً ونموً سريعاً يحتاج هو الآخر مزيداً من المتابعة والاهتمام لإمكانية فهم تلك العلاقة التي تتجاوز مجرد الاستخدام التقني إلى الاستخدام الاجتماعي (الوسيلة والمستخدم والمجتمع) مما يعيدنا مجدداً إلى: "Berners- Tim Lee " ومقولته الشهيرة "The web is more social creation than a technical one".

3.2.5 النتائج العامة في ضوء الأهداف:

ترى الباحثة أن أي دراسة تصل إلى جزئية النتائج العامة تحتاج بالضرورة إلى العودة إلى الأهداف التي سطرت في بداية العمل لمعرفة مدى تحققها (الأهداف) من عدمه باعتبار البحث العلمي عمل متكامل يحتاج إلى تقييم ومراجعة في نهايته، ولعل الباحثة بمراجعتها لأهداف دراستها وفي ضوء النتائج التي تحققت تصل إلى تسجيل الملاحظات التالية:

- إن دراسة موضوع بحجم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ومحاولة الاقتراب من ماهيته ليس بالأمر السهل خصوصا في ظل تشعب معطياته، سرعة التطورات التي تحيط به وأيضا اختلاف القضايا والإشكاليات التي يطرحها، لكن ترى الباحثة أنها حاولت تقديم مختلف العناصر والرؤى التي تشكل في اجتماعها إجابة عن هذه الماهية فبالعودة إلى المبحثين الأول والثاني للفصل الثالث حاولت الباحثة توصيف الظاهرة التكنولوجية الحديثة وكشف أهم القضايا التي ترتبط بها، وخلصت إلى نتيجة أساسية مهمة وهي أن هذه التكنولوجيات تعيش مرحلة متقدمة من التطور السريع الذي يقدم في كل مرة خدمات وتطبيقات جديدة تساهم في تغيير وتطوير العملية الاعلامية والاتصالية، وتمنح المستخدمين فرصا متعددة لتيسير أمور الحياة العملية والاجتماعية، كما كشفت الاحصائيات عن اتساع الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية في مجال استخدام وتوظيف هذه التكنولوجيات التي باتت تطرح قضايا مختلفة تحمل العديد منها قلقا وتوترا من تزايد سلبياتها وتأثيرها على مستويات مختلفة: من انسانية إلى دولية إلى فردية، وإن كان يسجل على هذه الدراسة تخصيصها لجزئية واحدة فقط للبحث تعلق: بالحاسوب، الهواتف الذكية والألواح الالكترونية وأكد التكنولوجيات كعملية وكمارسة تتجاوز هذه التكنولوجيات.

- بالنسبة لتوصيف واقع قطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر فقد طرقت الباحثة الموضوع من خلال المبحث الثالث من الفصل الثالث في محاولة لمتابعة أهم التطورات التي شهدتها قطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر وبعد مقارنتها ببعض الاحصائيات والمؤشرات العالمية وبعد تقديم توصيف مبدئي لقطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر خلصت الباحثة إلى نتيجة أساسية، وهي أن الجزائر مازالت بعيدة عن التصنيفات العالمية في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال على الرغم من الاستراتيجيات المختلفة والتي تم تبنيها خلال السنوات القليلة الماضية، وأن تجربة الاستثمار والانفتاح على القطاع الخاص ارتقت بالجزائر

خاصة في مجال تكنولوجيايات الهاتف النقال والانترنت المحمولة وهذا ما جعل الجزائر خلال سنة 2016 تصنف كأكثر الدول العربية ديناميكية في هذا المجال، مما يعني أنه من الضروري إيلاء اهتمام أكبر بهذا القطاع كونه يعتبر بوابة مهمة لعديد اقتصاديات الدول المتقدمة وأن الاستثمار الجيد فيه قد يساعد في تحقيق التنمية والرفع بالاقتصاد الجزائري في ظل تراجع عائدات قطاع المحروقات.

- توصيف الظاهرة النخبوية كما الظاهرة التكنولوجية أمر يحتاج إلى باحثين ومتخصصين في مجالات أخرى تتجاوز مجال علوم الاعلام والاتصال إلى العلوم السياسية والاجتماعية وحتى التاريخية، لكن ترى الباحثة أن الهدف الذي مزج بين التوصيف والكشف عن علاقة النخب بالفضاء الاعلامي والاتصالي وقد سعت الباحثة من خلال المبحثين الأول والثالث من الفصل الرابع إلى عملية تتبع لكيفية تشكل الظاهرة النخبوية مما ساعدها على تحديد وتبني مصطلح النخب /بدلا عن نخبة، والتعرف على أهم القضايا المرتبطة بهذه النخب، ثم تقديم قراءة تحليلية هدفت لتوصيف علاقة النخب بالفضاء الاعلامي والاتصالي وخاصة الفضاءات الالكترونية الجديدة وتوصلت الدراسة إلى أنه في عصرنا الحالي هناك استثمار كبير من طرف النخب /وخاصة السياسية في هذا المجال، مع تسجيل نتيجة مهمة وهي التنبية إلى أن هذه الفضاءات أصبحت تشكل تحديا جديدا متمثلا في إمكانية صعود نخب جديدة غير التقليدية المتعارف عليها مما استدعى اندماج النخب التقليدية وحجز مكان لها ضمن هذه الفضاءات الجديدة التي أصبحت تتمتع بقوة كبيرة قد تصل إلى درجة التأثير وزعزعة الأنظمة الحاكمة كما حدث في فترة الربيع العربي، وبشكل عام خلصت الباحثة إلى أن الظاهرة التكنولوجية -التي مازالت قيد التطور- ستؤثر بشكل كبير على الظاهرة النخبوية.

- بخصوص النخب الجزائرية فقد حاولت الباحثة في ضوء المراجع والمعطيات المتوفرة القيام بعملية تتبع ورصد لهذه النخب وعن علاقتها بالفضاء الاعلامي والاتصالي الجديد فنفس الملاحظة تسجلها الباحثة فإنه مازال فضاء جديدا لهذه النخب ويحتاج مزيدا من البحوث وخاصة الدراسات التحليلية من أجل تقديم رؤى أكثر اتساحا، أما فيما يتعلق بمدى توافق النخب الجزائرية مع الجمهور النشط أحد عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات فمن خلال عملية التحليل والنتائج المتوصل إليها أمكن رصد تحقق رباعية: التفاعلية، الانتقائية، الاستغلال والمنفعة لدى النخب الجزائرية من خلال اقبالها على استخدام تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة ومنه فتعريف

Blumler للجمهور النشط ينسجم مع النخب الجزائرية المستخدمة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

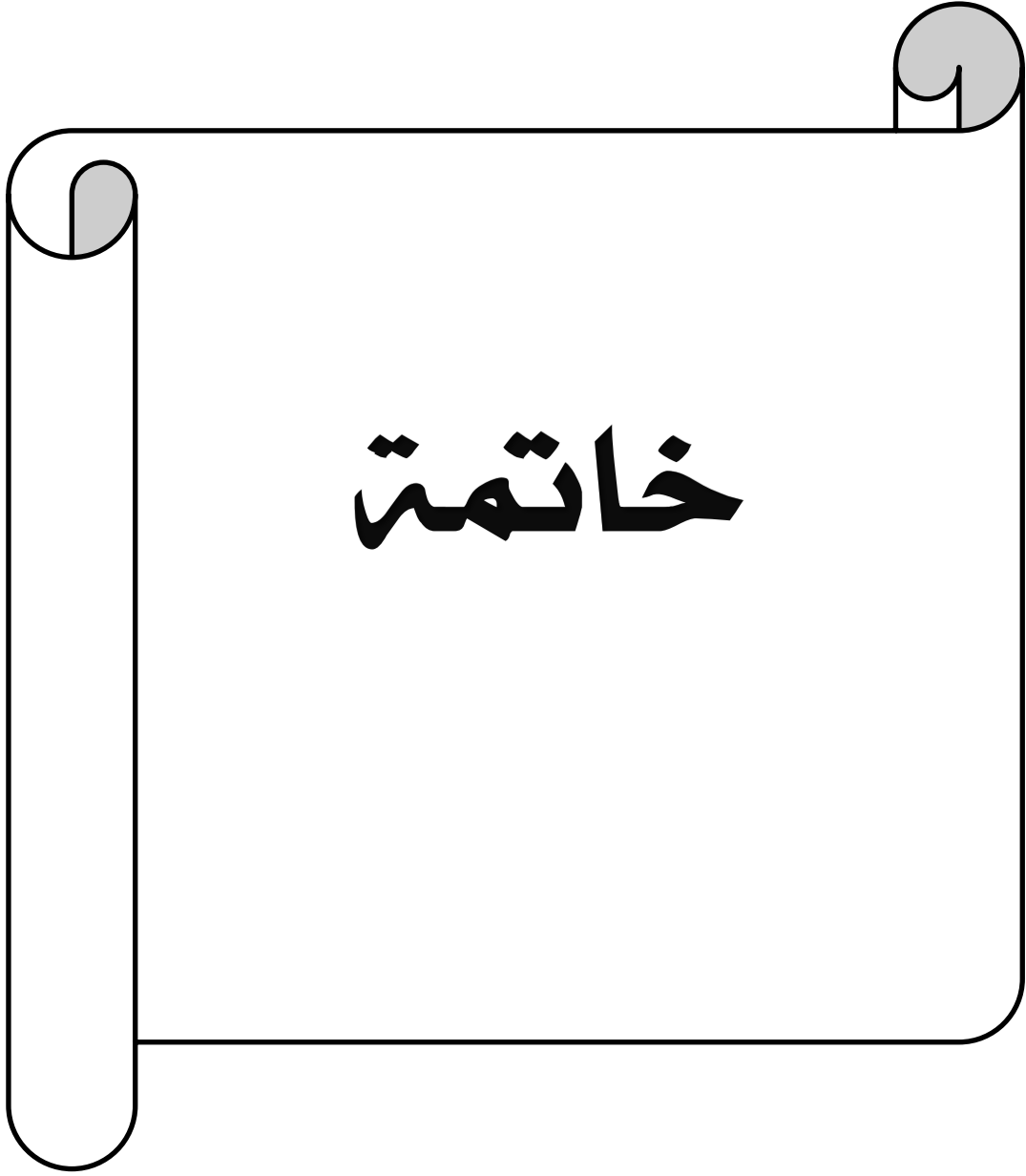
- بالنسبة للأهداف المتعلقة بالدراسة الميدانية فترى الباحثة انه أمكن الاجابة عليها من خلال التحليل ونتائج الدراسة وبالتالي فقد تحققت.
- آخر هدف رصد على مستوى هذه الدراسة هو الكشف عن مدى إمكانية مواصلة نظرية الاستخدامات والإشباع كمدخل نظري تفسيري مواكب للتكنولوجيات الحديثة حيث ترى الباحثة في ضوء النتائج المتوصل إليها أن هذه النظرية مازالت قائمة وأن ثنائيتي الاستخدامات والإشباع وفق مجموعة الدوافع المختلفة والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام قد انسجمت مع هذه الدراسة وبأن الذين راهنوا على موت وانتهاء النظرية في ظل التطورات لم يقدموا بديلا يقرأ الحاجات والدوافع الانسانية من الاستخدام، وإن كانت الباحثة تقر بأن عملية استجواب المبحوثين (من خلال الاستبيان) ليست دليلا قاطعا على تلك الحاجيات/الدوافع، وأن كثافة التعرض لا تعن بالضرورة الاستخدام الفعلي الذي قد تحتاج نتائجه إلى رصد يتطلب منهجا تجريبيا يساعد على رصد النتائج مثلا بين مجموعة تستخدم ومجموعة لا تستخدم في إطار ما يعرف بالمجموعة التجريبية وهذا الأمر صعب التطبيق وصعب عزل الجمهور واخضاعه لمثل هذه التجارب وهذا ما يجعل الباحثة تتفق مجددا مع ما قاله الباحث "E.Ruggiero" في أن دراسة الجمهور والوسائل يجب أن تهتم وتضع في حسابها نظرية الاستخدامات والإشباع، التي رأت الباحثة أنها ما زالت تتمتع بالنجاعة وأنها تعيش مرحلة تطويعية - كما سبق الإشارة إليه - أتاحت لها الاستمرارية ومواكبة بحوث الاعلام والاتصال بحيث كلما تطورت الوسائل الاعلامية والاتصالية كلما تطورت حاجات الاستخدام وتتوعدت الدوافع.

