

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البويرة

(خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر مارس إلى غاية شهر جوان)

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف

الدكتور خالد مصطفى

إعداد الطلبة

_عامر حمزة

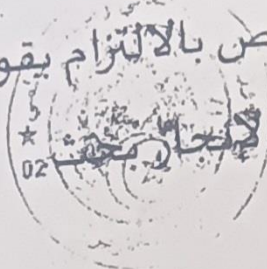
_لعميري صالح

السنة الجامعية

2023__2022



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسند(ة) عامر حمزة الصفة: طالب (ماستر / دكتوراه)
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 103M0504 والصدارة بتاريخ: 2017/01/20
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية إعلام واتصال
تخصص: استكمال وعلاقات عامة
والمكلف(ة) بإنجاز اعمال بحث (مذكورة، التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).
عنوانها: إنجازات البحثية الأكاديمية
إعلام المحاولات دراسة
أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والتزامه الأكاديمية المطلوبة اليوب
في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2023/06/22

توقيع المعني(ة)

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

29 جوان 2023
البويرة في:

النسبة:

30 %

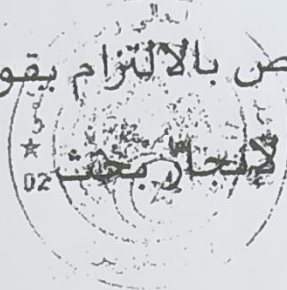
الامضاء

خالد مصطفى

الهيئة للدراسات
والمسائل المرتبطة
بالطلبة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
العلوم الاجتماعية و



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد (ة) الدكتور / ماستر / دكتوراه { الصفة: طالب }

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 402278311 والصادرة بتاريخ 07/01/2022

المسجل (ة) بكلية / معهد الاعراب P الاستاذة P القسم P الم P اسمها
تخصص: علم النفس - لغة عربية

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة، التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها : التحليل البياني لـ PPST كإداة جديدة في بحوث التربية

أصرح بشرفي اني ألزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والتزامه الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: ٢٠٢٣ / ١٠ / ٢٥

توقيع المعنى (ة)

[Signature]

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

البورصة في 29 جوان 2023

النمينة:

% 30

الامضاء

الامضاء

جامعة البويرة
نيابة
العهد للدراسات
والمسائل المرتبطة
بالتعليم العالي والبحث العلمي
والمسائل المرتبطة بالبيئة

شكر و عرفان

**** بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ****

قال الله تعالى {ويرى الذين أوتوا العلم الذي أنزل إليك من ربك هو الحق ويهدي إلى صراط العزيز الحميد}

سورة سبأ-6

قبل كل شيء نشكر الله عز وجل على فضله وتوفيقه لإنجاز هذ العمل المتواضع فله الحمد والشكر.

كما يسعدنا أن نتقدم بجزيل التقدير والإحترام للدكتور **خالدي مصطفى**، الذي أشرف على مذكرة تخرجنا فلولاً دعمه لنا بعد الله تعالى لما وصلنا إلى مبتغانا فهو الذي أرشدانا عند الغفلة وصوبانا عن الخطأ ونشكره على توجيهاته وتواضعه ومنحنا من علمهم القيم فشكراً له وبارك الله فيه متمنياً له النجاح والصحة والعافية.

كما لا يفوتني أن نتقدم بالشكر الى أساتذة الإعلام والاتصال أثناء مشوارنا الدراسي ولو بمعلومة.

والى أصدقائنا وزملائنا دفعة 2023/2022 وكل من ساعدنا لإنهاء هذه الدراسة ولو بكلمة..

شكراً

اهداء

بسم الله والصلاة والسلام على أشرف خلق الله نبينا محمد صلى الله عليه وسلم أما بعد..

أهدي عملي هذا

لأبي الذي حملت إسمه بكل فخر إلى تلك الشمعة التي أنارت دربي طوال مشواري
الدراسي...أمي

إلى إخوتي وأخواتي لطالما إرتكزت عليهم وقت ضعفي.

أهدي تحياتي وتقديري لكل من ساعدي ولو بكلمة طيبة.

لميري صالح

اهداء

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا البحث فله الحمد أولا وأخيرا
أهدي ثمرة جهدي إلى أعلى ما في الوجود أُمي الغالية
وإلى من علمني حب العلم والإجتهاد والدي الغالي
إلى جميع من ساهم في هذه الدراسة من أستاذ مشرف وجميع أساتذة الإتصال وزملائي
في إنجاز المذكرة وإلى جميع أفراد عائلتي

عامر حمزة

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

دراستنا كانت تحت عنوان **اتجاهات النخبة الأكاديمية لمصداقية إعلام المواطن**، التي كانت جوهر دراستنا، كما تهدف إلى محاولة التعرف على علاقة النخبة بإعلام المواطن، والتي حاولنا من خلالها الإجابة على الإشكالية التالية الوقوف على **إتجاهات النخبة الأكاديمية المتمثلة في أساتذة جامعة البويرة نحو مصداقية هذا النوع من الإعلام**، حيث يتم هذا من خلال معرفة الوسائل المعتمدة في إعلام المواطن، ولتحقيق أهداف دراستنا إعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، ولقد تم إختيار مفردات عينة هذه الدراسة من المجتمع المدروس والمتمثل في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة البويرة البالغ عددهم 80 مفردة، والتي تم تحديدهم بأسلوب العينة القصدية، بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة إعتمدنا على الملاحظة واهم أداة الإستبيان والذي ضم بدوره خمسة محاور، المحور الأول تضمن البيانات الشخصية، والمحور الثاني إحتوى على الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن من طرف الأساتذة، والمحور الثالث تعنون بأنماط استخدام الأساتذة لإعلام المواطن، والمحور الرابع الإستخدامات والإشباعات التي يحققها إعلام المواطن، والمحور الخامس تمثل فروق إتجاهات لإعلام المواطن لمتغير الجنس. في حين دراستنا تضمنت أيضا الجانب المنهجي والنظري إشتمل على فصل واحد إحتوي على ثلاث مباحث، وفي الأخير تطرقنا إلى الجانب التطبيقي حيث قمنا فيه بتحليل إستمارة إستبيان موزعة على الأساتذة، كما خلصت دراستنا إلى أهم النتائج وهي كالتالي :

- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين أحيانا ما يثقون في ما يقدمه إعلام المواطن من خدمات وحاجيات متنوعة وتعتبرها ذات مصداقية ضعيفة.
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين أحيانا ما يزيد إعلام المواطن من رصيدهم العلمي والمعرفي، فإذا أراد الإعلام المواطن أن يزيد من رصيد المعرفة العلمية والثقافية للأساتذة الجامعيين، يجب عليه أيضاً تضمين النقاشات العلمية والتركيز على المواضيع التعليمية وتقديم المعلومات بشكل شامل ودقيق، وكذلك الإلتزام بالمواعيد المحددة ومنح المشاركين الوقت الكافي للإجابة على الأسئلة وتفاعل مع الموضوعات المطروحة.
- ✓ بينت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين لا يرون أن إعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر وهذا راجع لعدة أسباب منها، قلة التفاعل بين الأساتذة الجامعيين والجمهور العام، حيث لا يتمكن الإعلام لأحيان كثيرة من الوصول للمشاركة والتفاعل مع الأساتذة الجامعيين.

Résumé de l'étude

Notre étude était sous le titre des attitudes de l'élite académique envers la crédibilité des médias citoyens, qui était au cœur de notre étude. Les médias, où cela se fait en connaissant les moyens adoptés dans les médias du citoyen, et pour atteindre les objectifs de cette étude nous nous sommes appuyés sur l'approche analytique descriptive, L'échantillon de cette étude a été sélectionné dans la communauté étudiée représentée par la Faculté des Sciences Humaines et Sociales de l'Université de Bouira, au nombre de 80, qui ont été identifiés par la méthode de l'échantillonnage intentionnel, afin d'atteindre des résultats précis. Nous nous sommes appuyés sur l'observation et l'outil de questionnaire le plus important, qui à son tour comprenait cinq axes, le premier axe Il comprenait des données personnelles, et le deuxième axe contenait les moyens utilisés pour informer le citoyen par les professeurs, et le troisième axe traitait de la modes d'utilisation des professeurs pour informer le citoyen Et le quatrième axe est les utilisations et les gratifications obtenues par les médias citoyens, et le cinquième axe représente les différences dans les tendances des médias citoyens en raison de la variable de genre. Bien que notre étude comprenne également le côté méthodologique et théorique, elle comprenait un chapitre contenant trois sujets, et à la fin nous avons abordé le côté appliqué, dans lequel nous avons analysé un questionnaire distribué aux enseignants, et notre étude a conclu les résultats les plus importants, qui sont les suivants ;

- ✓ L'étude a prouvé que les professeurs d'université ne font parfois pas confiance aux divers besoins et services fournis par les médias citoyens.
- ✓ \ L'étude a révélé que les professeurs d'université augmentent parfois leur bilan scientifique et de connaissances en informant les citoyens et donnent suffisamment de temps aux participants pour répondre aux questions et interagir avec les sujets soulevés
- ✓ l'étude a montré que les professeurs d'université ne voient pas que les médias citoyens ont des services dans le domaine de l'enseignement universitaire en Algérie.

Study summary

Our study was under the title of the academic elite's attitudes toward the credibility of citizen media, which was the core of our study. Media, where this is done by knowing the means adopted in the media of the citizen, and to achieve the objectives of this study we relied on the descriptive analytical approach, The sample of this study was selected from the studied community represented by the Faculty of Humanities and Social Sciences of the University of Bouira, numbering 80, who were identified by the intentional sample method, in order to reach accurate results. We relied on observation and the most important questionnaire tool, which in turn included five axes, the first axis It included personal data, and the second axis contained the methods used in informing the citizen by the professors, and the third axis dealt with the patterns of using the professors to inform the citizen, The fourth axis is the uses and gratifications achieved by citizen media, and the fifth axis represents differences in citizen media trends due to the gender variable. While our study also included the methodological and theoretical side, it included one chapter containing three topics, and in the end we touched on the applied side, in which we analyzed a questionnaire distributed to teachers, and our study concluded the most important results, which are as follows:

- ✓ The study proved that university professors sometimes do not trust the various needs and services provided by citizen media.
- ✓ The study revealed that university professors sometimes increase their scientific and knowledge balance by informing citizens. And give the participants enough time to answer the questions and interact with the topics raised
- ✓ The study showed that university professors do not see that citizen media have services in the field of university education in Algeria.

حقبة

مقدمة

أتاح التقدم التكنولوجي أفاق كبيرة لوسائل الإعلام فبعد الطباعة والراديو والتلفاز جاء الدور على الأنترنت، هذه الأخيرة سمحت بإزدهار الصحافة والإعلام في مجالات خارج الأفكار التقليدية للممارسة الإعلامية، فسمح إختلاط الأنترنت بالتكنولوجيا والإعلام بظهور ما يعرف بإعلام المواطن أو صحافة المواطن فهي وإن اختلفت الأسماء فلهم جوهر واحد ومنشئ واحد.

يعتبر مصطلح إعلام المواطن تسمية جديدة في المشهد الصحفي على المستوى الدولي والعربي، وهو إشارة إلى تيار جديد تم تشكّله تبعاً لعالم من الميديا الجديدة وتكنولوجيا الإتصال، ونتيجة لاحقة لنقد متواصل لواقع الصحافة التقليدية، وإمتداداً لحالة من العمل الصحفي البديل المعبر عن تطلعات المجتمعات لأنماط جديدة، فهو يقودنا إلى التفكير في كيف يصير المتلقي هو مصدر المعلومة أو المرسل فهو ما يحدث عندما يتسلح المواطن بتكنولوجيا الإتصال الحديثة الإلكترونية الذكية وآلات التصوير الرقمية (كاميرا رقمية، حاسوب محمول، مسجل صوتي، هاتف ذكي..) ويتوجه إلى الميدان ليمارس مهنة الإعلام ويتجه صوب الحدث عن الأحداث الجارية ويجتهد في قنص الأخبار مما يمكنه من إفتكاك صفة الاعلامي الحر، فعندما ينشر أي مواطن في فضاء مدونته أو مواقع التواصل الإجتماعي والبت الحي أخبارا ومعلومات لم تتمكن المؤسسات الإعلامية التقليدية العريقة من الوصول إليها في وقتها الحقيقي ما يضيف عليه ذلك سبق الصحفي صفة المواطن الصحفي، لكن هذا لا يعد كافيا فالعمل الإعلامي له أخلاقياته وأبجدياته وقواعده وأسسه يسير وفقها.

وقد شكلت مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج القصص الإخبارية والمعالجة التلفزيونية للأحداث محور العديد من البحوث الأكاديمية والنقاشات العلمية بين المختصين في ميدان الإعلام والميديا الجديدة وكذا النخبة الأكاديمية الباحثة في مجال العلوم الإنسانية بمختلف فروعها بإعتبار أن العملية الإتصالية ظاهرة إنسانية خالصة لها أهدافها وغاياتها السامية والتي يحتاج إتقانها إلى تمرس وتدريب كبيرين، فحقيقة أن إعلام المواطن بات يشغل حيزا لا بأس به من الدراسات الإعلامية حقيقة لا مفر منها وذلك للإضافة النوعية والكمية التي قدمها صناع القصص الإخبارية في مجال إعلام المواطن. وعليه بإعتبار العلاقة الحاصلة بين الإعلام والنخب الأكاديمية بإعتبار الإعلام ساحة تتيح للنخب الخوض وعرض أفكارهم وأطروحاتهم العلمية وسيلة للترويج لنظرياتهم ومقترحاتهم للنهوض بالمجتمعات إذ أن هذا هو الدور المنوط بالنخبة، وعليه جاءت دراستنا هذه للخوض والتحري حول

إتجاهات إعلام المواطن وتوجهات النخب الأكاديمية في جامعة البويرة إليه وكشف النقاب عن أفكارهم عن مدى جدوى وفاعلية هذا النوع من الإعلام الذي إتصف في بعض الأحيان بغير الإحترافي أو غير المنظم من قبل البعض، كذلك تركّز دراستنا هذه على أهم التعريفات الواردة في النخبة ودورها في المجتمعات والإتجاهات ومفهومها وكيفية تكونها ثم يحين الدور على صحافة المواطن والتركيز عليها والخوض في مفاهيمها وتاريخ نشأتها وأنواعها وأهدافها، ثم في الجانب التطبيقي من الدراسة على تحليل دراسة إتجاهات النخبة الأكاديمية في جامعة البويرة بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية نحو إعلام المواطن.

ولقد إشتملت دراستنا على ثلاثة فصول حيث تناولنا في الفصل الأول المتمثل في الإطار المنهجي الذي تطرقنا فيه لتعريف موضوع الدراسة من حيث طرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع، والتعريف بالمفاهيم، وعرض الدراسات السابقة وجوانب الإستفادة منها في موضوع دراستنا، ثم قمنا بتحديد نظرية الإستخدامات والإشباعات لأنها تعتبر مفتاح دراستنا، كما قمنا بالتعريف بحدود الدراسة ونوع الدراسة وكذلك منهج الدراسة، ثم تعرضنا لمجتمع البحث والعينة المختارة وأدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني الذي يشمل الإطار النظري الذي تناولنا فيه ثلاث مباحث وكل مبحث له أربعة مطالب، حيث تضمن المبحث الأول في ماهية الاتجاه من حيث مفهوم الإتجاه، خصائص الإتجاه، مراحل تكوين الإتجاه وأخيرا وظائف الإتجاه، أما المبحث الثاني تضمن النخبة بين النظري والواقع، من حيث مفهوم النخبة نشأة النخبة بين المجتمعات والحضارات مميزات النخبة وأنواعها ودورها وكذلك النخبة في الجزائر، أما المبحث الثالث يتمثل في ماهية إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية من حيث تعريف إعلام المواطن نشأة وتطور إعلام المواطن سمات ومميزات إعلام المواطن وكذلك مضامين ومبادئ إعلام المواطن أما المطلب الأخير تناولنا فيه علاقة النخبة الأكاديمية بإعلام المواطن من وجهة نظرنا.

أما الفصل الثالث فقد تضمن الإطار التطبيقي للدراسة وقد أدرجنا فيه التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة بالإضافة إلى النتائج.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

للدراصة

الفصل الأول: الإطار المنهجي لدراسة

- الإشكالية
- أسباب اختيار الموضوع
- فرضيات الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- مفاهيم ومصطلحات الدراسة
- الدراسات السابقة
- المقاربة النظرية للدراسة
- حدود الدراسة
- نوع الدراسة
- منهج الدراسة
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- أدوات جمع البيانات

1. الإشكالية

تعددت واختلقت أساليب الإتصال لدى الإنسان منذ القدم، فعرف عنه إستخدام وسائل وطرق بدائية في التواصل مع غيره مثل إستخدام النار والدخان والنقوش والكتابة لنقل الأفكار والمعلومات كما إستخدم الكتابة على الجلود، كما إستخدم المصريون أوراق البردي للكتابة وتداول المعلومات والقرارات، وانتقلت ذات الفكرة إلى اليونان وإيطاليا والصين والعرب إلى غاية ابتكار الطباعة على يد غوتنبرغ، وتوالت بعد ذلك الإكتشافات العلمية لتشمل إكتشاف الإتصال عبر موجات الراديو والإتصالات اللاسلكية كالإتصال الهاتفي.

عقب ذلك إختراع التلفزيون على يد جون بيرد الذي أعتبر فتحاً تكنولوجيا وعلمياً ليس له مثيل في ذلك الوقت، لكن الإنسان بسعيه وشغفه وحبه للعلم والمعرفة تمكن من تطوير أجهزة الحاسوب، وفي منتصف القرن العشرين ظهر ما يعرف اليوم بشبكة الأنترنت التي سمحت بتقريب العالم من بعضه البعض وبات مجرد قرية صغيرة على حد تعبير مارشال ماركوفان، إذ أسقطت هذه الشبكة الحدود الجغرافية والأبعاد الزمنية وسمحت بتقديم نوع جديد من الإعلام الذي حمل سمات جديدة كالتفاعلية والآنية، إستحدثت هذه الطفرة التكنولوجية قنوات جديدة في نقل المعلومات وإيصالها إلى المتلقي.

ومن أهم هذه المستحدثات المدونات ومواقع التواصل الإجتماعي كالفيس بوك وتويتر، التي وفرت بيئة خصبة لتطور الإعلام.

هذه البيئة دفعت لإختراع تطبيقات سمحت بدمج البيانات المكتوبة، المرئية والسمعية، وجعلت من إسترجاعها ونقلها ومعالجتها وبثها في وقت قصير أمراً هيناً، هذا التغير في الصورة النمطية كانت عليه عملية تدفق المعلومة وانتقال الأخبار التي سمحت للمستخدم أن يكون المرسل والمستقبل لأي رسالة إعلامية إتصالية في نفس الوقت. أتاحت هذه المواقع الفرصة لممارسة النشاط الإعلامي وهو ما يعرف اليوم في دراسات الإعلام والإتصال بإعلام المواطن الذي يسمح لعوام مستخدمي الأنترنت بلعب دور نشط في نقل وتحليل ونشر الأخبار عبر إستخدام الأنترنت ووسائله المتنوعة، وأصبح هذا النوع من الإعلام يمثل مصدراً هاماً للمعلومات على المستوى الرسمي وغير الرسمي، لهذا باتت صناعة مميزة لها سماتها وخصائصها وأساليب عرضها المتنوعة.

هذه الصناعة تفاعلت معها عوامل تكنولوجية عديدة طورت من أساليب نقل وعرض مضامينها إلى الجمهور بفئاته المختلفة، فمن المعلوم أن هنالك تباينا من وسيلة إلى أخرى في تناول الموضوعات وطريقة العرض، وضمن هذا نجد أن إعلام المواطن إتخذ موقعا مميزا بين وسائل الإعلام الحديثة، التي جعلتها متميزة مقارنة بالوسائل التقليدية.

تتسم صحافة المواطن بالعديد من المميزات منها التفاعلية والإستمرارية والحرية والسرعة المتزايدة وكذلك التعددية في نقل الأخبار حيث أصبح كل مواطن يمارس هذه المهنة عبر مواقع التواصل الإجتماعي خاصة عبر الفيسبوك، هذا الأخير أصبح مصدرا لنقل المعلومات والتواصل بين كافة المواطنين رغم إختلاف أعمارهم فمثلا نجد عدة قنوات إعلامية فتحت المجال للمواطن من أجل إرسال صور وفيديوهات لأحداث عايشها وأراد تبليغها للعالم إذ خصصت رقما على تطبيقات التواصل لهذا الغرض وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على إنتشار هذا النوع من الصحافة وإستفحاله في المجتمع.

يعتبر إعلام المواطن شكلا من أشكال الإعلام الحر إذ يتسم بالإستقلالية عن مراكز السلطة والمال، وتميز هذا النوع من الإعلام بتمرده على الأساليب الإعلامية القديمة، بحيث لا قيود له ولا خط تحرير مسبق يلزم الإعلامي بإتباع أسلوب فكري معين، هذا ما جعل الإقبال على المدونات وهذا النوع من الإعلام مرتفعا وفي أعلى المستويات، لكن غياب قواعد وقوانين تؤطر هذه الصناعة جعلها عرضة للنقد من طرف الآخرين بسبب عدم إلتزام روادها بأخلاقيات الإعلام وغياب المصداقية في نقل المعلومة، فعلى سبيل الذكر لا الحصر نجد بعض الصفحات تعتمد نقل أخبار مغلوطة أو نشر عناوين موهومة لجذب المتابع على حساب المصداقية، وفي سياق آخر قد يعتمد الناشطون الخوض في مواضيع قد تחדش الحياء بغية رفع نسبة المشاهدة أو الخوض في الحياة الخاصة للبعض في كتابات غير مهنية بغية رفع المشاهدات، ومن هذا المنطلق نحاول في هذه الدراسة الوقوف على التساؤل الرئيسي ماهي إتجاهات النخبة الأكاديمية المتمثلة في أساتذة جامعة البويرة نحو مصداقية إعلام المواطن خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر مارس إلى غاية شهر جوان؟

• الأسئلة الفرعية:

- س 1 ما هي اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية المرسل في اعلام المواطن ؟
- س 2 ما هي اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية المضمون في إعلام المواطن؟
- س 3 ما هي اتجاهات النخبة الأكاديمية المتمثلة في أساتذة جامعة البويرة نحو مصداقية الوسيلة المستخدمة في إعلام المواطن؟
- س 4 هل توجد فروق في الإتجاه نحو إعلام المواطن لمتغير الجنس؟

II. فرضيات الدراسة:

- تثق النخبة الأكاديمية في مصداقية المرسل الذي يمارس إعلام المواطن.
- تثق النخبة الأكاديمية في محتوى ومضمون إعلام الوطن.
- النخبة الأكاديمية المتمثلة في أساتذة جامعة البويرة تثق في مصداقية الوسائل المعتمدة في إعلام المواطن.
- لا توجد فروق في الإتجاه نحو إعلام المواطن لمتغير الجنس.

III. أسباب إختيار الموضوع:

لكل بحث علمي أسباب تدفع بالباحث للخوض في موضوع بحثه والغوص فيه وإثرائه، وكشف ما يحيط به من غموض ومن هذا فإن إختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا بل كان نتيجة لعدة أسباب منها ما هو ذاتي ومنه ما هو موضوعي وهي كالتالي:

➤ الأسباب الموضوعية:

- 1- محاولة الوقوف على مدى إستخدام النخبة الأكاديمية لتطبيقات إعلام المواطن.
- 2- الرغبة في التعرف على مدى تأثير النخبة الأكاديمية ومدى ثقتهم في إعلام المواطن.
- 3- الرغبة في معرفة مدى إستخدام وإعتماد النخبة الأكاديمية على إعلام المواطن.

➤ الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي لإعلام المواطن.
- الإهتمام بكل ما يتعلق بإعلام المواطن كونه من المواضيع الجديدة في الساحة الإعلامية.

IV. أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي هدف يصبو إليه وذلك من أجل الوصول إلى نتائج وكشف الغموض الذي يحيط بالموضوع والذي يتم معالجته من المنطلقات السابق ذكرها عن موضوع إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن فإن دراستنا تهدف إلى:

- تسليط الضوء على أنماط إستخدام النخبة الأكاديمية لإعلام المواطن.
- معرفة الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن.
- قياس مدى ثقة النخبة الأكاديمية في إعلام المواطن.
- تسليط الضوء على إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو إعلام المواطن.

V. أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال الدراسة توجه النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن بإعتبارها من الدراسات التي تسلط الضوء على إنخراط المتلقي في النشاط الإعلامي من خلال نقل المعلومات والأخبار على شبكات الأنترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الإجتماعي كالفيس بوك بصفة خاصة دون أي تكوين أكاديمي، وكذا تتطرق هذه الدراسة للدور الذي يلعبه رواد ونشطاء إعلام المواطن في تكوين وصياغة الوعي العام لصبح هذا الأخير أي المواطن مصدرا للمعلومة لكثير من المؤسسات الإعلامية.

كما أن هذه الدراسة تتناول موضوعا حديثا يتمثل في مدى إتجاه النخبة الأكاديمية لإعلام المواطن في ظل التطور التكنولوجي.

بالإضافة إلى إمكانية توثيق مكانة إعلام المواطن وإستفادة النخبة الأكاديمية لجامعة البويرة من النتائج المتحصل عليها كون هذه الدراسة تخاطب الإتجاه الأكاديمي بإعتباره أساس البحث العلمي الأكاديمي والركن الأساسي الذي تقوم عليه العملية التعليمية في الجامعة.

VI. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

• الإتجاه

إصطلاحاً:

تعريف نيوكمب : وجهة النظر المعرفية لتنظيم لمعارف ذات إرتباطات موجبة أو سالبة، أما من وجهة النظر الدافعية، فالإتجاه يمثل حالة من الإستعداد والإستثارة الدافع، فإتجاه المرء نحو موضوع معين هو إستعداد لإستثارة دوافعه فيما يتطلب الموضوع، وهذا الإستعداد يتأثر بخبرة المرء ومعارفه السابقة عن هذا الموضوع¹.

ويعرف الإتجاه بأنه إستعداد للإستجابة محددة في الوسط الإنساني بطريقة معينة، وهو المصدر الحقيقي للرأي، ويتم التعرف على إتجاهات الأفراد عندما يعبر عنها بالفعل أو القول، أو بالكلمات المسموعة أو الإشارة أو الإيماء أو الرمز².

لغة: تعريف ومعنى الإتجاه في معجم المعاني الجامع:

تهيؤ عقلي لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصحبه عادةً إستجابة خاصّة، ميل، نزعة إتجاه سياسيّ معتدل، فكريّ، مضادّ³.

إجرائياً: هو ميول نفسي يشير إلى موقف الفرد من شيء معين، أو تقييمه لموضع ما، ويشير التقييم في هذه الدراسة إلى إستجابات أساتذة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البويرة الصريحة أو الضمنية وأراءهم حول إعلام المواطن بعد تطبيق إستمارة البحث عليهم.

¹ _ حسين صديق، الاتجاهات من وجهة نظر علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، سوريا المجلد 28 العدد 3-4، 2012، ص301.

² _ كمال خورديش مراد، الاتصال الجماهيري و الإعلام ،التطور الخصائص و النظريات، ط1، عمان، دار الميسرة، 2011 ص359.

³ _معجم المعاني الجامع عربي عربي، من موقع <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-> ، في 00 : 15، 5 أفريل 2023. [ar/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87/](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87/)

• إعلام المواطن:

لغة:

هي تلك المحتويات أو المضامين التي ينتجها الجمهور سواء مكتوبة أو مرئية أو مسموعة أو مرئية مسموعة، أو يعلق عليها بالمشاركة مع الآخرين، وكذلك المناقشات التي تدور بين الأفراد حول حدث أو قضية ما بشكل علني عبر أحد أشكال صحافة المواطن¹.

إصطلاحا:

يعرف الدكتور جمال الرزن إعلام المواطن على أنها مصطلح إعلامي وإتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على مستوى المفهوم. وتعرف صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية².

ويرى كل من "شاين برومان" و"كريس ويليس" أن إعلام المواطن هو نشاط يلعب خلاله المواطنون دورا بارزا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية³.

رغم الاختلاف في المصطلحات وتعريفات إعلام المواطن إلا أنه يمكن الإتفاق على أن جوهر إعلام المواطن هو قيام هذا الأخير بدور الصحفي المحترف في نقل المعلومة من موقع الحدث مباشرة مستخدما وسائل تكنولوجيا متاحة على مستواه الشخصي وضمن ملكيته الخاصة، ثم يقوم بإرسالها إلى المؤسسات الإعلامية كمادة خام أو تحريرها والتعديل عليها ثم تقديمها إلى المتابعين على مواقع الإنترنت⁴.

