



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

رقم التسجيل: .....

الرقم التسلسلي: .....

عنوان الأطروحة:

أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري.

"دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب".

أطروحة مقدمة استكمالاً لنيل شهادة دكتوراه (LMD) علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة:

إعداد الطالبة:

د. بولوداني سهام

بوخلفة خديجة

#### أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة	الرتبة	الجامعة الأصلية
أ. د. جمال بن زروق	رئيساً	أستاذ التعليم العالي	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
د. بولوداني سهام	مشرفاً ومقرراً	أستاذة التعليم العالي	جامعة باجي مختار عنابة
د. مونية دحدوح	عضواً مناقشاً	أستاذة التعليم العالي	جامعة 08 ماي 1945 قالمة
د. ليلي سعيدون	عضواً مناقشاً	أستاذة محاضرة "أ"	جامعة باجي مختار عنابة
د. عماد العيد	عضواً مناقشاً	أستاذ محاضرة "أ"	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
د. زينب لموشي	عضواً مناقشاً	أستاذة محاضرة "أ"	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

السنة الجامعية: 2022/2021



فاتحة كل خير..  
وتمام كل نعمة...

# دعاء

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا باليأس إذا  
أخفقنا وذكرنا أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح اللهم  
إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ تواضعنا وإذا أعطيتنا تواضعا فلا  
تأخذ اعتزازنا بكرامتنا.

اللهم وفقنا في غدونا ورواحنا و صباحنا ومساؤنا واجعل التوفيق  
يسير معنا من حيث سرنا واجعل رضوانك غايتنا في كل ما قدمنا  
وما أخرجنا.

ربنا تقبل دعائنا

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من اصطنع إليكم معروفا فجازوه فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له، حتى تعلموا أنكم قد شكرتم، فإن الشاكر يحب الشاكرين" رواه الطبراني.

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل للأستاذة المشرفة الدكتورة "بولوداني سهام" على توجيهاتها الدقيقة وإرشاداتها القيمة.

كما لا يفوتني أن أتقدم بفائق التقدير وعظيم الامتنان إلى رئيس المشروع البروفيسور "بن زروق جمال" وأساتذتي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة وعناية وعلى رأسهم الدكتور عراب عبد الغاني، الدكتورة بالطة مريم الدكتورة بوجفجوف زهرة، الدكتورة ليليا سعيدون والدكتور نجم الدين عيوني.

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى زملائي الأساتذة: د. يوسف بزنيار، د. لعزیز لحسن، العوفي حمزة، هاجر لعروسي والمدون الجزائري صانع البودكاست الفكاهي " أنس تينا".

وأتوجه بشكري الخالص إلى كل من قدم لي يد المساعدة لإتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

شكرا لكم جميعا

# إهداء

إلى كل الحنان ونبع الوفاء..... أمي الحنونة  
إلى صديقي ورمز العطاء..... والدي الطيب  
إلى من أنار بصيرتي بسخاء..... أساتذتي الأفاضل  
إلى من هم على قلبي أعزاء..... إخوتي الأحباء سولاف، صالح زين الدين  
إلى من كانوا ولا يزالوا أوفياء..... أصدقائي وأخص بذكر رفيقة دربي

## فاطمة الزهراء

إلى أملي في نهوض الأمة والنماء..... زملائي الطلبة  
إلى من أعطوني حب الآلاء..... عائلتي بوخلفة وغريب كبيرها  
وصغيرها و أخص بذكر خالتي ليندة

إلى وطني كله الأرض والسماء، وأمتي الإسلامية إلى كل من أضاء لي شمعة في  
طريق العلم أو ذلل لي عقبة في طريق النجاح  
إلى روح جدتي الطيبة رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه  
أهدي هذه الدراسة.



الملخص

## ملخص الدراسة باللغة العربية:

تتناول هذه الدراسة موضوع أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري كتقنية جديدة من تقنيات الإعلام الالكتروني، بانتهاجها طريقة جديدة للتعبير عن مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية من قبل الجمهور بقالب فكاهي ساخر يحاكي الواقع الاجتماعي للمواطن الجزائري وتسعى هذه الدراسة في مجملها لتحقيق الأهداف التالية:

- الإحاطة بمفهوم الرأي العام السياسي.
- التعرف على التطبيقات الصوتية والمرئية "تقنية البودكاست الفكاهي" كوسيلة اتصالية جديدة في تشكيل الرأي العام من خلال دراسة نظرية وميدانية.
- التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البودكاست الفكاهي في تدعيم وتشكيل وتعديل وتغيير رأيهم نحو القضايا السياسية في الجزائر.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين.
- التعرف على مدى مساهمة البودكاست الفكاهي في تداول المعلومة السياسية.
- التعرف على مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين.
- الكشف على مدى درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مضامين البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية.
- التعرف على مستويات تأثير مضامين البودكاست الفكاهي بتشكيل الرأي العام في القضايا السياسية بمعنى هل يقتصر الأمر على خلق رأي عام مشترك فقط أو يتعداه لمرحلة سلوكية يتحول فيها هذا الرأي إلى سلوك فعلي.
- استخدمت الطالبة الباحثة المنهج الوصفي وأداة الاستمارة والملاحظة والمقابلة على عينة طبقية قوامها 400 مفردة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة بكل كلياتها باستخدام الأسلوب العشوائي. توصلت الدراسة إلى نتائج عامة أهمها:
- توصلت الدراسة إلى أن مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة من خلال مضامين البودكاست الفكاهي تراوحت بين اعتبار البودكاست الفكاهي وسيلة بديلة لوسائل الإعلام التقليدية للحصول على المعلومات حول الأحداث والاطوار السياسية الراهنة والتعبير عن الآراء بحرية وعرض وجهات النظر المختلفة لزيادة الوعي السياسي حيث يتفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا المطروحة بالاكتهاف بالمشاهدة وفي بعض الأحيان بوضع رمز الإعجاب والمشاركة والتعليق.
- تمثلت طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي في الدراسة من خلال:
- أغلبية الطلبة الجامعيين يختارون مضامين البودكاست الفكاهي التي تعالج القضايا السياسية لاعتمادها على القالب الفكاهي والاتجاه الكوميدي.

■ الأغلبية منهم يناقشون المواضيع السياسية في البودكاست بعد المتابعة برغم من عدم تأثيرها في تعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية.

■ تراوحت درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية بتغيير قناعاتهم حول القضية أحيانا، ومن جهة أخرى أفاد أغلبيتهم أن مضامين البودكاست لم تعدل رأيهم حول القضايا السياسية و دليل ذلك الاكتفاء بمتابعة البودكاست الفكاهي دون البحث عن مضامين أخرى.

ومنه نستخلص أن الطلبة الجامعيين ينظرون لأثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام بالمساهمة في التغيير أو دعم الآراء والمواقف والتعبئة الجماهيرية من خلال استخدام معززات لفظية لإتاحة الفرصة للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها - كمنصات جديدة- للوصول إلى تحقيق رأي عام سياسي في الجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** الأثر ; الإعلام الإلكتروني ; البودكاست الفكاهي ; الرأي العام السياسي.

**Abstract:**

This study deals with the subject of the impact of the contents of the humorous podcast on the formation of Algerian political public opinion as a new technique of electronic media, by adopting a new way of expressing various political, social, and economic issues by the public in a satirical form that mimics the social reality of the Algerian citizen, and this study its entirety seeks to achieve the following objectives:

- Understanding the concept of political public opinion.
- Recognizing the audio and visual applications of "the humorous podcast technique" as a new communication method in shaping public opinion through a theoretical and field study.
- Identifying the university students' attitudes towards the humorous podcast in strengthening, shaping, modifying, and changing their opinion about the political issues in Algeria.
- Unveiling the influencing factors on the formation of political public opinion among university students.
- To determine the extent to which the humorous podcast contributes to the circulation of political information.
- Identifying manifestations of the political public opinion formation among the university students.
- Unveiling the extent to which university students depend on the contents of humorous podcasts in following up on political issues.
- Identifying the levels of influence of the contents of the humorous podcast in shaping public opinion on political issues, meaning whether it is limited to creating a common public opinion only or transcends it to a behavioural stage in which this opinion turns into actual behaviour.

The researcher student used the descriptive approach, questionnaire, observation and interview on a stratified sample of **400 students** from **Badji Mokhtar Annaba University** in all its faculties using the random method. The study reached general results, the most important of which are:

- The study concluded that the manifestations of forming the political public opinion among students through the contents of the humorous podcast ranged from considering the humorous podcast as an alternative means for traditional media to obtain information about current political events and conditions, expressing opinions freely and presenting different viewpoints to increase political awareness as university students interact with the raised issues by just watching and sometimes putting a like, share and comment icon.

- The nature of the impact of the humorous podcast contents was represented in the study through:

- The majority of university students choose the content of the humorous podcast that deals with political issues due to its reliance on the humorous template and the comic direction.
- The majority of them discuss political topics in the podcast after the follow-up, although it does not affect them in expressing their views and attitudes about political issues.

- The degree of university students' dependence on humorous podcasts in following up on political issues varied by changing their convictions about the issue sometimes. On the other hand, the majority of them reported that the contents of the podcast did not modify their opinion about political issues, and this is evidenced by the contentment of following the humorous podcast without looking for other content.

Thus, we conclude that university students look at the impact of the contents of the humorous podcast on public opinion by contributing to change or supporting opinions and positions and public mobilization through the use of verbal reinforcements to provide the opportunity for marginalized groups to express their views - as new platforms - to reach the achievement of political public opinion in Algeria.

**Keywords:** Impact; Electronic Media; humorous podcasts; Political public opinion.

**Résumé :**

Cette étude aborde le sujet de l'impact du contenu du podcast humoristique sur la formation de l'opinion publique politique algérienne en tant que nouvelle technique des médias électroniques, en adoptant une nouvelle façon d'exprimer divers enjeux politiques, sociaux et économiques par le public. Sous une forme satirique qui imite la réalité sociale du citoyen algérien, et cette étude dans son intégralité cherche à atteindre les objectifs suivants :

- Comprendre le concept d'opinion publique politique.
- Reconnaître les applications audio et visuelles de « la technique du podcast humoristique » comme nouvelle méthode de communication pour façonner l'opinion publique à travers une étude théorique et de terrain.
- Identifier les attitudes des étudiants universitaires envers le podcast humoristique en renforçant, façonnant, modifiant et changeant leur opinion sur les questions politiques en Algérie.
- Dévoiler les facteurs d'influence de la formation de l'opinion publique politique chez les étudiants universitaires.
- Déterminer dans quelle mesure le podcast humoristique contribue à la circulation de l'information politique.
- Identifier les manifestations de la formation de l'opinion publique politique chez les étudiants universitaires.
- Découvrir à quel point les étudiants universitaires dépendent du contenu des podcasts humoristiques pour le suivi des questions politiques.
- Identifier les niveaux d'influence du contenu du podcast humoristique dans la formation de l'opinion publique sur des questions politiques, c'est-à-dire s'il se limite à créer une opinion publique commune uniquement ou la transcende à une étape comportementale dans laquelle cette opinion se transforme en comportement réel.

L'étudiante chercheur a utilisée l'approche descriptive, le questionnaire, l'observation et l'entretien sur un échantillon stratifié de **400 étudiants** de l'**Université Badji Mokhtar Annaba** dans toutes ses facultés en utilisant la méthode aléatoire. L'étude a atteint des résultats généraux, dont les plus importants sont :

- L'étude a conclu que les manifestations de la formation de l'opinion publique politique parmi les étudiants à travers le contenu du podcast humoristique allaient de considérer le podcast humoristique comme un moyen alternatif pour les médias traditionnels d'obtenir des informations sur les événements et les conditions politiques actuels, d'exprimer librement des opinions et de présenter différents points de vue pour accroître la conscience politique alors que les étudiants universitaires interagissent avec les problèmes qui se posent en regardant simplement et parfois en mettant une icône de j'aime, de partage et de commentaire.

- La majorité des étudiants universitaires choisissent le contenu du podcast humoristique qui traite de questions politiques en raison de sa dépendance au modèle humoristique et à la direction comique.