خلاصة:

حاولت الباحثة من خلال هذا الفصل تقديم مجموعة من التحليلات والقراءات التي هدفت إلى الاجابة عن تساؤلات الدراسة، ولعل إنجاز الدراسة الميدانية والاستناد إلى تفرغ بيانات الاستبيان كان عاملا أساسيا للوصول إلى تلك النتائج العامة والتي تمت قراءتها في ضوء مستويات مختلفة (التساؤلات الفرعية، الدراسات السابقة والأهداف).

كشفت النتائج التي توصلت إليها الباحثة الكيفية التي تستخدم بها النخب الجزائرية تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة (من خلال رصد مجموعة من عادات وأنماط الاستخدام، أهم التطبيقات والخدمات وكيفية التفاعل معها ثم الاشارة إلى أهم الدوافع التي كانت وراء عملية الاستخدام)، إضافة إلى التعريف بأهم الإشباعات التي تحققت من الاستخدام، ومنه أمكن الاجابة عن التساؤل الرئيسي الذي طرح في نهاية إشكالية هذه الدراسة، لقد استندت الباحثة إلى محور البيانات الشخصية للمبحوثين وتحديدا متغيرات: الجنس، السن، المستوى العلمي والمجال النخبوي للمبحوثين للكشف عن مدى وجود علاقة إحصائية من عدمها بين هذه المتغيرات وبين الاستخدام، والنتائج المتوصل إليها قدمت الكثير من المعطيات والقراءات المساعدة مستقبلا في فهم أفضل لعملية استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

كما ترى الباحثة أن القراءات والتحليلات التي قدمت خلال هذا الفصل هي قراءات قد تحظى بالاتفاق أو الاختلاف مع باحثين آخرين على اعتبار أن العملية الوصفية التحليلية تختلف باختلاف توجهات وتصورات الباحثين في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية بشكل عام وليس فقط في مجال علوم الاعلام والاتصال، وأن هذه النتائج والقراءات تبقى نسبية في ظل تغير الظاهرة الانسانية والاجتماعية حيث كشفت الباحثة على أن أنماط الاستخدام والدوافع بين المبحوثين قد لا تكون ثابتة وإنما تخضع للسياق المجتمعي وما يلفه من مؤثرات وتغييرات بشكل عام، ومع ذلك سجلت الباحثة وجود عديد الدراسات العلمية التي توافقت في بعض نتائجها وجزئياتها مع نتائج هذه الدراسة، مما يؤكد -من وجهة نظر الباحثة- على عدم وجود قطيعة بين البحوث العلمية وإنما هي تمتاز بصفة التراكمية والاستمرارية والتي تمنح للباحثين مستقبلا فرصا أخرى للاطلاع والنقد والتقويم خاصة في ظل تواصل الحاجة البحثية لمزيد من دراسات الجمهور وعلاقته بالوسيلة التي صارت تكنولوجية بامتياز في عصر تكنولوجيات الاعلام والاتصال.



خاتمة

خاتمة.

سعت هذه الدراسة منذ بداية العمل عليها إلى الإجابة عن إشكالية بحثية تتعلق بثنائية مهمة: النخب على اعتبارها فاعلا ومؤثرا في المجتمع وخصصت النخب الجزائرية كمجال للدراسة، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة كونها السمة البارزة خلال عصر المعلومات وتكنولوجيات الاتصال الذي يطالعنا كل مرة بمستحدثات ومبتكرات تكنولوجية جديدة، ويجعل من التي اعتقدنا جدتها وأنها آخر صيحات التكنولوجيا مجرد موجة من موجات التطور الذي لا يتوقف.

دراسة هذه الثنائية تمت وفق تبين لفرضيات مدخل الاستخدامات والإشباع والذي كشف عن إستمراريته في مواكبة البحوث العلمية على الرغم من تاريخه الطويل والذي يرتبط أساسا بالدراسات الأولى للجمهور النشط ووسائل الاعلام التقليدية من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون، لكن هذا الجمهور صار أكثر نشاطا وتفاعلا في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، وبات أكثر قدرة على الانتقاء والاختيار ويمتلك من الوعي - الحديث هنا عن النخب عينة الدراسة- ما يؤهله لإدراك منافعه واحتياجاته من التعرض لمضامين ومحتويات هذه التكنولوجيات.

نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة كشفت عن التأخر الكبير الذي تسجله الجزائر في مجال الانخراط في عالم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة مقارنة بعدد دول العالم وحتى دول الجوار، وعلى الرغم من المشاريع، البرامج والإحصائيات التي سجلت بداية العودة والاندماج مع هذه التكنولوجيات خاصة مع النتائج التي حققتها خدمات الانترنت المحمولة والهواتف المحمولة من خلال تقنية الجيل الثالث وبداية دخول تقنية الجيل الرابع إلا أن التحديات والرهانات أمام الجزائر مازالت كثيرة في ظل أن هذه التكنولوجيات باتت تستثمر في عديد اقتصاديات دول العالم المتقدمة والتي أصبحت تركز على ما يسمى باقتصاد المعرفة مقابل السياسات الجزائرية التي بقيت معتمدة على قطاع المحروقات والذي بدأت عائداته في التراجع مما يحتم تبني استراتيجيات وخطط جديدة وبديلة ولعل قطاع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة قد يكون البوابة البديلة لذلك.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن النخب الجزائرية بدأت تنفتح على عالم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، انفتاح سجل من خلال تبني المبتكرات والخدمات الجديدة والتي رأت فيها النخب فرصة جديدة تمكنها من تحصيل المعلومات والأخبار التي تهمها وتطور في بيئتها المحلية وحتى الدولية، وتمكنها من التواصل مع فئات مجتمعية وتعريفها بأفكارها وآرائها ورأت في شبكات التواصل الاجتماعي الوسيلة التكنولوجية التي تستفتح لها آفاقا جديدة خاصة فيما يتعلق بعلاقتها مع مختلف الفئات والفعاليات،

ولقد توصلت الباحثة من خلال قراءتها المبدئية لعلاقة النخب الجزائرية بالفضاءات الاعلامية والاتصالية الجديدة والتي تحمس الكثيرون بأنها ستساهم في خلق نخب جديدة أن لهذه الفضاءات تأثير جلي - وبدى من خلال الحملة الانتخابية- لكن من السابق أوانه الحديث عن قراءات واضحة لهذه التجربة التي مازلت في طور التشكل وتحتاج كثير الدراسات الاعلامية وخاصة التحليلية التي تمكن من قراءة المضامين والمحتويات التي تنتشر عبر هذه الفضاءات وكيفية التفاعل معها وموقع النخب التقليدية منها ثم ربطها بواقعها، مع الاشارة إلى أن عينة الدراسة أكدت على ضرورة انخراط النخب في هذه الفضاءات التي سيكون لها دور مهم في بروز نخب جيدة.

من القراءات التي توصلت إليها الباحثة أيضا هي التأكيد على استمرارية الجدل حول القلق والآثار التي تترتب عن الاستخدام السلبي/أو الكثير لهذه التكنولوجيات التي رغم التسهيلات والخدمات التي قدمتها لمستخدميها وأنها أصبحت مظهرا عاديا ومتغلغلا في حياة الكثيرين، إلا أنها تطرح قضايا واشكاليات تتجاوز مستخدمها كفرد إلى التأثير على مؤسسات ودول ولعل تسجيل ذلك التفاوت الكبير في امتلاك واستخدام هذه التكنولوجيات خاصة بين دول العالم المتقدم والنامية زاد من اتساع الفجوة الرقمية والتي في كثير من دول العالم التي تعيش فقرا ومجاعة وحروب لا تعرف من هذه التكنولوجيات أو حتى الوسائل الاعلامية والاتصالية - والتي يراها الكثيرون تقليدية - ربما سوى صورا أو حتى اسما.

وتبقى النتائج المتوصل إليها هي إجابة عن إشكالية رأتها الباحثة تستحق الدراسة والتقصي، وربما قد تكون هناك دراسات مستقبلية تتقصى زوايا أخرى من الموضوع لم تستطع الباحثة الوصول إليها، وفي هذا السياق ترى الباحثة بعد الانتهاء من الدراسة أن هدفها كان مقارنة النخب من خلال اختيار الأنواع الاربعة من أكاديمية، سياسية، إعلامية ودينية وأيضا تحديد التكنولوجيات التي من الصعب الاحاطة والتفصيل في خدماتها، لكن يمكن للباحثين مستقبلا أخذ أحد أنواع النخب والتركيز على دراستها ميدانيا بالتوازي مع القيام بدراسات تحليلية لبعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي ستمكن من إعطاء نتائج نبدأ من خلالها مقارنة علاقة النخب بهذه الفضاءات.

إنجاز الباحثة لهذه الدراسة مكنها أيضا من تسجيل مجموعة من الملاحظات قد تحمل أكثر صيغة الصعوبات والمقترحات التي ترافق أي بحث علمي، هذا البحث الذي هو صنعة إنسانية تمتاز بالنسيان والارتباك وإمكانية الخطأ، ورغم الاجتهاد في تقديم عمل يتوافق مع المتطلبات العلمية إلا أن رحلة البحث قد يكون شابها بعض النقص أو الخطأ أو حتى تسلل ذاتيتنا بين ثنايا الكتابة والتفكير والتحليل ولهذا تبقى

العلوم الانسانية والاجتماعية ورغم تبنيها للغة الاحصائيات والمعادلات والبيانات ذات طابع انساني يعطيها روحا ومرونة لا نجدها في العلوم التطبيقية الجامدة.