¹ _أسماء فؤاد حافظ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، من موقع

https://sjsj.journals.ekb.eg/article_91054.html في 16/04/2023 12 : 20

² _جمال الرزن : "صحافة المواطن" المتلقي عندما يصبح مرسلا، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص18.

³ _"TETU : Jean-François : Responsabilité des journalistes et "public journalism" [5]

⁴ _ https://sinbadthesailor10.blogspot.com/2017/01/blog-post_7.html ، تمت المعاينة في

التعريف الإجرائي: إعلام المواطن هي الصحافة التي يقوم فيها المواطن غير المؤطر أكاديميا بدور الصحفي في نقل المعلومة من موقع الحدث مباشرة مستخدما الوسائل التكنولوجية المتاحة لديه على المستوى الشخصي، كالهاتف النقال على سبيل المثال يقوم بنشرها على منصات أو مواقع إلكترونية بغية مشاركة المعلومة.

• تعريف النخبة:

لغة: جاء في القواميس الفرنسية، النخبة هي أقلية متميزة عن الجماعات التي تنتمي إليها بإمتلاكها لخاصية التفوق والقدرة بما تمتلكه من قدرات وخصائص وسمات ومميزات، ويعرف قاموس روبرت الفرنسي روبرت لي Robert Le النخبة بأنها "مجموعة من الأشخاص المتفوقين في الممارسة الاجتماعية في حقل اجتماعي معين، وهم يمتلكون القدرة على التأثير في المجال السياسي والاجتماعي¹.

إصطلاحا:

تعرف النخبة إصطلاحا بأنهم مجموعة قليلة من الأشخاص الذين توفرت فيهم شروط موضوعية وأخرى ذاتية، بالشكل الذي تميزهم عن باقي أفراد المجتمع.²

التعريف الإجرائي: هم مجموعة من الأكاديميون الذين يدرسون بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البويرة بشكل دائم أو مؤقت.

• المصادقية:

لغة : هناك خلط لدى البعض بين مفهوم الصدق والمصادقية على الرغم من أنهما مختلفان، فالصدق يعني مطابقة الكلام للواقع أما المصادقية تعني الأدلة التي تثبت صدق النخب أو الموضوع الرأي فصدق الأمر: الدليل على صدقه والصدق ضد الكذب ويعرفها أحمد محمد أحمد سابق على أنها هي قابلية الجمهور لتصديق المحتوى الإتصالي إستنادا على أحد عناصر العملية الإتصالية وهي رضى الجمهور وإقناعه مما يقدم له من إعلام هادف وتنموي يتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الذي تدور فيه

¹ _علي أسعد وطفة، من [في مفهوم النخبة - مقارنة بنائية\(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net) " في 19/05/2023، 10:00.

العملية الإتصالية والتي تساعد على البناء وليس الهدم بشرط توافر الحرية والإكتمال وأن يكون الجمهور على درجة من الوعي والخبرة والتعليم والقدرة على القياس والتقييم¹.

إجرائيا: هي ثقة الجمهور في المحتوى والمضمون الذي يقدمه إعلام المواطن والإعتماد عليه كمصدر معلوماتي وإخباري.

حددت الأبحاث عدة أبعاد و مكونات المصداقية

الإحساس الأمان، الخبرة والحيوية ، المعرفة، الدقة، الإنصاف، الإكتمال، التمييز بين وسائل الإتصال والأشخاص كمصادر إتصالية.

وخلصت الأبحاث إلى أن المصداقية: هي مفهوم متعدد الأبعاد وتتنوع من دراسة إلى أخرى وقد حدد ماكميكموس وإستنتجوا ثلاث مجالات للمصداقية:

_النقد وسائل الإتصال.

_الأمانة والمعايير الأخلاقية.

_ التصورات عن إتجاهات الجمهور نحو صحافة المواطن كوسيلة فيما يتعلق بكل من: القابلية للتصديق، الدقة، الإنصاف والتحيز ثم جاءت مواجهة whit ney كي تضيف إلى هذه المجالات مجالا رابعا وهو سمات أداء الوسيلة.

المصداقية: تعني ببساطة المؤشرات التي تحدد صدق المضمون الصحفي من كذبة ويعتبرها البعض البديل العملي للشمولية الصحفية.

وبالنسبة لمحمد ماهاتير: توسع لمفهوم مصداقية الصحافة فحدد لها الأبعاد الثلاثة التالية:

أولا: مصداقية القائم بالإتصال وتتمثل في: عدم التسرع في نشر الحقيقة والعمل لصالحه، لنشر الحقائق بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح، مراعاة الأعراف والتقاليد في نشر الحقائق، عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين، البعد عن الأخبار الكاذبة والقصص الملفقة.

¹ _ خضير عباس ضاري، الموسوي خضر سالم، مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية، كلية الإعلام، جامعة بغداد، مجلة البحث الإعلامي، 2016، ص 163-164.

➤ **مصادقية المرسل:** تعني تمتعه بقابلية التصديق من طرف من يريد التأثير فيهم، حيث يرويه كخبير و يمكن قياس مصادقية المصدر باستخدام عنصرين: الخبرة و زيادة الثقة بالمصدر.

➤ **مصادقية المضمون:** وتشمل

_ وضوح الرسالة أوقات الخطر.

_ السير والسهولة في تناول الحقائق.

_ نشر الحقائق بكل أبعادها السلبية.

_ الدقة في تناول الخبر.

➤ **مصادقية الوسيلة :** وتشمل العناصر التالية:

_ اعتماد الصحيفة على كتاب (مصادر) موثوق بها.

_ تعبير صحافة المواطن عن هموم وإحتياجات الشعب.

المقياس اللغوي: وضوح اللغة وتجنب الغموض.

المقياس الإيديولوجي: بحيث لا تحجب النظرة الأحادية بقية الأبعاد.

عدم المعرفة أو جزئية المعرفة: يرتبط هذا المقياس بجهل القارئ بالإتصال بالموضوع.

مقياس التزوير: وهو يمثل جانب الحرية المباشر والمنطلقات الأساسية لدراسة المصادقية أو أي نوع من أنواع الإعلام، وفي أي مجتمع من المجتمعات.

VII. الدراسات السابقة

➤ الدراسة الأولى: حنان كامل إسماعيل، دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي، الأردن الكويت مصر نموذجاً، أطروحة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

سعت هذه الدراسة الى عرض نشأة وتطور ظاهرة صحافة المواطن في المشهد الإتصالي الحديث من خلال بيان خصائصها الفكرية والإجتماعية من خلال طرح إشكالية دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من خلال وجهة نظر بعض قادة الرأي الإعلامي العربي.

إستندت الدراسة على نظريتي الحتمية التكنولوجية (مارشال ماكلوهان و نظرية حارس البوابة لمارك لوين) وإستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة البحث عينة عشوائية عنقودية من قادة الرأي الإعلامي العربي من مصر والأردن والكويت، وإعلاميون بارزون في الأخبار والتحليلات الإخبارية في الوطن العربي وإعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الإستبيان والمقابلة الشخصية.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

المواطن الصحفي يزود القنوات التلفزيونية بأخبار كثيرة حول الأوضاع في سوريا.

مهمة المواطن الصحفي لن تنتهى بإنتهاء الحدث الذي ساهم في وجوده.

إعلام المواطن أصبح أداة لازمة ومهمة في نقل الوقائع والحقائق.

ضرورة العمل والإستثمار في صحافة المواطن.

ضرورة الإهتمام بإعلام المواطن كنشاط بديل للإعلام الرسمي في الدول العربية التي شهدت إنتشاراً واسعاً لإعلام المواطن.

نقاط التشابه والاختلاف:

ركزت حنان كامل إسماعيل في دراستها على مشاركة المواطن الصحفي في مدى صحة ودقة الأخبار التي ينقلها المواطن إلى القنوات الإعلام والعالم ككل من خلال وجهة نظر قادة الرأي الاعلامي في

العالم العربي بينما ركزت دراستنا على إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو إعلام المواطن بإعتبارهم كذلك قادة للرأي وموجهين للعلاقات الإجتماعية في المجتمع الواحد.

➤ **الدراسة الثانية: صدام حسين قيدر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 03، 2021 / 2020.**

ركز الباحث في دراسته على ثورة الوسائط الجديدة وأثرها على الفضاء الإتصالي وصحافة المواطن، من ناحية المفهوم والتاريخ وخصائصها وأشكالها وأنماط مشاركة المواطن الصحفي في عملية إنتاج ونشر القصص الإخبارية وواقع الإعتماد على صحافة المواطن وكذا الصحافة المواطن وعلاقتها بحرية التعبير وصحافة المواطن بين الأخبار الصحيحة والزائفة والتحديات التي يواجهها هذا النوع من الصحافة كذلك. ولإثراء هذه المواضيع توصل الباحث إلى صياغة الإشكالية التالية: كيف يشارك الصحفيون المواطنون في عملية إنتاج ونشر القصص الإخبارية ؟ وما أثر هذه المشاركات على المعالجة التلفزيونية للأحداث؟

إعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي وإعتمد على أداة الإستمارة الورقية والإلكترونية وكذا المقابلة، وإعتمد في دراسته على العينة القصدية.

وتوصل الباحث من خلال الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إنتشار الممارسة الإعلامية من قبل المواطنين بشكل أوسع على الفيسبوك.

إنعدام التتابع والدورية والتخصص في المواضيع لدى معظم المنخرطين في " صحافة المواطن. "

الميل الفردي لإنتاج ونشر لمحتوى الصحفي.

تعدد الدوافع والأسباب التي ساهمت في دفع المواطن إلى الإنخراط في العمل الإعلامي الحر.

تعدد الوسائل والدعائم التقنية والرقمية في إنتاج محتوى صحافة المواطن.

تعدد وإختلاف أنماط البث وتعدد اللغات المستخدمة.

إنفتاح الإعلام الرسمي أو الإعلام المعتمد على إعلام المواطن.

وجود عراقيل تقنية وقانونية وأخلاقية في نشاط إعلام المواطن.

نقاط التشابه والاختلاف:

ركزت دراسة الباحث صدام حسين قيدر على مشاركة طلبة الإعلام والاتصال في صحافة المواطن بشكل أساسي على منصة الفيسبوك، في حين أن دراستنا لم تركز على منصة دون الأخرى فالتعدد من مستخدمي الفيسبوك قد توجهوا بشكل حصري إلى موقع التيك توك والانستغرام نظرا للخصائص التفاعلية التي وفرتها هذه المواقع كما أن معظم الناشطين في إعلام المواطن بشكل قريب من الاحترافية قد أصبحوا ينشرون مقالاتهم وأعمالهم الإعلامية على مواقعهم أو مدوناتهم الخاصة.

➤ الدراسة الثالثة: فتحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 03، 2010 / 2011.

ركزت الدراسة بشكل أساسي على مفهوم وتطبيقات إعلام المواطن باعتباره شكلا جديدا آنذاك من الممارسة الإعلامية، واستعرضت مجموعة من التعريفات لماهية إعلام المواطن وحاولت الباحثة توضيح وربط الخطوط العريضة لهذا النوع من العمل الإعلامي بواقعه الممارس في الجزائر كمهنة مستقبلية لا مفر منها واستخدمت الباحثة في دراستها المسح الوصفي والتحليلي للحصول على نتائج علمية دقيقة كما اعتمدت على الاستبيان والمقابلة والملاحظة بالمشاركة للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة ونصه كالتالي " كيف يتمثل الصحفي الجزائري هويته المهنية في ظل وبروز وتطور ظاهرة "صحافة المواطن"؟

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكر أهمها في النقاط التالية:

لا يمكن بأي شكل من الأشكال أن يحل إعلام المواطن مكان الإعلام الرسمي.

الصحافيون والإعلاميون الموظفون بالمؤسسات الإعلامية أكدوا على أهمية الدور الذي يلعبه إعلام المواطن وأنه سيكون له حيزا كبيرا في العمل الإعلامي.

إعلام المواطن ليس بنفس الخصائص والمميزات التي يقوم عليها الإعلام الرسمي.

إعلام المواطن لا يشكل تهديدا للمهن الإعلامية الرسمية حسب الدراسة.

نقل الأخبار بآنية ودقة لا يكفي لممارسة المهنة الإعلامية فالمهنة الإعلامية مرتبطة بضوابط مهنية وأخلاقية.

نقاط التشابه والاختلاف.

تشاركت دراستنا مع دراسة الباحثة بوعازي في عدة نقاط أهمها مفهوم إعلام المواطن وأهميته في تجسيد المهمة الإعلامية النبيلة والتحديات التي تواجه إعلام المواطن في سبيل تحقيق ذلك، هذا بالإضافة إلى توجهات النخبة إلى إعلام المواطن حيث ركزت الدراسة على آراء الصحفيين والإعلاميين في إعلام المواطن بينما ركزت دراستنا على إتجاهات وآراء النخبة الأكاديمية في جامعة البويرة بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية نحو إعلام المواطن.

➤ الدراسة الرابعة : دراسة الباحثة منال معيض الجعيد، دوافع تعرض الصفوة الإعلامية السعودية لصحافة المواطن وعلاقتهم بدورها الإخباري، جامعة الملك عبد العزيز جدة، السعودية.

ركزت هذه الدراسة على أهداف ودوافع الصفوة الإعلامية من التعرض لإعلام المواطن ومدى وكيفية تأثرهم وتأثيرهم على المحتوى الإخباري لصحافة المواطن، وكيف تحول مستخدم متلقي إلى مستخدم مشارك في العملية الإعلامية، وهذا عن طريق البحث في الإشكالية التالية: ما هي دوافع النخبة الإعلامية السعودية للتعرض إلى إعلام المواطن والآليات التي تعتمدها الصفوة لتطبيق معايير المهنة مع طبيعة الدور الإخباري الذي ينتجه المواطن؟

وهدفنا الدراسة إلى التعرف للأشكال المختلفة لصحافة المواطن، وإستنباط أهمية ودور الوسائل الإعلامية الحديثة التي أستحدثتها التكنولوجيا وشبكة الأنترنت.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

النخب الإعلامية تتعرض بشكل مستمر ومتزايد لصحافة المواطن.

النخب الإعلامية لا تجد حرجا في متابعة والتفاعل مع نشاط صحافة المواطن بل تعتبرها ضرورة ومكملة للإعلام الرسمي.

أهم نقاط التشابه والاختلاف: تشابهت دراستنا مع دراسة الباحثة منال معيض الجعيد في جوهر الموضوع بحيث أن الدراستين بحثت تعرض النخبة إعلام المواطن وإن إختلفت الأولى مع الثانية في

متغير النخبة بحيث تطرقت دراستنا على النخب الأكاديمية في الجامعة الجزائرية، بينما ركزت دراسة الباحثة الجعيد على النخب الإعلامية في السعودية.

توظيف الدراسات السابقة:

لقد إستفدنا من خلال الدراسات السابقة في بناء منهجية موضوع دراستنا وذلك من خلال محاولة صياغة إشكالية البحث والتعرف على المتغيرات البحثية وظيفتها بدقة أكبر، وساهمت أيضا في بلورة الأفكار والنقاط الأساسية التي يقوم عليها هذا البحث وكذلك معرفة مجال وأبعاد إعلام المواطن بشكل أكثر دقة خاصة وأنها من مواضيع البحث الحديثة والأكثر إهتماما.

VIII. المقاربة النظرية للدراسة:

IX. تعتبر نظرية الإستخدامات والإشباعات من النظريات التي تعنى بالدراسة التي تهتم بدراسة وسائل الإعلام وتلبية إحتياج المتابع لها كمصدر مهم للمعلومة وهي أنسب المداخل للتعرف على طبيعة إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو إعلام المواطن بجامعة البويرة كذلك التعرف على دوافع هذا الإتجاه الناتج.

X. ومن مكتسباتنا القبلية ندرك أن هذه النظرية قائمة على الدوافع النفسية والإجتماعية للأفراد في تلبية حاجاتهم الإعلامية، بحيث نحاول من خلال هذه النظرية رصد إستخدامات النخبة الأكاديمية بجامعة البويرة لإعلام المواطن لشبكة الأنترنت على عينة أساتذة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ومدى معرفة مصداقية المعلومة لهذا النوع من الإعلام لتحقيق منافعها وحاجياتها، بإعتبار النخبة الأكاديمية أكثر الفئات المجتمع التي تحرص على تنمية مسارها العلمي والثقافي وأكثر الفئات تأثرا بما هو جديد ويخدمها ومدى سعيها لمواكبة العصر ومن هذا المنطلق يعد مدخل الإستخدامات والإشباعات هي النظرية المناسبة لدراسة موضوعنا.

✓ مدخل لنظرية الإستخدامات والإشباعات:

تقوم نظرية الإستخدامات والإشباعات بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينيات من القرن 20 م، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك

المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد العلاقة بين الجمهور بوسائل الإعلام.¹ إذ أصبح الاهتمام موجها نحو "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو (ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام)، من خلال هذا التساؤل الذي طرحته لنظرية الإستخدامات والإشباع على نقيض السؤال السابق الذي كان سائدا قبل ذلك وهو (ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها)، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الإتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الإتصالية.²

فمن خلال منظور الإستخدامات والإشباع لا تعد الجماهير مجرد مستقيين سلبيين لرسائل الإعلام الجماهيري، حيث أن الفرد هو الذي يختار وسائل الإتصال التي يتعرض لها ونوعية المحتوى الذي يلبي حاجاته وإشباعه سواء النفسية والإجتماعية.³

فهذه النظرية تقوم على أساس محاولة النظر في العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، وتسعى إلى التأكيد من أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية، بل أن الجمهور نفسه هو الذي يقرر وسائل الإعلام التي يتعرض لها، أي له صلاحية أن يقرر المضمون الذي يتعرض له وتتأثر هذه القرارات بالاهتمام الشخصي للفرد ورغباته في إشباع حاجياته.

فقد وضع 'اليهوكاتز وزملاؤه' فروض أساسية تتعلق بكيفية إستخدام نظرية الإستخدامات والإشباع من أهمها.⁴

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط وإستخدامه لوسائل الإعلام هو فقط لتحقيق أهدافه.
2. يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد إحتياجاتهم وتحديد الوسيلة التي يريدونها إذ يتحكم ذلك عوامل الفروق الفردية.

¹ _ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص266.

² _صالح خليل ابو أصبح، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 4، دار الارام، الاردن، 2004، ص140.

³ _حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003، ص240.

⁴ _محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، 2003، ص 254.

3. أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها لذا هم الذين يختارون الوسائل المناسبة لإشباع رغباتهم.
4. يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل.
- للتأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون لإشباع حاجاته أي أن الفرد هو الذي يستخدم الوسيلة وليس هي المتحكمة في المستخدم.
- ومن أهم رواد نظرية الإستخدامات والإشباع: تعد نظرية الإستخدامات من بين أهم نظريات التأثير الإعلامي ومن أهم رواد هذه النظرية نذكر التالي:

دينيس ماكويل: يرى أن نظرية الإستخدامات والإشباع تقوم على علاقة أشار إليها أهمها صياغة الفروض الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام بجانب مناقشة مفهوم تذوق الإعلام ومن هذا المنطلق قدم دراسة العلاقة بين محتوى الإعلام والمتلقين أي الجمهور، وأساسا هذا المدخل يقوم على تصور الوظائف التي يقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها ودوافع التعرض إليها بحيث كل البحوث والدراسات التي أجريت في هذا المجال هدفه دراسة العلاقة بين الوظائف التي يتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات وكيفية التعرض لها¹.

يرى "وولف وفسك" أنه يوجد ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال منها وظيفة التجول في العالم الخيالي تقديم صورة البطل الذي لا يقهر وكذلك تقديم المعلومات حول العالم الحقيقي².

إيهوكاتز: كذلك إفترض قيم الأفراد واهتمامهم يسيطر على عملية التعرض لها وكذلك يرى ما كويل أن هناك اتفاق بين الباحثين فيما يخص طبيعة التعرض والإشباع، لوسائل الإعلام يتجلى ذلك في الحاجات المرتبطة بالظروف الإنسانية والاجتماعية للأفراد عن طريق إكتساب الأفكار والمعلومات بالمحيط السائر به وكذلك دعم السلوك والاتجاهات وزيادة تقدير الذات ثم وسائل الإعلام يدعمون

¹ _ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، مصر، القاهرة، ص273.

² _ نفس المرجع، ص 274.

التفاعل الاجتماعي ومن هذا المنطلق نجد أن ماكويل يؤكد على هذه الدراسة التي تقوم بتلبية الحاجات والإشباع المتوقعة¹.

✓ الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات والإشباع²:

لقد وجه بعض الباحثون من الإنتقادات لنظرية الإستخدامات والإشباع من أبرزها:

1- هذه النظرية لا تصلح للتعميم لأن الإستخدامات والإشباع من وسائل الإتصال بإختلاف الثقافات والعوامل السكانية.

2- هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم على إفتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون مهمة أو لا تشبع إحتياجا معيناً لدى الجمهور.

3- أن النظرية لا يمكنها تفسير السلوك الإتصالي بدقة فالمحتوى الإتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب إختلالاً وظيفياً لأفراد الآخرين.

4- بعض الباحثين يرون أن نظرية الإستخدامات والإشباع مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الإجتماعية.

5- يعتقد بعض النقاد أن النظرية يشوبها بعض الغموض في عناصرها ومحدداتها ويصفون أن النظرية مجرد أسلوب لجمع البيانات.

6- قد لا تصلح النظرية لتكنولوجيا الإتصال الحديثة ووسائلها المتنوعة.

7- قد يحدث تداخل بين وظائف وسائل الإعلام ووظائف الأجهزة والمؤسسات الأخرى في المجتمع.

8- تتعامل النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد إختلاف نوع المحتوى مؤثراً إلى حد بعيد في النتائج.

¹ _ نفس المرجع ، ص 274.

² _ كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 103.

✓ علاقة نظرية الإستخدامات والإشباع بالدراسة:

ترتكز نظرية الإستخدامات والإشباع من المقاربات التي إندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام حيث تقوم على أسباب إستخدام وسائل الإعلام وكيفية التعرض لها ويركز أصحاب هذه النظرية على أن إقبال الجمهور على وسائل الإعلام والإتصال بغرض إشباع حاجاتهم وذلك لإرتباطها بجمهور الوسيلة الإعلامية.

وفي دراستنا هذه إستخدمنا نظرية الإستخدامات والإشباع لدراسة إتجاه النخبة الأكاديمية والإشباع من زاوية التعرض لوسائل الإعلام ومصادقيتها في إعلام المواطن كمصدر مهم للمعلومة التي يمكن أن يكون لها تأثير على توجهات أساتذة جامعة البويرة لكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية وصولاً إلى حجم التعرض لهذه الوسائل الإعلامية الحديثة من طرف أفراد العينة، مما يؤدي إلى معرفة إن كان إستخدامها يساعد في تكوين إتجاهات الأساتذة إزاء هذا النوع الجديد من الإعلام.

XI. حدود الدراسة:

✓ **الحدود البشرية:** نقصد به مجتمع الدراسة وهو المجتمع الأصلي الذي يستهدفه الباحث في الدراسة وفي دراستنا يتمثل في 80 مفردة متكونة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البويرة.

✓ **الحدود الزمنية:** ويقصد به المجال الزمني للدراسة أي الفترة التي استغرقتها هذه لدراسة حتى بلوغ النتائج النهائية ولقد امتدت دراستنا من بداية شهر مارس 2023 الى غاية جوان 2023.

✓ **الحدود المكانية:** ويقصد به المكان الذي يتم فيه إجراء البحث، تمت الدراسة في حدود جامعة البويرة، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية.

XII. نوع الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن الدراسة الوصفية التحليلية وهي "التي يقوم الباحث من خلالها بعمل دراسة متعمقة لأي ظاهرة أو مشكلة علمية ومن ثم القيام بوصف هذه الظاهرة بطريقة علمية وبالتالي يكون لديه القدرة على تقديم بعض التفسيرات العلمية والمنطقية لتلك الظاهرة من خلال مجموعة من البراهين

والشواهد التي من شأنها أن تساعد الباحث على وضع إطار وتصور محدد للمشكلة والإعتماد عليها بعد ذلك في تحديد نتائج هذا البحث¹.

XIII. منهج الدراسة:

المنهج هو الدراسة العلمية المنظمة عن ظاهرة معينة بإستخدام المنهج العلمي للوصول إلى حقائق وتفصيلها والإستفادة منها والتحقق من صحتها². كما أن المنهج هو مجموعة الخطوات المنظمة والعمليات العقلية الواعية والمبادئ العامة والطرق الفعلية التي يستخدمها الباحث لفهم الظاهرة وموضوع دراسته، فالمنهج يجب على سؤال مفاده كيف يمكن حل مشكلة البحث والكشف عن جوهر الحقيقة والوصول إلى قضايا يقينية لا يشوبها إحتمال ولا شك³.

ويرتبط المنهج بنوع الدراسة المراد البحث فيها بحيث يتلاءم العديد من المشاكل التي تواجهنا في الدراسة والمنهج الوصفي يعتبر المنهج المناسب ويعرف على أنه من الأساليب الشائعة للإستخدام بين الباحثين فهو يهدف إلى تحديد الوضع الحالي لظاهرة معينة ومن ثم يعمل على وصفها فهو يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع⁴.

للإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إعتمدنا على الدراسة الميدانية لأننا نهدف من خلالها للوصول إلى معلومات موضوعية إلى أبعد الحدود حول إعلام المواطن أما عن المنهج المتبع فقد إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، ففي كثير من الأحيان يكون أفضل أسلوب للتعرف على معتقدات الأفراد أو

¹ _الدعليج ابراهيم بن عبد العزيز، **مناهج و طرق البحث العلمي**، دارصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص75.

² _عبد الوهاب خالد، **مذكرة ماجستير بعنوان "الاشهار و الثقافة الاستهلاكية في الجزائر، مؤسسة جازي نموذجاً، كلية الإعلام، جامعة وهران، 2006-2007، ص92.**

³ _سريسي أمال، **مفهوم اللغة في ضوء مناهج البحث اللغوية**، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب بالبليدة، 2012، ص22.

⁴ _سيف الدين فهد غاري سعاني، **مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، 2014، ص93.

كيفية تصرفهم حيال ظاهرة ما، بتوجيه الأسئلة إليهم، وهذه الحقيقة تجعل من المنهج الوصفي أكثر مناهج العلوم الاجتماعية إستخداما وتطورا.

ويعرف المنهج على أنه مجموعة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي يمكن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة، وهو أداة إختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحققها¹.

وهو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. ويعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة².

والمنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات الوصفية في بحث إتجاهات وآراء المبحوثين حول قضايا معينة.

والمنهج هو منهج علمي يبحث في الحصول على معلومات تتعلق بالحالة الراهنة للظاهرة موضوع الدراسة، وذلك لتحديد طبيعة تلك الظاهرة والتعرف على العلاقات المتداخلة في حدوثها ووصفها وتصويرها وتحليل المتغيرات المؤثرة في تكونها ونموها، أو هو صفة البحث التي تستهدف الوصف الكمي أو الكيفي لظاهرة إجتماعية أو إنسانية أو إدارية أو مجموعة من الظواهر المترابطة معا من خلال إستخدام أدوات جمع البيانات المختلفة. ويتسم الوصف بالآتي:

- (1) إعتداد الوصف العلمي على التحليل والموضوعية.
- (2) إرتباطه بالواقع قدر الإمكان.
- (3) يستخدم الأسلوب الكمي والكيفي أو الإثنين معا.
- (4) أكثر إنتشارا في العلوم الإجتماعية والإنسانية.
- (5) يساعد على التنبؤ بمستقبل الظاهرة.
- (6) يهتم بجمع كم كبير من المعلومات عن الظاهرة.
- (7) جيد في تفسير واقع الظاهرة أكثر من إيضاح أسبابها والمؤثرات عليها.

¹ _ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 3002م، ص28.

² _ السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه، القاهرة، مكتبة الفلاح، 2003، ص511.

8) يرتبط التعميم فيها بحدود ضيقة (لتبدل المتغيرات).

XIV. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

تحديد مجتمع البحث أهم خطوة يقوم بها الباحث في دراسته لأن مجتمع البحث يتطلب دقة عالية لأن البحث وإجراءاته وتصميمه ونجاحه يتوقف عليه كما أن الباحث يواجه مشاكل وصعوبات عندما لا يحدد ويضبط مجتمع بحثه وعينته التي يجري عليها البحث.

"إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات أو هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي¹.

إن القصد بمجتمع البحث كما عرفه الباحثون مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات، العناصر الوحدات المحددة مسبقا، حيث تنصب الملاحظات أي أن تعريف مجتمع البحث حسب الباحثين هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث².

ويمثل مجتمع البحث جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، وقد يكون مجموعة من البشر إذا كان موضوع البحث (دراسة حجم الأسرة، وعلاقته بمستوى الدخل مثلا، وقد يكون سكان مدينة ما أو قرية³.

¹ _ أنجرس مورييس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد سمرأوي، كمال بوشرق، سعيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص298.

² _ بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص99-166.

³ _ عاطف عدلي، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط7، مكتبة فيروز المعادي، توزيع دار الفكر العربي، مدينة نصر 2010، ص94.

ويقصد بالمجتمع جميع الأحداث أو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة ومجتمع الدراسة جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو الحيوانات أو النباتات أو المواضيع.

لا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات وإنما يعوض عن ذلك بدراسة العينة.¹ ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في النخبة الأكاديمية لجامعة البويرة أي أساتذة جامعة البويرة.

_عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها المجموعة التي يختارها الباحث من أفراد المجتمع ويجب أن يحدد حجم العينة وسبب إختيارها بصورة مقنعة وقد يستعين الباحث بالبحوث والدراسات والخبرات السابقة في تبرير إختياره لعينه بحثه وهي عدد محدد مأخوذ من مجموعة أكبر بغرض الدراسة والتحليل على إفتراض أنه يمكن الأخذ بها كمؤشر للمجموعة ككل أوالمجتمع.²

قبل إجراء البحث على كامل مفردات المجتمع يتم إختيار تلك المفردات بطريقة معينة وعن طريق دراسة ذلك الجزء يمكن تعميم النتائج التي يتم الحصول عليها على مجتمع الدراسة الأصلي وتم الإعتماد في دراستنا على الإختيار العمدى أو القصدى كمفردات العينة غير الإحتمالية التي يتم إتباع قواعد حسابية في إختيارها.

وهناك من يعرف العينة القصدية أو العمدية وتقوم على الإختيار المقصود لعينة من الأفراد إعتقادا على خبرة الباحث وإجتهاده مثل إختيار طلبة كلية أو إثنين من كليات الجامعة على أساس أنها تمثل المستوى الثقافي العام لطلبة الجامعة ومن الواقع أنه إذا كان الغرض من البحث هو الحصول على تقدر المستوى الثقافي العام وكنتناج تقريبية يمكن اللجوء إلى العينة القصدية أو العمدية أما إذا كان

¹ _ ذياب موسى، المرشد إلى كتابة الرسائل الجامعية ، ط1، الاكاديميون للنشر والتوزيع ، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان، 2014، ص 121.

² _ دعمس مصطفى، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر و التوزيع، الاردن، 2008، ص201.

الغرض هو تحديث المستوى الثقافي والحصول على نتائج دقيقة وتعمم النتائج فلا بد من اللجوء إلى العينات الإحصائية وذلك لأنها تمكننا من قياس الأخطاء والتحكم بها إلى حد بعيد¹.

ومن أهم الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار العينة القصدية سهولة الوصول إلى مفردات العينة وعدم إستغراق وقت طويل.

في دراستنا إعتدنا على العينة القصدية في عينة متاحة من أساتذة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة البويرة، قدرت بـ 80 مفردة حيث تم توزيع الإستمارات لأساتذة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البويرة.

XV. أدوات جمع البيانات:

في أي دراسة يحتاج الباحث إلى أداة أو أدوات البحث عدة من أجل دراسة الموضوع المراد وتحقيق النتائج المطلوبة يجب الإعتماد على أدوات البحث وفي دراستنا هذه إعتدنا على أداة الإستبيان بشكل أساسي والملاحظة بشكل ثانوي.

تعتبر الإستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، ولقد إعتدنا في هذه الدراسة على أداة الإستبيان أو الإستقصاء التي وزعت على عينة من أساتذة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة البويرة، ويعتبر الإستبيان أكثر أدوات جمع البيانات إستخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الافراد المجتمعين، وتعرف أيضا إستمارة الإستبيان بأنها عبارة عن نموذج يضم مجموعة من الاسئلة أو العبارات المحددة والمرتبة ترتيبا موحها ومحددا، يحضرها الباحث بعناية ويقدمها إلى مجموع المبحوثين من أجل الحصول على إجابات تتضمن معلومات وبيانات حول موضوع أو مشكلة بحثه².

¹ _ صالح السامرائي نبهة، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية _ نموذج لكتابة الأطروحة والدفاع عنها، دار الجنان للنشر والتوزيع ،عمان، 2014، ص126.

² _ يسمينة خدنة، أطروحة الدكتوراة في علم الاجتماع البحث العلمي في الجامعات الجزائرية من خلال مذكرات تخرج طلبة الماجستير، تخصص ادارة الموارد البشرية ،سطيف، 2017، 2018، ص 211.

ويعرف الإستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن الوصول إلى حقائق جديدة عن الموضوع وتؤكد معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق والأسلوب المثالي في الإستبيان هو أن يحمله الباحث بنفسه إلى الأشخاص ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تفيد البحث¹.

وفي دراستنا إعتدنا على الاستبيان الورقي لأنه يتماشى مع طبيعة دراستنا من أجل الحصول على معلومات دقيقة وواضحة وتساعدنا في فهم موضوع دراستنا، والإستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة الأسئلة التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد للموضوعات قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما يبحث عليه أو في شكل معلومات عن كيفية تغيير مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة.

وتتضمن إستمارة بحثنا مجموعه من المحاور يتم عرضها على المبحوثين بهدف الحصول على إجابات وتمثلت محاور الإستمارة كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن من طرف الأساتذة و علاقتها بالمصادقية.

المحور الثالث: أنماط إستخدام الأساتذة لإعلام المواطن.

المحور الرابع: التقييمات والإشباعات التي يحققها إعلام المواطن للأستاذ الجامعي.

المحور الخامس: فروق إتجاهات إعلام المواطن.

¹ _يوحوش عمار ومحمود محمد، مناهج البحث العلمي و إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

1995، ص 56 _57.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تمهيد
- المبحث الأول: ماهية الإتجاه
- المطلب الأول: مفهوم الإتجاه
- المطلب الثاني: خصائص الإتجاهات
- المطلب الثالث: مراحل تكوين الإتجاهات
- المطلب الرابع: وظائف الإتجاهات
- المبحث الثاني: النخبة بين النظري والواقع
- المطلب الأول: مفهوم النخبة
- المطلب الثاني: نشأة النخبة في بعض المجتمعات والحضارات
- المطلب الثالث: مميزات النخبة وأنواعها ودورها
- المطلب الرابع: النخبة الجزائرية
- المبحث الثالث: إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية
- المطلب الأول: تعريف إعلام المواطن
- المطلب الثاني: نشأة وتطور إعلام المواطن
- المطلب الثالث: سمات ومميزات إعلام المواطن
- المطلب الرابع: مضامين ومبادئ إعلام المواطن
- المطلب الخامس: إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية
- خلاصة الفصل

تمهيد

أدى التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وظهور الوسائط المتعددة، التي مكنت من دمج كل أشكال البيانات ومعالجتها ونشرها وإندماجها مع مواقع التواصل الاجتماعي إلى تأثيرات كبيرة على قطاع الإعلام والاتصال في كل دول العالم، حيث نتجت عنه أنماط جديدة من الممارسات الصحفية التي أثارت جدلاً بين المهنيين والأكاديميين، بعدما تحول المواطن إلى صحفي له القدرة على الحصول على الأخبار والمعلومات ومعالجتها ونشرها للجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، ومن خلال وسائل الإعلام التقليدية نفسها، نتيجة إمتلاكه للتكنولوجيا وقدرته على التحكم فيها.

ومن هذا المنطلق نحاول في هذا الفصل دراسة إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن ومعرفة درجة ثقتهم فيها، وتم تقسيم هذا الفصل تطرقنا لثلاث مباحث المبحث الأول يتمثل في ماهية الإتجاه، أما الإتجاه الثاني يتجلى في النخبة بين النظري والواقع، أما المبحث الثالث يتوضح في ماهية إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية.

المبحث الاول: ماهية الإتجاه

المطلب الأول: مفهوم الإتجاه

صنف الباحثون وعلماء التعاريف الخاصة بمصطلح الإتجاه إلى قسمين:

حيث يعتبر النوع الأول أن تعريفات الإتجاه مفهوما بسيطا، ذو بعد واحد أي أنه يشير إلى الجانب الوجداني أول التقويمي فقط، أو الذي يتبناه الإنسان إتجاه الأشخاص أو الموضوعات والأشياء من حوله وهناك من يعتبره تكويننا فرضيا يشير إلى توجه ثابت أو تنظيم مستقر إلى حد ما لمشاعر الفرد ومعارفه وإستعداده للقيام بأعمال معينة نحو أي موضوع من موضوعات التفكير ويتمثل في درجات القبول أو الرفض لموضوع معين، يمكن التعبير عنه لفظيا أو أدائيا¹.

وقد عرفه زهران بأنه تكوين فرضي، أو متغير كامن أو متوسط يقع بين المثير والإستجابة وهو عبارة عن إستعداد نفسي أو تهيئ عقلي عصبي متعلم للإستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الإستجابة².

يستخدم مصطلح الإتجاه في معاني مختلفة فقد يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة، أما في الدراسة العملية فيستعمل كمرادف للرأي أو الميل أو القيمة.

وأن " إتجاه الفرد نحو أي موضوع عبارة عن موقف يتخذه حيال هذا الموضوع وكل فرد له إتجاهات واسعة ومتعددة إتجاه موضوعات مختلفة في العالم المحيط بنا، فنحن لنا إتجاهاتنا نحو الناس والجماعات والمنظمات الإجتماعية والسياسية والإقتصادية كما أن لنا إتجاهاتنا نحو الفن والفلسفة والدين وغير ذلك، وكل فرد أيضا له إتجاهاته نحو نفسه³.

¹ _ زين العابدين درويش، علم النفس الإجتماعي أسس تطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص 91.

² _ حسن صادق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28 العدد 3-4 سوريا، 2012، ص 304.

³ _ جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط 1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 1994 ، ص 256 .

وهو نوعية للتفكير أو الشعور أو التصرف إيجابيا أو سلبيا نحو الأشخاص أو الأشياء في بيئتنا " فالكريم ذو إتجاه إيجابي من الكرم لأن خبرته تجيب إليه أن يكون كريما بينما يعد البخيل ذا إتجاه سلبي من الكرم، وإتجاه الطفل من أمه إيجابي بينما يكون إتجاهه من راشد ألقى الرعب في نفسه سلبيا¹.

أما بوجاردس فيعرف الإتجاه بأنه: " ميل الفرد الذي ينحو سلوكه إتجاه بعض عناصر البيئة بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقربه من هذه العناصر أو بعده عنها².

وهذا التعريف يشير إلى مستويين للتأهب وهما:

التأهب المؤقت أو اللحظي: وينتج بطبيعة الحال من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها، ويمثل ذلك إتجاه الجائع نحو الطعام، في لحظة إحساسه بالجوع، وينتهي هذا التمييز المؤقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع. التهيو طويل المدى: ويتمز هذا الإتجاه بالثبات والإستقرار، ويمثل ذلك إتجاه الفرد نحو صديق له، فهو ثابت نسبيا، لايتأثر غالبا كمضايقات عابرة وذلك فمن أهم خصائص هذا النوع من الإتجاهات أنه تأهب أو تهيو، له صفة الثبات أو الإستقرار النسبي الذي يتبع بطبيعة الحال تطور الفرد في صراعه مع البيئة الإجتماعية والمادية، وعليه فالإتجاهات حسب هذا التعريف هي حصيلة تأثير الفرد بالمشيرات العديدة التي تصدر عن إتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة والتراث الحضاري للأجيال السابقة، كما أنها مكتسبة وليست فطرية وهناك فريق من العلماء الذين ركزوا في تعريفهم الإتجاهات على طبيعتها خاصة من النواحي الإجتماعية، ومثال ذلك تعريف كامبل الذي يشير إلى أنه: " عبارة عن ترابط الإستجابة بالنسبة للفرد نحو مجموعة من المشكلات الإجتماعية سواء كانت إستجابة سلبية أو إيجابية إزاء موضوع إجتماعي معين ونجد تعريف حامد زهران يعرف الإتجاه بأنه عبارة عن تنظيم مستقر للعمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية لدى الشخص نحو الموضوعات التي ترتبط بعالمه الخاص³.

¹ _ خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية، دراسة ميدانية بنوادي الأنترنت بولاية قسنطينة، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص62.

² _ محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 207.

³ _ حامد زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 1972، ص17.

أما التعريف المعتمد عند علماء الإعلام والإجتماع فيعتبر أن الإتجاه لا يختصر فقط على الجانب العاطفي فقط أو التقويمي للأمر بل يتضمن جانبيين آخرين هما المكون المعرفي والسلوكي وفي ظل هذا التعريف عرف الإتجاه بأنه حالة من الإستعداد والتأهب العصبي، والذي تنظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي على إستجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي يثيرها هذا الإتجاه والتي قد تكون إيجابية أو سلبية أو محايدة¹.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الإتجاه هو مجموعة من المعتقدات التي تتألف من تأكيدات توضح الميل نحو أشياء محددة حول موضوع (موقف معين) بوصفها مرغوبا بها أو خاطئة غير مرغوب بها، فيعزف عنها، لذلك فإن الإتجاهات مجموعة من المعتقدات التي تعبر عما نحب ونكره وتشمل مشاعرنا وآراءنا مع الآخرين والموضوعات والحوادث التي تمر بها.

إن التعريفات المختلفة للعلماء حول مفهوم الإتجاه راجع إلى تغيرات المواضيع والمكونات العقلية والنفسية والتجارب الإجتماعية، فكل فرد بحد ذاته يختلف ثقافيا وعلميا ونفسيا وعليه فإن إختلاف الإتجاه والأفكار تجاه موضوع معين يرجع إلى عدة عوامل كما أشرنا سابقا.

المطلب الثاني: خصائص الإتجاهات

باعتبار الإتجاهات دافع لسلوكه في مختلف مناحي الحياة ولارتباطه بالإنسان منذ طفولته وجميع مراحل حياته وهذا ما جعلها من أهم المتغيرات الذاتية وفيما يلي نذكر أهم هذه الخصائص التي عددها علماء الإجتماع والإتصال حسب تعبير الباحث بورحلة سليمان:²

الإتجاهات مكتسبة وليست فطرية، أي يكتسبها عن عادات، لأن في حالة الإتجاهات يكون الشخص واعيا بها، بجانب أنه من الممكن التعبير عنها بالكلمات وبدون أن يتحتم تحويل التعبير اللفظي إلى سلوك عملي وفوري.

¹ _ صدقي محمد موسى، اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا رسالة ماجستير، 2009، ص 16.

² _ بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008، ص 126.

الإتجاهات ليست عابرة، وهي لا تتغير بسهولة أو بسرعة، ولا تخضع لظروف التنبيه الخارجي، فبعد أن تتكون الإتجاهات لدى الشخص تصبح مستقرة ودائمة.

الإتجاهات تمثل علاقة مستمرة بين الذات وموضوعات محدد ومجسدة في أشخاص أو أشياء أو نظم معينة.

تتسم الإتجاهات بأن المبادئ التي تتحكم في تكوينها إتجاه موضوعات فردية، هي نفسها المبادئ التي تحكم تكوين إتجاهات الشخص نحو موضوعات إجتماعية أو تنبيهات إجتماعية.

ويضيف الباحث صدقي محمد موسى مجموعة من الخصائص التالية:¹

الإتجاهات تمثل علاقة مستمرة بين الذات وموضوعات محددة ومجسدة في الأشخاص أو أشياء أو نظم معينة.

الإتجاهات ثابتة نسبيا ومن الصعب تغييرها أو تعديلها لأنها مرتبطة بالإطار العام للشخصية.

لا يلاحظ مباشرة ويستدل عليه من خلال تصرفات الفرد وسلوكياته قولاً أو فعلاً.

تتباين قوة الإتجاه أحيانا يتسم بالضعف وأحيانا بالقوة والثبات.

يتكون من ثلاثة عناصر وهي: المعرفية، الإنفعالية والسلوكية.

وعليه يمكننا القول بأن الإتجاه مكتسب وليس موروثاً أي يكتسبه الفرد من خلال تجاربه وممارسته اليومية ومتعلق بالمهارات والخبرات والتجارب الذاتية أو الجماعية وتختلف درجة ثبات الإتجاه بحسب تعدد مكوناته وكذا ترابطها وإتساقها فيما بينها ويتراوح إتجاه الفرد من موضوع ما أو فكرة ما بين الإيجاب أو السلب.

¹ _ صدقي محمد موسى، مرجع سابق، ص 117.

المطلب الثالث: مراحل تكوين الإتجاهات

من خلال الخصائص السالفة الذكر يتضح لنا أن تكون الإتجاه يمر بالمراحل الثلاثة التالية:

أولاً: المرحلة الإدراكية المعرفية: وفيها يدرك الفرد مثيرات البيئة ويتصرف بموجبها فيكتسب خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطار معرفي له¹.

وبذلك يكون الإتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الإجتماعية، التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، فمثلاً قد يتبلور الإتجاه في نشأته حول أشياء مادية، كالبيت المريح أو الحديقة الهادئة وحول نوع خاص من الأفراد، كالأخوة، الأصدقاء والجيران وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة والنادي، أو حول بعض القيم الإجتماعية كالشرف، الكرم، التضحية... إلخ².

ثانياً: مرحلة نمو الميل نحو شيء معين: وتسمى بالمرحلة التقويمية، وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه عنها فضلاً عن الكثير من أحاسيسه ومشاعره التي تتصل به، ومعنى ذلك أن هذه المرحلة تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية،³ وهي بمثابة إصطدام بالإطار المرجعي حيث يتم الدمج بين الإستعدادات الشخصية والقوانين الإجتماعية فيتم قبول الإتجاه أو رفضه وفي حالة قبوله يتم الانتقال إلى المرحلة الثالثة.

ثالثاً مرحلة الإختيار والتفضيل: ويمكن القول بأنها مرحلة الثبات والإستقرار وهي المرحلة التي يصدر فيها الإنسان القرار بالنسبة للرسالة أو المعلومة وفي هذه المرحلة يتم تبيان الشكل الذي أصبح عليه الإتجاه سواء كان ذلك من خلال التعبير اللفظي أو الأداء السلوكي⁴.

يمكن القول أن الإتجاه توجه فكري يمكن أن يتجسد على شكل سلوك أو ردة فعل واضحة تتكون عبر ثلاث مراحل أساسية بدأ بالإدراك للموضوعات والجوانب المكونة للإتجاه ثم تنمو هذه الأفكار بفعل

¹ _ خضرة واضح، مرجع سبق ذكره، ص 63.

² _ جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1994، ص 273.

³ _ نفس المرجع، ص 273.

⁴ _ صدقي محمد الموسى، مرجع سابق، ص 18.

التجارب الشخصية للفرد أو التجارب المشتركة بينه وبين بيئته، ليقوم في المرحلة الثالثة بتبني رأي أو إتجاه معين حول الموضوع ويدافع عنه إما بالقبول أو الرفض.

المطلب الرابع: وظائف الإتجاهات

إن تكوين الإتجاهات يؤدي إلى تحقيق وظائف أخرى يصنفها كاتز كالآتي:¹

وظيفة نفعية: تؤدي إلى تحقيق أهداف قيمة إجتماعية، وبالتالي فقد تؤدي إلى ثواب إجتماعي يتضمن موافقة الآخرين أن الإتجاهات تقوم بوظيفة توافقية.

وظيفة دفاعية: كوسيلة لحماية الفرد نفسه بإنكار نقائصه والدفاع عن مفهوم الذات، فإتجاهات التعصب مثلا تساعد على الإحتفاظ بمفهوم الذات بواسطة المحافظة على الشعور بالتفوق على الآخرين.

✓ **وظيفة تعبيرية:** حيث يتمكن الفرد من التعبير عن القيم التي يتمسك بها دون غيرها، وبينما تشير الوظيفة الدفاعية إلى إنكار الفرد لحقيقة ذاته بحيث يحجب عن نفسه المعرفة بذاته، فإنه في حالة الوظيفة التعبيرية يحاول الإعتراف بالتزاماته والتعبير عنها بوضوح. إن الثواب الذي يظفر به الفرد بهذه الوظيفة ليس مجرد السند الإجتماعي بل هو أيضا تأكيد وإثبات أكثر للمظاهر الإيجابية لمفهوم الذات لديه.

✓ **وظيفة معرفية:** المعرفة تمثل العنصر المعرفي في الإتجاهات وهو الذي يمنح صفة التماسك للنخبة ويحدد إتجاهاتها، وهكذا تعيين الناس في التنبؤ والإتفاق والإستقرار في إدراكهم للعالم ومن خلال ما سبق، نستنتج أن للإتجاهات دور كبير في حياة الإنسان بإعتبار ما وجهه لسلوكياته في مختلف نواحي الحياة، وكذلك لإرتباطهم بالإنسان في مختلف مراحل عمره، فالإتجاهات دائمة وبالتالي فإن تأثيرها مستمر كما أن تأثيرها بالبيئة هو الآخر دائم ومستمر.

كما أن الإتجاه يمكن الفرد من التكيف مع البيئة إذ يجعله قادرا على تقدير المنبهات وتقييمها في ضوء أهدافه وإهتمامه مما يجعله يستطيع تصنيف الأفعال والموضوعات في البيئة مكون للإستجابة المتاحة للملائمة المرتبطة بهذه الأشياء، وهكذا تمر الإتجاهات الفرد بنظرة عامة للعالم يرى من

¹ _ كامل محمد عويضة، علم النفس الاجتماعي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996، ص 117.

خلالها الآخرين والأحداث بشكل يبدو تصورا طيبا عن ذاته مما يعني حماية مفهومة عن ذاته من التشويه، لذا يطلق البعض على هذه الوظيفة "الدفاع عن الذات".

✓ **الوظيفة الذرائعية:** فالفرد يعبر عن اتجاهاته كي يقدم نفسه للآخرين ممن يشكلون جماعة سواء كانت التي ينتمي إليها أو كانت التي لا ينتمي إليها، وإما يقيم هؤلاء الآخرين وأفعالهم في كلتا الحالتين يسعى من خلال تعبيره هذا إلى الحصول على عائد ما.

- التعبير عن القيم: فإتجاهات الفرد تعبر عن مفهوم متكامل عن ذاته وتدعمه مما يمكنه من إمتلاك قيم والتعبير عنها بشكل يحقق الرضا.

- مصدر المعرفة: إذ تمكن الإتجاهات الفرد من فهم العالم المحيط به لأنها تمدّه بإطار دلالة (مرجعي) يضفي على الأحداث الجارية مما يجعله قادرا على توقعها وبالتالي يشعر بأنه أكثر كفاءة عند التعامل معها، وتقدم دراسات حديثة الدليل على هذه الوظائف، وبعض البحوث يدمج وظيفة الإتجاه الذرائعية مع وظيفتها كمصدر للمعرفة تحت مسمى النفعية¹.

وفي الأخير يمكن القول بأن الإتجاه ينشأ لتلبية إحتياجات ووظائف متعددة، منها ما هو نفسي عاطفي ومنها ما هو سلوكي عملي ومنها ما هو معرفي قيمي.

المبحث الثاني: النخبة بين النظري والواقع

المطلب الأول: مفهوم النخبة

إن تعريف مصطلح النخبة مصطلح مشتق من إنتخب أي إختار ومنه فإن النخبة ترمز إلى الشيء أو الشخص المتميز أوالمختار.

فقد تعددت التعاريف الخاصة بمصطلح النخبة وهي كالآتي:

_ تعرف النخبة لغويا بأنها : مفردة النخبة مشتقة من نخب وإنتخب، ينتخب، إنتخابا ويقال : نخب الرجل الشيء نخباً وإنتخبه أي إختاره وانتقاه بمعنى الإنتخاب والإنتقاء . بينما عرف إبن منظور النخبة

¹ _ قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماجستير كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة ، 2010_ 2011، ص 106.

في قاموس لسان العرب بأنها إشتقت من نخب¹. وإنتخب الشيء بمعنى إختاره ونخبة القوم هم خيارهم وإصطفى الشيء بمعنى إختاره واستخلصه كما أن كلمة "النخبة" والصفوة مشتقة من صفا، يصفو، صفوا. ويقال صفا فلان " من يرى بأن مفردة "الصفوة القدر بمعنى أخذ وإستخلص ما فيها، والمصطفى هو المختار والصفى هو النقي من كل شيء.

- أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة النخبة Elite مشتقة من الأصل اللاتيني الذي يعني قطف وإختاروا.

- أما معنى النخبة في اللغة الإنجليزية والألمانية فإنه يشبه نفس المعنى المستعمل في اللغة الفرنسية غير أن هذه المفردة في اللغة الإسبانية فهي مشتقة من LOS MAS SELECTO²

إصطلاحا: يرى "توماس بوتومور" أن أقدم إستخدام لكلمة "نخبة" في اللغة الانجليزية وفقا لقاموس أكسفورد كان في سنة 1823، حيث تم توظيف مفهوم "النخبة Elite" في القرن السابع عشر لوصف السلع ذات النوعية الممتازة، ثم إتسع هذا المفهوم للدلالة عن الجماعات الإجتماعية العليا كبعض الوحدات العسكرية العليا أو المراتب العليا من النبالة³.

_ و في تعريف جير روشيه Rocher. G. " بإعتماده على غالبية آراء الباحثين والدارسين تعني: الصفوة تضم أشخاصا وجماعات، والذين بواسطة القوة التي يمتلكونها أو بواسطة التأثير الذي يمارسونه سواء كان ذلك عن طريق إتخاذ القرارات أم بالأفكار، والإحساسات والمشاعر التي يبدونها أو التي يتخذونها شعارا لهم⁴.

¹ _ ابن منظور، لسان العرب، ج 4 ص 6، دار المعارف، القاهرة، ص 4.

² _ عبدالله كبار، النخبة الجامعية و المجتمع المدني في الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013، ص 2.

³ _ وتومور توماس، الصفوة والمجتمع: دراسة في علم الإجتماع السياسي، ترمجد الجوهري وآخرون، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1988، ص 25.

⁴ _ نعمان عباسي، الحكم الراشد وأولوية ترتيب المشهد النخبوي الجزائري. مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة سكيكدة، عدد 10، سبتمبر 2010، ص 116.

كما عرفها مجموعة من الباحثين في مختلف المجالات كل حسب مجاله وتمثلت فيما يلي:

✓ **فالفريدو باريتو** يرى بأن النخبة هي مجموعة صغيرة من الأفراد الذين نجحوا في مجالات الحياة الاجتماعية وإستطاعوا أن يرتقوا في بنية التراتب الاجتماعي وأن يقوموا بإنجازات في المجال المهني حيث أن هذه الفئة تنبثق من المجتمع لتقوده وتحكمه فلا يعقل أن يبقى أفراد المجتمع بدون قيادة¹.

✓ **جيتانو موسكا**: تسائل "جيتانو موسكا" عن سبب إحتكار السلطة من طرف أقلية صغيرة العدد وهذا ما دفعه إلى الإعتقاد بأن التاريخ ما هو إلا سيطرة الأقلية على الأغلبية، وهو بذلك عمل على توظيف مفهوم الطبقة السياسية للدلالة على مفهوم النخبة غير أنه قام بتفريغ مفهوم الطبقة من مضمونه الإقتصادي كما كان يراه الماركسيون. حيث إنطلق "موسكا" من الفكرة التي مفادها بأن ممارسة السلطة تحتاج إلى القوة، من أجل إضفاء الشرعية على وجودها تحتاج إلى الإيديولوجية الديمقراطية التي تبرر بأن ممارسة السلطة في الواقع الاجتماعي إنما تحدث بسبب وجود أقلية تسمى "الطبقة السياسية" أو الطبقة القائمة وبالتالي تتحول هي في حد ذاتها إلى نخبة حاكمة².

شدد موسكا، على الخصائص الاجتماعية، والشخصية للنخب. وقال إن النخب هي أقلية منظمة، وأن الجماهير أغلبية غير منظمة تتكون الطبقة السائدة من النخبة.... يؤكد موسكا، على أن النخب لديها تفوق فكري، وأخلاقي، ومادي، يحظى بتأثير وتقدير كبير³.