- La majorité d'entre eux discutent de sujets politiques dans le podcast après le suivi, bien que cela ne les affecte pas dans l'expression de leurs points de vue et attitudes sur les questions politiques.
- Le degré de dépendance des étudiants universitaires vis-à-vis des podcasts humoristiques dans le suivi des questions politiques variait en changeant parfois leurs convictions sur la question. En revanche, la majorité d'entre eux ont indiqué que le contenu du podcast ne modifiait pas leur opinion sur les questions politiques, comme en témoigne le contentement de suivre le podcast humoristique sans chercher d'autres contenus.

Donc, nous concluons que les étudiants universitaires examinent l'impact du contenu du podcast humoristique sur l'opinion publique en contribuant au changement ou en soutenant les opinions et les positions et la mobilisation du public grâce à l'utilisation de renforcements verbaux pour donner l'opportunité aux groupes marginalisés d'exprimer leurs points de vue. - en tant que nouvelles plateformes - pour parvenir à la conquête de l'opinion publique politique en Algérie.

**Mots-clés :** Impact ; Médiasélectroniques ; Podcasts humoristiques ; Opinion publique politique.

# فهرس المحتويات

ملخص الدراسة

الإهداء

شكر وتقدير

مقدمة..... أ - ج

## الاطار النظري للدراسة

الصفحة	الموضوع
الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية.	
6	1 - إشكالية و تساؤلات الدراسة
10	2 - فرضيات الدراسة
11	3 - أسباب اختيار موضوع الدراسة
11	4 - أهداف الدراسة
12	5 - أهمية الدراسة
13	6 - مفاهيم الدراسة
24	7 - الدراسات السابقة
43	8 - الخلفية النظرية للدراسة
58	9 - منهج الدراسة
59	10 - مجالات الدراسة
60	11 - مجتمع وعينة الدراسة
62	12 - أدوات جمع البيانات
65	13 - الصدق والثبات
الفصل الثاني: التدوين الإلكتروني والبودكاست الفكاهي	
تمهيد	
المبحث الأول: التدوين الإلكتروني	
68	1- المدونات الإلكترونية
69	2- طبيعة المدونين ودوافع التدوين
71	3- أنواع المدونات الإلكترونية
74	4- لغة التدوين
75	5- خدمات وبرامج التدوين الإلكتروني

## فهرس المحتويات

<b>المبحث الثاني: التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية</b>	
76	1- الطابع السياسي والرقابة على المدونات
76	2- المدونات العربية وحرية التعبير
78	3- التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية العربية
<b>المبحث الثالث: ظهور البودكاست الفكاهي</b>	
80	1 - نشأة و بوادر انتشار مقاطع البودكاست
84	2 - طبيعة البث والتدوين الصوتي بالبودكاست
86	3 - أهم مواقع بث البودكاست
<b>المبحث الرابع: البودكاست الفكاهي ; المرسل و المتلقي</b>	
88	1- صانعي مقاطع البودكاست في الجزائر
90	2- أهداف مقاطع البودكاست
91	3 - جمهور تقنية البودكاست
<b>المبحث الخامس: تقنيات صناعة البودكاست الفكاهي</b>	
92	1- خصائص المحتوى الاتصالي عبر البودكاست
93	2- كيفية إنتاج مقاطع الفيديو لليوتيوب
95	3 - علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية
<b>المبحث السادس: الفكاهة و مضامين البودكاست</b>	
97	1- الفكاهة والمجتمع
98	2- أشكال البرامج الفكاهية
99	3- السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي
100	4- المضامين السياسية الساخرة
<b>خلاصة</b>	
<b>الفصل الثالث: الرأي العام السياسي في الجزائر.</b>	
<b>تمهيد</b>	
<b>المبحث الأول: محددات الرأي العام</b>	
104	1- أنواع الرأي العام
106	2- وظائف الرأي العام
108	3- أهمية الرأي العام
111	4- الرأي العام وخصائص المجتمع المعاصر

## فهرس المحتويات

<b>المبحث الثاني: الرأي العام و تكوينه</b>	
112	1- تكوين الرأي العام وأركانه
115	2- متغيرات تكوين الرأي العام
116	3- خصائص الرأي العام
118	4- أساليب تغيير الرأي العام
119	5- العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام
121	6- فاعلية الرأي العام و وسائل الإعلام
<b>المبحث الثالث: قياس الرأي العام</b>	
122	1- ماهية قياس الرأي العام ودوافعه
123	2- أهمية قياس الرأي العام
124	3- مشكلات قياس الرأي العام
126	4- الإعلام وتشكيل الرأي العام
128	5- المتلقي في عملية الاتصال السياسي
<b>المبحث الرابع: معايير الاتصال السياسي</b>	
129	1- العلاقة بين الإعلام والسياسة
129	2- الاتجاهات المعاصرة في العلاقة بين الإعلام والسياسة
130	3- أشكال ومستويات الاتصال السياسي
131	4- المعايير المحددة لطبيعة علاقة السلطة السياسي برأي العام واتجاهاتها
132	5- الإعلام و الرأي العام السياسي
<b>خلاصة</b>	
<b>الفصل الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام الإلكتروني</b>	
<b>تمهيد</b>	
<b>المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني و البيئة السياسية</b>	
135	1- جمهور الإعلام الإلكتروني
136	2- الوظيفة السياسية للإعلام الإلكتروني
137	3- دور الإعلام الإلكتروني في تكوين الرأي العام و تأثيره في البيئة السياسية
<b>المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و الرأي العام السياسي</b>	
138	1- مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها
140	2- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

## فهرس المحتويات

141	3- أدوار مواقع التواصل الاجتماعي
143	4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام
144	5- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة
145	6- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي
<b>المبحث الثالث: موقع اليوتيوب و الضوابط الأخلاقية</b>	
146	1- مفهوم اليوتيوب
147	2- مميزات اليوتيوب
148	3- اليوتيوب ووسائل الإعلام
149	4- دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني
150	5- أشخاص اشتهروا عبر اليوتيوب
152	6- الجانب التشريعي والأخلاقي في مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب"
<b>المبحث الرابع: محددات الرأي العام الإلكتروني</b>	
156	1- عناصر الرأي العام الإلكتروني
157	2- خصائص الرأي العام الإلكتروني
158	3- قادة الرأي العام الإلكتروني
159	4- أبعاد ظهور قادة الرأي العام الإلكتروني
160	5- فئات قادة الرأي العام الإلكتروني
161	6- المميزات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لقادة الرأي العام الإلكتروني
<b>المبحث الخامس: الرأي العام الإلكتروني ; أسس و مبادئ</b>	
162	1- إيجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني
163	2- وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت
165	3- تأثيرات الرأي العام الإلكتروني
166	4- البودكاست الفكاهي والرأي العام الإلكتروني
168	5- عوامل تشكيل الرأي العام الإلكتروني
<b>خلاصة</b>	

# فهرس المحتويات

## الاطار التطبيقي للدراسة

### الفصل الخامس: الجانب الميداني للدراسة

#### المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.

##### تمهيد

173	1. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور السمات الشخصية
178	2. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي
198	3. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي

#### المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج فرضيات الدراسة.

220	1. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الأولى
226	2. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الثانية والثالثة
231	3. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الرابعة

#### المبحث الثالث: الإستنتاج العام

241	1. النتائج العامة
249	2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
250	3. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

##### خلاصة

##### خاتمة

##### قائمة المصادر والمراجع

##### الملاحق

## فهرس المحتويات

### فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع مفردات عينة الدراسة	62
02	صدق الاتساق الداخلي للاستبيان	66
03	معامل ثبات ألفا كرونباخ Alfa Cronback's	66
04	أهم نشطاء مقاطع البودكاست في الجزائر	89
05	مراحل العملية الانتاجية للبودكاست	95
06	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	173
07	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	174
08	توزيع المبحوثين حسب المرحلة التعليمية	176
09	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي	177
10	توزيع المبحوثين حسب تصفح موقع اليوتيوب	178
11	يوضح المواضيع المتابعة عبر اليوتيوب	179
12	طبيعة الوسيلة الاتصالية لمشاهدة مضامين البودكاست الفكاهي	180
13	يوضح ترتيب قنوات اليوتيوب حسب درجة المتابعة	181
14	سنوات متابعة مضامين البودكاست الفكاهي	181
15	كيفية الانضمام إلى قنوات مضامين البودكاست الفكاهي	182
16	طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست الفكاهي	183
17	الأوقات التي يتابع فيها المبحوثين مضامين البودكاست الفكاهي	184
18	الاعتماد على مضامين البودكاست في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة	185
19	مساهمة مضامين البودكاست الفكاهي	186
20	استقلالية وارتباط صانع المحتوى بجهة معينة في طرح القضايا	187
21	مساهمة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام السياسي	188

## فهرس المحتويات

188	درجة الإبداع والتقليد في مضامين البودكاست الفكاهي	22
189	كيفية التفاعل مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي	23
191	القيم التي تتماشى مع مضامين البودكاست الفكاهي	24
192	دوافع متابعة مضامين البودكاست الفكاهي	25
194	تمثيل مضامين البودكاست للمبجوثين	26
195	مستويات استجابات العينة حول ماذا تمثل مضامين البودكاست بالنسبة للطلبة	27
198	الأساس الذي يتم اختيار قنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية عليه	28
200	مناقشة المواضيع السياسية في البودكاست بعد المتابعة	29
201	طبيعة الأشخاص الذين يناقش المبجوثين معهم المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة	30
202	الوسائل المستخدمة في المناقشة	31
203	تأثير متابعة مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى	32
204	طبيعة التأثير في التعرض للمضامين البودكاست الفكاهي	33
204	تأثير الأسلوب الكوميدي الترفيهي على القضايا السياسية.	34
205	كيفية تأثير مضامين البودكاست في وجهات النظر والاتجاهات نحو القضايا السياسية	35
206	كيفية تعديل مضامين البودكاست للرأي حول القضايا السياسية	36
207	يوضح تغيير القناعات حول القضية السياسية في مضامين البودكاست الفكاهي	37
208	تأثير نقد المدون في البودكاست الفكاهي على القرارات الحكومية	38
209	مضامين البودكاست الفكاهي منصات جديدة للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود	39
209	طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست إزاء القضايا السياسية	40
210	يبين تأثير المضامين في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية	41
211	دور مضامين البودكاست الفكاهي في تثبيت وتغيير الآراء حول القضايا السياسية	42
212	أثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام	43
213	تقنية البودكاست الفكاهي وسيلة لتغيير وانتاج مواقف سياسية الخاصة بالشباب	44

## فهرس المحتويات

213	يبين أن تقنية البودكاست أداة تقييد و تعبير مباشر و غير مباشر للموقف السياسي	45
214	تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري	46
216	مستويات استجابات العينة حول كيفية تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائر .	47
220	العلاقة بين التخصص والجنس	48
212	العلاقة بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل	49
222	العلاقة بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل.	50
223	العلاقة بين الجنس وكيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى بالمقاطعة أو التوازن	51
224	العلاقة بين التخصص كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض	52
226	العلاقة بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية والتعبير عن الآراء بحرية	53
227	يوضح العلاقة بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات	54
228	يوضح العلاقة بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي	55
229	يوضح علاقة التخصص وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات	56
230	علاقة التخصص وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي	57
231	العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون	58
232	العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسلمات الشخصية للمدون.	59
234	العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق	60

## فهرس المحتويات

	بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى	
235	العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها	61
236	دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات	62
237	العلاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية	63
238	يوضح العلاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية	64
239	العلاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية	65

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
49	طبيعة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور	01
52	مخطط يوضح نظرية ترتيب الأولويات	02
73	أنواع المدونات	03
85	مكونات تقنية البودكاست	04
121	العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام	05
169	وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت	06
173	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	07
175	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	08
176	توزيع المبحوثين حسب المرحلة التعليمية	09
177	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي	10

## فهرس المحتويات

### قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استمارة مقابلة للقائم بالاتصال.
02	تقارير المحكمين.
03	الاستمارة في صيغتها النهائية.
04	مخرجات البرنامج الإحصائي spss
05	التعريف بجامعة باجي مختار - عنابة
06	احصاءات حول مواقع التواصل الاجتماعي " موقع اليوتيوب "

# مقدمة

يعتبر الإعلام في عصرنا الحالي له دور كبير في معالجة الكثير من القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وفي بناء الدول والحفاظ على مكانتها. وفي ظل سيطرة البيئة الاتصالية الرقمية الجديدة والاعتماد المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الرقمي وتناول القضايا بقدر كبير من الحرية في كشف الحقائق وإبداء الآراء المختلفة ومناقشتها دون قيود، تحاول وسائل الإعلام التقليدية مواكبة المستجدات التكنولوجية التي تستحوذ على اهتمام الجماهير. وكنتيجة لذلك ظهر ما يسمى بالإعلام الإلكتروني في مضمونه ووسائله الذي جعل المتلقي منتجا ومتابعا ومستخدمًا، بالإضافة إلى مساهمته في ظهور تطبيقات صوتية ومرئية تحت مسمى البودكاست الفكاهي كبديل للوسائل المعتادة، بأسلوب فكاهي وإبداعي جديد مستقطب المتلقين عبر منصات افتراضية من خلال شبكة الأنترنت وموقع اليوتيوب الذي يعتبر من أهم مواقع التواصل الاجتماعي لبث الفيديوهات المنتجة على المستوى الشخصي لسرد التجارب اليومية ومناقشة القضايا المختلفة بدءًا من ظهورها مرورًا بتأثيراتها على الجمهور باستخدام المعززات اللفظية والقالب الفكاهي وعلى يد هواة من أفراد المجتمع.