✓ حاولت هذه الدراسة الاحاطة بالموضوع من زواياه المختلفة مستندة إلى ذلك التراكم العلمي والمعرفي من دراسات سابقة وكتب ومقالات تتوافق مع الموضوع وصولا إلى الاعتماد على معلومات وبيانات المواقع الالكترونية والتي استخدمتها الباحثة بشكل يبدو كبيرا وقد يراه البعض نقطة تضعف المراجع العلمية التي يعتمد عليها البحث، ترجع الباحثة ذلك إلى طبيعة الموضوع في حد ذاتها، فالتكنولوجيات ذات البعد السريع والتطورات المتلاحقة تتطلب ملاحقتها العودة إلى المعلومات التي توفرها الشبكة والتي تمتاز بخاصية التحيين والأرشفة، دون انتظار إصدارات وكتابات تأخذ من مؤلفيها وقتا وجهدا وتنقيحا قبل إرسالها لدور النشر ومن ثم توزيعها لتصل إلى الباحثين والقراء، وعند نهاية رحلة وصولها قد تصير بياناتها -قديمة- أو تقليدية وهي معنونة بالجديدة، إضافة إلى الامكانيات الكبيرة التي تتيحها الشبكة اليوم للباحثين في تحميل الدراسات والكتب بصيغة PDF مما لا يجعلها تختلف عن الاصدار الورقي.

✓ الرؤى والتحليلات التي قدمتها الباحثة طيلة إنجاز الدراسة هي رؤى تستند إلى معارف نظرية مؤسسة من طرف باحثين وخبراء ومتخصصين في مجال النخب أو التكنولوجيات الاتصالية ولقد كانت هناك إحالات لكل المواد العلمية التي تم الاعتماد عليها من باب التوثيق وحفاظا على جهود الباحثين الآخرين، لكن هذا لم يمنع من أن تكون هناك زوايا اجتهدت فيها الباحثة على عرض وجهة نظرها والتي تبقى رأيا يحتمل الصواب أو الخطأ.

✓ تسجل الباحثة ملاحظة تعتقد بأهميتها وهي أن المجال البحثي في الجزائر مازال خصبا، ويحتاج اهتماما أكبر في كل المجالات التي طرقتها الباحثة حيث تصادمت في كثير من المرات مع كتب ودراسات - حملت طابعا مؤدلجا- أكثر من الطابع العلمي ويتنافى مع الروح العلمية والموضوعية التي تقتضي عرض وجهات النظر بعيدا على دخول الباحث كطرف ضد طرف آخر، وهو ما جعل عرض موضوع النخب وخاصة الجزائرية يحمل تفاوتا وأحيانا نقصا أين كانت الباحثة تكتب وتعيد الصياغة وتغير المراجع طيلة بناء الفصل، أما موضوع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة فهو من المواضيع التي تتطلب مزيدا من الدراسات والأبحاث التي يسجل نقصها خاصة في تخصص علوم الاعلام والاتصال والذي هو أولى بمتابعة الظاهرة من تخصصات أخرى، كما تطرح الباحثة إشكالية مهمة سجلتها وهي إشكالية التراكم العلمي في

تخصصات العلوم الانسانية والاجتماعية وخاصة في علوم الاعلام والاتصال وكأنا نعمل في فضاء منفصل أو قطيعة بين دراستنا قليلا ما نجد بحثا تنطلق من مناقشة موضوع أو نتائج سابقة أو تستكمل العمل عليها وهذا ما يتطلب مراجعة لطبيعة المواضيع والاقتراحات التي تقدم خدمة للبحث العلمي والجامعة الجزائرية التي مازلت تعاني مع دراسات الجمهور وعدم وعيه (الجمهور) وتعاونه مع الباحثين في أعمالهم الميدانية وحتى النخب الجزائرية التي كانت مجالا للدراسة سجلت عيانات (سبق وأن أشارت الباحثة ومن باب الأمانة العلمية إلى تعاون لدى الكثير من النخب الذين تعاملت معهم)، منها تقاعسا وتخاذلا على الرغم من وضعياتها ومسؤولياتها المختلفة التي من المفروض جعلها الأكثر تشجيعا للباحثين والبحث العلمي، فلقد وصلت بالبعض إلى تفضيل الاجابة والتعاون لو كان البحث في مجال العلوم الطبيعية والتطبيقية بدلا من هذه العلوم الانسانية والاجتماعية التي لا فائدة منها على حد تعبير أحدهم...! وهذا وإن لم يكن قولاً يستدل به فإنه شرح زاوية أخرى وهي أن البحوث في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية بشكل عام وبحوث علوم الاعلام والاتصال بشكل خاص مازلت بطيئة وبعيدة عن المجتمع ومؤسساته المختلفة.

✓ آخر ما تسجله الباحثة على هذه الدراسة أننا كباحثين من خلال إجراء هذه الدراسات نحن بصدد "التعلم" والذي لن يتأتى إلا بالممارسة والاحتكاك بالواقع وأن وجود صعوبات أو عثرات تسجل في مسار البحث العلمي هو ما يزيد في تكوين الباحثين وصقل خبراتهم ومعارفهم التي لا تتوقف عند مجرد إنجاز أطروحة بل تكون بداية لتأسيس معارف أكثر نضج وانسجاما مع قناعات وتوجهات الباحثين، وربما فلسفة وواقعية عالم النفس الأمريكي "جون ديوي John Dewey" كانت شعارا للباحثة وللكتير من الباحثين "المعرفة لا تكون إلا بالتجربة والخبرة".



قائمة المراجع المعتمدة

قائمة المراجع المعتمدة.

القرآن الكريم:

سورة الأحقاف، الآية (15).

أولاً: المراجع باللغة العربية.

✓ التفاسير:

بن كثير القرشي الدمشقي، عماد الدين أبو الفداء اسماعيل، تفسير القرآن العظيم. بيروت: دار نوبليس أنترنشيونال، المجلد. 21، ط.1، 2001.

✓ القواميس، المعاجم والموسوعات:

1. الادريسي، سهيل، المنهل قاموس فرنسي-عربي. بيروت: دار الآداب، ط2، 2012.
2. الجاسور، ناظم عبد الواحد. موسوعة علم السياسة عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط.1، 2009.
3. الجوهري، عبد الهادي. معجم علم الاجتماع الاسكندرية: المكتب الجماعي الحديث، 1999.
4. الشامل، مصلح الصالح. قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي، عربي مع التعريف وشرح المصطلحات. المملكة العربية السعودية: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط.1، 1999.
5. الفار، محمد جمال. المعجم الإعلامي. عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي: 2010.
6. الكرمي، حسن سعيد. المغني الأكبر. معجم اللغة الانجليزية الكلاسيكية والمعاصرة والحديثة لبنان: مكتبة لبنان، 2001.
7. اللجمي، أديب وآخرون المحيط. معجم اللغة العربية. بيروت: المجلد الثالث (ف.ي)، ط3، 1996.
8. بودون، ريمون وبوركوا، فرونسوا. المعجم النقدي لعلم الاجتماع. ترجمة حداد، سليم. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط2، 2007.
9. ثابت، عبد الهادي. اللسان العربي الصغير قاموس عربي. قسنطينة: دار الهداية، 2001.

10. جبران ،مسعود. **الرائد معجم ألفبائي في اللغة العربية**. بيروت: دار العلم للملايين ،ط.3، 2005.
 11. جبران، مسعود الرائد، **معجم لغوي معاصر**. بيروت: دار العلم للملايين، ط8، جوان 2001.
 12. حجاب، محمد منير. **المعجم الاعلامي**. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط.1، الجزء الأول، 2004.
 13. حجاب، محمد منير. **الموسوعة الإعلامية**. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد السادس، 2003.
 14. دينكن، ميشيل. **معجم علم الاجتماع**. ترجمة احسان محمد الحسن بغداد: دار الرشيد للنشر، 1980.
 15. ستاتليه، فرنسوا ودو هاميل، أوليفيه وبيزيه، ايفلين. **معجم المؤلفات السياسية**. ترجمة صاصيلا، عرب. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط.1، 1997.
 16. غيث، محمد عاطف. **قاموس علم الاجتماع**. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2005.
 17. مصطفى، إبراهيم وآخرون. **المعجم الوسيط**. تركيا: مجمع اللغة العربية، المكتبة الإسلامية، الجزء الأول، 1982.
 18. معن، خليل العمر. **معجم علم الاجتماع المعاصر**. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط.1، 2006.
 19. نعمة، نطوان وآخرون. **المنجد في اللغة العربية المعاصرة**. بيروت: دار المشرق، ط.1، 2000.
 20. هرمية، غني وآخرون. **معجم علم السياسة والمؤسسات السياسية عربي-فرنسي-انجليزي**. ترجمة للمع، هيثم. لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط.1، 2005.
- ✓ **الكتب:**

1. أبراش، إبراهيم. **علم الاجتماع السياسي**. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998.
2. أبو أصبع، صالح خليل. **الاتصال الجماهيري**. رام الله: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط.1، 1999.
3. أبو عيشة، فيصل. **الاعلام الالكتروني**. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ط.1، 2010.

4. أحمد البدوي، ثريا. مستخدم الانترنت: قراءة في نظريات الاعلام الجديد ومناهجه. القاهرة: دار عالم الكتب، ط.1، 2015.
5. إسماعيل، حسن. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط.1، 2003.
6. إفريت م روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر. ترجمة ناشد، سامي. القاهرة: عالم الكتب، 1992.
7. آل سعد، سعود. الاتصال والإعلام السياسي. الرياض: القنوات للنشر، ط.1، 2007.
8. الأشرف، مصطفى. الجزائر: الأمة والمجتمع. تر حنفي، بن عيسى. الجزائر: دار القصبه للنشر، 2007.
9. الامام، وقفي السيد. البحث العلمي. اعداد مشروع البحث والكتابة التقرير النهائي. جمهورية مصر العربية: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط.1، 2011.
10. البشر، محمد بن سعود. مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان، ط.1، 1997.
11. ألترمان، ب جون. إعلام جديد، سياسة جديدة. من القنوات الفضائية إلى الانترنت في العالم العربي. تر عبد الله الكندي، فلسطين، غزة: دار الكتاب الجامعي، 2003.
12. الجاسم، جعفر. تكنولوجيا المعلومات. عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005.
13. الحديدي، محمد فضل. نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام. القاهرة: مكتبة نانسي دمياط، 2006.
14. الحطامي، عبد الباسط محمد عبد الوهاب. تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها. الأردن: الآفاق المشرقة، ناشرون، 2010.
15. الدليمي، عبد الرزاق. دراسات وبحوث في الاعلام. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
16. الدليمي، عبد الرزاق محمد. مدخل إلى الإعلام الجديد. عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
17. الرحباني، عبير. الإعلام الرقمي (الإلكتروني). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط.1، 2012.

18. الزيات، السيد عبد الحليم. في سوسيولوجيا بناء السلطة (الطبقة، القوة، الصفوة). الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1990.
19. الضبع، عبد الرؤوف. التغيير الاجتماعي. الاسكندرية، المكتبة المصرية، 2002.
20. الطالب، عمار. ابن باديس. حياته وأثاره. بيروت، دار الغرب الاسلامي، الجزء 1، ط2، 1983.
21. الطائي، مصطفى حميد وأبويك، خيرى ميلاد. مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الاعلام والعلوم السياسية. الاسكندرية، دار الوفاء، 2007.
22. العبد، عاطف عدلي وعاطف العبد، نهى. نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي، 2007.
23. العمار، منعم. "الجزائر والتعددية المكلفة"، من مؤلف الأزمة الجزائرية والاقتصادية والثقافية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1998.
24. اللبان، شريف درويش. تكنولوجيا الاتصال. المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2000.
25. المدني، أحمد توفيق. كتاب الجزائر. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984.
26. المدني، أحمد توفيق. هذه هي الجزائر. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1956.
27. المزاهرة، منال هلال. مناهج البحث الإعلامي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
28. المزاهرة، منال هلال. تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2014.
29. المزاهرة، منال هلال. نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
30. المشابقة، بسام عبد الرحمان. الإعلام والسلطة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
31. المشابقة، بسام عبد الرحمان. نظريات الاتصال. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
32. المشابقة، بسام عبد الرحمان. نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.