✓ **وعرفها كمال المنوفي بأنها**: مجموعة من الأفراد الذين يمتلكون مصادر وأدوات القوة السياسية في المجتمع، بحيث تستطيع التحكم في رسم السياسة العامة وضع القرارات الرئيسية في المجتمع⁴.

¹ _ بلقيس أحمد منصور، النخبة السياسية الحاكمة في اليمن (1978-1990) ط1 ، مكتبة مدبولي القاهرة، مصر، 1999، ص 29 .

² _ عبد الله كبار، النخبة الجامعية و المجتمع المدني في الجزائر، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013، ص 3.

³ _ الموسوعة الحرة ويكيبيديا من <https://short-link.me/rd4M> في 11.45 2023/05/01

⁴ _ منير الطبي، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات النخب الجزائرية نحو القضايا السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، ص239.

✓ أما الدكتور خالد التميمي فقد عرفها في كتابه " الصفوة العراقية بين النجاح والفشل ": بأنها: هرم رأس المجتمع وأخياره وقادته وسادته في السلم والحروب، وتعرفهم معاجم العرب بأنهم خيارهم وخلصائهم، وأهل الحل والعقد، كما أطلقوا عليهم إسم النخبة وهو المختار الجيد من كل شيء، والقرآن المجيد قد أطلق عليهم إسم) الملأ (.. " يا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُؤْيَايَ.." سورة يوسف آية 30 .." قال الملأ من قوم فرعون أن هذا الساحر عليهما لأعراف- آية 109 : قال الملأ الذين إستكبروا من قومه الأعراف 34 88 ،..وهم في الغالب من الرجال البارزين في أي مجتمع، صغيرا كان أم كبيرا، لاسيما إذا كانوا من ذوي الجاه والثروة والوالد والأتباع، وممن عرفوا بالحكمة والمواهب المتميزة في السلم والحرب¹.

ومن خلال التعاريف السالفة الذكر نستنتج أن مصطلح النخبة يعني أنها مجموعة مصغرة من الأشخاص المسيطرين في المجتمع أي الذين يتوافرون على الثروة والقدرة فهم أصحاب المكانة المرموقة في المجتمع.

المطلب الثاني: نشأة النخبة في بعض المجتمعات والحضارات

إذا أردنا أن نغوص في مفهوم النخبة سنجد أنه من الصعب تحديد مفهوم واحد له وهذا نظرا لإرتباط هذا المصطلح بمحطات زمنية مختلفة، وهذا الذي دفع بالباحثين للإهتمام بالنخبة وبدورها بشكل عام سواء من حيث المصطلح ومعناه أو من حيث دور النخبة وتأثيرها في المجتمعات.

أن علماء الإجتماع والسياسة لم يتفقوا على تاريخ ونشأة مفهوم النخبة، وإن إتفقوا على أن ظهور النخبة ضارب في القدم وإستندوا في ذلك على تصميم الفيلسوف أفلاطون على أهمية أن تقود المجتمع فئة من النابهين رأيهم في الفلاسفة فضلا عن التأكيد على أن النخب كانت موجودة في كافة المجتمعات فهناك الكهنة المصريون، والذين إلى جانب الملوك كانوا يمثلون صفوة المجتمع المصري بإعتبارهم نوابا موفدين من قبل الملوك للمحافظة على الآلهة في المعابد ... ، وهكذا كان الأمر في المجتمعات القديمة حيث كان رجال الدين يمثلون نخبة المجتمع إلى جانب الأمراء وعلى هذا السياق

¹ _ خالد التميمي، الصفوة العراقية بين النجاح والفشل ، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الاردن عمان، 2011، ص11.

يمكن التأكيد على أن ظاهرة النخبة إرتبطت بالإنسان منذ الخليقة، وإن إختلفت صورها ونوعية النخبة نفسها فهي مرتبطة بسياق زمني وسياق مكاني يحدد نوعها ودورها¹.

ومما سبق ذكره إرتأينا بأن مفهوم النخبة لم يبق على شكل واحد بل إختلف من مرحلة إلى أخرى فمن الفلاسفة، وهذا ما أكده علي أسعد وطفة في قوله " مفهوم النخب موغل في القدم وإن كان قد ظهر بمسميات مختلفة عبر التاريخ القديم والحديث².

وأضاف في تقديمه لصور تجسد النخبة عبر التاريخ " وضمن هذا التصور الإنشطاري للمجتمع، نخب غالبا ما إتخذت النخبة -التي تهيم وتسود- لنفسها تسميات رصينة، مثل "الطبقة السائدة"، "الكهنة"، "العرفان" "الفرسان"، "النبلاء"، "الإقطاعيون"، "الأوليغارشية، البرجوازية، الأنتلجنسيا، "النخبة الحاكمة، "النخبة السياسية"، " الطبقة الحاكمة"، "الطبقة السياسية"، "أهل الحل والعقد"، "الأعيان"، "الأثرياء وكبار التجار"، "علية القوم"، وهذه التسميات هي تعبير عن مفهوم واحد للنخب في النخبة بالمقارنة مع جوهر الأمر عبر مراحل متعددة في التاريخ الإنساني³.

لذا فإن التطور التاريخي لمفهوم النخبة إختلف من فترة لأخرى فعند المصريين القدماء النخبة هم الملوك المفوضون من الآلهة أو الآلهة المتجسدة والحاشية المقربة منهم وكذا الكهنة.

أما عند السومريين فإن الملوك مفوضين من قبل الآلهة لحكم وتوجيه بقية البشر.

أما عن الصينيين القدماء فكانت النخبة تتجسد في طبقة الكهان والمنجمين.

كما كانت النخبة عند الإغريق تتمثل في الحكام والكهنة، كما أعطى أفلاطون تقسيما للمجتمع يصنف النخبة على معيار كفاءات العقلية والفكرية متجسدة في طبقة الفلاسفة والحكام وهم متميزون بالعقل والحكمة.

¹ _ أمينة علاق نخبة أم نخب، قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة قسنطينة، العدد 28 مارس 2017، ص3.

² _ علي أسعد، وطفة في مفهوم النخبة مقارنة بنائية، ط 1، مركز نقد وتنوير للدراسات الانسانية، ص 10.

³ _ علي أسعد وطفة، مرجع سابق، ص 10.

وكانت سلطة الملوك في أوروبا في العصور الوسيطة سلطة مطلقة، حيث كان يعلن عن الملك بصفته ممثلاً للرب في الأرض، وكان يتم تنصيبه من قبل رئيس الأساقفة، وسط مجموعة من الطقوس الدينية.

أما عند العرب في الجاهلية فكان لكل قبيلة مجلس قبيلة يديره شيخ القبيلة ويرأسه ويشارك فيه إشراف القوم وأوفرهم مالاً، وبعد الإسلام تغير هذا التصنيف لتصير النخبة هم الخلفاء وصحابة النبي صلى الله عليه وسلم والحكام وأهل العلم على إختلاف إختصاصهم¹.

المطلب الثالث: مميزات النخبة وأنواعها ودورها

1- مميزات النخبة:

تميز النخبة بخصائص عديدة ومتنوعة نذكر منها:

- التميز: ينظر أصحاب الإتجاه السلوكي في تناول النخبة ومنهم "باريتو" إلى أفراد النخبة بإعتبارهم عناصر يشكلون فئة تتوافر فيها مميزات النبوغ والتفوق والذكاء، والقدرة على القيادة والتميز على الآخرين في النشاطات التي يشرفون عليها وحسب نظرهم فإن هذه المميزات الذاتية هي التي تجعلهم في صدارة الطبقات الإجتماعية.
- التنظيم: من بين مميزات النخبة حسب أنصار الإتجاه التنظيمي في دراسة النخبة والذي نجد من بينهم "موسكا" وتلميذه "متشلز" إعتقادهم بأن أية مجموعة يمكنها الوصول إلى مصاف الفئة النخبوية، إذا توفرت فيهم القوة التنظيمية وتقديرها الدقيق لمصادر السلطة ومراكز القوة في المجتمع، وتعد هذه الميزة من بين أهم المميزات التي تختص بها النخب الحالية خاصة في عهد العولمة المبنية على المصالح والتحالفات.
- الإحتكار: تسعى النخب إلى إحتكار رؤوس الأموال المتوفرة لديها سواء كانت رؤوس أموال إقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو رمزية لأنها تشكل عامل قوة بيدها، وفي حالة ما إذا لم تتوفر لديها رؤوس الأموال هذه، ستسعى للحصول عليها بكل الطرق المتاحة.

¹ _ نفس المرجع، ص 10_ 15.

• **الدوران:** إن البشر هم صانعو التاريخ عبر ملاحظتهم وإنجازاتهم وأخطائهم، وهكذا فإنه كما يمكن الأفراد الانتقال من طبقة إلى أخرى عبر ما يصطلح عليه علماء الاجتماع بالحراك الاجتماعي فذلك الأمر بالنسبة للنخبة، حيث أنه يمكن الأفراد أن يدوروا بين نخبة واحدة، أو بمقتضى عملية تحتل فيها نخبة معينة مكان نخبة أخرى¹.

كما تميز النخبة بمجموعة من الصفات التي يمكن تحديدها فيما يلي:

- ✓ أقلية من أفراد المجتمع تحكم البلاد، وفق عامل وراثي أو وفق عامل الإستحقاق الشخصي.
- ✓ فئة تمتلك القوة والنفوذ والهيمنة والسيطرة على السلطة السياسية، كما تمتلك صنع القرار والتأثير في الآخرين.
- ✓ فئة من الأفراد المتميزة بمؤهلاتها وكفاءتها مقارنة بباقي الطبقات والفئات الاجتماعية الأخرى.
- ✓ تمثل أقلية بالنسبة للمجتمع، وتمتلك من الثروة والقدرات والمواهب مما يجعلها تتميز عن باقي الطبقات الاجتماعية الأخرى².
- ومنه نستنتج أن أبرز مميزات النخبة تمثلت في أنها نظرية تسعى إلى وصف وشرح علاقات القوة في المجتمع المعاصر، كما أنها فئة من الأفراد ذوي المؤهلات والثروة، بالإضافة لصنع القرار والتأثير في الآخرين.

2- أنواع النخبة:

للنخبة أنواع عديدة

- ✓ **النخبة السياسية:** حيث أن الكثير من الدراسات ركزت عليها كأقلية تتحكم في مقاليد السلطة، خاصة دراسات "موسكا" وتلميذه "متشلز" اللذان تناولوا الفئة التي تتحكم في السلطة، وعموماً يمكن القول بأن زعماء الأحزاب السياسية ورؤساء الحكومات والوزراء وأعضاء البرلمان ومجلس الشيوخ، كلهم يشكلون صدارة النخبة السياسية في المجتمعات المعاصرة.

¹ _ عبد الله كيار، النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائر، قراءة سوسيولوجية في جدلية الواقع والممارسة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 11، 2013، ص 220.

² _ جميل حمداوي، سوسيولوجيا النخب (للنخبة المغربية نموذجاً)، ط1، الشاملة الذهبية، 2015م، ص 109.

- ✓ **النخبة البيروقراطية:** وكذلك تسمى بالنخبة التكنوقراطية وهم مجموعة من الإداريين الذين تخرج أغلبهم من الجامعات ومراكز التكوين وبعد شغلهم لوظائف إدارية بواسطة الخبرة والترقية يرتقون إلى مصاف النخبة الإدارية التي تصبح من صانعي القرار الإداري والتسيير وإدارة الشأن العام.¹
- ✓ **نخبة رجال الأعمال:** تتكون هذه الفئة من أفراد تمكنوا عن طريق التجارة أو الصناعة أو السياسة أو المضاربة من تكوين ثروات بحيث أنهم يشكلون أرقاما مهمة في مجال المال والأعمال وهم أصحاب ممتلكات وعقارات وشركات وأرصدة مالية ضخمة وهم يتجمعون في إتحادات خاصة بهم، حيث ينظر إليهم بأنهم من أخطر النخب المؤثرة على صناعة القرار السياسي المحلي والدولي.
- ✓ **النخبة العسكرية:** ينظر إلى الضباط السامون بأنهم يشكلون نخبة القوات العسكرية حيث يتوزعون على قيادة الأركان أو كعمداء للنواحي العسكرية كما أن هناك من يرى بأن نخبة جنود القوات المسلحة إنما تكمن في "قوات القناصة" بالإضافة إلى "القوات الخاصة".
- ✓ **النخبة الدينية:** وتتمثل في القادة الدينيين ووجهاء الطوائف الدينية وعلماء اللاهوت والعقيدة وكل من يشكلون مراجع دينية أو أصبحوا زعماء لأتباع تجمعهم رابطة دينية، فمثلا يشكل بابا الكاثوليك وكاردينالات الفاتيكان نخبة المسيحيين، بينما يعد الفقهاء وعلماء الدين عند المسلمين نخبة النخب الدينية بلا منازع.
- ✓ **النخبة الرمزية:** يعتقد بعض الباحثين بأن هناك بعض النخب التي لا يتم إيلائها أهمية بالغة رغم أهميتها مثل رؤساء الأحزاب السياسية ونجوم الفن والسينما والرياضة... الخ. حيث إنهم يعتبرون كرموز ومرجعيات لمجموعة هائلة من الأتباع والمعجبين.
- ✓ **النخبة النسوية:** هناك من الباحثين من يرى بأن نساء العالم تقودها نخبا نسوية في إطار ما يسمى بالحركة النسوية والدفاع عن حقوق المرأة، كما أن السياسيين يعملون على توظيف ورقة النساء في الإنتخابات عن طريق إختيار قيادات ترمز لمطالب المرأة وذلك من أجل إستمالة هذه القوة الإنتخابية لصالح برامج الأحزاب المتنافسة مثلما هو حاصل حاليا في كل بلدان العالم تقريبا.²

¹ _ عبد الله كبار، مرجع سابق، ص 5.

² _ نفس المرجع ، ص 5 - 6.

✓ **النخبة الأكاديمية (المثقفة):** وتشمل جميع الأشخاص الذين حازوا على تعليم عال سواء في الجامعات أو في المعاهد أو في المدارس العليا، يشتغلون في مجال الفكر والثقافة، والذين نجد من بينهم الكتاب، الصحفيون، الروائيون، المفكرون، الفلاسفة، المنظرون، الأساتذة الجامعيون.¹

✓ المثقفون يمثلون في كافة المجتمعات تلك الجماعات القادرة على إبتكار ونقد ونقل الأفكار وغالبا ما تضم هذه الفئة مؤلفين، والفنانين، والعلماء والفلاسفة والمفكرين الدينيين والمتخصصين في النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين، ومن الجدير بالذكر أن هناك صعوبات عديدة تواجه دراسة صفوة المثقفين ولعل أهم هذه الصعوبات ما تعلق بتعريف هذه وتعيين الحدود المميزة لها إذ غالبا ما تختلط الجماعات المثقفة بما يعرف إصطلاحا "بالأنتلجنسيا"، ولقد إنتشر هذا المصطلح في روسيا خلال القرن التاسع عشر وإستخدم للإشارة إلى الذين تلقوا تعليما جامعيًا يؤهلهم للإنشغال بالمهن الفنية العليا ثم إتسع مدلوله بعد ذلك حينما إستخدمه عدد من الكتاب لكي يشمل كل أولئك الذين ينخرطون في مهن غير يدوية، وهو بهذا المعنى يعادل الطبقة المتوسطة الجديدة، التي نستطيع داخلها أن نميز شرائح عليا وأخرى دنيا.²

عرف طارق مخنان النخبة المثقفة بقوله: هي مجموعة من الأشخاص المتجانسين، يمتلكون رصيда معرفيا ولهم تكوين عالي، ويتمتعون بسلطة رمزية تخولهم التفكير في قضايا المجتمع، كما أن مفردة النخبة تحيل إلى نوع من الإنتخاب الإجتماعي بمجرد إمتلكه كفاءات نظرية وفكرية في المعارف والعلوم والتقنيات، ومفردة الثقافة تشمل قطاعات واسعة الأدب والفلسفة والعلوم الإجتماعية وحتى التقنية والبحثية، فالمثقف هو من يتعدى حدود إختصاصه للتكلم في قضايا تشمله كعضو في مجتمع يرتبط مصيريا بالإنتماء إليه.³ ويشمل تعريف النخب الثقافية هؤلاء الأكثر تأثيرا في مجال الإنتاج الثقافي والرمزي في المجتمع، ولاسيما الكتاب والمنظرون وأساتذة الجامعات والأدباء والشعراء والمفكرون والمنظرون والإعلاميون. ويتميز هؤلاء بطاقتهم الإنتاجية في مجال الفكر والثقافة كما يتميزون بتأثيرهم الكبير في الروح المعنوية والثقافية لشعوبهم. وغالبا مايميز الباحثون بين النخبة

¹ _ نفس المرجع، ص 5 .

² _ هشام محمود القداحي، سيكولوجية النخبة العليا والزعامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، ص 111.

³ _ طارق مخنان، أزمة غياب دور النخبة المثقفة الجزائرية في التغيير، مذكرة لنيل شهادة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2012، ص19.

الثقافية والمتقنين، فالمثقفون يشكلون طبقة واسعة من العاملين في حقل الثقافة ولكن النخبة منهم ترمز إلى أكثرهم تميزاً وتأثيراً وحضوراً في الحياة الاجتماعية والثقافية للمجتمع. وهذا يعني أن النخبة الثقافية تتشكل من كبار الأدباء والكتاب والمؤرخين والشعراء والفنانين الذي يلعبون دوراً مميزاً وحيوياً في مجال إختصاصاتهم الفكرية والمعرفية¹. وهو المقصود بالنخبة الأكاديمية.

من خلال ما تم ذكره نستنتج أن للنخبة أنواع مختلفة أهمها النخبة الاجتماعية وهي الطبقة العليا ذات الإهتمام الاجتماعي الأعلى في مجتمعهم، والنخبة الدينية التي تتمثل في القادة الدينيين ووجهاء الطوائف، أما النخبة السياسية فهي الجامعة التي بيدها مقاليد الأمور، بالإضافة إلى النخبة الأكاديمية والتي تشمل الأفراد المتعلمين والمتقنين.

3- دور النخبة:

من خلال تطور المجتمعات اتضح لنا أن النخب تقوم بأدوار ومهام متعددة وهي كالآتي² :

_ المفاهيم الأساسية والتصورات، والإجابة عن الأسئلة الوجودية.

- تأسيس وإنشاء التنظيمات.
- إختراع وإيجاد الوسائل التصويرية.
- خلق الثروات الضرورية وتنظيمها.
- بناء الشخصيات الخاصة وصقلها.
- تأسيس منظومات القيم و حمايتها وتطويرها.
- وضع الحدود والضوابط وتحديد الجزاءات.
- رسم الأهداف.
- تحديد العلاقات.
- تطوير المجتمع عن طريق التغيير الاجتماعي.

¹ _ علي أسعد وطفة، مرجع سابق، ص 43.

² _ مولود سعادة، النخبة والمجتمع تجدد الرهانات، مجلة الباحث الاجتماعي، قسم علم الاجتماع، جامعة باتنة، العدد 10، 2010، ص 102.

مما سبق نستنتج أن دور النخب عموما يتمثل في إنشاء التنظيمات وبناء الأهداف كذلك صقل الشخصيات الخاصة بالإضافة إلى تطوير المجتمع بواسطة التغيير الاجتماعي.

المطلب الرابع: النخبة الجزائرية

لا شك بأن أي مجتمع أو شعب ومن خلال تطوره وتقدمه إنما مر عبر مسار تاريخي وعبر مراحل متعددة، وهكذا فإن تشكل المجتمع الجزائري عامة، وتشكل حقله الثقافي إنما هو الآخر بمراحل والتي تأثر فيها بالحضارات الأخرى بدءا بالحضارة الفينيقية ومرورا بالفتح العربي الإسلامي، وصولا إلى الإستعمار الفرنسي وختاماً بالعودة الكونية، كما أن التاريخ أخبرنا بأن الفينيقيين الذين عمروا في شمال إفريقيا تركوا مؤلفات في الزراعة والهندسة وفنون التجارة والعمران... الخ، أما الرومان فقد تركوا وراءهم معالم حضارية مختلفة غير أن أفضل ما قدموه يتمثل في أعمال القديس " أوغسطين " ذو الأصول الجزائرية والذي يعد أحد أقطاب الإنتيلجنسيا في علم اللاهوت المسيحي، كما لا ننسى جهود الفاتحين العرب المسلمين الذين عملوا على تأسيس المدن والمساجد والكتاتيب وذلك من أجل نشر التعليم ومبادئ الدين الإسلامي الحنيف للسكان الأصليين للبلاد، كما أن صناعة العلم والعلماء والنخب قد عرفت إنتشارا كبيرا في عهد دولة الأندلس ودول المغرب الإسلامي (الفاطميين، الموحدين، المرابطين) حيث عرفت علماء موسوعيين مثل: ابن رشد، ابن خلدون... الخ، وغيرهم¹.

ومع تراجع دول المغرب الإسلامي، وسقوط دولة الأندلس، والدولة العثمانية فيما بعد والتي كللت بظهور الحركة الإستعمارية في العالم ووقوع الجزائر تحت الإستعمار الفرنسي قامت النخب القيادية الدينية بشن المقاومات الشعبية لمواجهة هذا الغزو، إن إستخدام مصطلح النخبة الجزائرية كان إبان الإستعمار الفرنسي مستعملا في الجرائد والصحف الفرنسية الداعية إلى سياسة الإدماج وما شابه ذلك.

عرف الشريف بن حبيلس جماعة النخبة فقال: "إنها ثريات الشبان المتخرجين من الجامعات الفرنسية، والذين كانوا قادرين بأعمالهم أن يصعدوا فوق الجماهير وأن يضعوا أنفسهم في مصاف ناشري الحضارة الحقيقيين وقد ميز بين الأغلبية من الكتاب العاديين ومساعدتي الصيدليين الفتيان وبين

¹ _ عبد الله كبار، النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011، ص 219.

الأقلية من الشبان الجزائريين الذين حصلوا على تعليم جاد والذين كانوا يحتلون مناصب في الخدمة الوطنية والجندية والتعليم والقضاء الإسلامي¹.

ويرى أبو القاسم سعد الله بأن النخبة الجزائرية التي ظهرت في أواخر القرن 19، أقلية من الشبان الجزائريين الذين تبنا أفكار الغرب ووسائل عيشه وطريقته في العمل وثقافته و تعليمه وأرادوا تحويل المجتمع الجزائري إلى مجتمع أوربي، في حين كان لهم ميول وروابط للدين الإسلامي وتقاليد المجتمع الجزائري، فهم إشتروا على فرنسا ألا تطلب منهم التخلي عن أحوالهم الشخصية كمسلمين وطالبوا بإلغاء قانون الجنسية سناتوس كونسليات، 1865 consult senatus رغم أن هذا المطلب رمزي في نظر البعض لكنه يمثل رمز تمسكهم بوطنيتهم².

ويكاد يجمع الكثير من الكتاب على أن النخبة الجزائرية كانت بطيئة الظهور ترجع الى أواخر القرن 19 حيث يعتبر أفرادها أنفسهم أقلية ممتازة منفصلة عن المجتمع الذي يتكون من أغلبية جاهلة من فالحين، مرابطين، وعلماء رجعيين وأعيان لكن هذه النخبة تتكون من المترجمين، المحامين الأطباء.. إلخ، وبذلك حدث الخلط بين الفئة الأولى التي تعتبر فئة برجوازية أو طبقة وسطى بينما تدل الثانية على الجماعة ذات الثقافة الفرنسية³.

ولم تكن النخبة التسمية الوحيدة فهناك من سماهم العمامات الشابة تميزا عن العمامات البيض، وكذلك "الشبان الجزائريين" على موضة تلك الفترة التي كان يتحدث فيها عن "الشبان الأتراك" و"الشبان المصريين" و"الشبان التونسيين" بينما أطلق عليها أبو القاسم سعد الله إسم النخبة، والبعض مصطلح "أنتلجانسيا والبعض الآخر مصطلح الليبراليين، وهذا الإختلاف في وضع تعريف موحد للشبان الجزائريين يرجع أساسا الى مكونات هذه الفئة، فهناك من يعرفها على أساس الطبقة الإجتماعية التي تنتمي إليها وهي الطبقة الوسطى أو البرجوازية الصغيرة، وفريق ثان أخذ بمعيار ثقافي للتفريق بينها

¹ _ لهاللي سلوى، ظهور النخبة الجزائرية و مرجعياتها، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، جامعة الجزائر 2، المجلد 1، العدد 1، 2013، ص 10.

² _ أبو القاسم سعد الله، الحركة الوطنية الجزائرية ج 2، ط4، دار المغرب الاسلامية، لبنان، ص163.

³ _ كمال خليل، المدارس الشرعية الثالث، التأسيس والتطور 1951، مذكرة ماجستير في التاريخ الحديث والمعاصر، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 123.

والطبقات الاجتماعية الأخرى¹ كما عرفها علي مراد "...بأنها جماعة تحسن اللغتين وينتمون إلى الطبقة المثقفة فأصبحت مشتتة بين حضارتين عربية وفرنسية².

يحدد جورج مارسلي فئات النخبة الجزائرية بقوله: "إنكم أنتم المتجذرون في التراب الجزائري والمخرجون من ثانوياتنا ومدارسنا، إنكم بثقافتكم أكثر منه بانتمائكم الاجتماعي تنتمون إلى ما يمكن أن نسميه بكل إستحقاق النخبة الأهلية، إن هذه النخبة التي لها مكانتها بالنسبة إلى جماهير الأهالي هذه النخبة المكونة من بع الأطباء، الشرفاء وبعض المحامين وبعض الصحفيين الأملعيين وكذلك المعلمين الذي يعون تماما دورهم في نشر الأنوار والواجب الذي عليهم تجاه فرنسا التي صنعت منهم مجانا ما هم عليه اليوم³.

ومنه تتمثل النخبة الجزائرية في مجموعة الشبان المكونين في الجامعات الفرنسية والذين كانوا قادرين بأعمالهم أن يرتقوا بين العامة، كما تعني الطبقة التي جمعت بين الثقافة الفرنسية والثقافة العربية والذين يعرفون في الوقت نفسه عن مؤلفي العصر الذهبي الإسلامي وعن كتابات التراث الفرنسي.

وقد قسم خالد بوهند في كتابه النخب الجزائرية إلى الاقسام التالية⁴ :

ـبرجوازية وأرستقراطية: الفترة الممتدة بين عامي 1830 و1900.

ـنخب تقليدية: (1900-1942).

ـنخب جديدة: النخب الجزائرية الجديدة (1892-1942)، "الشبان الجزائريون (1892-1942).

ـعلماء إصلاحيون: (1912-1942).

وبعد الإستقلال انقسمت النخبة الجزائرية إلى نخبة مفرنسة وأخرى معربة¹.

¹ _ الطاهر العمري، النخبة الوطنية الجزائرية ومشروع المجتمع 1900-1940، اطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث والمعاصر، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، الجزائر، 2003_2004، ص 230.

² _ خير الدين شترة، اسهامات النخبة الجزائرية في الحياة السياسية والفكرية التونسية 1900-1939، دط ، دار البصائر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص24.

³ _ لهاللي سلوى، مرجع سابق، ص 82.

⁴ _ النخب الجزائرية 1892 - 1942، <https://cutt.us/4ByKG> في 05/05 /2023: س 10:40

المبحث الثالث: إعلام المواطن وعلاقته بالنبخبة الأكاديمية

المطلب الأول: تعريف إعلام المواطن

_ هناك تسميات متعددة تستعمل كمرادفات إعلام المواطن (citizen journalism) والإعلام الجديد (new media)، فقد راجت تسميات مثل "صحافة التطوع"²، الصحافة الشعبية، صحافة الهواة (amateur journalism)، إعلام النحن ("we media")³، والصحافة القائمة على النقاش (conversation journalism)، ويسمىها (أندرو ليونارد andrew leohard) بصحافة المصدر المفتوح (open source journalism)⁴.

وتشير كل هذه التسميات إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو المستعمل، بإنتاج مضامين إعلامية ونشرها عبر وسائل وتطبيقات الإتصال الجديدة (كتطبيقات الأنترنت: المدونات، مواقع التشبيك الإجتماعي، مواقع بث الفيديو والبودكاست، المواقع التشاركية، مواقع الويكي، منتديات النقاش الإلكتروني...)، أو إرسالها للقنوات والمؤسسات الإعلامية لتقوم بنشرها. ورغم وجود نسبة هامة من الصحفيين المحترفين الذين يمارسون إعلام المواطن (كالتدوين مثلاً) إلا أن غالبية الممارسين لها هم من المواطنين العاديين، أي أنهم هواة وغير محترفين. وبالتالي فإن إعلام المواطن جاء ليعبر عن نوع من "صحافة الجمهور، التي يمارسها الجمهور من أجل الجمهور"⁵.