ولدراسة هذا الموضوع قسمت الطالبة الباحثة الدراسة إلى خمسة فصول كالآتي:

- الفصل الأول: قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية من خلال طرح إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة وفروضها، أسباب اختيار الموضوع وأهدافه وأهميته، فضلًا عن تحديد أهم المفاهيم المتعلقة به، وتطرقنا إلى الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع في الدول الغربية والعربية وفي الجزائر مع التعليق عليها، بالإضافة إلى عرض الخلفية النظرية المعتمدة في هذه الدراسة والمتمثلة في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية ترتيب الأولويات، وصولًا إلى اختيار منهج الدراسة وتحديد نوعها ومجالات الدراسة، مجتمع البحث وعينته وأدوات جمع البيانات.

- الفصل الثاني: عنون بالتدوين الإلكتروني والبودكاست الفكاهي وقد قسم إلى 6 مباحث كما يلي:

المبحث الأول موسوم ب: التدوين الإلكتروني، و تضمن إجمالًا العناوين التالية: المدونات الإلكترونية، طبيعة المدونين، دوافع وأسباب التدوين، أنواع المدونات الإلكترونية، لغة التدوين، خدمات التدوين الإلكتروني، برامج التدوين الإلكتروني.

أما المبحث الثاني: عنون ب: التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية، ويحتوي على العناوين التالية: الطابع السياسي والرقابة على المدونات، المدونات العربية وحرية التعبير والتوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية العربية.

أما المبحث الثالث: موسوم ب ظهور البودكاست الفكاهي ، و يحتوي على العناوين الآتية: نشأة مفهوم البودكاست و بواذر انتشار مقاطع البودكاست، طبيعة البث والتدوين الصوتي بالبودكاست، أهم مواقع بث البودكاست، أما المبحث الرابع: عنون ب : البودكاست الفكاهي ; المرسل و المتلقي، و يحتوي على العناوين التالية: صانعي مقاطع البودكاست في الجزائر، أهداف مقاطع البودكاست، جمهور تقنية البودكاست،أما بالنسبة للمبحث الخامس فعنون ب: تقنيات صناعة البودكاست الفكاهي، و يحتوي على العناصر الآتية: خصائص المحتوى الاتصالي عبر البودكاست، كيفية إنتاج مقاطع الفيديو لليوتيوب، علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية، أما المبحث السادس موسوم ب: الفكاهة و مضامين البودكاست واندرجت ضمنه العناوين التالية: الفكاهة و المجتمع، أشكال البرامج الفكاهية، السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي ،المضامين السياسية الساخرة.

- الفصل الثالث: الموسوم بالرأي العام السياسي في الجزائر تطرقنا فيه إلى 04 مباحث كالآتي:

المبحث الأول: موسوم ب: محددات الرأي العام، و تضمن إجمالاً العناوين التالية: أنواع الرأي العام ووظائفه وأهميته، الرأي العام و خصائص المجتمع المعاصر، أما المبحث الثاني عنون ب: الرأي العام و تكوينه، و يحتوي على العناصر الآتية: تكوين الرأي العام و أركانه، متغيرات والخصائص المساهمة في تكوينه، و أساليب تغيير الرأي العام و العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام و فاعلية الرأي العام ووسائل الإعلام.

أما المبحث الثالث: عنون بقياس الرأي العام و تضمن العناصر الآتية: ماهية قياس الرأي العام ودوافعه، وكذا أهمية قياس الرأي العام ومشكلات قياسه، أشكال ومستويات الاتصال السياسي، الإعلام وتشكيل الرأي العام و المتلقي في عملية الاتصال السياسي.

أما المبحث الرابع موسوم ب: معايير الاتصال السياسي، و يحتوي على العلاقة بين الإعلام والسياسة، الاتجاهات المعاصرة في العلاقة بين الإعلام والسياسة، أشكال ومستويات الاتصال السياسي، المعايير المحددة لطبيعة علاقة السلطة السياسي برأي العام واتجاهاتها و الإعلام و الرأي العام السياسي.

- الفصل الرابع: الموسوم بمواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام الإلكتروني، و قد قسم إلى 05 مباحث: المبحث الأول خصصناه للإعلام الإلكتروني و البيئة السياسية، و تضمن إجمالاً العناوين الآتية: جمهور

الإعلام الإلكتروني، الوظيفة السياسية للإعلام الإلكتروني، دور الإعلام الإلكتروني في تكوين الرأي العام وتأثيره في البيئة السياسية. أما المبحث الثاني: فنون ب: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام السياسي، ويحتوي على العناصر الآتية: مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها، إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، أدوار مواقع التواصل الاجتماعي، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة، مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي.

أما المبحث الثالث: موسوم ب موقع اليوتيوب و الضوابط الأخلاقية، و تضمن العناوين التالية: مفهوم اليوتيوب، مميزات اليوتيوب، اليوتيوب ووسائل الإعلام، دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني، أشخاص اشتهروا عبر اليوتيوب، الجانب التشريعي والأخلاقي في مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب". أما المبحث الرابع: عنون بمحددات الرأي العام الإلكتروني، و قد تضمن إجمالاً العناوين التالية: عناصر الرأي العام الإلكتروني، خصائص الرأي العام الإلكتروني، قادة الرأي العام الإلكتروني، أبعاد ظهور قادة الرأي العام الإلكتروني، فئات قادة الرأي العام الإلكتروني، المميزات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لقادة الرأي العام الإلكتروني، أما المبحث الخامس موسوم ب: الرأي العام الإلكتروني ; أسس و مبادئ ويحتوي على العناصر التالية: إيجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني، وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت، تأثيرات الرأي العام الإلكتروني، البودكاست الفكاهي والرأي العام الإلكتروني، عوامل تشكيل الرأي العام الإلكتروني.

أما الفصل الخامس: فقد تتضمن تحليل وتفسير البيانات، عرض واستخلاص نتائج الدراسة الميدانية، النتائج الجزئية والعامة، وكذا النتائج على ضوء فرضيات الدراسة، بالإضافة إلى قائمة المصادر والمراجع والملاحق التي اعتمدت في الدراسة.

# الإطار النظري للدراسة

## الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية.

- 1 - إشكالية و تساؤلات الدراسة
- 2 - فرضيات الدراسة
- 3 - أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 4 - أهداف الدراسة
- 5 - أهمية الدراسة
- 6 - مفاهيم الدراسة
- 7 - الدراسات السابقة
- 8 - الخلفية النظرية للدراسة
- 9 - منهج الدراسة
- 10 - مجالات الدراسة
- 11 - مجتمع وعينة الدراسة
- 12 - أدوات جمع البيانات
- 13 - الصدق و الثبات

## 1. إشكالية الدراسة:

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أحد أهم مراحل التطور الكبرى في تاريخ الإنسانية، حيث أفرز عصر المعلومات انتشارا كبيرا لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع مجالات الحياة، ولم تمس هذه التغييرات التي أحدثتها هذه التكنولوجيات الممارسات فقط بل رافق انتشارها الواسع ظهور عدة مفاهيم جديدة، وعلى رأسها الإعلام الإلكتروني الذي جعل من الفضاء الافتراضي فضاء بديلا بحكم التفاعل بين التقنية والجمهور انطلاقا من الحاجة، حيث كان لهذا الأخير دورا كبيرا في حياة العامة، حيث يقول "ديوز": بمنصف التسعينات بدأت المؤسسات الصحفية والجهات الأكاديمية تدرك بأن صحافة الانترنت لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقا بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، ولقد بدأ ظهور نمط جديد من الصحافة والصحافيين هم من أفراد الجمهور لا ينتمون للمؤسسات الإعلامية<sup>1</sup>. وفي هذا السياق نجد موقع اليوتيوب إذ أضحى وسيلة مهمة لجذب الأنظار بعد اهتمامه بعدد من القضايا التي أثارت الرأي العام، وإتاحة محتوياته للجميع، ومنه فالتوسع والتدفق المستمر في مجال الإعلام الإلكتروني قد حقق حالة من الانفلات للقيود الرمزية التي كانت تحكم عملية التسلسل في نشر المعلومات، حيث أصبح المجال الرقمي ومنصاته نوع من أنواع تكوين الوعي المجتمعي بأنماطه الثلاثة السياسي، الاجتماعي والأخلاقي، وقد لامست تطبيقات وخدمات الإعلام الإلكتروني جميع نواحي الحياة للملايين من البشر على اختلاف لغاتهم، ثقافتهم وعقائدهم، ولم يكتف بالتأثير على مجريات حياتهم الاجتماعية فقط بل امتد تأثيره ليشمل الحياة الاقتصادية، الثقافية والإعلامية، لكن أهم تلك التأثيرات كان على مناحي الحياة السياسية في مختلف الأقطار العربية، إذ كان له دور في تفتح آفاق المشتركين به سياسيا، والعمل على تثقيفهم بحقوقهم، وقد كشف لهم حقائق عديدة حجبها عنهم وسائل الإعلام الرسمية و التقليدية.

وفي سياق متصل، توجد الكثير من الدراسات والبحوث حول الانترنت في الوطن العربي التي أولت اهتماما كبيرا لظاهرة التدوين كفعل سياسي يندرج ضمن حرية التعبير والإعلام وتأسيس أشكال جديدة للاتصال السياسي والممارسة الديمقراطية في المجتمعات العربية.

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، طبعة عربية أولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص ص183-188.

فالتدوين المرئي و التعبير عن الرأي العام تعلق في كل مرحلة زمنية بطبيعة الوسيلة الاتصالية المتاحة، حيث يستمد سماته منها، و بالتالي دخول البودكاست و استخدامه في المناقشة و التعبير فتح المجال لتوظيف قالب الفكاهي في معالجة القضايا السياسية.

ومن جهة أخرى فإن سيطرة الحكومات في الدول النامية والعربية على الخطاب الإعلامي أسهم بشكل واضح في جعل التدوين مجالا بديلا للتعبير عن آراء الشعب والتخلص من قيود النشر في الإعلام التقليدي، إذ كان للمدونين دور كبير في الكشف عن الفضائح وملفات الفساد التي ترتبط بالسياسيين حيث أسهم تنوع المدونات إمكانية نشر المقاطع والبرامج المسموعة، والأفلام والفيديوهات عبر فضائها الواسع فضلا عن مقدرة المدونين على نشر أفكارهم والتركيز عليها وتكرار بث المضمون بطرائق عدة ووسائل متنوعة، وما يتبع ذلك من حوارات ونقاشات، ومن تم تشكيل رأي حيالها.