33. الناكوع، محمود محمد أزمة النخبة في الوطن العربي، بيروت، دار الساقى للنشر والتوزيع، ط.1، 1989.
34. الهاشمي، مجد. تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط.1، 2004.
35. اليحياوي، يحي. الوطن العربي وتحديات تكنولوجيا الاعلام والاتصال. الرباط: البوكيلي للطباعة والنشر والتوزيع - القنيطرة، ط.1، 1997.
36. اليحياوي، يحي. العرب وشبكات المعرفة. دراسة في الموقع والواقع. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، ط.1، 2007.
37. اليماني، غادة عبد التواب. بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي، البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية طبع ونشر وتوزيع، 2014.
38. أنجرس، موريس. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة صحراوي، بوزيد وآخرون. الجزائر: دار القصبه للنشر، ط2، 2006.
39. باشيوة، لحسن عبد الله باشيوة وآخرون. البحث العلمي: مفاهيم، أساليب تطبيقات. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، ط.1، 2010.
40. بال، فرنسيس. الميديا، ترجمة شاهين، فؤاد. فرنسا: دار الكتاب الجديد المتحدة، 2008.
41. بخيت، السيد. الانترنت وسيلة اتصال جديدة. الجوانب الاعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية. العين، الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط.1، 2004.
42. بدر، أحمد. الميديا الجماهيرية والانترنت. بين السياسة والتكنولوجيا. القاهرة: الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
43. بركات، عبد العزيز. مقدمة في التحليل الاحصائي لبحوث الاعلام. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط.1، 2014.
44. بروتون، فيليب وبرو، سيرج. ثورة الاتصال، نشأة أيديولوجية جديدة. ترعد الرووف مراد، هالة. القاهرة: دار المستقبل العربي، 1993.
45. بعزیز، إبراهيم. تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية. القاهرة: دار الكتاب الحديث، ط.1، 2012.

46. بلخيري، رضوان. مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال. نشأتها وتطورها. الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، ط.1، 2014.
47. بن خرف الله، الطاهر. النخبة الحاكمة في الجزائر 1962، 1989. بين التصور الأيديولوجي والممارسة السياسية مساهمة في التاريخ السياسي للجزائر المستقلة. الجزائر: دار هومة، الجزء الأول، ط.1، 2007.
48. بن صنيتان، محمد. النخب السعودية دراسة في التحولات والاتفاقات. بيروت: مركز دراسة الوحدة العربية، رقم العدد 48، ط2، مارس 2005.
49. بن نوار، صالح. مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2012.
50. بوالهوشات، نجاح. "الحملات الانتخابية الالكترونية. في الاتصال السياسي في الجزائر، اشراف، فضيل دليو. الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2010.
51. بوتومور ت. النخبة والمجتمع. تر جحا، جورج. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط2، 1988.
52. بوضياف، محمد. الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية. سطى: دار المجدد للنشر والتوزيع، 2010.
53. بوهند، خالد. النخب الجزائرية. دراسة تاريخية واجتماعية (1892-1942). الجزائر: دار القدس العربي، 2015.
54. تشومسكي، ناعوم. السيطرة على الإعلام. الانجازات الهائلة للبرويغاندا. تر عبد اللطيف أميمة. القاهرة: مكتبة الشروق الدولي، ط.1، 2003.
55. تهامي، ابراهيم "الدراسات السابقة في البحث العلمي"، في أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، اشراف. فضيل دليو، علي غربي. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، ط2، 2003.
56. توفلر، إلفن. صدمة المستقبل، المتغيرات في عالم الغد. تر محمد علي ناصف. مطابع نهضة مصر، القاهرة، 1990.

57. جمال، مجاهد وشيية، شدوان والخليفي، طارق. مدخل إلى الاتصال الجماهيري. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2010.
58. جيتس، بيل. المعلوماتية بعد الأنترنت: طريق المستقبل. تر رضوان، رضوان. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 231، 1998.
59. حجاب، محمد منير. أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2007.
60. حرب، علي. أوهام النخبة أو نقد المثقف. بيروت: المركز الثقافي العربي، ط3، 2004.
61. حسن، روبرت. الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات. تر ياسين، بسمة. القاهرة: مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، ط.1، 2010.
62. حسين حافظ، أسماء. تكنولوجيا الاتصال والإعلام التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي. القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط.1، 2005.
63. حلوش، عبد القادر. سياسة فرنسا التعليمية في الجزائر. الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 1999.
64. حمادة، بسيوني إبراهيم. دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة : عالم الكتب، ط.1، 2008 .
65. حمداوي، جميل . سسيولوجيا النخب. النخبة المغربية أنموذجاً. حقوق الطبع محفوظة للمؤلف، ط.1، 2015.
66. حمدي، محمد الفاتح وبوسعدية، مسعود وقرناني، ياسين. تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير. الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ط.1، 2011.
67. خورشيد، مراد كامل، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور-الخصائص-النظريات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط.1، 2011 .
68. دبله، عبد العالي. الدولة الجزائرية الحديثة، الإقتصاد والمجتمع والسياسة. الجزائر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
69. دليو، فضيل. تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة. قضايا معاصرة. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2015.
70. دليو، فضيل. تقنيات تحليل البيانات. قسنطينة، مطبعة جامعة منتوري، 2004.

71. دليو، فضيل. التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NICT/NTIC). المفهوم، الاستعمالات، الآفاق. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط.1، 2010.
72. دليو، فضيل. تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة. بعض تطبيقاتها التقنية. الجزائر: دار هومة، ط.1، 2014.
73. دورندان، غي. الدعاية والدعاية السياسية. تر رالف، رزق الله. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والتوزيع والنشر، ط2، 2002.
74. دوفرجيه، مورييس. علم اجتماع السياسية. تر حداد، سليم. لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط.1، 1991.
75. رحومة، علي محمد. الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية. بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط.1، يوليو، 2005.
76. ريفرز، ويليام وياترسون، تيودور وجينسون، جاي. الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر. تر. طلعت البشبيشي، أحمد. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2005.
77. ستورا، بن جامين. تاريخ الجزائر بعد الاستقلال 1962-1988، ترجمة صباح ممدوح كنعان. دمشق: منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، وزارة الثقافة، 2012.
78. ستيفن، بيتر. الدليل المنطقي للإعلام العالمي. تر الخريجي، فهد بن عبد العزيز المملكة العربية السعودية: النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود، 2010.
79. سعد الله، أبو القاسم. الحركة الوطنية الجزائرية 1906-1930. بيروت: دار الغرب الاسلامي، ج2، ط4، 1992.
80. سعد الله، أبو القاسم. الحركة الوطنية الجزائرية 1930-1945. بيروت: دار الغرب الاسلامي، ج3، ط4، 1992.
81. سعيد الحديدي، منى وإمام علي، سلوى. الاعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2010.
82. سفير، ناجي. "تطورات الوضع السياسي في الجزائر في سياق التغيرات الجارية في العالم العربي"، تر حسين، عمر. من كتاب الربيع العربي: ثورات الخلاص من الاستبداد. دراسة حالات. بيروت: الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية، دار شرق الكتاب، ط.1، 2013.

83. سينجلتري، وميخائيل، ستون، جيرالد. **نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية**، تر عبد الله بن أهنية، سعد هادي القحطاني، الرياض: معهد الادارة العامة، مركز البصيرة، 1999.
84. شفيق، حسنين. **الاعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية**. القاهرة، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، ط.1، 2010.
85. شفيق، حسنين. **نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي**. القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
86. شقرة، علي خليل. **الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي**. عمان: نبلاء ناشرون وموزعون، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2014.
87. شيللر، هيرت. **المتلاعبون بالعقول. كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام**. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، مارس 1999.
88. صادق، عباس مصطفى. **الاعلام الجديد. المفاهيم والوسائل والتطبيقات**. القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط.1، 2008.
89. صاري، جيلالي. **بروز النخبة المثقفة الجزائرية (1850-1950)**. تر المعراجي، عمر الجزائر: المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، وحدة الروبية، 2008.
90. صاري، أحمد. **شخصيات وقضايا من تاريخ الجزائر المعاصر**، تقديم أبو القاسم سعد الله، الجزائر، المطبعة العربية، 2004.
91. صاغور، هشام. **دور النخب السياسية في تشغيل مسار التكامل المغربي، في ظل المعوقات الداخلية: الواقع والرهانات**. الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، ط.1، 2014.
92. طاير، مفيدة. "الانترنت فضاء جديد للممارسة الديمقراطية. مثال: الحملة الانتخابية لباراك أوباما وعبد العزيز بوتفليقة". **في الاتصال السياسي في الجزائر**، اشراف. فضيل دليو. الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2010.
93. عباس ابن تاج، لحر. **تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. الواقع والمعوقات**. الجزائر، القاهرة: الدار الجزائرية المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط.1، 2015.
94. عباس ناجي، حسن. **الصحفي الالكتروني**. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، مؤسسة دار الصادق الثقافية، ط.1، 2012.

95. عبد الحليم، محي الدين. فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال. القاهرة، مكتبة الأنجلو مصرية، مطبعة محمد عبد الكريم حسان، ط.1، 2009.
96. عبد الحميد، صلاح محمد. الإعلام الجديد. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط.1، 2011.
97. عبد الحميد، محمد. المدونات، الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتاب، ط.1، 2009.
98. عبد الحميد، محمد. دراسة الجمهور في بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب، ط.1، 1993.
99. عبد الحميد، محمد. نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة، عالم الكتب، 2004.
100. عبد الواجد أمين، رضا. النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني. مصر: قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، 2007.
101. عبد الواجد أمين، رضا. الصحافة الالكترونية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط.1، 2007.
102. عبيدات، محمد وآخرون. البحث العلمي، القواعد، المراحل والتطبيقات. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ط.2، 1999.
103. عدنان، كريم نجم الدين. الاحصاء للاقتصاد والادارة. عمان، دار وائل للطباعة والنشر، ط.1، 2000.
104. عزي، عبد الرحمان. دعوة الى فهم المصطلحات الحديثة للإعلام والاتصال (تونس: الدار المتوسطة للنشر، ط.1، 2011).
105. عزي، عبد الرحمان و بومعيزة، السعيد. الإعلام والمجتمع، رؤية سسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية. الجزائر: دار الوسيم للنشر والتوزيع، 2010.
106. عصام صلاح، مروى. الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل. عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
107. علي البدوي، محمد. دراسات سسيو إعلامية. بيروت: دار النهضة العربية، ط.1، 2006.
108. عليان، رحي مصطفى، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط.1، 2009.
109. عماد، عبد الغني. الثقافة وتكنولوجيا الاتصال، التغيرات والتحوليات في عصر العولمة والربيع العربي. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط.1، 2012.