¹ _ الشعب اون لاين، <https://cutt.us/e9gpl> في 2023/05/10، س 11:10 .

² _ عادة ممدوح، الإعلام الجديد و الشبكات الاجتماعية _مدخل نظري لفهم الخصائص و السلبيات، جامعة القاهرة، مصر، 2016، ص 2.

³ _إبراهيم بعزیز، دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث، ص 10 pdf.

⁴ _عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008م، ص 185.

⁵ Shaun Sutton : "THE .MY. IN OHMYNEWS: A USES AND GRATIFICATIONS INVESTIGATION INTO THE MOTIVATIONS OF CITIZEN JOURNALISTS IN SOUTH KORE", University of Leeds, United Kingdom, September 2006,p5

"كليمينسيا رودريغز **Clemencia Rodregue**" " عبرت عنها بإستعمال مصطلح "إعلام المواطن" عام 2001م.¹

كما عرفها كل من "شايين برومان وكريس ويليس" بأنها نشاط مواطنين يلعبون خلاله دورا فعالا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق، ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية².

وعرفها أيضا صادق الحمامي بأنها كوكبة متعددة الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية إنتاج المعلومات والتعليق حول الأحداث، ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالا عديدة كالتعليق على الأخبار وتقاسم الصور والفيديو، وإعادة نشر الأخبار، ونشر الروابط ووسم الأخبار³.

مما سبق نستخلص أن إعلام المواطن تعد صحافة يمارسها الجمهور من أجل الجمهور، فقد تعددت الوسائل التي يستطيع بها أن يعبر المواطن عن نفسه بحرية.

وعليه فإن إعلام المواطن يجمع كل المضامين التي ينشأها وينشرها المواطن عبر منصات تسمح

بتشارك المعلومة والأخبار.

المطلب الثاني: نشأة وتطور إعلام المواطن

إمتد الخلاف حول إعلام المواطن من ضبط مفهومها إلى نشأتها، وتطورها، فهناك من يراها وليدة لتطور وانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور شبكة الأنترنت، وهناك من يراها أقدم من ذلك، يرجع ظهورها إلى جريدة " بابليك أوكرنسر" وذلك في 26 سبتمبر 1890م في عددها الأول والأخير، فقد توقفت عن الصدور مباشرة، كانت تطبع كل ثلاث صفحات متوسطة الحجم، فيما يتم ترك

¹ _ صادق الحمامي، القاموس النقدي للإعلام في "صحافة لمواطن" www.essahafa.tn، تاريخ زيارة الموقع، 2023/5/2، 2:00.

² _ صبرينة برارمة، إعلام المواطن والصحافة التقليدية، مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية، سطيف، العدد 20، 2014، ص 217.

³ _ نفس المرجع، ص 217.

الصفحة الرابعة فارغة قصد تمكين القراء من إضافة أخبارهم الخاصة عليها وتميرها إلى قارئ آخر¹. هناك تباين حول ميلاد إعلام المواطن، حيث لا توجد إجابات متعارف عليها بين الباحثين والدارسين لهذا الإعلام الجديد، لكن الحقبة الجديدة للصحافة إتضحت جليا بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م. شكلت موجة تسونامي التي ضربت جنوب آسيا سنة 2004، اللبنة الأولى لنشأة إعلام المواطن، إذ أصبحت آنذاك ميزة بارزة في الصرح الصحفي كتوجه ملحوظ للتقارير الشخصية بصيغة ضمير المتكلم، من خلال الفيديوهاث الموثقة بواسطة كاميرات التسجيل، والصور الملتقطة بواسطة الهواتف التي تم نشرها على الشبكة العنكبوتية عبر مدونات وصفحات الويب الشخصية لمواطنين عاديين شهدوا الحدث².

ولكن تاريخيا، بدأت "صحافة المواطن" في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور المدونات، وتزايد دورها وأهميتها بين عامي 2002-2003 مع إطلاق تطبيقات جديدة مثل: الفايسبوك، واليوتيوب، حيث ولدت مناخا جديدا للحصول على المعلومة والصور³.

لكن المرحلة الحاسمة في بروز "إعلام المواطن" كانت مع تفجيرات لندن سنة 2005 التي مثلت صورة جديدة لصعود هذا النوع من الصحافة، فمعظم الانفجارات، والأفلام كذلك إنقطها هواة ثم نقلوها فيما بعد إلى الصحف والتلفزيونات العرب "فكر" وحصلت BBC، على 245 ساعة و20 ألف رسالة إلكترونية، وألف صورة، و20 ألف فيلما تصويريا⁴.

مما سبق نستخلص أن الظهور الفعلي لصحافة المواطن كان عقب أحداث تسونامي التي حدثت في ديسمبر 2004 فقد كانت المواد التي تناقلتها وسائل الإعلام الجماهيرية في شتى أنحاء العالم هي كلها من إنقاط وتصوير المواطنين العاديون كما إعتمدت وسائل الإعلام على شهود العيان المباشرين الذين عاشوا وسجلوا اللحظات الكارثية التي شهدتها.

¹ _ مرجع سابق، ص213.

² _ برارمة صبرينة، صحافة المواطن والصحافة التقليدية بني التنافس والتكامل، مجلة الأدب والعلوم الإجتماعية سطيف 2014، ص198.

³ _ بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، إعلام المواطنة -النشأة والتطور، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 08، العدد 02، 2020، ص4.

⁴ _ برارمة صبرينة، مرجع سابق، ص 198.

ومر تطور هذه الصحافة فما بعد عبر ثلاث مراحل¹

تطور إعلام المواطن مع نشأة المدونة Blogs. وكان لهذه المدونات دور فعال إثر أحداث 11 سبتمبر 2011، بعد أن أدلى مستعملوها بصفتهم شهود عيان، بتفاصيل حادثة إنفجار مبنى وزارة الخارجية الأمريكية، تتناقض مع روايات العالم الأمريكي الرسمي. ثم نشأت مدونات الحرب Blogs War التي يتحدث من خلالها الجنود الأمريكيون عن حرب العراق بصفتهم فاعلين في بناء الحدث وشهود لعيان. كما كان لأحداث موقع My Oh News بكوريا الجنوبية مساهمة كبرى في تطور إعلام المواطن. وإن مثل فريق هذا الموقع الإخباري من صحفيين مهنيين، إلا أنه كان ينشر مقالات المواطنين. وقد شهد هذا الموقع فرصة إزدهار مع جناح Mooahyn Roh بالانتخابات الرئاسية لأول مرة. فبعد أن رأى في هذا الموقع رؤية جديدة للعمل الإخباري لاسيما أن الموقع يساند الأفكار التقدمية، قرر رئيس كوريا الجديد أن يدلّ بأول حوار له لهذا الموقع، وبالتالي كان الهدف من نشأة إعلام المواطن هو بناء فضاء بديل لتقديم معلومة بديلة تتنافى مع ما يقدمه النظام الإعلامي الموجود.

2- 2006-2008: ظهور مواقع الصحافة التشاركية، كموقع Rue89 الذي يعطي للمواطن الفرصة لنشر مقالته بعد التثبت من أنها تتماشى مع الحقوق المتمتع بها. وهي مراوحة بين العالم المهين والعالم غير المهين.

3- إنطلاقاً من سنة 2011: هي فترة تأطير لإعلام المواطن وجعلها أكثر مهنية، لنجد بعض المدونين قد إلتحقوا بالعمل بالمؤسسات الإعلامية الكلاسيكية، وأصبح الصحفي المواطن أيضاً يصرح بشهادته عبر منابر الإعلام التقليدي كشاهد على الحدث. ويؤكد الواقع أن صحافة المواطن كانت عوناً مهماً لوسائل الإعلام الكلاسيكية خلال العديد من المناسبات الفجائية، فحين تغيب هذه الوسائل الإعلامية عن بؤر الصراع، حيث المواطن العادي نفسه ناقل للأخبار. فبفضل إعلام المواطن تم توثيق أهم اللحظات التاريخية التي شهدتها القرن 21 ووقع تداولها عبر الميديا الإجتماعية، على غرار زلزال تسونامي بجنوب شرق آسيا وإعصار كاترينا بالقارة الأمريكية.

¹ _ بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، مرجع سابق، ص 121.

ولعل رغبة البعض في تسمية الربيع العربي بثورة الفايبروك هي نابعة من الإيمان بأن إعلام المواطن التي ساهمت في إنتشار المعلومات بإنتفاضة أهالي ولاية سيدي بوزيد التونسية، حيث فرضت الرقابة الحكومية على الإعلام الرسمي مهمة التظليل.

المطلب الثالث: سمات ومميزات إعلام المواطن

إعلام المواطن بإعتباره مصدر للمعلومة قد تميزت بمجموعة من الخصائص وهي:¹

تتميز ظاهرة الإعلام الجديد بالديناميكية والتغير المستمر، وبقدر عالٍ من التفاعلية وما بعد التفاعلية، بظهور مواقع الشبكات الإجتماعية ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الإنتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

وتجسد هذه المرحلة إنقلاباً للنموذج الإتصالي التقليدي بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الإتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الإتصالي القديم.

لقد بدأ الجمهور الذي كان أفراده مجرد مستهلكين للأخبار يوماً ما يتعلم كيف يحصل على تقرير إخباري أفضل، وفي توقيت أكثر ملاءمة. كما أنه يتعلم أيضاً كيف ينضم إلى عملية الصحافة، وأداء العمل الصحفي بصورة أفضل من المحترفين. إن بعض الصحفيين الشعبيين سيصبحون محترفين، وفي النهاية سيكون لدينا أصوات أكثر وخيارات أكثر. "جلين رينولدر، من أشهر كتاب المدونات وأكثرهم شعبية، وقد إكتسب قدراً هائلاً من النفوذ والتأثير من خلالها.

ومما يؤكد أهمية وحضور هذا النوع من الصحافة إستعانة بعض الصحف الأميركية ببعض المدونين.

إن إعلام المواطن تفتح أفق العمل الصحفي خارج إطار المؤسسة، فالصحفي الحقيقي لا يشترط حصوله على دورة تدريبية خاصة أو أن يكون ذا خبرة أو تمرس، بل تحركه دوافع خارجية تكمن في أحداث هامة تجذب انتباهه، أو دوافع داخلية تتمثل في إمتلاكه الفضول والحس الصحفي الذي يدفعه بإستمرار إلى البحث عن الأخبار سواء في محيط مجتمعه الصغير، أو بشكل أوسع عالمياً.

¹ _ مبارن بن زعير، معهد الجزيرة للإعلام، نشرت في 21 فيفري 2017 تاريخ زيارة الموقع 2023/05/06، <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/255> h10:20

وتشير دراسة إلى أن الصحافة الأميركية والأخبار التلفزيونية خلال السنوات الأخيرة أثارت أزمة بتراجع الثقة بها وإنحسار جمهورهما، وهو ما يدفع الأميركيين إلى اللجوء إلى الإنترنت لإستقاء الأخبار. وقد شهدت عدد من مواقع الإنترنت إقبالاً كبيراً يتزايد، وهو ما دفع المجموعات الصحفية الكبرى لزيادة إستثماراتها في الإنترنت، في إدراك واضح لأبعاد هذا التحول.

وكخلاصة نستنتج بأن أهم الخصائص التي تميزت بها إعلام المواطن هي أن كل مواطن هو باحث عن المعلومة وكل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات، التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير، بالإضافة إلا أنها تقوم بقلب المعادلة والإعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل وذلك بالإعتماد على مواطنين صحفيين.

✓ تحديات المهنة والمصداقية أمام الصحف:

منذ نهاية الستينيات أصبحت وسائل الإعلام أكثر وضوحاً وتغلغلاً في الحياة الأميركية، وبدأت حقيقة أن وسائل الإعلام فاعلة بشكل كبير في الحياة السياسية والإجتماعية، ومن ثم أخذ الجمهور ينظر لها بصورة أكثر نقدية مدركاً مدى خطورتها، وكانت من أهم الإنتقادات الموجهة للصحافة والإعلام:

إنخفاض مصداقية الصحف وضعف الثقة في وسائل الإعلام، فقد نقص توزيع الصحف في الثمانينات وكذلك إشتراكات محطات الراديو والتلفزيون، وأثبتت مسح الجمهور إنخفاض تقدير الجمهور لوسائل الإعلام وشكهم في قيامها بوظائفها¹.

زادت الشكوى من أن وسائل الإعلام تنتهك بلا مسوّع حياة الأفراد الخاصة، كما إزداد الوعي بأن الصحافة أفستت مصادرها والمتعاملين معها بالهدايا والرشاوي والخدمات مقابل الحصول على المعلومات².

¹ _ مبارن بن زعي، مرجع سابق.

² _ مبارن بن زعير، مرجع سابق.

المطلب الرابع: مضامين ومبادئ إعلام المواطن

أولاً : مضامين إعلام المواطن:

تتواجد المضامين الإعلامية لإعلام المواطن في عدة أشكال منها:¹

- 1- مقاطع الفيديو، قصاصات الصور، والقصص الإخبارية، التنبيهات الإعلامية، الملفات، الصور والأفلام المصورة، البودكاست والمدونات.
 - 2- النشر بمواقع المشاركات الجماعية كالويكيز.
 - 3- المصادر ذات المساهمات المفتوحة كويكيبيديا، اليوتيوب، حجات الدردشة والنقاش، الإستطلاعات ... إلخ.
 - 4- قيام المواطنين بمهام صحفي من خلال تغطية الأحداث كشهود عيان.
- مما سبق نستخلص أن مضامين إعلام المواطن تتمثل في مقاطع الفيديو والصور والأفلام المصورة كذلك المصادر ذات المساهمات المفتوحة كاليوتيوب.

ثانياً: مبادئ إعلام المواطن:²

يقوم إعلام المواطن على مجموعة من المبادئ الأساسية نذكر منها التالي:

- مبدأ إستلهام فكرة العمل الجماعي: من خلال مشاركة المستخدمين في صناعة المحتوى الإعلامي.
- مبدأ تشارك وتقاسم المعلومات والايخبار والصور.
- مبدأ تعدد العيون.
- مبدأ الغربة التعاونية المتعددة الأشكال.
- مبدأ التمثيل الديموقراطي والجغرافي للأفراد.

¹ _ خديجة الريحه، إعلام المواطن، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا 2020، ص125.

² _ الصادق رايح، الأدوات والوسائط الاعلامية، بحث في حدود الوصل والفصل، المؤتمر الدولي للتكنولوجيا، جامعة البحرين 7-9 افريل 2009، ص 540.

ومنه نستنتج أن أهم مبادئ إعلام المواطن تتمثل في: مبدأ الغريبة التعاونية وتشارك المعلومات إضافة إلى التمثيل الديمقراطي.

المطلب الخامس: علاقة النخبة الأكاديمية بإعلام المواطن من وجهة نظرنا

- تعتبر النخبة الأكاديمية جوهر أساسي إذ تحتل مكانة هامة تتمثل في المختصين والمتخصصين في مجالات معينة مثل الأساتذة الجامعيين والباحثين وغيرهم تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف مثل المعرفة والبحث العلمي كما يقال لكل عصر عصره ومع التطورات التكنولوجية فتحت أفاق جديدة ليصبح العالم صحافة واحدة وهذا بفضل إعلام المواطن الذي أصبح عجلة يوافق مجالات المجتمع بالأخص النخبة الأكاديمية حسب تطلعي ودراستي للدراسات السابقة من الأبحاث المكتسبة في مجال الإعلام والاتصال ومساري الدراسي في الجامعة وخاصة في دراستي لهذا الموضوع إستنتجت أنه توجد علاقة بين النخبة الأكاديمية وإعلام المواطن وتكمن في أن النخبة لها مميزاتها وخصائصها تميزها عن غيرها من الفئات الأخرى إذ تعتبر أكثر الفئات وعيا وثقافة وواقعنا يثبت ذلك أي أننا نعيش في عصر التطور والتقدم في مجال التكنولوجيا والرقمنة وعلى النخبة أن تتأقلم مع ذلك ولا تفرض أحكامها على هذا النوع من الإعلام حيث يتصف بأنه إعلام حر وبما أن الطبقة المثقفة يميل إليها المواطن من خلال المستوى الذي تقدمه من معلومات، يمكن أن نقول بأن النخبة الأكاديمية تتأثر وتؤثر في المحتوى والمضمون الذي يقدمه إعلام المواطن من معلومات وأخبار سواء مغلوطة أو صحيحة بحيث يمكن للأكاديميين أن يكونوا مصادر موثوقة للمعلومات والتحليلات المتعمقة في مواضيع معينة، إذ يتاح دعوة الأكاديميين لإلقاء المحاضرات والمشاركة في الندوات لتوضيح المفاهيم والقضايا المعقدة وكذلك تختلف وفقا للظروف السياسية والثقافية والاجتماعية...المحيطة به. إضافة إلى ذلك وجود نظرة سلبية إتجاه النخبة الأكاديمية بإعتبارهم فئة معزولة عن الواقع وبعيدة عن إهتمامات المواطن العادي مما ينظر إليهم بأنهم فئة معقدة ويتحدثون بلغة صعبة الفهم مما يؤدي بتقليل دورهم في توضيح القضايا المهمة. ويمكن أن نقول بأنه توجد علاقة تعاونية بين النخبة الأكاديمية وإعلام المواطن إذ الأول يعتبر مصدر مهم للمعلومة وموثوق والثاني يقوم بنشر المعلومة للجمهور وبالأخص يجب توفر

وسائل إعلام المواطن قنوات التواصل مع النخبة الأكاديمية لنشر أفكارها وأرائها لتعتمد على المحتوى الذي يتم تقديمه من طرف النخبة لإثراء النقاش وتمكين أي مواطن من إتخاذ القرار. من جهة أخرى إعلام المواطن يلعب دورا مهما في إبراز القضايا التي تتجاهلها الصحف الرسمية، إذ أصبح واقعنا الذي نعيشه في مواقع التواصل الاجتماعي أنه هناك شباب صانعوا المحتوى يعبرون عنه كنصيحة ومن جهة أخرى هناك تفاعل بين النخبة الأكاديمية ووسائل إعلام المواطن مما يمكن للأكاديميين إستخدام علاقة المواطن كوسيلة لنشر أبحاثهم ومعلوماتهم بشكل أوسع للوصول إلى جمهور أكبر بالمقابل يمكن لإعلام المواطن الإستفادة من الخبر. فمثلا في جائحة كورونا الذي شهده العالم كله ظهر دور النخبة الأكاديمية في تثقيف ووعي المواطن من هذا المرض وهذا بفضل وسائل الإعلام ومدى وعي المواطن من أخطاره إضافة الى دور النخبة المتمثلة في أساتذة في دراسة عن بعد في ظل أزمة كوفيد الذي شهده العالم خاصة في المجال التعليمي كالجامعات وغيرها أي أصبحت الدراسة عن بعد بوسيلة المواقع التواصل من أجل التقليل من هذا المرض.

وفي الأخير يمكن أن نشبه النخبة الأكاديمية وإعلام المواطن بورقة نقدية ذو وجهين النخبة الأكاديمية هو الوجه والظهر هو إعلام المواطن أي أنه توجد علاقة تكامل بينهما.¹

¹ _وجهة نظر الطالبين.

خلاصة الفصل

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل توصلنا إلى أن التحول الأبرز الذي حدث خلال العقد الأخير على مستوى الإعلام والذي تمثل في بروز ظاهرة "صحافة المواطن" كشكل جديد للممارسات الصحفية غير المهنية التي جعلت المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكاً للجميع وفي متناول الجميع وتعتبر قيمة المصداقية من أهم القيم الإخبارية التي لا بد أن تحرص عليها جميع الوسائل الإعلامية حتى يثق الجمهور في محتواها وما تقدمه، وتعد المصداقية مؤشراً تتبؤ حول درجة رضا أو عدم رضا القارئ عن مستوى الخدمة الصحفية، كما تعتبر النخبة من الفئات الأكثر ثقافة في المجتمع وبالتالي هي الأكثر قدرة على إدارة هذا المجتمع وخدمته وهنا تكمن العلاقة بينها وبين صحافة المواطن في أن النخبة لها الخصائص التي تميزها عن غيرها من الفئات الأخرى إذ تعتبر أكثر الفئات وعياً وثقافة وواقعنا يثبت ذلك أي أننا نعيش في عصر التطور والتقدم في مجال التكنولوجيا والرقمنة و على النخبة أن تتأقلم مع ذلك وأن لا تفرض أحكامها على هذا النوع من الإعلام حيث يتصف بأنه إعلام حر.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم الجوانب العلمي خاصة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية لأنه يقوم بربط ماتم عرضه في الجانب النظري مع ما سيتم إستنتاجه في الجانب التطبيقي حول موضوع الدراسة.

وفي هذا الإطار فقد تم تحليل بيانات هذه الدراسة الميدانية المتمثلة في إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن دراسة ميدانية على عينة أساتذة جامعة البويرة، بعد الإنتهاء من عملية جمع البيانات والمعطيات المتحصل عليها من إستمارات الإستبيان التي قمنا بتوزيعها على عينة الدراسة وتبويب الإجابات المتحصل عليها في جداول بسيطة حسب متغيرات الدراسة تحمل تكرارات ونسب مئوية، أما التعليق فقد إنطلقت فيه من الأسلوب الكمي (إحصاءات ونسب) إلى الأسلوب الكيفي (ملاحظات وإستنتاجات) للوصول إلى نتائج تسمح بالإجابة عن تساؤلات التي إنطلقت منها الدراسة وكذلك إستخلاص توصيات بالموضوع.

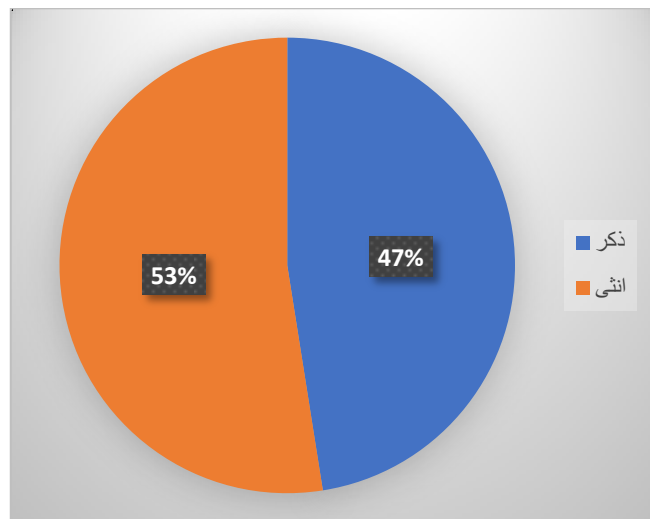
الجدول رقم (1) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة (%)
ذكر	38	47,5
أنثى	42	52,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أدلت معطيات الجدول أعلاه أن فئة الإناث تمثل أعلى نسبة حيث قدرت بـ 52,5% من مجتمع الدراسة مقارنة مع الذكور وذلك بنسبة تقدر بـ 47,5%.

الشكل رقم 1: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



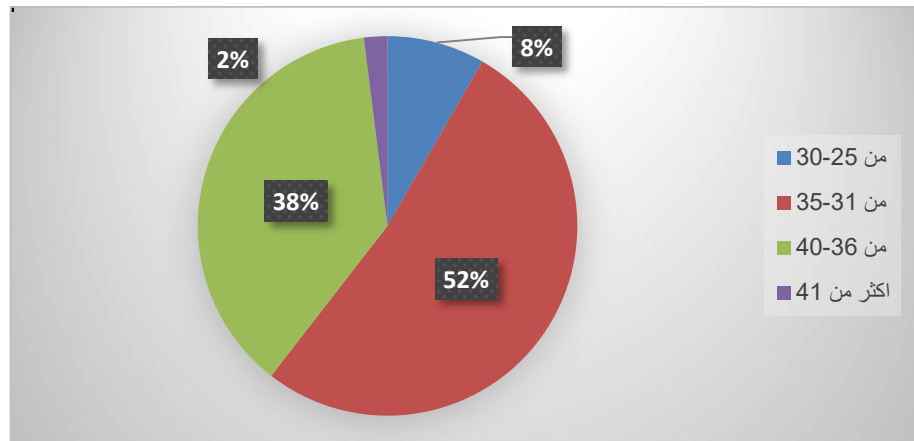
الجدول رقم (2): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

العمر	التكرار	النسبة (%)
(25-30)	4	5,0
(31-35)	25	31,3
(36-40)	18	22,5
أكثر من 41	33	41,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول أعلاه أن النسبة العمرية الأكبر في الكلية هي فئة أكثر من 41 سنة، و التي قدرت ب 41,3 % ويمكن أن يعود ذلك إلى عامل الخبرة والكفاءة لدى كبار السن، ثم تليها الفئة العمرية (35_31) بنسبة 31,3%، ثم تأتي بعد ذلك الفئة العمرية (40_36) بنسبة 22,5%، وأخيرا الفئة العمرية (30_25) بنسبة 5%.

الشكل رقم 2: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



الجدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي

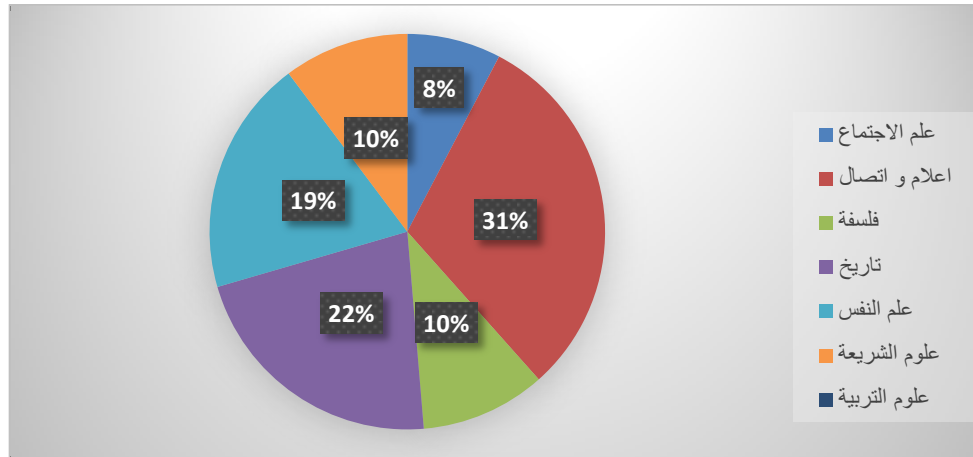
التخصص	التكرار	النسبة (%)
علم الاجتماع	6	7,5
إعلام وإتصال	24	30,0
فلسفة	8	10,0
تاريخ	17	21,3
علم النفس	15	18,8
علوم شريعة	8	10,0
علوم التربية	2	2,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يوضح بيانات الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر تعود لتخصص الإعلام والاتصال، والتي قدرت ب 30%، يليها تخصص تاريخ بنسبة 21,3%، بعده تخصص علم النفس بنسبة 18,8%، في حين تساوت النسب بين تخصصي الفلسفة وعلوم الشريعة حيث بلغت نسبتهم 10%، بينما بلغت نسبة الأساتذة الذين تخصصهم علم الاجتماع ب 7,5%، في حين بلغت نسبة الأساتذة الذين تخصصهم علم التربية ب 2,5% وتعد أدنى نسبة.

بناءً على النتائج المتحصل عليها نستنتج أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال هم الأكثر مشاركة في الإجابة على إستمارة هذه الدراسة وذلك قد يكون راجعاً إلى ميلهم لذات المجال بحكم التخصص يليهم أساتذة التاريخ بسبب إرتباط الأساتذة بنفس القسم، بينما بقية التخصصات كانت بنسب متقاربة.