وفي ذات السياق يعتبر التدوين الصوتي "البودكاست" من التطبيقات الصوتية والمرئية التي حولت المستخدم إلى منتج إعلامي في ظل ما يعرف بالعولم الافتراضية من خلال التفاعل بين النص و الصورة و الفيديو، وقد أضحت البودكاست الفكاهي ومضامينه من التطبيقات والإشكاليات التي تتمحور حول تشكيل الرأي العام، حيث صار رأي المتلقي مهما جدا في تغيير مجرى الأحداث نحو القضايا خاصة السياسية من جهة، وفتح المجال للتأثير على أولويات قضايا الرأي العام وطبيعة الفاعلين والمساهمين من جهة أخرى، و قد تحولت المضامين الفكاهية على موقع اليوتيوب إلى ظاهرة تثير اهتمام الشباب في السنوات الأخيرة، حيث قدر عدد أعداد حلقات البودكاست في العالم حسب دراسة أجرتها شركة "آبل" إلى نصف مليون.

ولا يمكن إنكار دور البودكاست في التأثير على أوقاتنا وقراراتنا الترفيهية حيث يقول "تود لاندمان" todd: "إن البودكاست طريقة مفيدة لسد الفجوة بين الأوساط والعالم الحقيقي الذي نعيش".<sup>1</sup>

وفي ذات السياق قد يمثل البودكاست الفكاهي آلية هامة في عملية التأثير على الرأي العام من خلال زيادة فجوة المعرفة السياسية بإنتاج معلومات وانتشارها بسرعة والوصول إليها، وكذا قدرة أي فرد على المساهمة فيها، إذ تعد منصة اليوتيوب بالنسبة للمدون الجزائري منبرا مهما للتعبير على مشاكل وضغوطات المواطن العادي بعيدا عن الصراع القائم داخل المؤسسات الإعلامية الرسمية، وكفاعل

Copley , audio and video podcast of lectures for campus – based students , production and evaluation of

<sup>1</sup>student use innovation in education and teaching international , p 387 – 399 .

سياسي ووسيط بين السلطة والجمهور من خلال مناقشة القضايا السياسية التي تهم الجمهور بهدف إحداث التغيير وجذب المتلقي، وبالتالي عوضت المنصات التقليدية على مستوى عنصر التأثير من خلال جرأتها في طرح المواضيع ووضع المتلقي في قلب الحدث والنظر للقضايا المثارة من عدة زوايا، وبالتالي التعليق عليها بكل حرية ومشاركتها عبر عدة وسائط اتصالية مختلفة متبادلين في ذلك الأدوار الإعلامية ليصبح المتلقي منتجا ومستخدمًا للمضامين السياسية المعالجة عبر البودكاست الفكاهي، حيث أن سهولة استخدام التدوين الصوتي و اعتماده أساسا على الكاميرا أخرجت هذا الأخير من بعده الاحترافي مجسدا في المدون المختص إلى ظهور المدون الهاوي من خلال وضع بصمته في شكل و زاوية المعالجة للمواضيع المثارة.

ومن جهة أخرى استغرق اليوتيوب 8 سنوات للوصول لمليار مستخدم. ففي الجزائر نتيجة لارتفاع عدد المستخدمين وكذا الأحداث التي تعيشها ضمن ما يعرف بالحراك السياسي، فالمستخدمين قد أدركوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد قادرة على إشباع حاجاتهم، وبذلك وجدوا موقع اليوتيوب وتطبيقاته فضاءا للتعبير وتبادل الأدوار، إذ تشير أغلب الدراسات المتصلة بالإعلام الإلكتروني والتي تتعلق باستعمالات الفيديو أن 70% من الزيارات على الانترنت ستكون من نصيب محتوى الفيديو وذلك في أفق 2021 و أن السيطرة ستعود إلى منصة موقع اليوتيوب الذي يستهلك ما بين 50% و 70% من مجموع المشاهدات على الهواتف الذكية إذ قدر مالكيها بنسبة 80%.<sup>1</sup>

وفي جانب آخر قد أصبح البودكاست الفكاهي أحد التطبيقات المهمة التي يركز عليها السياسيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام إلا أنها تعد من جهة أخرى منظومة متكاملة تختلف عن وسائل تشكيل الرأي العام الأخرى، إذ غيرت تلك الفضاءات الإلكترونية من طبيعة علاقات الأفراد بالمنظومة السياسية حيث أصبحت الوعاء الذي يعبر فيه الأفراد عن اتجاهاتهم وأعطتهم حضورا متميزا، إذ أصبح بإمكان الأفراد أن يشاركوا بتعليقاتهم ويعبروا عن وجهات نظرهم في العملية السياسية وتقييم أداء المسؤولين الحكوميين وكونت بذلك حلقة وصل بين السياسيين والجمهور، إذ ترجع بدايات استخدام التدوين في المواضيع السياسية إلى رغبة العديد من المرشحين السياسيين في استقطاب الجماهير المؤيدة لبرامجهم

<sup>1</sup> جمال زرن: الإعلام التقليدي والحديث في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات عبر الرابط:

Studies .aljazeera.net بتاريخ 2017/07/01

خاصة في فترة الانتخابات لضمان التفاعل وتبادل الآراء متجاوزين في ذلك المسافة والوقت عكس الوسائل الإعلامية الأخرى.

وفي سياق متصل، يعتبر علماء الاتصال السياسي المضامين الساخرة والفكاهية من أبرز أساليب الاتصال السياسي في الوصول إلى الجمهور، ويؤكدون على أهميتها في تعزيز قيم الديمقراطية، ورفع الفاعلية السياسية في المجتمعات، وبالرغم من اتفاقهم على الدور الذي تلعبه هذه المضامين، فإنهم يختلفون حول تصنيفها كونها أسلوب ساخر بديلا عن القالب الجاد يهدف إلى تسلية والترفيه.

وبالتالي تحولت تقنية البودكاست الفكاهي عبر منصة اليوتيوب إلى ظاهرة تثير اهتمام الشباب الجزائري في مختلف التراب الوطني خاصة شريحة الطلبة الجامعيين باعتبارهم مساهمين، مستخدمين ومشاركين وكذلك منتجين لمحتويات ومضامين هذه التقنية التي أضحت فضاء للتنفيس عن الأوضاع والقضايا السياسية على يد هواة جزائريين معالج للقضايا بقالب فكاهي و ساخر مستقطبة المتابعين و المستخدمين عبر منصات اليوتيوب بتركيز على اهتماماتهم و حاجاتهم، حيث يقول "ألفريد سيرليف" مدير صحيفة نيويورك تايمز: "أحب أن أكتب بنفس الأسلوب الذي يتكلمون به لكي يفهموا أسلوبى جيدا، لا بد أن تصل إلى المواطن العادي".

وفي ذات السياق، أتاحت التطبيقات الصوتية والمرئية مساحات حرية خاصة للفئات التي لم تكن تتمتع بالحق في الوصول واستخدام وسائل الإعلام التقليدية، حيث يقول "برنارد بيرلسون" في مقالته عن الاتصالات والرأي العام: "أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية وأن المناقشات حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتها من عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشيين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها الصحافة".<sup>1</sup> وبالتالي ظهرت تقنية البودكاست الفكاهي بأسلوب ساخر يضفي عنصر الجرأة في الطرح والمعالجة وقياس مدى تأثير هذه التقنية على الرأي العام السياسي، ليتحول المواطن العادي لصانع للمادة الإعلامية مستخدما الصورة والصوت مناقشا للقضايا بقالب فكاهي، معبرا عن الواقع الاجتماعي والسياسي المعاش من خلال توظيف التعبير الرمزي الساخر المحاكي للواقع بطريقة فكاهية، كما برز قادة رأي جدد خاصة الشباب مستخدمين الفضاء الإعلامي الافتراضي في توجيه الرأي العام نحو القضايا التي غيبتها الإعلام الرسمي العمومي منه والخاص، خاصة وأن هذا نوع من المضامين الساخرة والمدونين أصبح لهم موقع على مستوى الخارطة

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013، ص 176 - 177.

البرامجية للقنوات الخاصة، إضافة إلى ذلك فالملتقي جعل من العبارات الموجودة في مضامين البودكاست شعارات تحمل صوته ورسالته وتعلن موقفه اتجاه السلطة للتحويل إلى متلازمة حوارية في الشارع فور انتهاء الحلقة.

وفي سياق متصل، أصبحت مضامين البودكاست الفكاهي في الجزائر فرصة للكثير من الشباب الجزائري للتحرر من سطوة الإعلام الرسمي الاستهلاكي للممارسة النقاش الحر إزاء القضايا المثارة خاصة السياسية منها، وبالتالي التنفيس عن الوضع كآلية من آليات الاحتقان الاجتماعي من خلال توفير مساحات للتعبير والمناقشة أو كاستراتيجية لتغيير الواقع السياسي المعاش للكشف عن طبيعة وحجم الأثر الذي تخلفه هذه المضامين في خلق وتشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية المطروحة.

وهذا يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو أثر مضامين البودكاست الفكاهي في

### تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري؟

ومن السؤال الرئيسي السابق أمكن الباحثة صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة من خلال مضامين البودكاست الفكاهي؟
- ما طبيعة التأثير الذي تلعبه مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة؟
- ما درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مضامين البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية؟

## 2. فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** تساهم مضامين البودكاست الفكاهي في زيادة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر.
- **الفرضية الثانية:** تساهم مضامين البودكاست الفكاهي في حصول الطلبة الجامعيين في الجزائر على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة.
- **الفرضية الثالثة:** يؤثر الأسلوب الكوميدي والترفيهي للمضامين البودكاست على تناول الطلبة الجامعيين في الجزائر للقضايا السياسية.
- **الفرضية الرابعة:** تشكل مضامين البودكاست الفكاهي - كمنصات جديدة - الرأي العام السياسي للطلبة الجامعيين في الجزائر.

### 3. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

قد يكون اختيار الموضوع نابعا من الرغبة الذاتية كرغبة الباحث في التعرف أو فهم ظاهرة ما، أو أسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي، حيث تلعب دور المحفز للاختيار الجاد والموضوعي لموضوع الدراسة، ومن الأسباب التي دفعت الطالبة الباحثة إلى اختيار هذا الموضوع:

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع ولاسيما دخول هذا النوع من البودكاست في الخارطة البرمجية للتلفزيون الخاص ضمن ما يسمى بوسائل الاتصال الجماهيري.
- قلة الدراسات والبحوث العلمية حول مثل هذه النوعية من التطبيقات في الوطن العربي خاصة الجزائر على حد إطلاع الباحثة خصوصا الميدانية منها التي تجمع بين البودكاست الفكاهي كمتغير والرأي العام السياسي كمتغير آخر.
- قيام الطالبة الباحثة بدراسة موضوع البودكاست الفكاهي في مرحلة الماجستير من خلال دراسة تحليلية للقضايا الاجتماعية في الجزائر، وبالتالي مواصلة البحث في هذا المجال ضمن دراسة ميدانية، كون الموضوع يتمحور حول الإعلام الإلكتروني وتطبيقاته الجديدة في تشكيل الرأي العام السياسي.

### 4. أهداف الدراسة:

- التوسع في مفهوم الرأي العام السياسي.
- التعرف على التطبيقات الصوتية والمرئية "تقنية البودكاست الفكاهي" كوسيلة اتصالية جديدة في تشكيل الرأي العام من خلال دراسة نظرية وميدانية.
- التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البودكاست الفكاهي في تدعيم وتشكيل وتعديل وتغيير رأيهم نحو القضايا السياسية في الجزائر.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين.
- التعرف على مدى مساهمة البودكاست الفكاهي في تداول المعلومة السياسية.
- التعرف على مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين.
- الكشف على مدى درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مضامين البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية.

- التعرف على مستويات تأثير مضامين البودكاست الفكاهي بتشكيل الرأي العام في القضايا السياسية بمعنى هل يقتصر الأمر على خلق رأي عام مشترك فقط أو يتعداه لمرحلة سلوكية يتحول فيها هذا الرأي إلى سلوك فعلي.