110. عودة الشمايلة، ماهر وعزت اللحام، محمود ويوسف كافي، مصطفى. تكنولوجيا الإعلام والاتصال. عمان: دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
111. فؤاد الآلوسي، سوّدد. إيديولوجيا صحافة الانترنت. عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط.1، 2012.
112. قداش، محفوظ. تاريخ الحركة الوطنية الجزائرية (1919 - 1930)، ترجمة بن البار، أحمد. الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، ج.1، 2011.
113. قنديلجي، عامر إبراهيم. البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط.3، 2012.
114. كاكو، ميتشيو. رؤى مستقبلية: كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين؟ تر خرفان، سعد الدين. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 270، جوان 2001.
115. كيلش، فرانك. ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟ تر زكريا، حسام الدين. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، جانفي 2000.
116. لعقاب، محمد. المواطن الرقمي. كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط.2، 2013.
117. لعقاب، محمد. مجتمع الإعلام والمعلومات، ماهيته وخصائصه. الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2003.
118. لعقاب، محمد. قضايا ساخنة في الاعلام والسياسة والثقافة. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط.1، 2010.
119. ليفنسون، بول. أحدث وسائل الاعلام الجديدة. تر ربيع هبة. القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط.1، 2015.
120. ليكر، جيرار. سسيولوجيا المثقفين. تر كتورة، جورج. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة، ط.1، 2008.
121. محمد، علي محمد، أصول علم الاجتماع السياسي. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1980.

122. محمد، يوسف. النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية. القاهرة: دار الكتاب الحديث، ج.2، 2013.
123. محمد جابر، سامية وأحمد عثمان، نعمات. الاتصال والإعلام، تكنولوجيا المعلومات. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2003.
124. محمد حسين، سمير. الإعلام والاتصال بال جماهير. القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1984.
125. محمد عبد الرحمان، عبد الله. سسيولوجية الاتصال والإعلام. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2000.
126. مريوش، أحمد. دراسات وأبحاث في تاريخ الجزائر الحديث المعاصر. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ج.1، ط.1، 2013.
127. مشاط، نور الدين. المدرسة المغربية وتكنولوجيات الاتصال. الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، ط.1، 2011.
128. مصباح، عامر. الإقناع الاجتماعي، خلفية النظرية وآلياته العلمية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2، 2006.
129. مفلح، أحمد مفلح. في سسيولوجيا المثقفين العرب، دراسة وصفية من خلال تحليل مضمون مجلة المستقبل العربي 2008، 1978. بيروت: سلسلة اجتماعيات عربية3، منتدى المعارف، ط.1، 2013.
130. مكاوي، عماد حسن والسيد حسن ليلي. الإتصال ونظريات المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001.
131. مكاوي، عماد حسن وعلم الدين، محمود. تكنولوجيا المعلومات والاتصال. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ط.1، 2009.
132. مكاوي، عماد حسن. تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط.5، 2009.
133. منصر، هارون. تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية. قسنطينة: دار الألفية للنشر والتوزيع، ط.1، 2012.
134. منصور، نديم. سسيولوجيا الانترنت. بيروت: منتدى المعارف، ط.1، 2014.

135. مهنا، فريال. علوم الإعلام والاتصال والمجتمعات الرقمية. بيروت، دمشق: دار الفكر المعاصر، دار الفكر، 2003.

136. ميلاد، عبد المجيد. المعلوماتية وشبكات الاتصال الحديثة: اندماج التكنولوجيات. (الناشر غير وارد، السنة غير واردة).

137. الكتاب متاح كاملا على الموقع الالكتروني

<http://www.books4arab.com/2016/12/Information-technology-and-modern-communication-networks.html>.

138. ناجي، عبد النور. المدخل إلى علم السياسة. الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2001.

139. ياسين، صباح. الاعلام الفضائي في الوطن العربي. تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام. بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط.1، جوان 2013.

✓ القوانين:

1. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية. العدد 46، السنة 43، الأحد 16 جوان 2006.

2. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون عضوي رقم 12-03 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل12 يناير 2012، يحدد كفاءات توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة. العدد الأول من 14 جانفي 2012.

3. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، منشورات وزارة الإعلام والثقافة، حزب جبهة التحرير الوطني 1954-1962، 1964.

✓ التقارير:

1. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرصد سوق الهاتف الثابت في الجزائر سنة 2016.

2. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرصد سوق الهاتف النقال في الجزائر سنة 2015.

3. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، مرصد سوق الهاتف النقال في الجزائر سنة 2016.

4. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، **مرصد سوق الانترنت في الجزائر سنة 2015**.
5. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، **مرصد سوق الانترنت في الجزائر سنة 2015**.
6. القاهرة، مركز المعلومات والتوثيق حول حقوق المرأة والطفل، أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، نادية آيت زاي وآخرون، **التقرير الوطني: الجزائر، 2014**.
7. دبي. الامارات العربية المتحدة، كلية دبي للإدارة الحكومية، **تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، الاصدار الثاني، ماي 2011**.
8. دبي، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، المكتب الإقليمي للدول العربية /برنامج الأمم المتحدة الانمائي، **مؤشر المعرفة العربي، دار الغرير للطباعة والنشر، 2015**.

✓ أطروحات الدكتوراه ومذكرات الماجستير:

1. بن زايد، فريد. **واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة منتوري قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2010/2009**.
2. بن عيسى، قواسم. **استخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الرشيد، دراسة ميدانية لعينة من أعضاء العهدة التشريعية السادسة (2009، 2012)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة. جامعة الجزائر 3: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2013 /2012**.
3. بوخنوفة، عبد الوهاب. **المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاعلام والاتصال. التمثل والاستخدامات. دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ والاولياء في الجزائر، اطروحة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة. جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، 2007/2006**.
4. بورني، زكرياء. **النخبة السياسية وإشكالية الانتقال الديمقراطي. دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات. جامعة منتوري قسنطينة: كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، 2010/2009**.

5. الحاج، العمري. دراسة قياسية لأثر تكنولوجيات المعلومات والاتصال على النمو الاقتصادي. دراسة حالة الجزائر (1995-2009). مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع اقتصاد كمي غير منشورة. جامعة الجزائر3، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2012/2013.
6. حضري، فضيل ، تشكل النخبة الدينية في الجزائر. دراسة ميدانية بمنطقة تلمسان، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع غير منشورة. جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2013/2012 .
7. حمدي، محمد الفاتح. استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية. أساتذة باتنة نموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، 2010/2009.
8. خثير، عبد النور. تطور القيادات للثورة التحريرية (1954-1962)، أطروحة دكتوراه في التاريخ المعاصر غير منشورة. جامعة الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2006/2005.
9. زروقي، العربي. التكوين الديني والبنية المعرفية للأئمة في الجزائر. المعهد الاسلامي لتكوين الاطارات الدينية بغليزان نموذجا. مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الديني، غير منشورة. جامعة وهران: كلية العلوم الاجتماعية، 2012/2011.
10. زوييري، عبد الله. النخبة السياسية والمجتمع المدني في الجزائر. أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية والعلاقات الدولية غير منشورة. جامعة الجزائر 3: كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية 2013/2012.
11. شلالي، محمد البشير. واقع وتحديات سوق الهاتف النقال في الجزائر. مذكرة ماجستير غير منشورة، (جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2016/2015).
12. عبد الواجد أمين، رضا. استخدامات النخب المصرية للصحافة الالكترونية وتأثيرها على علاقاتهم بالصحافة الورقية - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة الأزهر، قسم الصحافة والإعلام، 2005.

13. علاق، أمينة. الأحداث السياسية في الصحافة الجزائرية. دراسة تحليلية مقارنة لمضمون جريدتي الخبر والشروق اليومي. مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية 2010/2009.
14. فرحي، فيصل. الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر. دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي (الاقتدار السياسي)، على عينة من الأساتذة الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة. جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2013/2012.
15. قسايسية، علي. المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر - (1995-2006)، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2007/2006.
16. محمد توفيق، شريهان. العوامل المؤثرة في إلتماس المعلومات السياسية من شبكة الانترنت، دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة أسيوط مصر، كلية الآداب، 2010/2009.
17. مخلوف، بشير، موقع الدين في عملية الانتقال الديمقراطي في الجزائر بعد فترة (1989-1995)، دراسة في التمثلات السياسية لواقع التعددية الحزبية عند بعض المنتسبين للجبهة الاسلامية لإنقاذ المنحلة، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع السياسي غير منشورة. جامعة وهران-السانيا: كلية العلوم الاجتماعية 2013/2012.
18. هادف، نور الدين. التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والإشباع. دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية. مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال غير منشورة. جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2007، 2008.

✓ المجالات العلمية والدوريات:

1. الحمامي، الصادق، "الإعلام الجديد مقارنة تواصلية". مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص-ص 3-14.

2. الفقيه الكافي، محمد عبد الوهاب، "علاقة الصفوة اليمينية بوسائل الاتصال استخدامها والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات خلال شهر رمضان (دراسة مسحية)"، *المجلة العربية السعودية للإعلام والاتصال*، السنة 3، ع. 3، 2008، ص-ص 197 - 248.
3. بن سعيد، مراد وزيان، صالح، "النخب والسلطة والأيديولوجيا في الجزائر بين بناء الدولة والتغيير السياسي"، *المستقبل العربي*، العدد 430، ديسمبر 2014 ص-ص 75-89.
4. بن عبد الله، شهيرة، "الحرب في وسائل الإعلام: آلية بناء المعنى وإنتاج المعرفة". *مجلة المستقبل العربي*، العدد 429، نوفمبر 2014، ص ص 95-108.
5. بوخنوفة، عبد الوهاب، "الأطفال والثورة المعلوماتية التمثل والاستخدامات"، *مجلة اتحاد الأذاعات والدول العربية*، ع. 2، 2007، ص-ص 69-83.
6. بومعيزة، السعيد "التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة". ص ص 1-20 متاح على الرابط <http://elibrary.medi.u.edu.my/books/MEDIU3003.pdf>
7. جاسم، نبيل، "علاقة الصحافة العربية بالأنظمة السياسية". *مجلة تواصل*، العدد 10، هيئة الاعلام والاتصالات، بغداد، العراق، 2007، ص ص 24-27.
8. حمزة شقير، بارعة، "استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشباع المحققة منها" *مجلة جامعة دمشق*، م. 25، ع. 1+2، 2009، ص ص 455-499.
9. حميطوش، يوسف، "المدرسة الفرنسية في الجزائر ودورها في تكوين النخب"، *مجلة المصادر* العدد 16، السداسي الثاني، دار الكرامة للطباعة والنشر، 2007، ص ص 161-178.
10. سعادة، مولود، "النخبة والمجتمع وتجدد الرهانات"، *مجلة الباحث الاجتماعي*، عدد 10، سبتمبر 2010، ص ص 95-112.
11. سلامة، محمد، "الانترنت اللاسلكية والتلفزيون التفاعلي المحمول". *مجلة الفن الإذاعي*. القاهرة: اتحاد الاذاعة والتلفزيون، العدد 176، أكتوبر 2004، ص ص 101-114.
12. عباسي، نعمان، "الحكم الراشد وألوية ترتيب المشهد النخبوي في الجزائر"، *مجلة الباحث الاجتماعي*، عدد 10 سبتمبر 2010، ص ص 118-119.
13. فرغلي، إبراهيم، "هل تؤدي الثورة الرقمية إلى انقراضهما؟ مستقبل الصحافة المكتوبة وفن الخط". *مجلة العربي*، العدد 652، مارس 2013، ص-ص 186-173.