الشكل رقم 3: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص



الجدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الدرجة العلمية

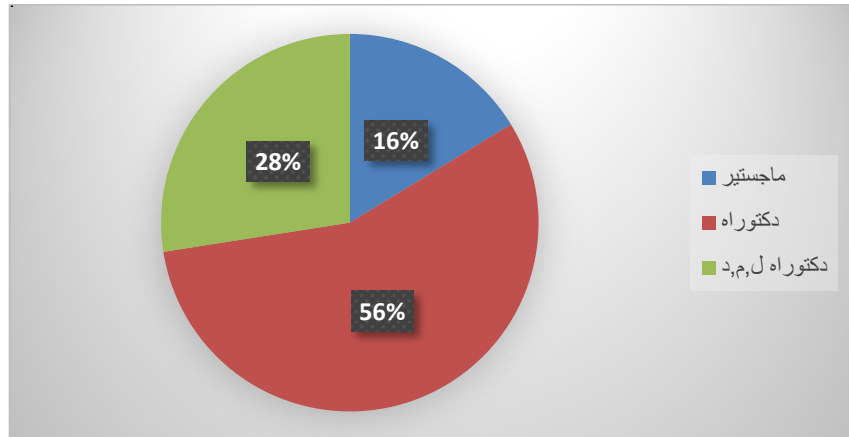
الدرجة العلمية	التكرار	النسبة (%)
ماجستير	13	16,3
دكتوراه	45	56,3
دكتوراه LMD	22	27,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

دلت معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية الأساتذة متحصلين على دكتوراه بنسبة 56,3%، بينما ما نسبته 27,5% حائزين على دكتوراه LMD، في حين النسبة المتبقية و المقدرة بـ 16,3%، درجتهم العلمية ماجستير.

وبناء على هذه النتائج نستنتج أن أغلب أساتذة الكلية درجتهم العلمية دكتوراه، لأن الحاصلين على الدكتوراه هم الأكثر خبرة ومعرفة في المجال الذي يدرسون، كما أنها تسهل لهم ممارسة المهنة الأكاديمية والبحثية، وتمكنهم من الإشراف على الطلاب الذين يسعون للحصول على الدكتوراه في المستقبل، بالإضافة إلى ذلك، تفتح الدكتوراه الأبواب للتدريس في المؤسسات الأكاديمية الأخرى وفي البحث وتطوير المجال التخصصي.

الشكل رقم 4: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الدرجة العلمية



الجدول رقم (5): يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الأكاديمية.

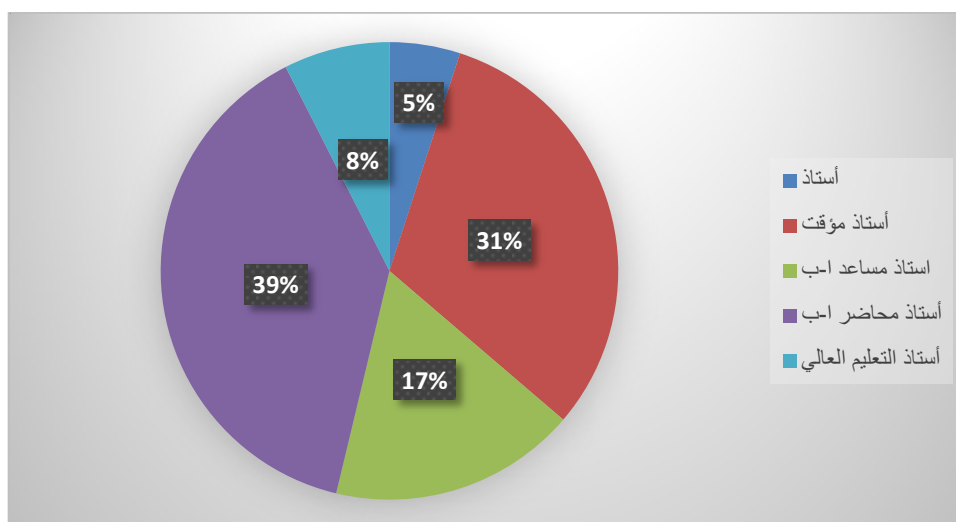
الرتبة الأكاديمية	التكرار	النسبة (%)
أستاذ	4	5,0
أستاذ مؤقت	25	31,3
أستاذ مساعد (أ.ب)	14	17,5
أستاذ محاضر (أ.ب)	31	38,8
أستاذ التعليم العالي	6	7,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

بينت معطيات الجدول أعلاه أن غالبية الأساتذة بالكلية رتبتهم الأكاديمية أستاذ محاضر (أ)، ب) بنسبة قدرت ب 38,8%، بينما ما نسبته 31,3% هم أساتذة مؤقتين، في حين بلغت نسبة الأساتذة ذوي رتبة أستاذ مساعد (أ، ب) 17,5%، أما ما نسبته 7,5% فرتبتهم استاذ التعليم العالي، أما النسبة المتبقية و المقدرة ب 5% لذوي رتبة أستاذ.

بناءً على النتائج المتحصل عليها نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة رتبهم الأكاديمية هي أستاذ محاضر (أ، ب) وهذا راجع إلى حاجة الكلية إلى هذا الصنف من الأساتذة بدرجة أكبر، فالواضح أن التوظيف بالكلية يعتمد على الحاجة ومنه نستنتج حاجة الكلية لمختلف الدرجات العلمية. علاوة على ذلك، فإن الحصول على رتبة أستاذ محاضر يتطلب بعض الخبرة في التدريس والبحث الأكاديمي.

الشكل رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة الأكاديمي



المحور الثاني: الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن من طرف الأساتذة

الجدول رقم (6): يوضح استخدام إعلام المواطن من طرف الأساتذة

هل تستخدم إعلام المواطن	التكرار	النسبة
دائماً	29	36,3
أحياناً	42	52,5
نادراً	9	11,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول رقم 6 أن أغلب الأساتذة عينة الدراسة يستخدمون إعلام المواطن أحياناً بنسبة 52,5 %، بينما ما نسبته 36,3 % يستخدمونها بصفة دائمة، في حين النسبة المتبقية من عينة الدراسة والتي بلغت 11,3 % نادراً ما يستخدمون هذا النوع من الإعلام.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلب الأساتذة أحيانا ما يستخدمون إعلام المواطن وهذا راجع إلى أن هذا الإعلام غير موثوق به بشكل عام، حيث يمكن أن ينشر الأشخاص المعلومات غير المؤكدة والمضللة وبالتالي، يمكن أن يتسبب في نشر أخبار خاطئة ومضللة بين الجمهور، وهذا يعد مسؤولية كبيرة للأساتذة الجامعيين الذين يتولون النشر العلمي في مؤسستهم.

إذا كان لدى الأساتذة الجامعيين الحاجة إلى استخدام إعلام المواطن، فيجب عليهم التحقق من المصادر المستخدمة بعناية كبيرة والتحقق من صحة المعلومات المنشورة قبل نشرها.

الجدول رقم (7): يبين دوافع استخدام الأساتذة عينة الدراسة لمواقع إعلام المواطن

ماهي دوافع استخدامك لهذه المواقع	التكرار	النسبة (%)
المشاركة والتعليقات	26	20,0
الترفيه والتسلية	18	13,8
النشر	21	16,2
الاستفادة العلمية والتعليمية	65	50,0
المجموع	130	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يتضح لنا من خلال الجدول التالي أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هاته المواقع بدافع الاستفادة العلمية والتعليمية، بينما ما نسبته 20% يستخدمونها من أجل المشاركة والتعليقات، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون هذه المواقع بدافع النشر نسبة 16,2%، في حين النسبة المتبقية من أفراد العينة والمقدرة بـ 13,8% يستخدمونها بغرض الترفيه والتسلية.

وبناء على هاته المعطيات نستنتج أن أغلب الأساتذة الجامعيين يستخدمون إعلام المواطن بغرض الاستفادة العلمية والتعليمية وهذا راجع إلى أن الأساتذة الجامعيين يعتمدون على إعلام المواطن في التحضير للفصول الدراسية والأبحاث والأعمال الأكاديمية الأخرى أن يكون له العديد من الفوائد العلمية والتعليمية فعلى سبيل المثال:

يمكن لإعلام المواطن أن يساعد الأساتذة الجامعيين في الحصول على مصادر متنوعة للبحث والمعرفة، مما يمكنه أن يقدم نظرة واسعة على الموضوعات التي يدرسونها ويعلمونها في الجامعة، بالإضافة الى أن إعلام المواطن يمكن الأساتذة الجامعيين الذين يعملون في مجالات مختلفة من إستخدامه لتنظيم تجمعات النقاش حول موضوعات مختلفة. ويمكن لإعلام المواطن أن يمكن الأساتذة الجامعيين أيضا من متابعة الأحداث الجارية والأخبار العلمية الجديدة في مجالاتهم المتخصصة.

كما أنه يساعد الأساتذة الجامعيين على تحديث المواد الدراسية وتحت الرؤية العلمية للمستقبل.

بشكل عام، يحتوي إعلام المواطن على مصادر وأخبار وتفاعل مع الجمهور الواسع، وهذا يمكن أن يساعد الأساتذة الجامعيين على فهم وتحليل أفضل للموضوعات المتخصصة، بالإضافة إلى تحسين الإتصال بين الأكاديميين والمجتمع في المجمل، ويستخدمونه من أجل الحصول على المعلومة المعينة خاصة ما تعلق الأمر بمسارهم المهني فهناك مجموعات خاصة بهم يجتمعون فيها ويبدرون آرائهم ويتبادلون الخبرات.

الجدول رقم (8) : مدى الإستفادة من إعلام المواطن

هل تستفيد من إعلام المواطن	التكرار	النسبة (%)
نعم	70	87,5
لا	10	12,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

تبين لنا من خلال الجدول التالي أن غالبية أفراد العينة أجابو بنعم بنسبة عالية بلغت 87,5%، في حين أجاب ما نسبته 12,5% بالنفي.

وعليه نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستفيدون من إعلام المواطن، لأن هذا الأخير هو وسيلة مهمة لتحديث المعرفة والتواصل مع الجمهور وتحديد تطلعاته للمستقبل، وهذا يمكن الأساتذة الجامعيين من الاستفادة من خبرات أوجه التفكير الخارجية.

الجدول رقم (9) : المواقع التي يشارك فيها أفراد العينة

الإجابات			
النسبة (%)	التكرار		
65,8	77	الفايسبوك	ماهي المواقع التي تشترك فيها
14,5	17	تويتر	
19,7	23	انستغرام	
100,0	117	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبين

يوضح الجدول التالي أن النسبة الأكبر تشترك في موقع فيسبوك و قدرت ب 65,8%، بينما ما نسبته 19,7% يشتركون في موقع أنستغرام، بينما النسبة المتبقية والتي بلغت 14,5% يشتركون في موقع تويتر.

بناء على النتائج المتحصل عليها نستنتج أن أغلب الأساتذة عينة الدراسة يشتركون في موقع فيسبوك فهناك عدة أسباب لتفضيله استخدام موقع فيسبوك على تطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى منها، الوصول إلى جمهور متعدد الأعمار فيعتبر فيسبوك منصة تواصل إجتماعي يتم استخدامها بشكل واسع في مختلف الأعمار والفئات الاجتماعية، مما يمكن الأساتذة الجامعيين من التفاعل مع جمهور واسع ومتنوع، التفاعل الأكاديمي: يمكن للاستخدام المناسب لموقع فيسبوك من قبل الأساتذة الجامعيين توفير بيئة تفاعلية أكثر أصالة للتواصل بين الطلاب والأساتذة، وتوفير مكان لتبادل الأفكار والنقاشات الأكاديمية بسهولة الإعلان عن الفعاليات الأكاديمية: يمكن لموقع فيسبوك أيضاً استخدامه كأداة للإعلان عن الفعاليات الأكاديمية مثل المحاضرات، الندوات وورشات العمل بشكل سريع وسهل التحكم بالخصوصية: يتيح فيسبوك لمستخدميه ضبط إعدادات الخصوصية بسهولة عن طريق إخفاء المنشورات والصور أو تقييد الوصول إليها، مما يعطي الأساتذة الجامعيين أكثر سيطرة على المحتوى الذي يتم نشره، الوصول إلى محتوى تعليمي مفيد: يمكن للأساتذة

الجامعيين أيضاً الوصول إلى مجموعات فيسبوك التي تحتوي على محتوى تعليمي مفيد ومعلومات جديدة في مجالاتهم التخصصية.

بشكل عام، يمكن لموقع فيسبوك أن يكون أداة تواصل قوية وفعالة بالنسبة للأساتذة الجامعيين لتعزيز التواصل مع الطلاب والتواصل مع جمهور واسع.

الجدول رقم (10): الوقت الذي يقضيه الأساتذة عينة الدراسة في تصفح مواقع إعلام المواطن

كم من الوقت الذي تقضيه في تصفحك لمواقع اعلام المواطن	التكرار	النسبة (%)
اقل من ساعة	29	36,3
من 1-2 سا	38	47,5
اكثر من 2 سا	13	16,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتصفحون هاته المواقع من ساعة إلى ساعتين بنسبة بلغت 47,5%، في حين ما نسبته 36,3% يقضون أقل من ساعة في تصفح مواقع إعلام المواطن بينما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 16,3%، يقضون أكثر من ساعتين في التصفح.

ومنه نستخلص أن معظم الأساتذة يقضون مدة ساعة إلى ساعتين في تصفح المواقع الخاصة باعلام المواطن وهذا حسب أوقات فراغهم وحاجتهم إلى هذه المواقع فقد يتصفحونها بغية البحث عن أخبار عن مواضيع قد تدرسها أو تتعلق بمجالهم الأكاديمي، أو قراءة مقالات أو دراسات أكاديمية أو مغربة أو ثقافية، كذلك متابعة الأخبار والتطورات في المجتمع والعالم، وما يتعلق بالسياسة والإقتصاد والثقافة والفنون والعلوم وغيرها، أو بغرض التفاعل مع طلابهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (11) : الوسائل الأكثر إستخداما

ماهي الوسائل الأكثر إستخداما	التكرار	النسبة (%)
البريد الإلكتروني	35	27,6
مواقع التواصل الإجتماعي	64	40,5
المدونات	11	8,7
الصفحات	17	13,4
المجموع	127	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يظهر من خلال الجدول التالي أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 40,5%، بينما ما نسبته 27,6% يستخدمون البريد الإلكتروني، في حين 13,4% يستخدمون الصفحات، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 8,7% يستخدمون المدونات.

نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، كوسيلة لإعلام المواطن وهذا يرجع إلى عدة أسباب، منها: توفر مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل تواصل سريعة وفعالة مع الجمهور والمتابعين، كما تعتبر قناة تسويقية فعالة للأساتذة وللمؤسسات التعليمية العالي، كما يساعد إستخدام هذه المواقع الأساتذة في بناء صورة إيجابية لهم وللجامعات التي يتمثلون فيها، حيث يمكن للأساتذة نشر الأخبار الجيدة والمشاركة في النقاشات المهمة التي تهتم المجتمعات المحلية والدولية.

الجدول رقم (12): إستعمال مواقع التواصل الإجتماعي

هل تستعمل مواقع التواصل الإجتماعي	التكرار	النسبة (%)
نعم	79	98,8
لا	1	1,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يتبين من خلال الجدول التالي أن معظم أفراد العينة وبنسبة كبيرة قدرت ب 98,8% أجابوا بنعم، في حين ما نسبته 1,3% أجابوا ب لا.

بناء على هذه النتائج توصلنا إلى أن أغلب الأساتذة عينة الدراسة يستعملون مواقع التواصل الإجتماعي فهي تساعد على التفاعل مع أوسع جمهور وبناء صورة إيجابية عن الأساتذة الجامعيين، كما يساعد على تسويق الأعمال الأكاديمية والعلمية التي يقومون بها ويساعد في نشر العلم والمعرفة.

الجدول رقم (13): إستعمال الصفحات الإخبارية

هل تستعمل الصفحات الإخبارية	التكرار	النسبة (%)
نعم	66	82,5
لا	14	17,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يتضح لنا من خلال الجدول التالي أن أغلب أفراد العينة وبنسبة كبيرة قدرت ب 82,5% أجابو بنعم، في حين ما نسبته 17,5% أجابوا ب لا.

ومن هنا نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستعملون الصفحات الإخبارية وهذا راجع إلى أنها تساعد على التواصل مع الطلاب والجهات المهمة وتحسين مستوى التواصل

والتفاعل، كما يساعد في تحذير الطلاب من أي مشاكل قد تواجههم ونشر التحديثات الجامعية بأسرع وقت ممكن.

المحور الثالث: أنماط استخدام الأساتذة لإعلام المواطن

الجدول رقم (14): استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في الحياة اليومية

هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في حياتك اليومية	التكرار	النسبة (%)
غالبًا	35	43,8
أحيانًا	38	47,5
نادرًا	7	8,8
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يستخدمونها أحيانًا بنسبة 47,5%، في حين ما نسبته 43,8% يستخدمونها غالبًا، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 8,8% يستخدمونها نادرًا.

وبناءً على هذه المعطيات نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة أحيانًا ما يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي في حياتهم اليومية وهذا راجع لعدة أسباب، منها:

الوقت فقد لا يكون لديهم الوقت الكافي لإدارة صفحات في مختلف شبكات التواصل الإجتماعي، مما يجعلهم يركزون على استخدام الصفحات الإخبارية لنشر الأخبار والمعلومات الجامعية.

التدريس والبحث فيركز العديد من الأساتذة الجامعيين على التدريس والبحث، ولذلك قد لا يكون لديهم الوقت الكافي لإدارة صفحات في مختلف شبكات التواصل الإجتماعي.

الخصوصية: قد يريد البعض الحفاظ على خصوصيتهم الشخصية وعدم الإنفتاح على جميع مستخدمي الإنترنت، ولذلك لا يمكنهم استخدام شبكات التواصل بصفة دائمة.

الشكوك حول الخصوصية، فقد يخشى الأساتذة استخدام شبكات التواصل الإجتماعي بسبب الشكوك المتعلقة بسرية المعلومات الشخصية التي يتم تبادلها عبر هذه الشبكات.

الثقافة الأكاديمية: قد يرى بعض الأساتذة أن استخدام شبكات التواصل الإجتماعي ليس جزءاً من الثقافة الأكاديمية، وبالتالي يميلون إلى الإستمرار في استخدام الصفحات الإخبارية التقليدية.

الجدول رقم (15): فترة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

منذ متى تستخدم هذه المواقع	التكرار	النسبة (%)
أقل من سنة	2	2,5
من سنة إلى سنتين	9	11,3
أكثر من سنتين	69	86,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

نرى خلال الجدول التالي أن غالبية أفراد العينة يستخدمونها منذ أكثر من سنتين بنسبة 86,3%، في حين مانسبته 11,3% يستخدمونها منذ سنة إلى سنتين، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 2,5% فيستخدمونها منذ أقل من سنة فقط .

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من سنتين لأن مواقع التواصل الإجتماعي لديها مزايا عديدة منها: يمكن أن يتعلق ذلك بعدة أسباب، ومن بينها: تغطية أكبر أين يتيح استخدام مواقع التواصل الإجتماعي للأساتذة فرصة التواصل مع عدد أكبر من الأفراد وتحصيل معلومات أشمل، خصوصية المعلومات، حيث تتيح لهم سهولة الوصول للبيانات أي يمكنهم الوصول إلى معلومات متعلقة بالموضوع المدروس بشكل سهل وفي وقت قصير، في مقابل استخدام البحث التقليدي الذي قد يستغرق وقتاً أطول في تحصيل هذه المعلومات كذلك التحديث

المستمر الذي يتيح لهم متابعة التحديثات الأخيرة في المجال المدروس، حيث أن هذه المواقع تتيح للأفراد التعامل مع تقنيات حديثة وأحدث الأدوات، وبالتالي يمكن البحث عن رؤى وتقنيات متقدمة في المجال المدروس، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد، فيمكن للاستجابة السريعة والتفاعل الفوري في مواقع التواصل الاجتماعي وتقديم تعليقات وآراء في وقت قريب، أن توفر الوقت والجهد للأساتذة في إجراء البحث.

الجدول رقم (16) : أوقات استخدام أفراد العينة لإعلام المواطن

الاجابات	ماهي أوقات استخدامك لمواقع إعلام المواطن	
التوقيت	التكرار	النسبة (%)
صباحا	14	14,1
مساء	20	20,2
ليلا	29	29,3
دون وقت محدد	36	36,4
المجموع	99	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

دلت معطيات الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يستخدمونها بدون وقت محدد بنسبة 36,4%، في حين مانسبته 29,3% يستخدمونها ليلا، أما ما نسبته 20,2% يستخدمونها مساء، في حين النسبة المتبقية والتي بلغت 14,1% فيستخدمونها صباحا.

وبناء على هذه المعطيات نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة لا يستخدمون مواقع إعلام المواطن في وقت محدد فيمكن أن يكون السبب في عدم حدد وقت خاص لإستخدام مواقع إعلام المواطن في أبحاثهم هو أن هذه المواقع متاحة على مدار الساعة، ولا يوجد وقت ثابت لإستخدامها. ومن الممكن أن يتبع بعض الأساتذة جدولا زمنيا محددّا يناسبهم أكثر، لكن ذلك يعتمد على جدولهم الزمني ومتطلبات بحثهم ومدى الأهمية التي يضعونها على البحث.

علاوة على ذلك، فإن معظم الأساتذة الجامعيين يعملون بأوقات مرنة، مما يجعلهم يعملون طوال النهار والليل في بعض الأحيان لإكمال أعمالهم الأكاديمية. ومن المهم بالتالي بالنسبة لهم تخصيص الوقت اللازم لإستخدام مواقع إعلام المواطن في إجراءات بحثهم بطريقة تتناسب مع جدولهم الزمني لتحقيق أقصى قدر من الفائدة من هذا النوع من المعلومات.

الجدول رقم (17): شدة إقبال أفراد العينة على المواقع

ماهي شدة إقبالك عليها	التكرار	النسبة (%)
ضعيف	8	10,0
مكثف	13	16,3
متوسط	59	73,8
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

تبين لنا من خلال الجدول التالي أن معظم أفراد العينة يقبلون عليها بدرجة متوسطة بنسبة كبيرة بلغت 73,8%، في حين ما نسبته 16,3% يقبلون عليها بشكل مكثف، بينما النسبة المتبقية والمقدرة ب 10% يقبلون عليها بشكل ضعيف.

بناءً على النتائج المتحصل عليها نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يقبلون بشكل متوسط على مواقع إعلام المواطن ربما يعود ذلك إلى عدة عوامل، بما في ذلك: قد يشعر بعض الأساتذة الجامعيين بأن مواقع إعلام المواطن لا توفر على المصادر الموثوقة والرسمية التي يحتاجونها في بحوثهم ودراساتهم الأكاديمية، كما يفضل الأساتذة الجامعيون الإعتماد على المصادر الأكاديمية المتخصصة والمنشورات العلمية، حيث يمكنهم الحصول على معلومات محدثة ودقيقة من خلال الخبراء والمتخصصين في مجالهم بينما يمكن أن يتطلب استخدام مواقع إعلام المواطن من الأساتذة الجامعيين المزيد من الوقت والجهد للتحقق من مدى صحة المعلومات المتاحة على هذه المواقع، وهذا قد يؤخر عملية البحث والتحليل، وكما قد يتعلق الأمر بعدم الوعي الكافي بالمواقع المتاحة والتي يمكن إستخدامها

في البحث الأكاديمي، حيث يعتمد كثير من الأساتذة على المصادر التي إعتادوا عليها في بحوثهم.

يمكن أن يكون لدى البعض مخاوف من التعرض لآراء السياسية أو الدينية أو الثقافية أو الإجتماعية الخاصة بصاحب الموقع المستخدم، وهذا يمكن أن يؤثر على مدى تقبلهم لإستخدام هذه المواقع.

الجدول رقم (18): الأيام المفضلة في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ماهي أيامك المفضلة لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي	التكرار	النسبة (%)
بداية الأسبوع	3	3,8
نهاية الأسبوع	19	23,8
لا افضلية عندي	58	72,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة لايفضلون يوم محدد ذاك بنسبة كبيرة بلغت 72,5 %، في حين ما نسبته 23,8% يفضلون إستخدامها في نهاية الأسبوع، بينما النسبة المتبقية والمقدرة ب 3,8% فيفضلون إستخدامها في بداية الأسبوع.

ومنه نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة لا يفضلون يوم محدد لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لعدة أسباب ومنها:

في حين يرغب البعض في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في حالات الطوارئ أو الأمور المهمة التي تحتاج إلى إشعار عاجل وسريع كطلاب أو الزملاء أو العاملين.

كما يفضل بعض الأساتذة إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في أوقات فراغهم أو بعد الإنتهاء من العمل الأكاديمي أو البحثي.

- يعتقد بعض الأساتذة أنه من الصعب تحديد وقت محدد لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي بسبب طبيعة عملهم المتغيرة والمختلفة.

- يمكن أن يتباين الإستخدام الفردي لمواقع التواصل الإجتماعي بين الأساتذة حسب إحتياجاتهم الشخصية وإتجاهاتهم العامة.

الجدول رقم (19): إذا كانت الإجابة نهاية الأسبوع فكم هي مدة الإستخدام

النسبة (%)	التكرار	إذا كانت نهاية الأسبوع فكم هي مدة الإستخدام
55,0	44	ساعتين
25,0	20	ثلاث ساعات
20,0	16	أكثر من ثلاث ساعات
100,0	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين

إتضح لنا من خلال الجدول التالي أن معظم أفراد العينة يقضون ساعتين وذاك بنسبة 55%، في حين ما نسبته يقضون ثلاث ساعات تقدر بـ 25%، بينما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 20%، فيقضون أكثر من ثلاث ساعات.

وفي الأخير نستنتج أن معظم الأساتذة يقضون ساعتين في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في نهاية الأسبوع وهذا راجع إلى أن نهاية الأسبوع هي فترة الراحة من ضغط العمل بالنسبة لهم فيتصفحون مواقع التواصل بغية الترفيه والتخلص من الضغوطات التي عاشوها طيلة أيام الأسبوع.

الجدول رقم (20) : الأماكن المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابات		أي مكان تفضل الإستخدام فيها
النسبة (%)	التكرار	/
63,0	63	المنزل
6,0	6	نوادي الانترنت
6,0	6	العمل
5,0	5	مكتبة الجامعة
20,0	20	في أي مكان
100,0	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين

دلت معطيات الجدول أن معظم أفراد العينة يفضلون إستخدامها في المنزل وذلك بنسبة كبيرة بلغت 63 %، في حين ما نسبته 20% يفضلون إستخدامها في أي مكان كقاعة إجتماعات أو مطعم، بينما تساوت النسب بين الذين يفضلون إستخدامها في نوادي الأنترنت وفي المقهى حيث بلغت 6%، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 5% فيفضلون إستخدامها في مكتبة الجامعة.

وبناء على هذه المعطيات نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يفضلون إستخدام مواقع إعلام المواطن في المنزل وهذا لعدة أسباب منها توفر الراحة والإسترخاء كذلك توفير الوقت والجهد والتحديث المستمر في تصفح مواقع إعلام المواطن يتيح لهم متابعة آخر التحديثات والأخبار في مجالاتهم الأكاديمية.

الجدول رقم (21): تفضيلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابات		ماهي تفضيلاتك في المواقع
النسبة (%)	التكرار	
34,9	52	بحث
35,6	53	معرفة الأخبار
5,4	8	ملأ الفراغ
24,2	36	مناقشة الوقائع والاحداث
100,0	149	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين

يوضح الجدول التالي أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدامهما في معرفة الأخبار وذلك بنسبة 35,6%، في حين ما نسبته 34,9% يفضلون استخدامهما في البحث، بينما ما نسبته 24,2% يفضلون استخدامهما في مناقشة الوقائع والأحداث، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 5,4% فيفضلون استخدامهما بغية ملأ الفراغ.

وبناء على نتائج الجدول 21 أن النسبة قد تقاربت بين الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار والذين يفضلونها استخدامهما في البحث وهذا بغرض تحديث المعلومات والبحث عن مصادر بالإضافة إلى التواصل مع الجمهور.

الجدول رقم (22): التقنية المستخدمة في تصفح إعلام المواطن

الإجابات		ماهي التقنية التي تصفح من خلالها لإعلام المواطن
النسبة ((%)	التكرار	الأسئلة
17,6	21	الكومبيوتر
58,0	69	الهاتف
23,5	28	الكمبيوتر المحمول
0,8	1	اللوحة الرقمية
100,0	119	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين

بينت معطيات الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهاتف وذلك بنسبة 58%، في حين ما نسبته 23,5% يستخدمون كمبيوتر محمول، بينما ما نسبته 17,6% يستخدمون الكمبيوتر، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 0,8% فيستخدمون لوحة رقمية.

وبناء على هذه المعطيات نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة يستخدمون تقنية الهاتف في تصفح مواقع إعلام المواطن وهذا راجع إلى عدة أسباب لذلك، منها:

- الراحة والهدوء: يمكن للأساتذة الجامعيين العمل في بيئة مريحة وهادئة في المنزل، مما يجعلهم أكثر إنتاجية وتركيزاً على ما يقومون به.

- توفير التكاليف: يمكن للأستاذ الجامعي حصر التكاليف وتوفيرها على نفسه في حال العمل من المنزل وتجنب الذهاب إلى المقاهي أو المكتبات.