## 5. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من خلال سعيها لمعرفة أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، و ذلك من عدة نقاط أهمها:

- إشارة العديد من الدراسات السابقة و الأدبيات على أهمية دور المدونات الالكترونية بما فيها التطبيقات الصوتية و المرئية " تقنية البودكاست" في تشكيل الرأي العام السياسي في الجزائر.
- تتبنى أهمية الدراسة في البحث في دور مضامين البودكاست في نقل المعلومات ونشرها على نطاق واسع لدى مختلف شرائح المجتمع في ظل الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية.
- تتجلى أهمية الدراسة في اعتماد الشباب الهواة على مضامين البودكاست الفكاهي في التعبير عن أفكارهم و آرائهم في شكل مدونات أو فيديوهات عبر قنوات اليوتيوب.
- تناول مضامين البودكاست الفكاهي ك مجال للنقاش حول مختلف القضايا المجتمعية خاصة القضايا السياسية.
- استخدام تقنية البودكاست في التعبير عن القضايا و التأثير في الجمهور و توجيههم بأسلوب فكاهي و ساخر للوصول إلى مفهوم تشكيل رأي عام سياسي إزاء القضايا المطروحة.
- تعاظم دور الرأي العام في ظل التطور الهائل في المجال التكنولوجي و تغير الأوضاع السياسية والاقتصادية و الاجتماعية في المجتمع.
- يتجلى دور الرأي العام كونه أحد دعائم البناء الديمقراطي في توفير فضاءات للحوار و النقاش على منصات اليوتيوب.

## 6. مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم و المصطلحات من بين أهم الخطوات التي يتوجب على الباحث أن ينجزها، لأنها الخلفية التي ينطلق منها و التصور الذي يوجهه في إنجاز بحثه عبر مراحل مختلفة، فالمفاهيم هي الأدوات التي من خلالها ننقل أفكارنا إلى واقع ملموس، كما نصف و نعبر بها عن هذا الواقع، و بالتالي فقد فرضت نفسها كقيمة ثابتة في غاية الأهمية لا يمكننا الاستغناء عنها. هذا و تتميز العلوم الانسانية و الاجتماعية بكثرة المفاهيم و المصطلحات التي تتعدد و تتباين نتيجة التعريفات و التصورات التي تعطى لها انطلاقا من المواقع الإيديولوجية و المذاهب السياسية، و المدارس الفكرية، فالمفهوم الواحد قد يكون له أكثر من تعريف<sup>1</sup>.

ونستعرض من خلال هذا العنصر أهم المفاهيم التي تناولتها دراستنا، باعتبارها مهمة أساسية في ضبط مسار الدراسة.

### 1.6 مفهوم الأثر:

- لغة: تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما<sup>2</sup>، فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على سواء وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية<sup>3</sup>، كما أن كلمة أثر في عمل وسائل الإعلام ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء تلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة<sup>4</sup>.  
ومن جهة أخرى فالأثر من أثر أثرا أثارة و أثرة الحديث أي نقله، فالحديث المأثور أي منقول من قرن عن قرن، ومنه السيف المأثور أي القديم المأثورات.

أثر فيه أي ترك فيه أثرا، وانتثر منه وبه أي حصل أثر منه فهو متأثر<sup>5</sup>.

- اصطلاحا: يرى الباحث السعيد بومعيزة أن الأثر هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور

<sup>1</sup> إبراهيم أبراش: المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص 235.

<sup>2</sup> Bernard lamizet :France dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de communication , ellipses,1977 , p 2007 .

<sup>3</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001، ص 52.

<sup>4</sup> سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، مصر، 1998، ص 152.

<sup>5</sup> المنجد في اللغة والإعلام، ط 30، دار المشرق، بيروت، لبنان، ص ص 526 - 527.

الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعلمون وسائل الإعلام، ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية والسياسية وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات، وماتمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم.<sup>1</sup>

أما الباحث نصير بوعلي يعرف الأثر بأنه ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلتفت انتباه المتلقي فيدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو تجعله يعدل من اتجاهاته السابقة، وقد تجعله أيضاً يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق.<sup>2</sup>

-إجراءياً: هو علاقة الفرد بوسائل الإعلام نتيجة التعرض والتكيف مع محتوياتها باختلاف سياقاتهم من أجل تغيير مواقفهم و سلوكياتهم وآرائهم، وفي دراستنا نعني به علاقة الطلبة الجامعيين بمضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل آرائ تجاه القضايا السياسية في الجزائر .

## 2.6 مفهوم الرأي العام:

### • الرأي:

- لغة: تشير الموسوعة الإعلامية للدكتور منير حجاب أن كلمة رأي تعني تصور الدهن لأمر من الأمور داخليا، أو هو الموقف الاختياري الذي يتخذه الفرد نحو أمر جدلي، أو قضية أخلاقية، وبالتالي فإنه يعني الاختلاف والتناقض بعكس الحقائق التي تعني القبول العام، وبدون الاختلاف والتناقض حول المسائل الجدلية لا يوجد مجال لإبداء الرأي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 26.

<sup>2</sup> نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2003، ص 10.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، مجلد 3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 1259.

ويعرف في لسان العرب على أنه الرؤية بالعين تتعدى إلى مفعول واحد، وبمعنى العلم تتعدى إلى مفعولين، فالرؤية بالعين تعني وجود فعل معين ألا وهو الأبصار، أما الرأي بمعنى العالم فيتعدى ذلك إلى التفكير والمعالجة الحقيقية.<sup>1</sup>

وفي معجم الوسيط كلمة الرأي هي الاعتقاد، العقل، التدبر، النظر والتأمل، ويقال في اللغة (رأى، يرى رؤية، الرأي، مرئي)، ورأى الشيء أبصره بحاسة البصر، ورأى فلان رؤيا فيما يرى النائم، فالرؤية هي المشاهدة بالبصر ورؤيا فيما يراه المرء و يعتقده.<sup>2</sup>

-اصطلاحا: الرأي هو التعبير بالفعل أو إبداء وجهة النظر، وهو تعبير فعلي عن الاتجاه، ويعني الاستعداد للاستجابة بطريقة معينة للأشياء محددة، فالرأي إذن هو الاستجابة بعينها أو هو التعبير عن الاتجاه في شكل كلمات أو تصرفات.<sup>3</sup>

وفي تعريف آخر هو التعبير الذي يستدل به الفرد على استجابته لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين، أي أن الرأي هو وجهة نظر تتغير تبعا للمواقف المختلفة، وهو تعبير بالكلمات عن الاتجاه.<sup>4</sup>

- إجرائيا: هو وجهة نظر لتعبير عن مواقف واتجاهات بالاعتماد على الاتصال اللفظي وغير اللفظي.

#### • العام:

**لغة:** أما كلمة عام فتعني الشامل، وعكسه الخاص، وأصل الكلمة عم، وعم، يعم، عموما، عام.<sup>5</sup>

وبشير وصف الرأي بأنه عام إلى الشمول الناشئ عن وجود جماعة من الناس.<sup>6</sup>

-اصطلاحا: العام حسب "بلومر": جماعة من عامة الشعب، وتشير هذه الكلمة إلى قاسم مشترك بين أعضاء الجماعة لمصلحة أو مسألة تثير اهتمامهم أو إلى موقف مشترك بينهم - أو نسبة مؤثرة منهم - يتصف بالعلانية.<sup>7</sup>

- إجرائيا: هي الشمولية والاشتراك انطلاقا من الجماعة.

<sup>1</sup> جمال الدين محمد بن مكرم: لسان العرب، مجلد 10، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956، ص 291.

<sup>2</sup> المنجد في اللغة والإعلام، ط 3، دار الشروق، بيروت، 1988، ص 243.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 22.

<sup>4</sup> كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 48.

<sup>5</sup> المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: المعجم العربي الأساسي، د ط، د س ا، ص 27.

<sup>6</sup> عبد الكريم علي الدبيسي: الرأي العام (عوامل تكوينه وطرق قياسه)، ط 1، دار المسيرة، عمان، 2011، ص 27.

<sup>7</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 18.

• الرأي العام:

**اصطلاحاً:** يعرف "ليونارد دووب" الرأي العام بقوله: "الرأي العام يعني اتجاهات الناس ومواقفهم إزاء موضوع معين حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعنية.<sup>1</sup> أما مختار التهامي فيعرفه على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأساسية مساً مباشراً.<sup>2</sup> أما السيد محمد خيربي فيعرفه: هو نتيجة تفاعل الآراء التي تصل إليها جماعة ما في موضوع من الموضوعات، ويكون مثال صراع واهتمام، وإن هذا الرأي ينبع بعد تداول الآراء المختلفة سواء المؤيدة أو المعارضة متسقا مع اتجاهات وقيم الجماعات، وهو يختلف عن رأي كل فرد بمفرده، كما أنه ليس عملية جمع أو تقريب بين الآراء فهو نتاج تفاعل بين الآراء المختلفة.<sup>3</sup>

- **إجرائياً:** هو الاتجاهات والمواقف التي يكونها الأفراد تجاه موضوع أو قضية من خلال التفاعل معها بعد فتح باب النقاش والجدل، وينقسم الجمهور بين مؤيد و معارض انطلاقاً من القيم السائدة في المجتمع وفي هذه الدراسة نعني آراء الطلبة الجامعيين المتصفحين لموقع اليوتيوب من خلال تطبيق البودكاست الفكاهي تجاه القضايا السياسية التي تشكلت في المجتمع في فترة زمنية معينة.

**3.6 مفهوم اليوتيوب:**

**اصطلاحاً:** موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام هامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها، وقد تأسس الموقع في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين في شركة "باي بال"<sup>4</sup>

وفي تعريف آخر هو عبارة عن موقع لمقاطع فيديو متفرغ من غوغل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> هاني رضا، رامي عمار: الرأي العام والإعلام والدعاية، ط 1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص 18.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 19.

<sup>3</sup> محمد علي سعد الله: مدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص 311-312.

<sup>4</sup> خالد غسان، يوسف مقداد: ثورة الشبكات الاجتماعية (ما هي مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 43.

<sup>5</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، ط 1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013، ص 99.

- **إجرائيا:** ونعني به في هذه الدراسة تلك القنوات المتمثلة في التطبيقات الصوتية والمرئية البودكاست الفكاهي التي يتم إنشائها من طرف هواة جزائريين، والتي تتضمن محتويات سياسية بهدف التأثير في الطلبة الجامعيين عينة الدراسة لتشكيل رأي عام سياسي تجاه هذه القضايا المطروحة.

#### 4.6 مفهوم البودكاست:

- **لغة:** في عام 2005 وضع قاموس أكسفورد الجديد New oxford American Dictionary تعبير بودكاست كلمة للعام ووضع لها تعريفا يقول إنه تسجيل رقمي إذاعي أو ما شابهه من برامج يتم وضعه على الأنترنت حتى يمكن تحميله على أجهزة الصوتية الشخصية، ومنذ انطلاقة ظهرت له العديد من التسميات معظمها يدور حول الحروف الثلاثة P.O.D وقد اقترح الكاتب المتخصص في التكنولوجيا "دوك سيرل" Doc Searls في ديسمبر 2004 اسم Personal option Digital وفي نفس العام دار تعبير Personal Demand في أنحاء العالم وفي يوليو 2005 انتشر مدون مايكروسوفت روبرت سكوبل Robert Scoble إلى هذا التعبير عندما كتب أن شركته اقترحت تعبير بلوغلساتنغ Blog casting للتعبير عن النوع الإذاعي الجديد وكانت تتوي تجنب ربطه بمنافستها شركة آبل وظهر تعبير مثل أديو بولغنغ Andioblogging وويب كاستنغ webcasting ورسكاستينغ Rsscasing ولكن الأمر انتهى إلى البودكاستينغ Podcasting.

**البودكاست:** هو دمج بين كلمتين: "أيبود" وبين كلمة "برودكاست" أي نشر أو بث، و"بود" انتشرت بعد شهرة جهاز Ipod من آبل وتعني جيب لكون جهاز أيبود صغيرة يمكن وضعه في الجيب.

- **اصطلاحا:** البودكاست هي ملفات الصوتية من نوع أم بي ثري MP3 مع إضافة برمجية خاصة للتجميع وقراءة عناوين مثل برنامج RSS أو برنامج Atom للبحث عن ملفات البث الجديدة وتنزيلها تلقائيا بما يطلق عليه تكنولوجيا الدفع ويطلق على الملفات اسم بودكاست Podcast وهي ليست أغاني أو موسيقى فقط كما بدأت أولا بل تشمل برامج إذاعية، الغناء، الشعر والدراما والرياضة والتعليق على الأحداث السياسية والأخبار.<sup>1</sup>

هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدويا، فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه كتطبيق

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق: مرجع سابق، ص 228.