14. فلحي، محمد، الاتصال الرقمي التفاعلي في عصر الاتصال الجماهيري. مجلة الاذاعات العربية، العدد 1، 2009، ص ص 87-90.
15. قاوقو، حجيبة، "الفضاء العمومي الالكتروني والتعبئة السياسية الذكية"، مجلة العلوم السياسية والقانون العربي، العدد الثاني، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، مارس 2017، ص ص 175-196.
16. لهاللي، سلوى، "ظهور النخبة الجزائرية ومرجعيتها"، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، عدد 20، السداسي الأول، 2013، ص ص 78-94.
17. ميلاس، محمد الزين، "دور النخبة الخليجية بالخليج العربي في ظل العولمة"، دراسات استراتيجية، الجزائر: مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 13، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2006. ص ص 75-99.
18. هوارى، حمزة، "مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي". مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص ص 221-231.

✓ الملتقيات:

- رضا النجار، حسن، "تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم والتطور"، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد. البحرين: جامعة البحرين، مطبعة جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص ص 493-510.

✓ الجرائد الورقية:

- بهلولي، أسماء، "خبراء يؤكدون أن المعطيات الخاصة موطنة بالخارج، فايسبوك 18 مليون جزائري تحت الرقابة". جريدة الشروق اليومي الجزائرية، العدد 5287، الأربعاء 23 نوفمبر 2016.

ثانيا :المراجع باللغة الأجنبية.

✓ **Listes des Dictionnaires et Encyclopédies:**

1. Danesi, Marcel. **Le Petit Larousse Illustré 2017**. France, imprimé par Pollina,2016.
2. **Dictionary of Media and Communications**. United States of America: M.E. Sharpe, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2009.
3. **La Rouse**, Dictionnaire de Poches. Imprime en Allemagne par GGP Media GmbH. 2011.
4. **Oxford Collections**. Dictionary for students of English. London, Oxford University Press, Fifth Impression, 2003.
5. W. Littlejohn, Stephen & A. Foss, **Karen. Encyclopedia of Communication Theory** .United States of America: SAGE Publications, Library of Congress Cataloging-in-Publication, 2009.
6. **York Dictionary of Government and Politics**. Lebanon: York Press, librairie du Lebanon publisher, second edition,2000.

✓ **Les ouvrages:**

1. Ary , Donald & Jacobs, Lucy Cheser& Sorensen , s Chris, **Introduction to research in education**.Canada: Wadsworth Cengage learning, 8th Edition, 2010.
2. Busino, Giovanni. **Elites et elitisms**. Alger: collection approches, casba édition, 1998.
3. Chohen Louis& Manino Lawrence and Morrison, Keith, **Research Methods in Education**. London and New York, Taylor and Francis Routledge library, 6th ed, 2007. Danielle , Charon. Une **Introduction a la Communication**.université du Québec, collection et communication et société,1999.
4. R Fraenkel , Jack& E Wallen Norman& H.Hyun, Helen, **How to design and evaluate research in education** New York: published by McGraw-Hill, 8th Edition, 2012.
5. Rogers Everett M. **Diffusion Of Innovations**. United States of America: Free Press, New York, Third Edition United 1983.
6. Smati, Mahfoud. **Les Elites Algériennes Sous la Colonisation**. (Alger: Edition Dahlab, Achève d'imprimer sur la presse ENAG, Reghaia, 2012.

7. Van Mantgem , Mike. **Tablet PCs in K–12 Education**. (Texas: All rights reserved. Distribution and copying of this excerpt is allowed for educational purposes and use with full attribution to ISTE, 2008.
 8. Werenfels, Isabelle, **Managing in Algeria. Elites and political change since 1995** (USA and Canada: first published, Routledge, Taylor&Francis e-Library), 2007.
 9. Zayed Ahmed, "Les élites politiques et sociales –introduction théorique- (avec référence au cas de la société égyptienne). **"ELITES ET SOCITE: Algérie&Egypte** . coordination et présentation. Omar Lardjanedans .Alger: Edition Casba, 2007.
- ✓ **Les revues:**
1. Al-Barashdi ,Hafidha Suleiman & Bouazza, Abdelmajid & Jabur ,Naeema and Al Zoubaidi, Abdulqawi Al Zoubaidi, "Smartphone Gratifications among Sultan Qaboos University Undergraduates :A Mixed –Approach Investigation". **British Journal of Education, Society and Behavioral Science**, SCIENCEDOMAIN international, 2015,p-p1-17.
 2. CETİNKAYA, Ahmet & SAHİN, Ozgur Erkut& KIRIK ,Ali Murat, "A Research on Social and Political Use of Social Media in Turkey". **International Journal of Science Culture and Sport (Int JSCS)**, 2(4), December 2014), p-p49-60.
 3. Dhanavandan, S.& S. Mohammed Esmail & Mani, V. "A Study of the Use of Information and Communication Technology (ICT) Tools by Librarians". **Library Philosophy and Practice** 2008 (August) .
 4. E. Ruggiero, Thomas, "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". **Mass Communication & Society**, 3(1), University of Texas, El Paso, Print Journalism, Memorial,2000,p-p3-37.
 5. Leong, Pauline, " Political Communication in Malaysia: A Study on the use of New Media in Politics" .**Journal of Democracy, school of Art and Social Sciences**, Monasha University, Malysia, 2015, p-p46-71
 6. Meraj ud in, Mohamed& Sumit Kummar, Mir, "Evolution of Mobile Wireless Technology from 0G to 5G ". **Journal of Advanced Research in computer Science and software Engineering** (India: IJARCSSE ,Volume 6,Issue 3, August 2015),P-P2545-2551.

7. Nitesh, Garasha Sai& Kakkar, Ashna "Generations of Mobile Communication». **International Journal of Advanced Research in computer Science and software Engineering**.(India : IJARCSSE, Volume 6, Issue 3, March 2016 ,)P –p 320-324.
 8. Patel, Karn " Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0 – A Survey Paper». **International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering**(India, Volume 3, Issue 10, October 2013) ,p- p 410-417.
 9. Proulx, Serge," Penser les usages des technologies de l'information et de la communication Aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances". Texte publié in Lise Vieira et Nathalie Pinède, édts, Enjeux et usages des TIC: **aspects sociaux et culturels** (Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, Tome 1,2005), p p 7-20.
 10. Quan-Haase, Anabel, "Is the Uses and Gratifications Approach Still Relevant in a Digital Society? Theoretical and Methodological Applications to Social Media". **Media. J Mass Commun Journalism**, volume2, 2012
 11. Roy, Sanjit Kumar, "Determining Uses and Gratifications for Indian Internet Users". **CS-BIGS ,Vol 2 -1,2008,p-p78-91.**
 12. Singh, Amirtpal,"A Review of Different Generations of Mobile Technology". **Journal of Advanced Research in computer Science and software Engineering**. (India: IJARCSSE, Volume 4, Issue 8, August 2015), P-P3404-3408
 13. W Carey, James & J Quirk, John, The History of the Future,in Communications Technology and Social Policy,eds.George Gerbner,Larry P Gross and Williams H.Mellody,Newyork,1973.
- ✓ **Les rapports:**
1. Digital in 2017 Global overview.We are social, Hootsuite" in <http://fr.slideshare.net/mobile/wearesocialsg/global-digital-statshot-q3->
 2. International Telecommunication Union "**Measuring the Information Society Report2015**, Printed in Swizerland, Genava, 2015
 3. International Telecommunication Union **Measuring the Information Society Report2016**, Printed in Swizerland, Genava, 2016.
 4. Salem, Fadi **The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of things. Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potential, Limits and Concerns**. Dubai: Mohamed Bin Rashid School of government, 7th Edition, 2017.

ثالثا: المواقع الالكترونية.

✓ الأوراق البحثية، المقالات والتغطيات المنشورة عبر المواقع الالكترونية:

1. أبو الخير، أميمة، "النخبة النسوية - رؤية سسيولوجية". "مجلة الأهرام الديمقراطية". الدراسة في: www.democracy.ahram.org.eg/UI/Front.
2. السيد بخيت، "صناعة المضامين الاعلامية في البيئة الالكترونية وأدوار مستخدميها". دراسة تحليلية لأبرز المواقع الإعلامية العربية والأمريكية ومقارنة لتصورات وأدوار الجمهور المستخدم والقائمين على إدارة المحتوى صناعة مضامينها" في موقع الاعلام الجديد. الخاص بالدكتور سيد بخيت في <http://www.jadeedmedia.com>.
3. الشيمي، محمد نبيل، "النخبة في العالم العربي، دراسة وصفية نقدية". في: www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=227805
4. العنبي، سارة جزاء، نقل الأشخاص خيالا أو حقيقة من مكان ولمكان في لمح البصر. موقع الأكاديميون السعوديون في: <http://www.saudiacademics.com/component/k2/itemlist/user/62>
5. العريان، محمد، "كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إفشال إنقلاب تركيا"؟ جريدة التحرير الالكترونية، في www.tahrirnews.com/posts/445893/
6. المبروك، المهدي، "النخب في الربيع العربي ..التأثير الغائب"، موقع العربي الجديد في: <https://www.alaraby.co.uk/opinion>
7. الملاح، تامر، "الكمبيوتر اللوحي". المقال متاح على الرابط للموقع الرسمي تكنولوجيا التعليم في: <http://kenanaonline.com/users/tamer2011-com/posts/697741>
8. النجار، محمد سيد، "تقنية الويب 0.3 مفهوما ومكوناتها وأدواتها". بحث منشور على emag.mans.edu.eg/media/pdf/30/7.pdf

✓ إليكم عدد المواقع الالكترونية في العالم الرابط في:

[/http://www.t3me.com/ar/news](http://www.t3me.com/ar/news)

1. أهم خمس تقنيات حديثة في الهواتف المحمولة:

<http://www.thaqafnafsak.com/2014/04/>

2. بوكروح، عبد الوهاب، "ترقية الحقوق السياسية قاد 145 منهن الى الهيئة التشريعية". موقع

جريدة الشروق الجزائرية يوم 2012/05/13 في:

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/129211.html?print>

3. جابي، عبد الناصر، "وضع المعارضة الجزائرية ومساراتها المحتملة". مركز الجزيرة للدراسات، فيفري 2016، في:
studies.aljazeera.net/ar/reports/2016/01/2016131124413923.html
4. جابي، عبد الناصر، "مأزق الانتقال السياسي في الجزائر، ثلاثة اجيال وسيناريون". المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. في www.dohainstitute.org
5. حاتم، عبد الله، "الاعلان والتسوق عبر الانترنت يقود ثورة في نمط حياتنا". في <http://alkhaleejonline.net/articles/>
6. حبش، محمد، العالم يشتري هواتف وأجهزة كمبيوتر ب600 مليار دولار هذا العام. متاح على موقع عالم التقنية في: <https://www.tech-wd.com>
7. حسني، إسرائ، "دراسة: عدد مستخدمي الهواتف الذكية يصل إلى 6 مليار خلال 4 سنوات". جريدة اليوم السابع. المقال في www.youm7.com/story/2016/2/2016.
8. حلايقة، إسلام، "دور الإعلام وتأثيراته في مسار الانقلاب الفاشل في تركيا". مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية ورقة بحثية نشرت يوم 7 أوت 2016. في:
studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/.../160807113634101.ht.ml
9. سمينة، نعيمة، "المرأة الجزائرية في مواقع صنع القرار والآفاق". مركز دراسات النور. في <http://www.alnoor.se/article.asp?id=147351#sthash.CKfEr0e7.dpuf>
10. عدد الهواتف الذكية سيصل إلى 2.16 مليار في 2016. تقرير نشر بموقع قناة العربية. نت: في <http://www.alarabiya.net/ar/aswaq/economy>
11. قاموس المعاني، قاموس إلكتروني وهو تطبيق (Application) على الهاتف يقوم بترجمة الكلمات من اللغة العربية إلى العربية في www.alamaany.com/ar/dict/ar-ar/
12. قصص، عمر، "تطبيق أبل ساهم في إنقاذ تركيا من الانقلاب" في: <https://www.alaraby.co.u.k/medianews/2016/7/16>
13. كبارا، طه محمد، "دور الإعلام في تشكيل النخب السياسية بعد 2011 حتى 30 يونيو". المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، قسم الدراسات الإعلامية والصحفية في: <http://democraticac.de/?p=30935>

14. محمد، منى، "دراسة: الأريعيين سن النضج وليس المراهقة المتأخرة". **جريدة اليوم السابع** في:

<http://www.youm7.com/story/2014/6/17> .a

15. نسرين سعدون، "واقع الفجوة الرقمية في الجزائر". ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي لتكنولوجيا

المعلومات الرقمية الاتجاهات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات. عمان 2012/11/9 في:

digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php

16. واتس آب تشفر جميع رسائل المحادثة الفورية، متاح على:

http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/04/160405_whatsapp_enc .a

ryption

17. وطفة، علي سعد، "في مفهوم النخبة مقارنة بنائية"، موقع أنفاس نت من أجل الثقافة والانسان،

في: <http://anfasse.org/index.php17-29-12/5842>

18. "كبار السن والتكنولوجيا شر لا بد منه" مقال متاح على "موقع موسوعة تعلم معنا" في:

<http://sst5.com/readArticle.aspx?ArtID=1175&SecID=20>

19. تعرفوا على الأسرة العربية الحديثة" مجلة رصيف الالكترونية، العدد 22، متاحة على الرابط

<https://raseef22.com/life/2016/04/29/>

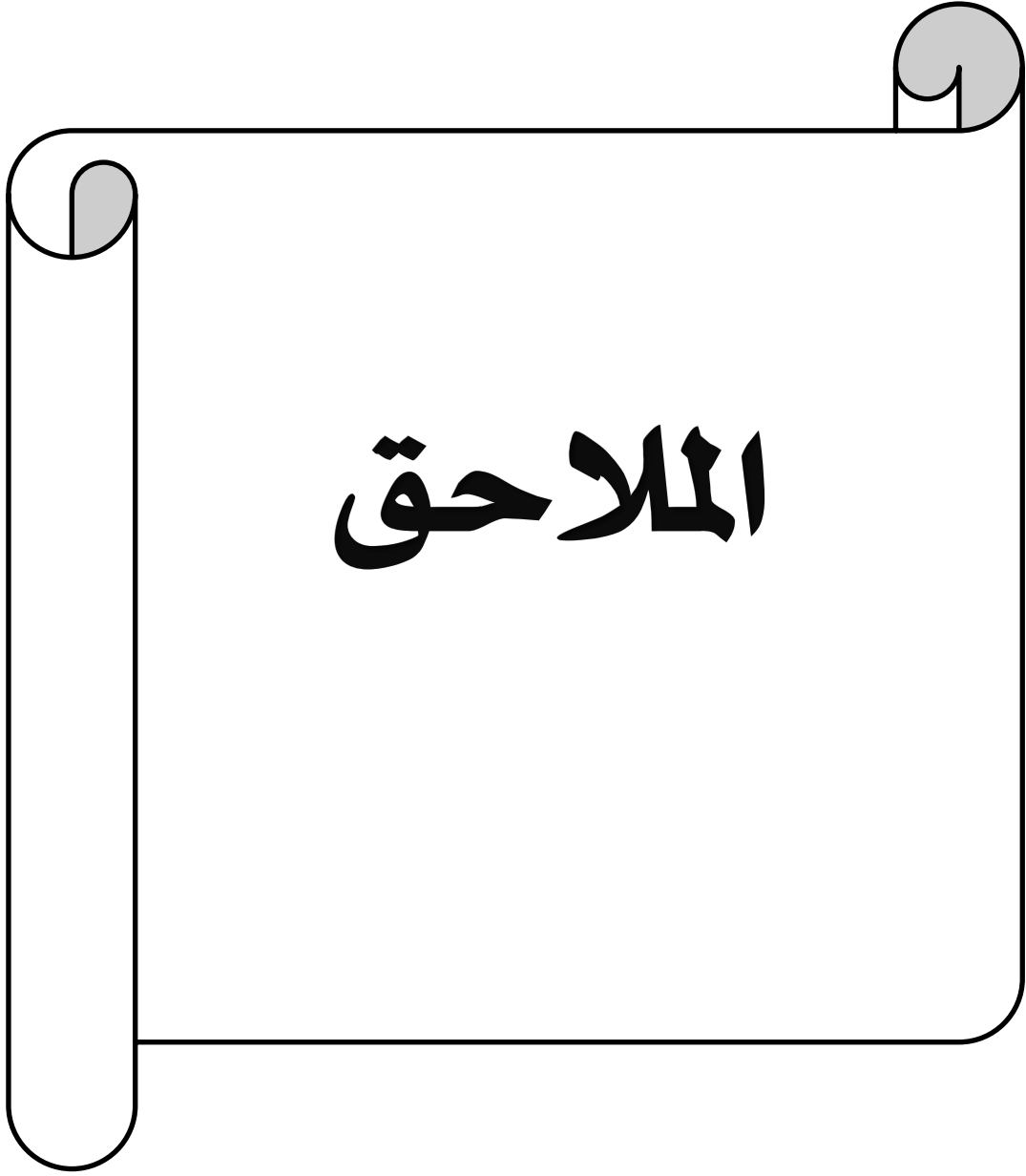
✓ مقالات أجنبية على الشبكة:

1. Nouvelle technologies: l'Algérie sur la bonne voie : <http://www.nticweb.com/it/8869-nouvelles-technologies-l-alg%C3%A9rie-sur-la-bonne-voie.html>
2. 3D Projection: The Future of Election Campaigns, Lucy Ingham: <http://factor-tech.com/3d-modelling/2121->
3. Holograms serving politics.BBV,Innovation centre.com:
<https://www.bbva.com/en/holograms-serving-politics>
4. Jean-Luc Melenchon uses high tech Hologramme Against Rival Marine Le pen.Fortune.com: [://fortune.com/2017/02/05/melenchon-hologram-political-ad](http://fortune.com/2017/02/05/melenchon-hologram-political-ad)
5. American Psychological Assosiation, Personality changes for the better with age:
www.apa.org > ... > July/August 2003 Monitor on Psychology.

• المواقع الإلكترونية (هيئات رسمية، مؤسسات إعلامية، مؤسسات إحصائية):

1. www.mesrs.dz/universities
2. www.artp.dz
3. <http://www.mpttn.gov.dz>

4. <http://www.apn.dz/ar/component/mtree/search-by/appartenance-partisan>
5. www.mobilis.dz
6. www.djezzy.dz
7. www.ooredoo.dz
8. www.internetworldstats.com/stats.htm
9. www.itu.int/ar/about/page/default.aspx
10. www.itu.int/en/itu-d/statistics/state/default.aspx.
11. www.broadbandcommission.org
12. <http://mubasher.aljazeera.net/specialcoverage/2015/12/201512217392086250.htm>
13. www.statistisa.com/statistics/377977/tablet-users.
14. <https://www.statista.com/statistics/491387/gender-distribution-of-internet-users-region>.
15. <https://itunes.apple.com/us/app/facetime/id414307850?mt=12>.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

استمارة استبيان تحت عنوان:

استخدامات وإشباعات النخب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة

في الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تخصص صحافة

إشراف:

الدكتور أحمد عبدلي

إعداد:

الطالبة علاق أمينة

السيدة الفاضلة / السيد الفاضل:

أرجو منكم التكرم بالإجابة على تساؤلات هذا الاستبيان لأهمية ذلك في تحقيق أهداف دراستي

العلمية.

وأعلمكم أن بيانات هذا الاستبيان تستخدم لأغراض البحث العلمي.

من فضلك (ضع علامة ✓ أمام اختياراتك)

المحور الأول: محور السمات العامة

1. الجنس: ذكر أنثى

2. السن: أقل من 30 سنة من 30-39 سنة

من 40-49 سنة من 50-59 سنة

من 60 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي:

4. نوع المجال النخبوي الذي تنتمي إليه:

أكاديمي سياسي

إعلامي ديني

5. الوظيفة:

6. سنوات ممارسة النشاط:

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة

7. من بين الوسائل الاعلامية والاتصالية الآتية أذكر التي تقبل عليها (يمكن اختيار أكثر من وسيلة):

الحاسوب التلفزيون

الألواح الالكترونية الإذاعة

الهاتف الصحيفة

أذكر أخرى:

8. من بين الوسائل الاعلامية والاتصالية الآتية بين درجة ارتباطها بشبكة الانترنت:

الوسائل	ارتباطها بالإنترنت	دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
الإذاعة					
التلفزيون					
الهاتف					
الحاسوب					
الألواح الالكترونية					

9. هل يكون التواصل الشبكي من خلال:

• خط اتصالي ثابت: ADSL

• خط اتصالي غير ثابت: WIFI

• انترنت محمولة من خلال خدمة الجيل الثالث 3G

10. رتب من 1 إلى 3 تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة الآتية حسب درجة

تفضيلك لها:

الألواح الإلكترونية

الهاتف الذكي

الحاسوب

11. ما هي الأماكن التي تستخدم فيها هذه التكنولوجيات؟

مقهى الانترنت

العمل

المنزل

أخرى تذكر

12. معدل استخدامك لهذه التكنولوجيات:

معدل الاستخدام	يومية	أسبوعيا	شهريا	غير منتظم	حسب الظروف	لا أستخدام
الحاسوب						
الهاتف الذكي						
الألواح الالكترونية						

13. ما هو عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدام هذه الوسائل؟

معدل الاستخدام	أقل من ساعة	من ساعة الى 3 سا	أكثر من 3 سا	حسب الظروف	لا أستخدام
التكنولوجيات					
الحاسوب					
الهاتف الذكي					
الألواح الألكترونية					

14. ما هي الفترات التي تستخدم فيها هذه التكنولوجيات؟

فترة الاستخدام	الفترة الصباحية	فترة الظهيرة	فترة المساء	فترة السهرة	حسب الظروف	لا أستخدام
التكنولوجيات						
الحاسوب						
الهاتف الذكي						
الألواح الألكترونية						

15. ما هي الخدمات التي تتصفحها (تبحث عنها) من خلال هذه التكنولوجيات: (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | المدونات الألكترونية | <input type="checkbox"/> | الصحافة الألكترونية |
| <input type="checkbox"/> | شبكات التواصل الإجتماعي | <input type="checkbox"/> | راديو الانترنت |
| <input type="checkbox"/> | مواقع إلكترونية | <input type="checkbox"/> | البث التلفزيوني عبر النت |

أخرى تذكر

16. من بين الخدمات الآتية أذكر التي تستخدمها في أوقات نشاطك: (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- البريد الألكتروني E_mail
- موقع الكتروني رسمي خاص بك
- موقع الكتروني خاص بالجهة التي تنتمي لها
- حسابك عبر واحد أو أكثر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، واتس أب، انستغرام، سكايب، فيبر، يوتيوب ...)