وبالطبع، قد يكون لكل أستاذ جامعي قائمة بأسبابهم الخاصة المفضلة للعمل في المنزل، وهذا يعتمد على حاجتهم واحتياجاتهم الشخصية.

المحور الرابع: التقييمات والإشباعات التي يحققها إعلام المواطن للأستاذ الجامعي

الجدول رقم (23): ثقة افراد العينة فيما يقدمه إعلام المواطن

هل يقدم لك إعلام المواطن خدمات وحاجيات	التكرار	النسبة (%)
دائما	6	7,5
أحيانا	60	75,0
نادرا	14	17,5
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

نرى الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة أحيانا ما يثقون في ما يقدمه إعلام المواطن بنسبة 75%، في حين مانسبته 17,5% نادرا ما يثقون فيما يقدمه إعلام المواطن، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 7,5% فتقتهم دائمة فيما يقدمه إعلام المواطن.

نتوصل إلى أن معظم الأساتذة عينة الدراسة أحيانا ما يثقون في ما يقدمه إعلام المواطن من خدمات وحاجيات متنوعة وهذا راجع إلى أن هناك عدة عوامل يمكن أن تؤثر على هذه الثقة منها:

الأمان: يشعر بعض الأساتذة بعدم الأمان في إستخدام بعض الخدمات المقدمة عبر الإنترنت، وذلك بسبب خطر الإختراق وسرقة البيانات الشخصية.

الجودة: يوجد العديد من المنتجات والخدمات المقدمة عبر الإنترنت التي قد تكون ذات جودة منخفضة، مما يؤثر على ثقة الأساتذة في إستخدامها.

الدقة: يجب على الأساتذة الجامعيين التعامل مع مصادر ذات مصداقية عالية والتحقق من دقة البيانات المقدمة، وقد يكون هذا صعبا في بعض الأحيان.

الأداء: قد تواجه بعض الخدمات العديد من المشاكل التقنية أو الأدائية، مما يؤثر على ثقة الأساتذة في إستخدامها.

أيضاً، يمكن للعديد من الأساتذة الجامعيين أن يكونوا من الأجيال التي ليست متعلمة بالتكنولوجيا، ولذلك فإنهم قد يكونوا غير ملمين بالخدمات المقدمة عبر الإنترنت ولا يعرفون كيفية إستخدامها بالطريقة الصحيحة، وهذا يؤثر على ثقتهم في إستخدام هذه الخدمات.

الجدول رقم (24): درجة زيادة إعلام المواطن في الرصيد العلمي والمعرفي

الى أي درجة يمكن لإعلام المواطن أن يزيد من رصيده العلمي والمعرفي	التكرار	النسبة (%)
دائماً	6	7,5
أحياناً	59	73,8
نادراً	12	15,0
أبداً	3	3,8
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت معطيات الجدول رقم 24 أن غالبية أفراد العينة أحياناً ما يزيد إعلام المواطن في رصيدهم بنسبة 73,8%، في حين مانسبته 15% نادراً ما يزيد إعلام المواطن في رصيدهم، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 7,5% أجابوا ب دائماً.

نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة أحياناً ما يزيد إعلام المواطن من رصيدهم العلمي والمعرفي وهذا راجع إلى إعلام المواطن بالتأكيد يمكن أن يساهم في زيادة الرصيد العلمي والمعرفي للأساتذة الجامعيين، ولكن هناك بعض العوامل التي قد تؤثر على ذلك، ومنها:

عدم توفر الإعلام على المواد الدقيقة والشاملة للمواضيع المناقشة، حيث يمكن أن يكون الإعلام يعرض فقط جانباً معيناً من الموضوع دون الوقوف على التفاصيل الأخرى.

عدم تركيز الإعلام على المواضيع العلمية والتعليمية، حيث يشتهر الإعلام اليوم بمحتواه الترفيهي والتثقيف العام بدلاً من النقاشات العلمية.

نقص الوقت، حيث يعاني الكثير من الأساتذة الجامعيين من قصر الوقت وعدم القدرة على المشاركة في جميع العروض الإعلامية بسبب الجداول الزمنية الضيقة وسرعة التغير في المواعيد.

إذا أراد إعلام المواطن أن يزيد من رصيد المعرفة العلمية والثقافية للأساتذة الجامعيين، يجب عليه أيضاً تضمين النقاشات العلمية والتركيز على المواضيع التعليمية وتقديم المعلومات بشكل شامل ودقيق، وكذلك الالتزام بالمواعيد المحددة ومنح المشاركين الوقت الكافي للإجابة على الأسئلة وتفاعل مع الموضوعات المطروحة.

الجدول رقم (25) : هل ترى أن لإعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر

هل ترى أن لإعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر	التكرار	النسبة (%)
نعم	27	33,8
لا	53	66,3
المجموع	80	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

يوضح الجدول التالي أن أغلب أفراد العينة وبنسبة كبيرة قدرت ب 66,3 % أجابوا ب لا، في حين ما نسبته 33,8 % أجابوا ب نعم.

ومنه نستنتج أن معظم الأساتذة عينة الدراسة لا يرون أن لإعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر وهذا راجع لعدة أسباب منها: قلة التفاعل بين الأساتذة الجامعيين والجمهور العام، حيث لا يتمكن الإعلام أحيان كثيرة من الوصول للمشاركة والتفاعل مع الأساتذة الجامعيين.

تفرد الأساتذة الجامعيين بإنشغالاتهم الأكاديمية والتخصصية، مما يجعلهم أحياناً غير قادرين على التعامل مع الإعلام وتوفير الخدمات التعليمية للجمهور.

عدم توافر المنصات المناسبة للإعلام لنشر المحتوى التعليمي وتسهيل عملية الوصول إليها، وهو ما يتطلب مزيداً من التنسيق والتعاون بين الإعلام والجمهور العام.

وفي النهاية، يمكن تحسين عملية توفير خدمات التعليم الجامعي في الجزائر عن طريق تحسينات في التفاعل بين الأساتذة الجامعيين والإعلام، وتوفير الموارد والمنصات المناسبة لنشر المحتوى التعليمي، وتحسين التنسيق بين الإعلام والجمهور العام لتوفير خدمات تعليمية أفضل.

الجدول رقم (26): يوضح إستعمال مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	هل تستعمل مواقع التواصل الإجتماعي				
	لا	نعم			
6	0	6	التكرار	علم إجتماع	التخصص
100,0	0,0	100,0	النسبة(%)		
24	0	24	التكرار	إعلام و إتصال	
100,0	0,0	100,0	النسبة(%)		
8	0	8	التكرار	فلسفة	
100,0	0,0	100,0	النسبة(%)		
17	1	16	التكرار	تاريخ	
100,0	5,9	94,1	النسبة(%)		
15	0	15	التكرار	علم النفس	
100,0	0,0	100,0	النسبة(%)		
8	0	8	التكرار	علوم شريعة	
100,0	0,0	100,0	النسبة		
2	0	2	التكرار	علوم التربية	
100,0	0,0	100,0	النسبة(%)		
80	1	79	التكرار	المجموع	
100,0	1,3	98,8	النسبة(%)		

المصدر: من إعداد الطالبين

يبين الجدول التالي أن أفراد العينة الذين تخصصاتهم علم الاجتماع و إعلام وإتصال وعلم النفس وعلوم الشريعة وعلوم التربية أجابوا بنعم بنسبة 100%، في حين مانسبته 94,1% من أفراد العينة الذين تخصصهم تاريخ أجابوا بنعم، بينما النسبة المتبقية التي بلغت 5,9 أجابوا ب لا.

نتوصل من خلال النتائج المتحصل عليها عدم وجود إختلافات في إجابات أفراد العينة من التخصصات السبعة عن إستعمالهم لمواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير التخصص العلمي وهذا مؤشر على عدم وجود فروق فيما يخص علاقة متغير التخصص بهل تستعمل مواقع التواصل الإجتماعي، بحيث أن كل الأساتذة من جميع التخصصات يستعملون مواقع التواصل الإجتماعي وذلك لأسباب عدة منها التواصل مع الطلاب وتبادل المعرفة، نشر المواد والمصادر التعليمية .

الجدول رقم (27): يوضح شدة إقبال أفراد العينة على مواقع التواصل الإجتماعي وفقا لمتغير الجنس

		ماهي شدة اقبالك لها					
		ضعيف	مكثف	متوسط			
الجنس	نعم	التكرار	4	9	25	38	
		النسبة(%)	10,5	23,7	65,8	100,0	
	لا	التكرار	4	4	34	42	
		النسبة(%)	9,5	9,5	81,0	100,0	
المجموع		التكرار	8	13	59	80	
		النسبة(%)	10,0	16,3	73,8	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبين

يوضح معطيات الجدول الأسفل أن ما نسبته 65,8% من فئة الذكور أجابو ب متوسط، تليها نسبة 23,7% إجابتهم كانت بشكل مكثف، في حين مانسبته 10,5% أجابوا ب ضعيف، أما فئة الإناث فقد أجبن بنسبة 81%أنهن يقبلن عليها بشكل ضعيف، في حين تساوت النسب بين اللواتي أجبت ب ضعيف ومكثف ، حيث بلغت 9,5%.

نستنتج مما سبق أنه لا توجد إختلافات بين إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس وهذا مؤشر على عدم وجود فروق فيما يخص شدة إقبال أفراد العينة على مواقع التواصل الإجتماعي وفقا لمتغير

الجنس فإن معظم أفراد العينة ذكور وإناث شدة إقبالهم على مواقع التواصل الإجتماعي هي متوسطة وهذا قد يعود لأسباب منها الإهتمام بالأبحاث الأكاديمية بالإضافة إلى عدم الرغبة في تبادل الحياة الشخصية .

الجدول رقم (28): يبين الأماكن المفضلة لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس	نعم	التكرار	الأماكن المفضلة في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي					المجموع
			منزل	الانترنت	نوادي	عمل	مكتبة الجامعة	في أي مكان
	نعم	التكرار	27	2	3	4	12	48
			56,3	4,2	6,3	8,3	25,0	100,0
	لا	التكرار	36	4	3	1	8	52
			69,2	7,7	5,8	1,9	15,4	100,0
المجموع		التكرار	63	6	6	5	20	100
			62,7	5,9	6,0	5,1	20,2	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين

نلاحظ من بيانات الجدول أن فئة المبحوثين من الذكور أجابو بنسبة 56,3% أنهم يستخدمونها في المنزل، بينما ما نسبته 25% أجابوا في أي مكان، في نسبة 8,3% كانت أجابتهم مكتبة الجامعة، أما ما نسبته 6,3% أجابوا العمل، بينما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 4,2% أجابوا بنوادي الانترنت، أما فئة المبحوثين من الإناث فقد أجبن بنسبة 69,2% بأنهن يستخدمنها في المنزل، تليها نسبة 15,4% أجاب في أي مكان، ثم ما نسبته 7,7% أجبن ب نوادي الانترنت، في حين نسبة 5,8% إجابتهن كانت العمل، أما النسبة المتبقية و المقدرة بـ 1,9% أجبن ب مكتبة الجامعة، في حين بلغت نسبة كلا الجنسين الذين يفضلون إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في المنزل بـ 62,7%، بينما أجابوا كل من الذكور والإناث أنهم يفضلون إستخدامها في أماكن أخرى بـ 20,2%.

يتضح أنه لا توجد إختلافات في إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس وهذا مؤشر على عدم وجود فروق ذات بخصوص مكان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل الأساتذة أفراد عينة الدراسة وفقا لهذا المتغير وهذا لأن معظم المبحوثين إجابتهم كانت المنزل وهذا راجع إلى الراحة النفسية والخصوصية .

الجدول رقم (29): يوضح المواقع الأكثر إستخداما حسب متغير التخصص

المجموع	الوسائل الأكثر إستخداما						
	الصفحات	المدونات	مواقع التواصل الإجتماعي	البريد الالكتروني			
12	2	1	4	5	التكرار	علم إجتماع	التخصص
100,0	16,7	8,3	33,3	41,7	النسبة(%)		
39	4	7	20	8	التكرار	إعلام و إتصال	
100,0	10,3	17,9	51,3	20,5	النسبة(%)		
13	3	1	4	5	التكرار	فلسفة	
100,0	23,1	7,7	30,8	38,5	النسبة(%)		
27	3	1	15	8	التكرار	تاريخ	
100,0	11,1	3,7	55,6	29,6	النسبة(%)		
17	2	0	14	1	التكرار	علم النفس	
100,0	11,8	0,0	82,4	5,9	النسبة(%)		
15	3	1	5	6	التكرار	علوم شريعة	
100,0	20,0	6,7	33,3	40,0	النسبة(%)		
4	0	0	2	2	التكرار	علوم التربية	
100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	النسبة(%)		
127	17	11	64	35	التكرار	المجموع	
100,0	13,3	6,3	48,1	32,3	النسبة(%)		

المصدر: من إعداد الطالبين

يبين الجدول التالي أن ذوي تخصص علم الإجتماع أجابوا بنسبة 41,7% كانت إجابتهم البريد الإلكتروني، تليها نسبة 33,3% كانت إجابتهم مواقع التواصل الإجتماعي، بينما ما نسبته 16,7% فأجابوا الصفحات، في حين النسبة المتبقية والمقدرة بـ 8,3% كانت إجابتهم المدونات، أما أفراد العينة الذين تخصصهم إعلام وإتصال فأجابت نسبة 51,3% بأن مواقع التواصل الإجتماعي هي الأكثر إستخداما، تليها نسبة 20,5% أجابت بـ البريد الإلكتروني، ثم تأتي نسبته 17,9% أجابوا بـ المدونات، بينما النسبة المتبقية و المقدرة بـ 10,3% فأجابتهم كانت الصفحات، بينما الذين تخصصهم فلسفة فأجاباتهم كانت كالتالي، مانسبته 38,5% أجابوا بالبريد الإلكتروني، تليها نسبة 30,8% إجابتهم كانت مواقع التواصل الإجتماعي، ثم نسبة 23,1% إجابتهم كانت الصفحات، بينما النسبة المتبقية والتي بلغت 7,7% إجابتهم كانت المدونات، أما أفراد العينة الذين تخصصهم تاريخ فقد أجابوا بنسبة 55,6% بمواقع التواصل الإجتماعي،

تليها نسبة 29,6% أجابوا بالبريد الإلكتروني، ثم ما نسبته 11,1% إجابته كانت الصفحات، بينما النسبة المتبقية والمقدرة ب 3,7% إجابته كانت المدونات، أما الذين تخصصهم علم النفس فقد أجابت نسبة 82,4% بمواقع التواصل الاجتماعي تليها نسبة 11,8% أجابوا بالصفحات، في حين أجابت النسبة المتبقية والمقدرة ب 5,9% بالبريد الإلكتروني، بينما أفراد العينة الذين تخصصهم علوم شريعة فقد أجابوا نسبة 40% بالبريد الإلكتروني، تليها نسبة 33,3% أجابوا بمواقع التواصل الاجتماعي، ثم ما نسبته 20% أجابوا بالصفحات، بينما النسبة المتبقية والمقدرة ب 6,3% أجابوا بالمدونات أما الذين تخصصهم علوم التربية فقد تساوت النسب في إجابته حيث أجابوا بنسبة متساوية قدرت ب 50% بأنهم يستخدمون أكثر البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

وبناء على هذه البيانات نستنتج أن هناك إختلافات في إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير التخصص و هذا مؤشر على وجود فروقات بخصوص المواقع الأكثر إستخداما من طرف أفراد العينة وفق التخصص فقد تباينت مختلف إجابات الأساتذة عينة الدراسة حول البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى أنهم يستخدمون هاذين الموقعين بغرض التواصل مع الطلاب وتبادل المعلومات والأفكار والنتائج البحثية مع الزملاء.

الجدول رقم (30): يوضح التقنية التي يتصفح من خلالها أفراد العينة إعلام المواطن

المجموع	التقنية المستخدمة في تصفح إعلام المواطن						
	لوحة رقمية	كومبيوتر محمول	هاتف	كومبيوتر			
6	0	0	4	2	التكرار	أستاذ	الرتبة الاكاديمية
100,0	0,0	0,0	66,7	33,3	النسبة(%)		
34	0	8	22	4	التكرار	أستاذ مؤقت	
100,0	0,0	23,5	64,7	11,8	النسبة(%)		
23	0	7	13	3	التكرار	أستاذ مساعد(ا.ب)	
100,0	0,0	30,4	56,5	13,0	النسبة(%)		
49	1	12	27	9	التكرار	أستاذ محاضر (ا.ب)	
100,0	2,0	24,5	55,1	18,4	النسبة(%)		
7	0	1	3	3	التكرار	أستاذ التعليم العالي	
100,0	0,0	14,3	42,9	42,9	النسبة(%)		
119	1	28	69	21	التكرار	المجموع	
100,0	0,4	18,5	57,2	23,9	النسبة(%)		

المصدر: من إعداد الطالبين

أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين رتبهم أستاذ أجابوا بنسبة 66,7% هاتف تليها نسبة 33,3% أجابوا ب كومبيوتر، أما الذين رتبهم أستاذ مؤقت فأجابوا بنسبة 64,7% بأنهم يتصفحونها عبر الهاتف، تليها نسبة 23,5% أجابوا ب كومبيوتر محمول، أما النسبة المتبقية و المقدرة ب 11,8% فإجاباتهم كانت كومبيوتر، أما أفراد العينة الذين رتبهم أستاذ مساعد (أ.ب) فقد أجابوا 56,5% بهاتف، تليها نسبة 30,4% أجابوا بكومبيوتر محمول، أما النسبة المتبقية والتي بلغت 13% فإجاباتهم كانت كومبيوتر، أما أفراد العينة الذين رتبهم أستاذ محاضر (أ.ب)، فقد أجابوا بنسبة 55,1% بهاتف تليها نسبة 24,5% أجابوا بكومبيوتر محمول، بينما ما نسبته فقد أجابوا ب 18,4 كومبيوتر، في حين النسبة المتبقية والمقدرة ب 2% كانت إجاباتهم لوحة رقمية.

من خلال البيانات المتحصل عليها نستنتج أنه لا توجد إختلافات في إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير الرتبة الأكاديمية وهذا مؤشر على عدم وجود فروق بخصوص التقنية التي يتصفح من خلالها الأساتذة عينة الدراسة لإعلام المواطن وفقا لمتغير الرتبة الأكاديمية، فقد أجمع أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف في تصفح إعلام المواطن وهذا راجع إلى أن الهاتف يوفر دائما الوصول الفوري إلى الأنترنت والتطبيقات المختلفة، مما يمكن أن يكون مفيدا بشكل خاص على سبيل المثال، إذا كان الأساتذة يرغبون في تلقي إشعارات فورية لرسائل البريد الإلكتروني الجديدة أو التطبيقات الأخرى.

إختبار الفروق

اتجاهات الأساتذة نحو إعلام المواطن

بالنسبة لإختبار الفروق في اتجاهات الأساتذة نحو إعلام المواطن بين الجنسين نستخدم إختبار "ت" للفروق بين المتوسطات وفق الفرضيات التالية:

H_0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الأساتذة نحو إعلام المواطن ترجع لمتغير الجنس

H_1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الأساتذة نحو إعلام المواطن ترجع لمتغير الجنس

الجدول الموالي يعطي نتائج الإختبار وهي:

بالنسبة لاختبار ليفين لتجانس التباينات فقد بلغت قيمته 3,281 بمستوى دلالة 0,074 وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الذي يساوي 0,05 وعليه نعتمد فرضية تساوي التباينات وعليه نعتمد القيم الموجودة في السطر الأول من الجدول.

عند قراءة قيم هذا السطر نجد أن:

بالنسبة لإختبار "ت" للفروق بين المتوسطات فقد بلغت قيمته 1,053 بمستوى دلالة 0,296 وهذه القيمة

أكبر من مستوى الدلالة الذي يساوي 0,05 وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود

فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الأساتذة نحو إعلام المواطن ترجع لمتغير الجنس.

إختبار ت للفروق بين المتوسطات			إختبار ليفين لتجانس التباينات			
الدالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة إختبار ت	الدالة الإحصائية	قيمة إختبار ف		
0,296	78	1,053	0,074	3,281	فرضية تساوي التباينات	المقياس
0,287	73,360	1,072			فرضية عدم تساوي التباينات	

من خلال البيانات الواردة في الجدول نستنتج أنه لا توجد فروق في إتجاه النخبة الأكاديمية نحو إعلام المواطن ترجع لمتغير الجنس، وذلك راجع إلى المستوى العلمي العالي لدى الأساتذة ما يجعل متغير الجنس غير مؤثر بدرجة بارزة على آراء وإتجاه النخبة نحو مواقع إعلام المواطن، ويرجع ذلك إلى بحث النخبة في كلا الجنسين عن إشباع رغباتهم وحاجاتهم المعرفية دون أن يكون لمتغير الجنس أثر بارز على توجهاتهم نحو إعلام المواطن.

➤ النتائج العامة للدراسة

1. نتائج التحليل الكمي لبيانات الدراسة

❖ نتائج المحور الثاني: الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن من طرف الأساتذة

- ✓ بينت الدراسة أن الأساتذة أحيانا ما يستخدمون صحافة المواطن وهذا راجع إلى أن صحافة المواطن غير موثوق بها بشكل عام، حيث يمكن أن ينشر الأشخاص المعلومات غير المؤكدة والمضللة وبالتالي، يمكن أن يتسبب في نشر أخبار خاطئة ومضللة بين الجمهور .
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين يستخدمون إعلام المواطن بغرض الإستفادة العلمية والتعليمية وهذا راجع إلى أنهم يعتمدون على إعلام المواطن في التحضير للفصول الدراسية والأبحاث والأعمال الأكاديمية الأخرى على أن يكون له العديد من الفوائد العلمية والتعليمية، فإعلام يحتوي المواطن على مصادر وأخبار وتفاعل مع الجمهور الواسع، وهذا يمكن أن يساعد الأساتذة الجامعيين على فهم وتحليل أفضل للموضوعات المتخصصة، بالإضافة إلى تحسين الاتصال بين الأكاديميين والمجتمع في المجمل.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يستفيدون من إعلام المواطن، لأن هذا الأخير هو وسيلة مهمة لتحديث المعرفة والتواصل مع الجمهور وتحديد تطلعاته للمستقبل.
- ✓ أوضحت الدراسة أن أغلب الأساتذة يشتركون في موقع فيسبوك على غرار المواقع الأخرى فهناك عدة أسباب لتفضيله إستخدام موقع فيسبوك على تطبيقات التواصل الإجتماعي الأخرى منها الوصول إلى جمهور متعدد الأعمار.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يقضون مدة ساعة إلى ساعتين في تصفح المواقع الخاصة بإعلام المواطن وهذا حسب أوقات فراغهم وحاجتهم إلى هذه المواقع.
- ✓ بينت الدراسة أن الأساتذة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة لإعلام المواطن وهذا يرجع إلى عدة أسباب، منها: توفر مواقع التواصل الإجتماعي على وسائل تواصل سريعة وفعالة مع الجمهور والمتابعين، كما تعتبر قناة تسويقية فعالة للأساتذة ولمؤسسات التعليم العالي، حيث يمكن للأساتذة نشر أهم ما يتعلق بأبحاثهم ودراساتهم.
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة يستعملون مواقع التواصل الإجتماعي فهي تساعدهم على التفاعل مع أوسع جمهور وبناء صورة إيجابية عن الأساتذة الجامعيين.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يستعملون الصفحات الإخبارية وهذا راجع إلى أنها تساعدهم على التواصل مع الطلاب والجهات المهمة وتحسين مستوى التواصل والتفاعل.

❖ نتائج المحور الثالث: أنماط استخدام الأساتذة لإعلام المواطن

- ✓ أوضحت الدراسة أن الأساتذة أحيانا ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية وهذا راجع لعدة أسباب، ومنها: الوقت، التدريس والبحث.
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين.
- ✓ بينت الدراسة أن الأساتذة لا يستخدمون مواقع إعلام المواطن في وقت محدد فيمكن أن يكون السبب في عدم حدد وقت خاص لإستخدام مواقع إعلام المواطن في أبحاثهم هو أن هذه المواقع متاحة على مدار الساعة.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يقبلون بشكل متوسط على مواقع إعلام المواطن ربما يعود ذلك إلى عدة عوامل، بما في ذلك: قد يشعر بعض الأساتذة الجامعيين بأن مواقع إعلام المواطن لا توفر المصادر الموثوقة والرسمية التي يحتاجونها في بحوثهم ودراساتهم الأكاديمية.
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة لا يفضلون يوم محدد لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ بينت الدراسة أن الأساتذة يقضون ساعتين في إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نهاية الأسبوع.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يفضلون تصفح مواقع إعلام المواطن في المنزل وهذا توفر الراحة والإسترخاء كذلك توفير الوقت والجهد التحديث المستمر.
- ✓ أوضحت الدراسة أن الأساتذة يفضلون إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار و البحث وهذا بغرض تحديث المعلومات والبحث عن مصادر.
- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة يستخدمون تقنية الهاتف في تصفح مواقع إعلام المواطن وهذا راجع لعدة أسباب، منها: الراحة والهدوء وتوفير التكاليف.

❖ نتائج المحور الرابع : التقييمات والإشباعات التي يحققها إعلام المواطن

للأستاذ الجامعي

- ✓ أثبتت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين أحيانا ما يثقون في ما يقدمه إعلام المواطن من خدمات وحاجيات متنوعة.
- ✓ كشفت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين أحيانا ما يزيد إعلام المواطن من رصيدهم العلمي والمعرفي، فإذا أراد الإعلام المواطن أن يزيد من رصيد المعرفة العلمية والثقافية للأساتذة الجامعيين، يجب عليه أيضاً تضمين النقاشات العلمية والتركيز على المواضيع التعليمية

وتقديم المعلومات بشكل شامل ودقيق، وكذلك الإلتزام بالمواعيد المحددة ومنح المشاركين الوقت الكافي للإجابة على الأسئلة وتفاعل مع الموضوعات المطروحة.

✓ بينت الدراسة أن الأساتذة الجامعيين لا يرون أن لإعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر وهذا راجع لعدة أسباب منها، قلة التفاعل بين الأساتذة الجامعيين والجمهور العام، حيث لا يتمكن الإعلام لأحيان كثيرة من الوصول للمشاركة والتفاعل مع الأساتذة الجامعيين.

2. نتائج التحليل الكيفي لبيانات الدراسة

✓ أوضحت الدراسة عدم وجود فروق فيما يخص علاقة متغير التخصص ب هل تستعمل مواقع التواصل الإجتماعي، بحيث أن كل الأساتذة من جميع التخصصات يستعملون مواقع التواصل الإجتماعي وذلك لأسباب عدة منها التواصل مع الطلاب وتبادل المعرفة، نشر المواد والمصادر التعليمية.

✓ أثبتت الدراسة عدم وجود فروق فيما يخص شدة إقبال أفراد العينة على مواقع التواصل الإجتماعي وفقا لمتغير الجنس بحيث أن معظم أفراد العينة ذكور وإناث شدة إقبالهم على مواقع التواصل الإجتماعي هي متوسطة وهذا قد يعود لأسباب منها الإهتمام بالأبحاث الأكاديمية بالإضافة إلى عدم الرغبة في تبادل الحياة الشخصية.

✓ كشفت الدراسة عدم وجود فروق بخصوص مكان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل الأساتذة أفراد عينة الدراسة وفقا لهذا المتغير وهذا لأن معظم المبحوثين إجابتهم كانت المنزل وهذا راجع إلى الراحة النفسية والخصوصية.

✓ بينت الدراسة وجود فروقات بخصوص المواقع الأكثر إستخداما من طرف أفراد العينة وفق التخصص فقد تباينت مختلف إجابات الأساتذة عينة الدراسة حول البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الإجتماعي وهذا راجع إلى أنهم يستخدمون هاتين الموقعين بغرض التواصل مع الطلاب و تبادل المعلومات والأفكار والنتائج البحثية مع الزملاء.

✓ عدم وجود فروق بخصوص التقنية التي يتصفح من خلالها الأساتذة عينة الدراسة لإعلام المواطن وفقا لمتغير الرتبة الأكاديمية، فقد أجمع أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف في تصفح إعلام المواطن وهذا راجع إلى أن الهاتف يوفر دائما الوصول الفوري إلى الأنترنت والتطبيقات المختلفة، مما يمكن أن يكون مفيدا بشكل خاص على سبيل المثال، إذا كان الأساتذة يرغبون في تلقي إشعارات فورية لرسائل البريد الإلكتروني الجديدة أو التطبيقات الأخرى.