AppleItunes مثلا، يمكنه من الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم الـ Itunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفرها.<sup>1</sup> من خلال ما سبق يمكن القول أن البودكاست مصطلح له العديد من التسميات لما له من علاقة بجهاز Ipod بالإضافة أن هناك من يعتبره ملفات صوتية مع إضافة برنامج RSS وهناك آخرون يعتبرونه قالب أو شكل جديد في الإعلام الإلكتروني خاصة ما يعرف بالمدونات الفيديوي.

**اجرائيا:** البودكاست هو سلسلة وسائط متعددة صوتية أو مرئية يبث عبر قناة ثابتة للبث الصوتي- المرئي حيث يسمى كل ملف في البودكاست حلقة.

## 5.6 مفهوم الفكاهة:

**لغة:** يقال فكه الرجل، يفكه، فكه، فكاهة أي كان طيب النفس، والاسم الفكاهة من التفكيه: أي انبساط النفس، وقال أبو معاذ النحوي: الفاكه الذي كثرت فكاهته، والفكه الذي ينال من أعراض الناس، وقال سيبويه: ولا يقال لبائع الفكاهة فكااه، وفكه القوم بالقوم أتاهم بها، الفكاهة أيضا الحلواء على التشبيه وكلهم بصلح الكلام: أطرفهم، وقال الجوهري: الفكاهة مصدر فكه الرجل فهو فكه: إذا كان طيب النفس مزاجا والفاكه المزاج، وفي حديث أنس: (وكان النبي صلى الله عليه وسلم- من أفكه الناس مع صبي...) وقيل التفاكه، التمازح وفاكحت القوم بماح الكلام مازحتهم.<sup>2</sup>

وقد وردت كلمة أو مادة "فكه" في القرآن الكريم كثيرا، وكانت لها مدلولات مختلفة منها ما جاء في قوله تعالى: «إن أصحاب الجنة اليوم في شغل فاكهون»<sup>3</sup>، وقوله تعالى: «وإذا انقلبوا إلى أهلهم انقلبوا فاكهين»<sup>4</sup>، ولفظ الفكاهة الذي جاء في أغلب الآيات -وصفا للمؤمنين في الجنة- يعني في هذا السياق الفرح والسرور والتندر وما يستنتج ذلك عادة من الضحك.<sup>5</sup>

عرف قاموس أكسفورد الفكاهة بأنها تلك الخاصية المتعلقة بالأفعال والكتابة والكلام..الخ التي تشير المتعة والمرح والمزاح.

<sup>1</sup> نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، [www.alukah.net](http://www.alukah.net)، ص 6.

<sup>2</sup> ابن المنظور: لسان العرب، مادة "فكه" مجلد 5، ص 3453.

<sup>3</sup> سورة يس: برواية ورش عن نافع، الآية: 54.

<sup>4</sup> سورة المطففين: برواية حفص عن عاصم، الآية: 31.

<sup>5</sup> حسين مغنية: فكاهة العرب، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، دون طبعة، لبنان: 1982، ص 7.

اصطلاحاً: الفكاهة ظاهرة نفسية تصدر عن الطبيعة البشرية، وفيها يجد الفرد راحة للنفس إذا تعبت وكرت ونشاط للخاطر إذا سئمت وملت وهذا ما يوافق ما قاله خالد بن صفوان: "لابأس بالمفاهمة تخرج الرجل من حالة العبوس" وقد تتخذ الفكاهة النكتة وسيلة من وسائلها، إلى جانب الدعابة والمزاح والطرفة.<sup>1</sup>

الفكاهة لفظ يدور في فلك السخرية مما يؤدي إلى ظاهرة واحدة عنوانها الضحك باعتباره نتيجة مباشرة ومنه فالفكاهة هي عبارة عن منفذ للتنفيس واشباع رغبات نفسية. إجرائياً: هي عملية نفسية ذات وظيفة اجتماعية لتحقيق التفاعل والتحكم في سلوك الآخرين بالسخرية بغرض إثارة الضحك.

#### • الفرق بين الفكاهة والسخرية:

يدل مصدر الفكاهة على حالة عقلية تنطوي على إحساس بالمضحك في الوجود البشري علماً أن الطابع السلبي لـ "مايثير الضحك" يكشف دائماً عن الجانب الإيجابي في الإنسان، والفكاهة ليست ببساطة موقفاً حكيماً عن بعد، مزداناً بابتسامة متعلقة، بل تنتج عموماً من حالة الحيرة ودهشة مباشرة. وهي ليست دائماً لطيفة غير مؤذية بل غالباً ما تتخفى وراء قناع التهكم والهجاء أو المبالغة المشوهة Grottesque، لكن حتى الضحك الأسود من عبثية الحياة يبدي خصوصية المشاعر الإنسانية وفرادتها، فالفكاهة ترى فيما هو جدي وسام الجانب التافه والحقير أيضاً، ولكن من دون أن تتبذه عبر نقد تحليلي كاشف، ومن ثم تفتقد الفكاهة الحدة التي تميز الهجاء فتبقى محمولة على جناحي الجدية والحب في أجواء حرية الفكر كما تعد الفكاهة أهم وسيلة لدراك الذات بصورة صحيحة حيث لا يعطي المرء من قيمة نفسه أكثر مما تستحق، ولا يحففها حقها، ويرى الأديب الألماني غوته: "أن من لا يبذل جهداً ذاتياً ليلبغ مرتبة الأفاضل فهو حتماً ليس منهم" والأفاضل غالباً أصحاب الفكاهة.<sup>2</sup>

ويشير الناقد إبراهيم فتحي إلى أنه لا يوجد تضاد بين السخرية والجدية لأن السخرية تقدم وجهة نظر عميقة وليست مجرد عبث طائش أو خفة مرحة، ويرى الدكتور ماهر فريد أن السخرية تقع بين الفكر والهجاء فهي أشد ضراوة من الفكاهة الأنيسية، وهي أقل مباشرة من الهجاء الصريح. ويرى بدوره الدكتور

<sup>1</sup> جمال الدين الرمادي: صحافة الفكاهة وصانعوها: مذاهب وشخصيات، القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، دون سنة، ص 04.

<sup>2</sup> MAHADEV LAPTE, Humor and Laughter an Anthorolopological Approach, Cornell University Press, Ithaca, 1985, pp: 25-28.

شاكر عبد الحميد أن الفكاهة تشكل المفهوم العام أو الظاهرة العامة للسخرية وتشمل على الضحك والابتسام والتهكم والتورية والدعابة والنكتة والمفارقة والكاريكاتور والحماسة والكوميديا وغيرها من المظاهر الدالة على الفكاهة.<sup>1</sup>

أما جهاد عبد القادر فيميز بين الفكاهة والسخرية قائلا: "إذا كانت السخرية تشكل سلاحا هجوميا، فإن الفكاهة تستعمل درعا للوقاية، كما أن السخرية تستهدف شخصية - ضحية بالضرورة- بينما نجد الفكاهة لا تتردد في الاستهزاء من الذات والسخرية من الساخر نفسه، فالغرض من الفكاهة ليس هو الاضحاك والضحك فحسب، وإنما هو التقويم والتهذيب والإصلاح ينقذ أنواع النقص أو القبح أو الخروج عن المألوف، فإنه يشترط في هذا النقد ألا يجرح كالهجاء، فالفكاهة من هذا المنظور لا تخلو من نية مغرضة إلا أن طابعها المغرض هذا يغلف بقناع غير هجومي أو غير عدواني".

وفي اعتقاده أن الفكاهة والسخرية فنان متلازمان، وقد لا يتخلى أحدهما عن الآخر، عدا أن السخرية تأتي أحيانا غير مضحكة، تعول على النقد والإيلام، وتدع التفكه جانبا، وكذلك ينذر أن تأتي الفكاهة خالية من السخرية.<sup>2</sup>

وبفرق بين هذه المصطلحات في اللغة الأجنبية أيضا حيث يقابل كلمة فكاهة HuMoRHuMor والهزل تقابله COMIQUE COMIC والتهكم يقابله IRONIE-IRONY أما كلمة السخرية فيقابلها SATIR-SATIRE وتتميز كل هذه الكلمات عن غيرها في المعنى.<sup>3</sup>

#### • الفكاهة ومواصفات من يشتغل بها:

تعتبر روح الفكاهة والحس الفكاهي سمة قيمة من سمات الشخصية الفكاهية، فهي الاستجابة الملائمة للمؤثرات الهزلية من جهة، والقدرة على ابتداء أفانين الضحك من جهة أخرى، وحينما نقول عن شخص ما من الأشخاص أنه يمتلك القدرة على تذوق النكتة من جهة وأنه يتمتع بحس فكاهي ممتاز فإننا نعني بذلك أنه يتمتع بملكة الظرف أو خفة الروح من جهة أخرى، وكلما قوى حظ الفرد من روح الفكاهة زادت قدرته على تذوق النكتة وإطلاق الدعابة،<sup>4</sup> ومنه فالمواصفات التي يتحلى بها من يمارس فن الفكاهة

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان: الإعلام الساخر: من يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف، تقارير وأبحاث المركز العربي للبحوث والدراسات، 2014، تاريخ فيفري 2015، ص 22 .

<sup>2</sup> جهاد عبد القادر قويدر: شعر الفكاهة في العصر العباسي، دراسة نقدية تحليلية، رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة البعث، بغداد، 2009، ص 40.

<sup>3</sup> La Petit LarousseLlilstre mot AUMOUR, Paris, 1991,P500.

<sup>4</sup> عبد العزيز شرف: الأدب الفكاهي، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، ط1، الجيزة-مصر، 1992، ص 07.

هي التي تجعل الكاتب الفكاهي يجسد أشخاصا يستثيرون الضحك أو صورا شعرية كاريكاتورية، ذلك أن هذه الروح هي التي تمكن الكاتب من أن يدرك العناصر الفكاهية في شتى المواقف.

#### 6.6 مفهوم البودكاست الفكاهي:

-إجرائيا: هو عبارة عن مجموعة من الفيديوهات ينتجها هواة في قنوات ثابتة عبر شبكة الانترنت تعالج قضايا مختلفة تهم المجتمع بأسلوب فكاهي وساخر لإيصال رسالة ضمنية تستهدف هيئة أو أشخاص معنيين.

#### 7.6 مفهوم القضية:

-اصطلاحا: القضية هي الأمر الذي اتضحت معالمه وبرزت متغيراته فهو يحتاج إلى الفصل فيه والحكم، وهي أيضا عبارة عن حدث معين في مجتمع ما نتيجة تغييرات طارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل داخلية وكثيرا من الأحيان لا يوجد حل منطقي لمثل هذه القضايا والسبب الرئيسي يكمن في انقسام الجمهور إلى قسمين، قسم موافق لهذه المشكلة ويعتبرها تطور أو تغير أو لغرض في نفسه يتوقع أن يحصل عليه إذا استمرت هذه القضية أما القسم الثاني وهم المعارضين لهذه المشكلة كونها دخيلة وجديدة على المجتمع يرفضون حتى التجربة لأي من الأسباب.<sup>1</sup>

ويرفهاينز " وورث" و"مينج" أن القضية قد تنشأ نتيجة تصرف معين قامت به منظمة وقد يقوم به طرف واحد أو عدة أطراف وينجم عنه مقاضاة مدنية أو جنائية من أحد الأطراف وأيضا يحتمل أن تصبح مسألة صياغة سياسة عامة (قوانين عامة) تحدد من خلال الأجهزة التشريعية أو الهيئات المنظمة لعمل المنظمة.<sup>2</sup>

من خلال التعاريف السالف ذكرها يتضح أن هناك اتجاهات في مفهوم القضية فهناك من يعتبرها حالة اجتماعية جديدة، أحدثت تغييرات عدة ولها أسباب تنحصر بتطور الفكر الإنساني المعاصر وآخرون أمثال فهاينز وورث فيقولان أن القضية تنشأ نتيجة تصرف قامت به منظمة أو عدة أطراف.

- إجرائيا: القضية هي حدث معين يحدث في مجتمع ما نتيجة تغييرات طارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل داخلية وهذا ما يتطلب مناقشتها وتحليلها.

<sup>1</sup> فهمي سليم الغزوي: المدخل إلى علم الاجتماع، دار الفكر الجامعية، عمان، 2004، ص 45.