- صفحتك الرسمية عبر واحد او اكثر من مواقع التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، واتس أب، انستغرام...)

- الصفحة الرسمية للجهة التي تنتمي اليها عبر واحد أو أكثر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، واتس أب، انستغرام...)

- مدونة الكترونية خاصة بك

أخرى تذكر

17. أنت تتفاعل مع خدمات التطبيقات التي تستخدمها عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة من خلال: (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- المشاركة بمواضيع تدخل في نطاق العمل أو الاهتمامات

- مشاركة الآخرين لمواضيعهم التي ينشرونها عبر هذه التطبيقات

- التعليق على المواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات

- ابداء الاهتمام بالمواضيع التي تنشر عبر هذه التطبيقات

- الاكتفاء بمتابعة المواضيع دون التفاعل معها

- المشاركة في مجموعات النقاش والحوار المتاحة

- خلق مجموعات حوارية جديدة

- الاكتفاء بمتابعة المجموعات النقاشية دون التفاعل معها

أخرى تذكر

18. كيف تتفاعل مع محيطك وجمهورك من خلال خدمات التطبيقات التي تتيحها لك

تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- ترد على الاتصالات التي تردك اذا كنت متصلا بشبكة الانترنت

- تطالع الرسائل التي تصلك باهتمام وترد عليها شخصيا

- تكلف من ينوب عنك للرد على اتصالاتك أو لإدارة صفحتك: البريد الالكتروني، فيسبوك، تويتر... نظرا لانشغالاتك

- ليس لديك الوقت الكاف للتواصل والرد على الرسائل أو الاتصالات

- تقوم بإضافة أشخاص لا تعرفهم إلى حساباتك

- تكتفي بإضافة الأشخاص المعروفين لديك مسبقا
 - تكتفي بإضافة من هم في مثل مستواك او اهتمامك
 - تمنح رقم هاتفك لمن يريد التواصل معك
 - تدعم وتشارك الأشخاص الذين يؤيدونك في افكارك وتوجهاتك المواضيع والردود
 - تكتفي بإبداء الاعجاب للأشخاص الذين يدعمون أفكارك وتوجهاتك
 - تعلق وتناقش على الأشخاص الذين يعارضونك أفكارك وتوجهاتك
 - تحذف من قائمة المشتركين صفحتك او هاتفك كل من يعارضك في الفكرة
 - تحظر كل شخص يقوم بمعارضتك الأفكار والتوجهات
- أخرى تذكر

المحور الثالث: دوافع تعرض النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة:

19. هل تعرضك للخدمات التي تتيحها تطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة يعود الى أنها ساعدتك على: (يمكن اختيار أكثر من دافع):

الدوافع	
<input type="checkbox"/>	- التعرف على الأخبار والمعلومات عن الأحداث اليومية محليا ودوليا
<input type="checkbox"/>	- تطوير المهارات الموجودة لديك، و اكتساب أخرى جديدة
<input type="checkbox"/>	- لأن ظروف عملك تقتضي استخدامها
<input type="checkbox"/>	- بحكم العادة والارتباط بها
<input type="checkbox"/>	- التسلية والترفيه
<input type="checkbox"/>	- تساعدك على تجاوز الارهاق وضغط النشاطات المهنية
<input type="checkbox"/>	- لأنها سهلة الاستخدام
<input type="checkbox"/>	- تساعدك على تعزيز أفكارك وقناعتك
<input type="checkbox"/>	- تساعدك في ايصال آرائك وأفكارك بحرية ويسر
<input type="checkbox"/>	- تساهم في معرفتك بالموضوعات التي يدور حولها النقاش
<input type="checkbox"/>	- تساعدك في الوصول الى المعلومات والبيانات التي تهتم مجال عملك
<input type="checkbox"/>	- مواكبة التطورات التقنية المساعدة على التواصل مع الجمهور

	- تستخدمها لأنها تساعدك على تدراك علاقاتك الاجتماعية
	- تستخدمها بدافع الفضول وحب الاكتشاف وخاصة الجديد من التقنيات
	- أستخدمها عند عدم وجود التزامات أو انشغالات عملية
	- تساعدك في التواصل مع المتخصصين في مجال عملك وتبادل الخبرات
	- تساهم في فتح القنوات الحوارية مع الآخرين الذي هم غير مقتنعين بمواقفك
	- تساهم في زيادة معارفك وثقافتك
	- تساعدك في اتخاذ القرارات
	أخرى تذكر

المحور الرابع: الإشباع التي تحققها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لمستخدميها من النخب الجزائرية:

20. من خلال استخدامك لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة هل ترى أنها حققت لك:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1. جعلتك مطلعاً على الأخبار في محيطك المحلي والعالمي
					2. ساعدتك على الشعور بالراحة والتسلية
					3. أكسبتك مهارات جديدة ووطورت الموجودة لديك
					4. ربطت بينك وبين زملائك في العمل
					5. مكنتك من استقطاب أطراف جديدة إلى مجال نشاطك
					6. ساعدتك على الاسترخاء وتجاوز الإرهاق والتوتر
					7. ساعدتك في الوصول إلى المعلومات والبيانات التي تهتم مجالك النخبوي
					8. منحتك فرصاً للترويج لمواقفك واتجاهاتك

					9. ربطت بينك وبين زملاء لك في نفس المهنة خارج محيط عملك
					10. ساهمت في إيصال أفكارك وآرائك إلى شرائح مختلفة من المجتمع
					11. ساعدتك في عملية اتخاذ القرارات
					12. جعلتك تشعر بالاستقرار والهدوء
					13. عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك داخل الجزائر
					14. ساهمت في تقريبك من مجال عملك
					15. مكنتك من التعرف على تجارب الآخرين في نشاطك والاستفادة منها
					16. منحتك فرصا للتعريف بمواقفك واتجاهاتك
					17. ساعدتك على التأثير في آراء الكثيرين ممن كانوا غير مقتنعين بمجال نشاطك
					18. مكنتك من تدارك علاقاتك الاجتماعية
					19. ساعدتك على تغيير قناعات الكثيرين كانوا معارضين لتوجهاتك
					20. عرفتك بمختلف الهيئات المتعلقة باختصاصك خارج الجزائر

المحور الخامس: رؤية النخب الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة ومستقبلها:

21. تتابع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة من خلال

الآتي:

- اقبالك على الحصول عليها ساعة توفرها
- تنتظر أن يجربها أشخاص آخرون ثم تستخدمها
- تحصل عليها بعد أن تصبح رائجة الاستخدام
- تكتفي بمتابعة أخبارها تطورها دون الحاجة للحصول عليها

أخرى تذكر

22. حسب رأيك ما هي تطبيقات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة الأكثر فعالية التي سهلت نشاطك وساعدتك على اىصال أفكارك وآرائك الى جمهورك: (يمكن اختيار أكثر من إجابة):



- الموقع الالكتروني الرسمي الخاص بك أو بالجهة التي تنتهي اليها

- حسابك أو صفحتك الرسمية عبر واحد او اكثر من مواقع التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر،



واتس أب، انستغرام...)

- الصفحة الرسمية عبر واحد او اكثر من مواقع التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، واتس أب،



انستغرام...)



- المدونات الالكترونية

أخرى تذكر

23. هل ترى أن اقبالك على خدمات تطبيقات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة ساهم في:

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1. وصولك إلى شرائح مختلفة من المجتمع لم تكن لتصل اليها سابقا لولا هذه التكنولوجيايات					
2. دفع الآخرين للتواصل معك واستشارتك في القضايا المهمة					
3. ساهمت في تعريف الجمهور عليك					
4. تشجيعك على تحسين أدائك ودعم مهاراتك					
5. زيادة طموحك للوصول الى مناصب أعلى					
6. تعزيز روح المنافسة لديك لتقديم الأفضل					
7. عرضك للمواضيع والقضايا المهمة					
8. تعريف المجتمع: ببرامجك، خططك واقتراحاتك للمشاكل المجتمعية					

24. هل ترى أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هي عبارة عن:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1. وسيلة لترقية الأداء المهني
					2. أداة تواصل اجتماعية فعالة
					3. أداة ضرورية للوصول الى المعلومات
					4. فضاء حر لإيصال مختلف الآراء والأفكار
					5. غير مهمة بالنسبة لك في مجال عملك
					6. لا تثق فيها لأنها سهلة الاختراق للمعلومات والبيانات الشخصية
					7. لا تثق فيها لأنها تساهم في الخداع و الاحتيال
					8. تراها كمالية يمكن الاستغناء عنها
					9. وسيلة لمضيعة الوقت دون فائدة
					10. وسيلة لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة

25. اليك العبارات الآتية بين رأيك فيها:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1. استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإيصال المعلومات وتبادلها
					2. استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل للتأثير في آراء وتوجهات الآخرين
					3. استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها هو الخيار الأمثل لإحداث تغيير جذري في المجتمع الجزائري بمستوياته المختلفة

					4. وسائل الاعلام التقليدية ما زالت قادرة على التأثير في أفراد المجتمع الجزائري
					5. مؤسسات المجتمع الاخرى ما زالت قوية ومؤثرة في آراء وتوجهات الاخرين اكثر من هذه التكنولوجيا
					6. الأحزاب السياسية تؤثر في آراء وتوجهات الآخرين من خلال التواصل المباشر وبعيدا عن أي تكنولوجيا حديثة

26. ما رأيك في مستويات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر في الفترة الحالية:

ممتازة	جيدة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جدا

27. ما هي رؤيتك للنخب التي لا تستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة):

- نخب منعزلة عن مجتمعها

- نخب لا يمكنها مواكبة التطورات في مجالات مختلفة

- نخب ترى أن هذه التكنولوجيا غير ضرورية

- نخب لا تهتم للتطورات التكنولوجية

أخرى تذكر

28. هل ترى أن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة سيؤدي إلى بروز وإنتاج نخب جديدة؟

لا

نعم

علل اجابتك كيفما كانت

.....
.....
.....

29. ما رؤيتك لمستقبل استخدام النخب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر؟

.....
.....

شكرا لحسن تعاونكم معنا