النتائج في ضوء الفرضيات

- تثق النخبة الأكاديمية في مصداقية المرسل الذي يمارس إعلام المواطن.
- _ تم إثبات صحة الفرضية حيث أن النخبة الأكاديمية تثق في المرسل.
- تثق النخبة الأكاديمية في محتوى ومضمون إعلام الواطن.
- _ تم إثبات صحة الفرضية بحيث النخبة تثق في مضمون ومحتوى الذي يتم تداوله عبر إعلام المواطن
- النخبة الأكاديمية المتمثلة في أساتذة جامعة البويرة تثق في مصداقية الوسائل المعتمدة في إعلام المواطن.
- _ تم إثبات عدم صحة الفرضية بحيث نجد أن النخبة الأكاديمية أحيانا ماتثق في المعلومات المتداولة عبر إعلام المواطن وتعتبرها ذات مصداقية ضعيفة.
- لا توجد فروق في الإتجاه نحو إعلام المواطن بإعتبار النخبة من كلا الصنفين ومن مستخدمي هذا النوع من الإعلام.
- _ تم إثبات صحة الفرضية بحيث أن كلا الجنسين عن إشباع رغباتهم وحاجاتهم المعرفية دون أن يكون لمتغير الجنس أثر بارز على توجهاتهم نحو إعلام المواطن.
- من النتائج السابقة يمكن القول أن النخبة الأكاديمية رغم ثقتها في الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن إلا أن أساتذة جامعة البويرة لا يثقون دائما في محتوى من هذا النوع من الإعلام، إلا إذ كان مرتبطا بالمرسل الذي ينال ثقتهم مسبقا.

الختام

الخاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على لب إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن على أساتذة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البويرة، بعد ميلاد وسيلة إعلامية جديدة تواكب عصر التكنولوجيا التي تدعى إعلام المواطن بإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي، مما سهلت عملية التعبير عن الأفكار والمعلومات والآراء بشكل مباشر وغير مباشر أي الإعلام الحر عكس الصحافة الرسمية التي تلتزم بالقيود.

حيث يعتبر إعلام المواطن حديث العام والخاص، حيث يعتبرها الأغلبية شكلا من أشكال التكنولوجيا والتقدم في المجتمعات بحيث هذا الجوهر صحافة المواطن يحمل العديد من المزايا التي تحتاج الى البحث، وله تطبيقات وخدمات نفعية التي توفر للأفراد الممارسة الإتصالية داخل وخارج المجتمع.

كما أن إعلام المواطن أصبح جوهر جميع المجالات وله مكانة كبيرة سواء من ناحية التسلية أو البحث أو المجال التعليمي أو حرية التفكير والإبداع في المحتوى... إلخ، كما تبين أيضا مدى إعتقاد النخبة الأكاديمية الأساتذة لهذا النوع من الإعلام في مايقدمه من معلومات وأخبار عبر واقعنا وشدة الإقبال عليها ومدى مصداقية النخبة لإعلام المواطن كمصدر للمعلومة، وقد تمكن إعلام المواطن بلوغ كل فئات العمر خاصة فئة النخبة التي يعتبر فجوة المجتمعات كمصدر لهم والتي سعت بالتأثير سلبا أو إيجابا، حيث تميز بقدر عال من التفاعلية والأنية في الخبر، وأصبح هذا الإعلام يستخدمونه في صناعة المحتوى.

وفي النهاية يجب الإلتزام بأخلاقيات النشر وتوفير الدقة والموضوعية في نشر المعلومات والأخبار والتأكد من المصدر لنيل ثقة النخبة لتقادي أكاذيب الأخبار وهذا ما يتميز به إعلام المواطن عن غيرها من الوسائل التقليدية، وهنا تكمن مدى أهميته في المجتمع وعصر التكنولوجيا.

وبناء على البحوث التي قمنا بها والنتائج التي توصلنا من خلال دراستنا توصلنا إلى مجموعة من التوصيات نذكر منها

_ مشاركة النخب الأكاديمية في إثراء محتوى إعلام المواطن وذلك من خلال البود كسات والمقالات وغيرها.

_ ضرورة إنشاء النخبة الأكاديمية صفحات ومنصات مخصصة لإعلام المواطن من أجل نشر مضمونها.

_ يجب دعم الناشطين في مجال إعلام المواطن بالخصوص اللذين يقدمون محتوى هادف.

_ يجب على النخبة التحذير من المعلومة الزائفة إزاء هذا النوع من الإعلام بإعتبار نخبة مثقفة وواعية.

_ ضرورة ضبط وتقييم مضمون إعلام المواطن بما يتأقلم مع قوانين البلاد وضوابطها الدينية والاجتماعية.

_ القيام بندوات وأيام تحسيسية حول فوائد إعلام المواطن من طرف النخبة بهدف إعطاء نظرة عامة له.

_ وكذلك نقترح من النخبة الأكاديمية مستقبلا مواكبة التطورات التكنولوجية لإعلام المواطن فمثلا في دراستنا الحالية إستجبت أن معظم أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لا يستخدمون إعلام المواطن بدرجة كبيرة أي مئة بالمئة وهذا راجع إلى النخبة، هذه الأخيرة رغم أنها طبقة مثقفة إلا أنها تعود إلى الأصل من عادات وتقاليده أي أن الإنسان يرث هذه المميزات ولا يستطيع الإستغناء عنها مهما تطور العصر وكذلك عدم ثقة الأخبار بما ينشره هذا الإعلام. وحسب رأيي يجب على النخبة مواكبة العصر وإستخدام هذا النوع من الإعلام فمثلا مستقبلا تطور الذكاء الاصطناعي في جميع الميادين المجتمع وبهذا يؤدي إلى نخبة جد راقية في المجتمع ذو مستوى عالي وبهذا تبقى هذه النخبة مستمرة مع أي تطور حدث.

وفي الأخير نتمنى أن تكون دراستنا الحالية مفتاح لدراسات أخرى في مجال الإعلام والإتصال خاصة إعلام المواطن مستقبلا.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. الكتب

1. بن مرسلّي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. أنجريس مورييس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد سمرأوي، كمال بوشرق، سعيد سبعون، دار القصبة، الجزائر، 2004.
3. نياي موسى، **المرشد إلى كتابة الرسائل الجامعية**، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 121.
4. عادة ممدوح، **الإعلام الجديد والشبكات الإجتماعية**، مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات، جامعة القاهرة، مصر، 2016.
5. إبراهيم بعزيز، **دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث**، ص10 pdf.
6. السيد أحمد مصطفى عمر، **البحث العلمي إجراءاته ومناهجه**، القاهرة، مكتبة الفلاح، 2003.
7. حسن عماد مكأوي، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003.
8. عاطف عدلي، **إستطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها**، ط7، مكتبة فيروز المعادي، توزيع دار الفكر العربي، مدينة نصر 2010.
9. _عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق، عمان، 2008م، ص 185.
10. ابن منظور، **لسان العرب**، ج4، 6، دار المعارف، القاهرة.
11. أبو القاسم سعد الله، **الحركة الوطنية الجزائرية ج 2**، ط4، دار المغرب الإسلامية، لبنان، ص163.
12. بلقيس أحمد منصور، **النخبة السياسية الحاكمة في اليمن (1978-1990)** ط1، مكتبة مدبولي القاهرة، مصر، 1999.
13. بوحوش عمار ومحمود محمد، **مناهج البحث العلمي وإعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
14. جميل حمداوي، **سوسيولوجيا النخب، النخبة المغربية نموذجا**، ط1، الشاملة الذهبية، 2015م.

15. جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط 1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1994.
16. جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1994.
17. حامد زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 1972.
18. خالد التميمي، الصفوة العراقية بين النجاح والفشل، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الاردن عمان، 2011.
19. خديجة الريح، إعلام المواطن، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا 2020.
20. خير الدين شترة، اسهامات النخبة الجزائرية في الحياة السياسية والفكرية التونسية 1900-1939، دط، دار البصائر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
21. الدعليج ابراهيم بن عبد العزيز، مناهج و طرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
22. دعمس مصطفى، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.
23. زين العابدين درويش، علم النفس الاجتماعي أسس تطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.
24. سريسي آمال، مفهوم اللغة في ضوء مناهج البحث اللغوية، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب بالبليدة، 2012.
25. سيف الدين فهد غاري سعاني، مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، 2014.
26. صالح خليل ابو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 4، دار الارام، الأردن، 2004.
27. علي أسعد، وطفة في مفهوم النخبة مقارنة بنائية، ط 1، مركز نقد وتنوير للدراسات الإنسانية.
28. كامل محمد عويضة، علم النفس الاجتماعي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996.
29. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
30. كمال خورديش مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام، التطورالخصائص والنظريات، ط1، عمان، دار الميسرة، 2011.

31. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط3، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2003م.
 32. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، مصر، القاهرة .
 33. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، 2003.
 34. ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
 35. هشام محمود القداحي، سيكولوجية النخبة العليا والزعامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
 36. وتومور توماس، الصفوة والمجتمع، دراسة في علم الاجتماع السياسي، ترمجد الجوهري وآخرون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1988 .
- II. المذكرات و الرسائل الجامعية
1. الطاهر العمري، النخبة الوطنية الجزائرية ومشروع المجتمع 1940-1900، أطروحة دكتوراه في التاريخ الحديث والمعاصر، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، الجزائر، 2003_2004.
 2. بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على إتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008 .
 3. صدقي محمد موسى، إتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا رسالة ماجستير، 2009 .
 4. يسمينة خدنة، أطروحة الدكتوراة في علم الاجتماع البحث العلمي في الجامعات الجزائرية من خلال مذكرات تخرج طلبة الماجستير، تخصص ادارة الموارد البشرية ،سطيف، 2017، 2018.
 5. خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية، دراسة ميدانية بنوادي الانترنت بولاية قسنطينة، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
 6. طارق مخنان، أزمة غياب دور النخبة المثقفة الجزائرية في التغيير، مذكرة لنيل شهادة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

7. عبد الوهاب خالد، مذكرة ماجستير بعنوان "الاشهار والثقافة الإستهلاكية في الجزائر، مؤسسة جازي نموذجاً، كلية الإعلام، جامعة وهران، 2006-2007.
8. قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماجستير كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة ، 2010_2011.
9. كمال خليل ،المدارس الشرعية الثالث، التأسيس والتطور 1951، مذكرة ماجستير في التاريخ الحديث والمعاصر، جامعة متتوري،قسنطينة،2007.

III. الملتقيات و المجلات

1. بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، اعلام المواطنة النشأة والتطور، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 08، العدد 02، 2020.
2. عبد الله كبار، النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائر، قراءة سوسيولوجية في جدلية الواقع والممارسة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 11، 2013.
3. عبد الله كبار، النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011 .
4. منير الطيبي، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات النخب الجزائرية نحو القضايا السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة .
5. مولود سعادة، النخبة والمجتمع تجدد الرهانات، مجلة الباحث الاجتماعي، قسم علم الاجتماع، جامعة باتنة، العدد 10، 2010.
6. أمينة علاق نخبة أم نخب، قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قسنطينة، العدد 28 مارس 2017.
7. برارمة صبرينة، صحافة المواطن والصحافة التقليدية بني التنافس والتكامل، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية سطياف 2014.
8. حسن صادق، الإتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28 العدد 3-4 سوريا، 2012.
9. حسين صديق، الإتجاهات من وجهة نظر علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، سوريا المجلد 28 العدد 3-4، 2012.
10. خضير عباس ضاري، الموسوي خضر سالم، مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية، كلية الإعلام، جامعة بغداد، مجلة البحث الإعلامي، 2016 .

11. الصادق رابح، الأدوات والوسائط الاعلامية، بحث في حدود الوصل والفصل، المؤتمر الدولي للتكنولوجيا، جامعة البحرين 7-9 أفريل 2009،
12. صبرينة برارمة، إعلام المواطن والصحافة التقليدية ، مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية، سطيف، العدد 20، 2014.
13. عبد الله كبار، النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائر، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.
14. عبدالله كبار، النخبة الجامعية و المجتمع المدني في الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.
15. لهاللي سلوى، ظهور النخبة الجزائرية ومرجعياتها، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، جامعة الجزائر 2، المجلد 1، العدد 1، 2013.
16. نعمان عباسي، الحكم الراشد وألوية ترتيب المشهد النخبوي الجزائري، مجلة الباحث الإجتماعي، جامعة سكيكدة، عدد 10، سبتمبر 2010.

IV. المحاضرات

1. صالح السامرائي نيهة، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية، نموذج لكتابة الأطروحة والدفاع عنها، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
2. محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الإجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

V. المواقع الإلكترونية

1. الشعب اون لاين، <https://cutt.us/e9gpl> في 10/05/2023، س 11:10 .
2. https://sinbadthesailor10.blogspot.com/2017/01/blog-post_7.html ، تمت المعاينة في 2023/5/5، 11:00
3. النخب الجزائرية 1892 - 1942، <https://cutt.us/4ByKG> في 05/05/2023 : س 10:40
4. [5] TETU : Jean-François : Responsabilité des journalistes et “public journalism”
5. أسماء فؤاد حافظ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، من موقع https://sjsj.journals.ekb.eg/article_91054.html في 16/04/2023 12 : 20

6. جمال الزرن، "صحافة المواطن" المتلقي عندما يصبح مرسلًا، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص18.
7. علي أسعد وطفة، من [في مفهوم النُخبة - مقارنة بنائية\(researchgate.net\)](https://researchgate.net) " في 19/05/2023، 10:00.
8. معجم المعاني الجامع عربي عربي، من موقع <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-> ar/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87/ ، في 00 : 15، 5 أبريل 2023.
9. صادق الحمادي، القاموس النقدي للإعلام في "صحافة لمواطن" www.essahafa.tn، تاريخ زيارة الموقع، 2:00، 2023/5/2.
10. مبارن بن زعير، معهد الجزيرة للإعلام، نشرت في 21 فيفري 2017 تاريخ زيارة الموقع <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/255> h10:20، 2023/05/06.

VI. مراجع باللغة الأجنبية

Shaun Sutton : "THE .MY. IN OHMYNEWS: A USES AND GRATIFICATIONS INVESTIGATION INTO THE MOTIVATIONS OF CITIZEN JOURNALISTS IN SOUTH KORE", University of Leeds, United Kingdom, September 2006

الملاحق

الملحق رقم: 01 : إستمارة إستمبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج – البويرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإتصال

إستمارة إستمبيان حول:

إتجاهات النخبة الأكاديمية نحو مصداقية إعلام المواطن
دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البويرة
من شهر مارس إلى غاية شهر جوان

مذكرة مقدمة إستمكمال متطلبات للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال
-تخصص إتصال وعلاقات عامة-

إشراف الأستاذ:

خالدي مصطفى

إعداد الطلبة:

عامر حمزة

لعميري صالح

السنة الدراسية: 2023/2022

ملاحظة: إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو
الإجابة بكل موضوعية وجدية وضع علامة (X) في خانات الإجابة المناسبة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- 2-السن: (30-25) ☐ (35-30) ☐ (40-35) ☐ أكثر من 40 ☐
- 3-التخصص: علم الاجتماع ☐ إعلام واتصال ☐ فلسفة ☐
- التاريخ ☐ علم النفس ☐ علوم الشريعة ☐ علوم التربية ☐

أخرى.....

- 4-الدرجة العلمية: ماجستير ☐ دكتوراه ☐ دكتوراه LMD ☐
- 5-الرتبة الأكاديمية: أستاذ ☐ أستاذ مؤقت ☐ أستاذ مساعد (ا ب) ☐
- أستاذ محاضر (ا ب) ☐ أستاذ التعليم العالي ☐

المحور الثاني: الوسائل المستخدمة في إعلام المواطن من طرف الاساتذة

- 6-هل تستخدم اعلام المواطن؟ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐
- 7- ماهي دوافع استخدامك لهذه المواقع؟ المشاركة والتعليقات ☐ الترفيه والتسلية ☐
- النشر ☐ الاستفادة العلمية والتعليمية ☐

أخرى أذكرها:

- 8- هل تستفيد من إعلام المواطن؟ نعم ☐ لا ☐

9-ماهي المواقع التي تشترك فيها؟

- الفايسبوك ☐ تويتر ☐ إنستغرام ☐

أخرى اذكرها:

10-كم من الوقت الذي تقضيه في تصفحك لمواقع إعلام المواطن؟

- أقل من ساعة ☐ من 1-2 سا ☐ أكثر من 2 سا ☐

11- ما هي الوسائل الأكثر إستخداما حسب رأيك؟:

- البريد الإلكتروني ☐ مواقع التواصل الإجتماعي ☐ المدونات ☐ صفحات ☐

أخرى:

☐ لا

12- هل تستعمل مواقع التواصل الإجتماعي؟ نعم ☐

13- هل تستعمل الصفحات الإخبارية؟: نعم ☐ لا ☐

14_ ماهي التقنية التي تصفح خلالها لإعلام المواطن؟

كومبيوتر ☐ هاتف ☐ كومبيوتر محمول ☐ لوحة رقمية ☐

المحور الثالث: أنماط استخدام الأساتذة لإعلام المواطن

15- هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في حياتك اليومية؟

غالبًا ☐ أحيانًا ☐ نادرًا ☐

16 -منذ متى تستخدم هذه المواقع؟

أقل من سنة ☐ من سنة إلى سنتين ☐ أكثر من سنتين ☐

17 -ماهي أوقات إستخداماتك لمواقع إعلام المواطن؟

صباحًا ☐ ظهرا ☐ مساء ☐ ليلا ☐ دون وقت محدد ☐

18 -ماهي شدة إقبالك عليها؟

ضعيف ☐ مكثف ☐ متوسط ☐

19-ماهي أيامك المفضلة لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي؟

بداية الأسبوع ☐ نهاية الأسبوع ☐ لا أفضلية عندي ☐

20 -إذا كانت نهاية الأسبوع فكم هي مدة الإستخدام؟

ساعتين ☐ ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات ☐

21 -أي مكان تفضل الإستخدام فيه؟

منزل ☐ نوادي الأنترنت ☐ عمل ☐

مكتبة الجامعة ☐ في أي مكان ☐

22 -ماهي تفضيلاتك في المواقع؟

☐ بحث
 ☐ معرفة أخبار
 ☐ ملأ الفراغ
 ☐ مناقشة الوقائع والأحداث

أخرى:

المحور الرابع: التقييمات والإشباعات التي يحققها إعلام المواطن للأستاذ الجامعي:

معارض	محايد	موافق	العبارة
			ان إعلام المواطن ينقل الواقع كما هو.
			يتصف إعلام المواطن بالمصداقية والنزاهة.
			المنشورات التي تحتوي صوراً أكثر جاذبية من تلك التي تحتوي على نصوص فقط.
			إعلام المواطن ينشر الأخبار الزائفة.
			ميزة البث المباشر تزيد من ثقتك في إعلام المواطن.
			الأنية والتفاعل مع الحدث يجعلك تثق بالخبر.
			تفاعل مختلف المتابعين عبر التعليقات يزيد من إعتماذك على مصداقية إعلام المواطن.
			كلما كان الخبر مدعوماً بالصور والفيديوهات كلما زادت ثقتك بإعلام المواطن.
			حسب رأيك يعتبر إعلام المواطن دعامة تعتمد عليها الصحافة التقليدية.
			عدم معرفة الناشر الحقيقي للمعلومة يجعلك لا تصدق الخبر حتى تتطرق له جهة إعلامية رسمية.
			غياب قوانين ملزمة في إعلام المواطن بأخلاقيات المهنة جعل من الصعب الوثوق في كل ما يبث عبر منصات هذا النشاط الإعلامي.
			يقدم اعلام المواطن حقائق لا يقدمها الاعلام الرسمي بسبب قيود الرقابة.

23 _ هل يقدم لك إعلام المواطن خدمات وحاجيات متنوعة؟

☐ دائما
 ☐ أحيانا
 ☐ نادرا
 ☐ أبدا

24- إلى أي درجة يمكن لإعلام المواطن أن يزيد من رصيدك العلمي والمعرفي؟

☐ دائما
 ☐ أحيانا
 ☐ نادرا
 ☐ أبدا

25- هل ترى أن إعلام المواطن يشبع حاجاتك المختلفة؟ ☐ نعم ☐ لا

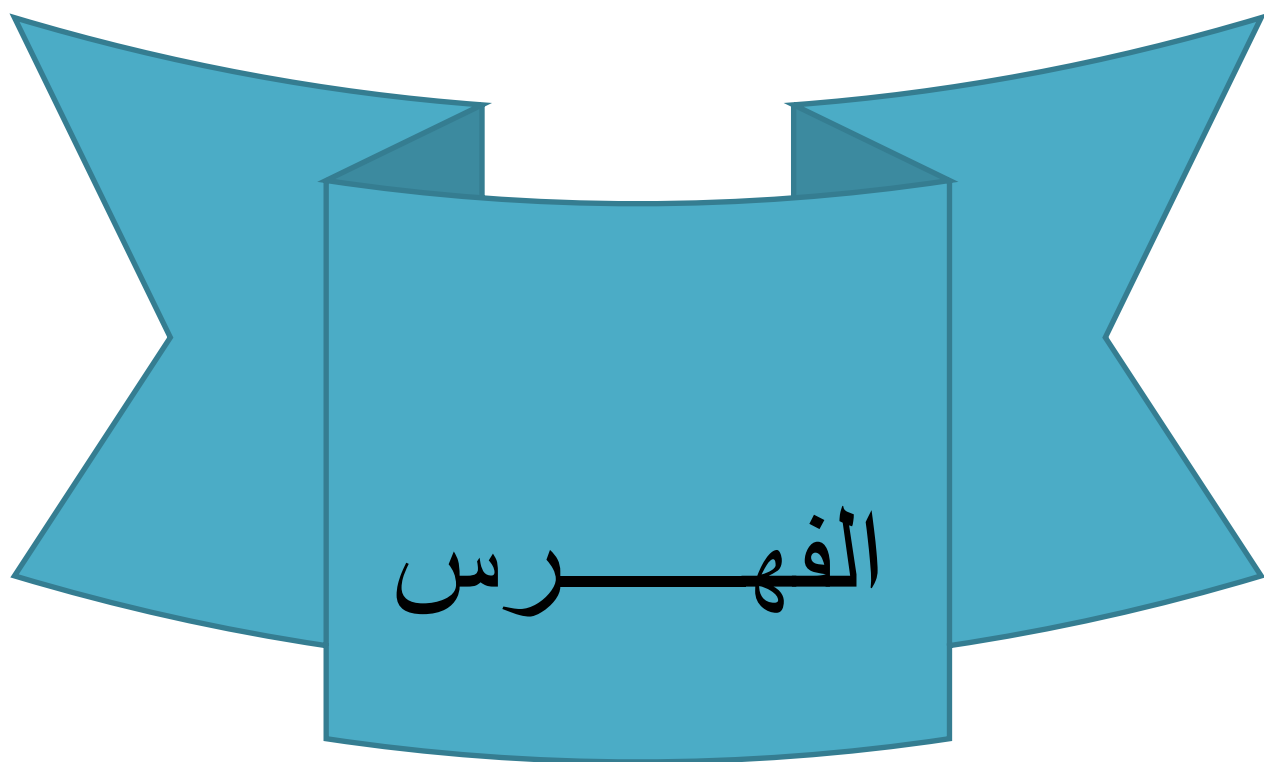
إذا كانت إجابتك بنعم فكيف ترى ذلك؟

26- هل ترى أن لإعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر؟: نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم كيف ترى ذلك؟

الملحق رقم 02: قائمة المحكمين

الترتيب	الإسم	الرتبة العلمية	مكان العمل جامعة البويرة
01	أوشن جميلة	دكتوراه	كلية العلوم الإنسانية
02	جورديخ مليكة	دكتوراه	كلية العلوم الإنسانية
03	بوسبعين سعيد	دكتوراه	كلية العلوم الإنسانية
04	زاوي رابح	دكتوراه	كلية العلوم الإنسانية



1_ فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الشكر والتقدير	
إهداء	
ملخص الدراسة	
المقدمة	١
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
• الإشكالية	1
• فرضيات الدراسة	3
• أسباب اختيار الموضوع	3
• أهداف الدراسة	4
• أهمية الدراسة	4
• مفاهيم ومصطلحات الدراسة	5
• الدراسات السابقة	10
• المقاربة النظرية للدراسة	14
• حدود الدراسة	18
• نوع الدراسة	18
• منهج الدراسة	19
• مجتمع البحث وعينة الدراسة	21
• أدوات جمع البيانات	23
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
• تمهيد	27
• المبحث الأول: ماهية الإتجاه	28

28	• المطلب الأول: مفهوم الإتجاه
30	• المطلب الثاني: خصائص الإتجاهات
32	• المطلب الثالث: مراحل تكوين الإتجاهات
33	• المطلب الرابع: وظائف الإتجاهات
34	• المبحث الثاني: النخبة بين النظري والواقع
34	• المطلب الأول: مفهوم النخبة
37	• المطلب الثاني: نشأة النخبة في بعض المجتمعات والحضارات
39	• المطلب الثالث: مميزات النخبة وأنواعه ودورها
44	• المطلب الرابع: النخبة الجزائرية
47	• المبحث الثالث: إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية
47	• المطلب الأول: تعريف إعلام المواطن
48	• المطلب الثاني: نشأة وتطور إعلام المواطن
51	• المطلب الثالث: سمات ومميزات إعلام المواطن
53	• المطلب الرابع: مضامين ومبادئ إعلام المواطن
54	• المطلب الخامس: إعلام المواطن وعلاقته بالنخبة الأكاديمية
56	• خلاصة الفصل
• الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
90	• نتائج الدراسة
95	• خاتمة
118	• قائمة المراجع
125	• الملاحق

2_ فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	الجدول رقم 01: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	59
2	الجدول رقم 02: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	60
3	الجدول رقم 03: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي	61
4	الجدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدرجة العلمية	62
5	الجدول رقم 05: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الرتبة الأكاديمية	63
6	الجدول رقم 6 : يوضح استخدام إعلام المواطن من طرف الأساتذة	64
7	الجدول رقم 7: دوافع استخدام الأساتذة عينة الدراسة لمواقع إعلام المواطن	65
8	الجدول رقم 8: مدى الاستفادة من إعلام المواطن	66
9	الجدول رقم 9: المواقع التي يشارك فيها أفراد العينة	67
10	الجدول رقم 10: الوقت الذي يقضيه الأساتذة عينة الدراسة في تصفح مواقع إعلام المواطن	68
11	الجدول رقم 11: الوسائل الأكثر استخداما	69
12	الجدول رقم 12: استعمال مواقع التواصل الاجتماعي	70
13	الجدول رقم 13: استعمال الصفحات الإخبارية	70
14	الجدول رقم 14: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	71

72	الجدول رقم 15: فترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	15
73	الجدول رقم 16: أوقات استخدام أفراد العينة لإعلام المواطن	16
74	الجدول رقم 17: شدة إقبال أفراد العينة على المواقع	17
75	الجدول رقم 18: الأيام المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	18
76	الجدول رقم 19: إذا كانت الإجابة نهاية الأسبوع فكم هي مدة الاستخدام	19
77	. الجدول رقم (20): الأماكن المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	20
78	الجدول رقم (21): تفضيلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	21
79	الجدول رقم (22): التقنية المستخدمة في تصفح إعلام المواطن	22
80	الجدول رقم (23): ثقة أفراد العينة فيما يقدمه إعلام المواطن	23
81	الجدول رقم (24): درجة زيادة إعلام المواطن في الرصيد العلمي و المعرفي	24
82	الجدول رقم (25): هل ترى أن إعلام المواطن خدمات في مجال التعليم الجامعي في الجزائر	25
83	جدول رقم (26): يوضح استعمال مواقع التواصل الاجتماعي حسب	26

	متغير التخصص	
27	الجدول رقم (27): يوضح شدة إقبال أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الجنس	84
28	الجدول رقم (28) : يبين الأمكن المفضلة لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	84
	الجدول رقم (29): يوضح المواقع الأكثر إستخداما حسب متغير التخصص	86
30	الجدول رقم (30): يوضح التقنية التي يتصفح من خلالها أفراد العينة إعلام المواطن	87
	إعتبار الفروق	89

3_ فهرس الأشكال :

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الشكل رقم 1: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	59
02	الشكل رقم 2: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	60
03	الشكل رقم 3: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص	62
04	الشكل رقم 4: يوضح توزيع الدراسة حسب متغير الدرجة العلمية	63
05	الشكل رقم 5: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الأكاديمية	64