<sup>2</sup> محمد جمال القار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق العربي، عمان، 2010، ص 78.

## 8.6 مفهوم الرأي العام الإلكتروني:

- اصطلاحاً: الرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو فكرة، أو اقتراح، أو رأي، أو مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب، أو نكتة تعبر عن توجه معين، وتدافع عن أيديولوجية بعينها، أو تتبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الانترنت) لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه برأي الإلكتروني، وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل شرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.<sup>1</sup>

وفي تعريف آخر يعتبر الرأي العام الإلكتروني مؤشر هام لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة من جهة، بالإضافة إلى دوره في تشكيل وتحديد توجهات المواقف الشعبية المختلفة نحو القضايا الداخلية والخارجية على حد سواء من جهة أخرى.<sup>2</sup>

- **إجرائياً:** هو اتجاهات الفرد حول موضوع حيث أن هذه الأخيرة تملك الوسيلة التكنولوجية للنقاش وتعبير عن آرائها بكل حرية دون أي قيود أو رقابة لما يحمله الفضاء الإلكتروني من تفاعلية.

## 9.6 مفهوم السياسة:

**لغة:** إن كلمة political هي صفة politics و هذا يقودنا على أن نتعرف أكثر على المفهوم politics الذي وجد قديماً حيث أنه مشتق من كلمة polis إغريقية الأصل والتي تعني city-state أي دولة المدينة وعليه فإن مفهوم politics يدل على كل الأشياء التي لها علاقة بشؤون الدولة وبشكل خاص الحكومة.<sup>3</sup>

**اصطلاحاً:** حسب smith و pennock فإن السياسة تشير إلى كل ما يتعلق بالقوى المؤسسات والمنظمات في الدولة، يعترف بها على أنها السلطة المطلقة داخل الدولة من أجل المصلحة العامة، أي تلك التي تتضمن السلام الداخلي ومصلحة أعضائها وبشكل ينسجم مع اختلافاتهم الشخصية، ويمكن القول بشكل

<sup>1</sup> فتحي حسن أحمد عامر: الرأي العام الإلكتروني، العربي للنشر والتوزيع، 2012، ص 3.

<sup>2</sup> عادل عبد الصادق: الفضاء الإلكتروني والرأي العام (تغير المجتمع والأدوات والتأثير)، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الاستراتيجية، العدد الأول، ديسمبر 2010.

<sup>3</sup> هادي الشيب، رضوان يحي: مقدمة في علم السياسة والعلاقات الدولية، ط 1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2016، ص 10.

أبسط أنها السعي للمشاركة في السلطة أو التأثير على توزيعها، أو أنها السلطة لصنع القرارات ومخولة بسلطة نهائية.<sup>1</sup>

يرى توماس داي أن السياسة هي ما تفعله ولا تفعله الحكومة، أما ديفيد إيستون فيستخدم الكلمة بمعنى التخصيص السلطوي للقيم على مستوى المجتمع ككل، فالسياسة هي مجموعة القرارات التي تتخذها الدولة من أجل تحقيق أهداف محددة في مجال ما، بمعنى أن السياسة بمثابة مرشد للقرارات الخاصة بالمشكلة أو موقف معين في حالة تواجد أكثر من بديل لمواجهة هذا الموقف حيث أن القرار اختيار أحد البدائل المطروحة لمواجهة وتطبق هذه السياسة في إطار نظام سياسي لا يقوم على فراغ وإنما في بيئة تفرض قيودا وتهيئ فرصا للاختيار السياسي، فهناك ثمة اعتماد متبادل ما بين النظام والبيئة لذلك فإن تشكيل وأداء النظام السياسي لا يمكن أن يتم بمعزل عن معرفة الأساس البيئي بعناصره الطبيعية والتاريخية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.<sup>2</sup>

- اجرائيا: وفي هذه الدراسة تعني كل المضامين التي تتعلق بصنع القرار وتشكيل الاتجاهات والآراء لدى الطلبة الجامعيين مجال الدراسة خاصة بطرحها في الفضاء الالكتروني ومعالجتها من قبل هواة جزائريين بقلب فكاوي.

<sup>1</sup> هادي الشيب، رضوان يحي: مرجع سابق، ص 12.

<sup>22</sup> حنان يوسف: الإعلام والسياسة مقاربة ارتباطية، ط2، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2006، ص 13.

## 7. الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع دراستنا، وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية، وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها، هذا وقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية للدراسة.

### 1.7 الدراسات العربية و الجزائرية:

#### 1.1.7 عبد الله خطري دراسة بعنوان: المدونات العربية \_ دراسة تحليلية، غير منشورة، 2004.

والتي حاول من خلالها تسليط الضوء على ظاهرة التدوين في الوطن العربي والتي لا تزال -وعلى الرغم من كونها فرضت نفسها على الساحة- تحتاج إلى دراسة والبحث والتحليل وتعد هذه الدراسة بوصفها أولى المحاولات في هذا المجال وتبين من تحليل النتائج التي قام بتطويرها الباحث ما يلي:

- تبين أنه من بين المشاركين من الوطن العربي تمثل مصر أعلى نسبة من الذين يتصفحون المدونات الإلكترونية تليها السودان وموريتانيا ثم اليمن، المغرب والجزائر وسوريا فتونس وليبيا، وفي المرتبة الأخيرة كل من سلطنة عمان والعراق.
- لوحظ أكبر نسبة من الذين يزورون المدونات العربية كانت في مصر وتونس بينما سجل أقل النسب بكل من سلطنة عمان والعراق.

#### 2.1.7 أشرف جلال حسن ب: أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع، المنتديات المدونات) على

تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي - دراسة تشخيصية مقارنة في ضوء مدخل الإعلام البديل - ، غير منشورة، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2007.

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي: ما طبيعة وحدود التأثير الذي تلعبه المواقع الالكترونية والمدونات في تشكيل الرأي العام العربي، سواء أكان ذلك في قضايا عربية داخلية، أم قضايا عربية بيئية أم إقليمية، أم قضايا دولية.

تهدف هذه الدراسة إلى: تفعيل دور المواقع الالكترونية والمدونات كوسائل تقليدية حديثة في إعادة صياغة وتشكيل الرأي العام في الأقطار العربية تجاه بعض القضايا، سواء داخلية أو خارجية، لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا العربية الهامة مستقبلا.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة على عينة عشوائية بلغت حوالي 600 مفردة تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة من الجنسيات الآتية (مصر، فلسطين، قطر) مستخدما أداة الاستبيان في جمع المعلومات.

وتوصل الباحث في دراسته إلى نتائج أهمها:

- هناك تفوق واضح للوسائل التكنولوجية الحديثة في دفع الجمهور للاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة، نتيجة الحرية وقدرة هذه الوسائل على تحقيق مشاركة الجمهور بفاعلية.
- زيادة الحصة العقلية والسوقية للوسائل الالكترونية الحديثة، وخاصة المنتديات والمواقع والمدونات، على حساب الوسائل التقليدية السائدة كالجرائد والمجلات والتلفزيون.
- عدم وجود علاقة بين السن والاتجاه نحو الاعتماد على الوسائل الحديثة.
- وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي يعتمدون عليها في تكوين آرائهم عن القضايا والموضوعات المختلفة.
- يميل أفراد الجمهور للاعتماد على الوسائل التكنولوجية في تكوين الآراء في القضايا المحلية أو الداخلية أكثر منه في القضايا الإقليمية أو الخارجية.

### 3.1.7 عصام منصور: المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات، منشورة، قسم علوم الإعلام والمكتبات، كلية التربية الأساسية، الكويت، 2009.

أجريت بهدف الكشف عن إمكانية الاعتماد على المدونات الإلكترونية في حصول على المعلومات كمصدر رقمي جديد وذلك عام 2009، من خلال دراسة استطلاعية للرأي قام بها الباحث على عينة من طلبة وأساتذة المعاهد والكليات التابعة لتعليم التطبيقي في دولة الكويت. وفيما يلي أهم ما جاءت به الدراسة من نتائج:

- أن غالبية مستخدمي المدونات الإلكترونية كانوا يشتغلون بها منذ أكثر من خمس سنوات.
- أعرب الكثير ممن يمتلكون مدونات إلكترونية على أنهم كانوا يستخدمون تلك المدونات في حدود مجالات دراساتهم والحدود الأكاديمية فقط، وأنهم لم يتطرقوا من خلالها لأي حوارات أو قضايا دينية أو سياسية.

### 4.1.7 أمال قراحي: قراءة في بعض محتويات المدونات العربية من منظور الكنس المتلقي والقارئ (ذكور وإناث)، منشورة، 2009.

والتي أقيمت ضمن جلسات أعمال مؤتمر الإعلام الجديد في مملكة البحرين سعت الباحثة فيها إلى التركيز على مناقشة المحاور التالية:

- الوقوف عند النقاط المشتركة بين المدونين بغض النظر عن الجنس.
- رصد مظاهر الاختلاف بين المدونات النسائية والمدونات الذكورية على مستوى الشكل والمضمون والتصوير والاستخدام.
- توضيح تلقي الجمهور العربي لرسالة التي يبثها المدون حسب الجنس والدور الذي يضطلع به وما يترتب عن التمييز بين الجنسين، وبيان أثر المدونات في المجتمع المعرفة وفي واقع الحياة العربية. وقد توصلت الباحثة إلى بعض النقاط المهمة منها:
- في ظل غياب المساحات العامة لحوار بين الشعب والحكومة لا يخضع لسلطة رقيب وأمام غياب إعلام حر ومستقل يكون البديل الإعلامي: المدونات والمنتديات الإلكترونية في الوطن العربي.
- علاقة المرأة بالإنترنت تختلف من بلد إلى آخر.

**5.1.7 أسامة غازي: استخدامات الشباب السعودي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المحققة منها (دراسة ميدانية)، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، العدد 26، يوليو 2009.**

انطلقت هذه الدراسة من محاولة الكشف عن معدل الاستخدام والاعتماد على الدوافع الحقيقية وراء استخدام هذا النمط، وفيما يستخدم، وما هي الإشباع المحققة من ذلك الاستخدام، ومعرفة أسباب هذا النوع من الأدوات رغم تواجد وسائل إعلام أخرى يمكن أن توفر التفاعلية في مضمونها. واعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي من أجل الحصول على وصف دقيق للمشكلة، من خلال مسح عينة من جمهور المدونات الإلكترونية، كما اعتمد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوزيعه على عينة قدرت ب 250 مفردة من الشباب الجامعي السعودي، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.
- إن استخدام المدونات كمضمون اتصالي أو إعلامي حيث أقرت النسبة الأكبر من المفردات من العينة بعدم صلاحيته، وأن الفروق الفردية تنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يلبي ويشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية.

### 6.1.7 الصادق رايح: المدونات والوسائط الإعلامية بين حدود الوصل والفصل، غير منشورة، 2009.

لتؤكد على أن المدونات أصبحت تحتل مكانة واضحة وملموسة لدى المواطنين إذ ساهمت بشكل ملحوظ في تطور طبيعة العلاقات القائمة بين المواطن والوسائط الإعلامية والإعلاميين وهي تطورات تعيد النظر في الافتراضات التي غالبا ما تأسست عليها الأدوار التقليدية لوسائل الإعلام. وقد توصل الباحث من خلال دراسته إلى النقاط التالية:

- أصبحت المدونات الإلكترونية جزءا من الممارسة الإعلامية عند الكثير من الوسائط المهنية التي أدمجت فئات عديدة من المدونات في مضمونها الإلكتروني.
- إن التدوين الذي تسرب إلى الداخل الإعلامي يمارس تأثيرا كبيرا في إعادة تشكيل بنية الإعلام الإلكتروني، متيحاً لهذا الإعلام التعرف على أنماط جديدة من الكتابة الإعلامية.

### 7.1.7 أمل مهدي: دراسة قدمتها على موقع الاتحاد <http://www.arabeum.com> قام بها الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية، 2010.

في ظل تنامي أعداد مواقع المدونات والمواقع الإلكترونية بشكل سريع جدا على شبكة الانترنت أوضحت الدراسة التي أعدت لدراسة واقع الحال عن المدونات المصرية بأن هناك الكثير من القضايا والموضوعات الخطيرة قد تفجرت، الأمر الذي شكل منعطفا خطيرا يمر به المجتمع المصري والعربي، نظرا لإتاحة المدونات لكثير من مستخدمي الانترنت خاصة الشباب للنشر والتعبير عن آرائهم المختلفة بقدر كبير من الحرية ويسعون من خلال تلك المواقع إلى تلبية رغبات واحتياجات خاصة بهم قد لا يجدونها في وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي.

### 8.1.7 أسماء مسعد عبد المجيد: اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011.

تتناول الدراسة مدى اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد في إطار المجال العام، من خلال منهج المسح على عينة عمدية من مستخدمي الانترنت ومن الموضوعات التي كانت مطروحة على الساحة وأثارت جدلا في الأوساط الإعلامية المختلفة.

وتوصلت الدراسة إلى زيادة موقع يوتيوب في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو، لذا تتخذ الحركات من الانترنت ملجأ لها لعرض وجهة نظرها بكل حرية على أكبر عدد ممكن من الجمهور وجاء تفضيل الجمهور لموضوعات الأحداث السياسية ومتابعتها في الترتيب السادس.

**9.1.7** مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

اعتمدت الطالبة الباحثة على منهج المسح بالعينة في دراستها وأداة الاستبيان بالإضافة إلى الاعتماد على عينة كرة الثلج للصعوبة الوصول للمبحوثين وحصر مجتمع الدراسة.

أما أهداف الدراسة فتمثلت في ما يلي:

- جمع بيانات ومعطيات ميدانية حول الثورة التونسية وعلاقة الإعلام الاجتماعي بتحريك هذه الثورة وتصديرها إلى الكثير من الأقطار لعربية.
- محاولة تحديد الدور التي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي وتعبئته وتحريكه نحو إسقاط الرئيس.
- معرفة مدى حضور هذه الوسائل الإعلامية البديلة - الإعلام الاجتماعي - للإعلام التقليدي في الحياة اليومية للمواطن التونسي.
- تحديد الوضعية التي تتموقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي ضمن المنظومة الاتصالية خصوصاً مع اكتساح الانترنت الحياة اليومية الانسانية.
- وانطوت تحت التساؤلات الفرعية الفرضين التاليين:
- يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الإعلامية والاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظراً لميزاته وخصائصه وتأثيراته الفورية على مستخدميه.
- يعتبر الإعلام الاجتماعي أهم محرك ودافع اتصالي وإعلامي في تعبئة الجماهير وصناعة الرأي العام التونسي، خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:
- يعد موقع الفايسبوك الشبكة الأكثر استخداماً لدى التونسيين.
- يعد موقع تبادل ومشاركة الفيديو اليوتيوب الأكثر استخداماً وبصفة مطلقة لدى التونسيين.
- يستخدم غالبية المبحوثين الحاسوب الشخصي للولوج إلى مواقع الإعلام الاجتماعي.

- يتواصل غالبية المبحوثين ويتفاعلون مع المجموعات الافتراضية وينشرون التعليقات والكتابات بعد التأكد من صحتها.
- أقل من ثلثي المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين مساندة للثورة.
- تساهم مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

### 10.1.7 زعيم نجود: التدوين الإلكتروني في الجزائر (واقع وتحديات)، دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وسمعية بصرية، غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.

ركزت إشكالية الدراسة على اعتبار التدوين الإلكتروني من أحدث أشكال التواصل الانساني عبر الانترنت، وهو الظاهرة الأقرب تجسيدا لما يعرف بالإعلام الجديد وإعلام المواطن، حيث يتيح لمستخدميه من المدونين العديد من المميزات والامكانيات ذلك أن أساسه هو فكرة النشر الذاتي التي تعتمد على مبدأ المشاركة وتبسيط التقنية، وهو ما سمح له بالانتشار بشكل سريع وفطري في العالم، غير أن تطوره يختلف من بلد إلى بلد ومن مجتمع إلى آخر حيث تؤثر في تطوره العديد من العوامل والظروف.

وفي الجزائر، هناك مدونات الكترونية جزائرية تنشط منذ فترة غير أن الاهتمام الإعلامي والعلمي بها لا يكاد يرتقي لمستوى الظاهرة وحجمها حيث أنها غير معروفة الخصائص ولا توجهات، كما لا توجد أرقام واضحة ولو تقريبية عن حجم المجتمع التدويني الجزائري، وقد حاولت الطالبة الباحثة الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: ما واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر وما هي التحديات التي يواجهها؟

أما فرضيات الدراسة فتمثلت في ما يلي:

- يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديمغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور وذو مستوى تعليمي عال، ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت، كما أن معظمهم يقطنون بالعاصمة.
- يعتبر الترفيه والنشر الإلكتروني أهم دافعين لدى المدونين الجزائريين.

■ يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة من حيث عادات التدوين، فالمدونون الجزائريون بدأوا متأخرين في التدوين وهم غير منتظمين في ممارسته، ومن حيث أنماط التدوين يدونون حول مواضيع متنوعة ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدون باللغة العربية ولم يتلقى تدريباً حول التدوين، ومن حيث تفاعلهم مع الجمهور فهم يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

■ توجد عوائق تقنية واجتماعية تعيق تطور التدوين الالكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين.

أما أهداف دراسة فتمثلت في:

- التعرف على كيفية تشكل الظاهرة وتجلياتها في الجزائر.
- الكشف عن الخصائص الديمغرافية للمدونين الجزائريين.
- التعرف على دوافع الجزائريين لممارسة التدوين واهتماماتهم المتعلقة بهذه الوسيلة.
- الكشف عن عادات وأنماط استخدام المدونين الجزائريين لهذه الوسيلة.
- الكشف عن التحديات التي تواجه هذه الوسيلة في انتشارها بالجزائر من وجهة نظر مستخدميها، وعرض المقترحات التي يمكن تقديمها من طرفهم لتطوير الظاهرة وتفعيلها.

واعتمدت الطالبة الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، وأداتي الملاحظة والاستبيان، أما العينة فقد قامت بتوزيع الاستمارة الالكترونية على أزيد من 300 مدون، في حين لم تتلقى الإجابة إلا من 100 مدون، وهي العينة المعتمدة متبعة أسلوب العينة الصدفية، خلصت الطالبة الباحثة على النتائج الآتية:

■ يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديمغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور وذو مستوى تعليمي عال، ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت، كما أن معظمهم يقطنون بالعاصمة.

■ يعتبر التفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات أهم دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين.

■ يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: لا يدونون بانتظام وبدأوا نشاطهم التدويني متأخراً نوعاً ما عن غيرهم، وهم يدونون في مواضيع متنوعة أهمها القضايا الاجتماعية والتجارب

الشخصية، وجل المدونين الجزائريين يفضلون الكتابة باسمهم الحقيقي والكامل، ويستعملون اللغة العربية بشكل أكبر من اللغات الأخرى، كما أنهم لم يتلقوا أي تدريب عن التدوين الإلكتروني.

■ يبقى المدونون الجزائريون متفائلين بخصوص مستقبل التدوين في الجزائر، بالرغم من اعترافهم بوجود عوائق تقنية واجتماعية تحول دون تطوره، كما يؤكد معظمهم أنهم لا يواجهون صعوبة في ممارسة التدوين.

■ يقترح المدونون الجزائريون تحسين خدمات الانترنت في الجزائر، ورفع مستوى المدونات الجزائرية مع تطوير المدون لأدائه، وتوعية المجتمع بأهمية هذه الظاهرة بشتى الوسائل كخطوات تسمح بتطور هذه الظاهرة في الجزائر.

### 11.1.7 عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في

تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من 342 مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة. توصلت الدراسة إلى ما يلي:

■ جاء المجال الثاني مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 2,75

■ جاء المجال الثالث التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي، في الترتيب الثاني بمتوسط حساب بلغ 2,68.

### 12.1.7 أندرياني رحمواتي: تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية على الشباب

البالغين(الانتخابات الاندونيسية 2014).

شهدت اندونيسيا في عام 2014 الانتخابات العامة الرابعة، وقد شكل الشباب البالغين في هذه الانتخابات 30 بالمائة من مجموع الناخبين، وحاولت هذه الدراسة التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على الأنشطة السياسية والمشاركة السياسية والمعرفة السياسية لهذه الفئة من الشباب البالغين، وبلغت عينة الدراسة 593 فردا.

وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية ذات تأثير كبير وفعال على الأنشطة السياسية لهذه الفئة، لأنها تعتبر الفئة الأكثر اندفاعا نحو القضايا السياسية، وكذلك فإن الاستخدام المتكرر لهذه الوسائل يؤثر على المشاركة وزيادة الأنشطة السياسية، بالإضافة إلى وجود عوامل وسيطة قد تؤثر على متغيرات الدراسة.

**13.1.7 فوزية عبد الله آل علي: الآثار الاجتماعية والنفسية للاتصال الإلكتروني واستخدام الإنترنت على الشباب في دولة الامارات، دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشارقة، مجلة الحكمة للدراسات التربوية و النفسية، المجلد 2، العدد 2، 2014.**

في محاولة للتعرف على الآثار النفسية للاتصال الإلكتروني واستخدام الانترنت من قبل طلبة جامعة الشارقة، كلية الاتصال، لمعرفة آرائهم وانطباعاتهم بشأن هذا الاستخدام وتأثيره عليهم وكذلك آراء أفراد العينة الإيجابية والسلبية تجاه المدونات الإلكترونية الانترنت وقد تبين من نتائج تركيز استخدام الانترنت واتصال إلكتروني في فئات الشباب بصورة أكبر بالإضافة أن أكثر الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت تمثل في تأثير الاجتماعي بنسبة كبيرة وهذا جانب لا يمكن إغفاله للحد من تفشي الفساد الأخلاقي في مجتمعات البلاد العربية بالإضافة إلى تأثير السلبي على جانب الحياة الأسرية والعائلية.

**14.1.7 عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الاردني، رسالة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.**

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف إلى الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لها، وكذلك إلى أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية، وأيضاً الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالاستبانة، ثم استخدام عينة قصدية عشوائية طبقية، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في

مرحلة البكالوريوس، وتكونت العينة من 435 مفردة تم استرجاع 400 مفردة من عينة الدراسة صالحة للتحليل الاحصائي، خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي:

- أظهرت النتائج أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها facebook بنسبة مئوية 100%.
- وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.
- لا يمتلك الشباب الجامعي أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية 84,3%.
- وجود مستوى متوسط لدوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي.
- وجود أسباب لاعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية وبدرجة متوسطة، أوصت الدراسة بضرورة أن تلتزم المواقع الالكترونية من التأكد من صدق المواد التي تنشرها والتعامل معها بمهنية عالية. كما طالبت الدراسة الجهات التي تتعامل مع الشباب بضرورة عقد ورشات عمل تثقيفية لتعريف الشباب على أفضل الطرق للتأكد من صدق ومهنية المواقع الالكترونية التي يتعرضون لها.

**15.1.7 نزهة حنون: دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر(دراسة ميدانية على عينة من قراء المدونات)، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، منشورة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2017.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر، وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي: ما دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر؟

حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، والاعتماد على أداتين أساسيتين لجمع البيانات تمثلت في الملاحظة بالمشاركة، واستمارة الاستبيان، ووزعت على عينة قدرت ب 354 مستخدما ومتعرضا للمدونات الالكترونية في الجزائر، بأسلوب العينة الاحتمالية، وقد توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية:

- تراوحت تمثلات المبحوثين للمدونات الالكترونية بين اعتبار المدونات الالكترونية وسيلة بديلة عن وسائل الإعلام التقليدية، وإتاحتها للأقليات والفئات المهمشة فرصة للتعبير عن نفسها، وهي إعلام حر يسمح بتعدد الآراء وحرية التعبير، ووسيلة لاستقاء المعلومات أثناء الأزمات.
- أغلبية المبحوثين يتصفحون المدونات الالكترونية أحيانا، كما أن الأغلبية منهم لا يملكون مدونة ويدخلون للمدونات الالكترونية من خلال كتابة اسمها في محركات البحث.
- من دوافع تعرض القراء للمدونات الالكترونية جراتها وصراحتها في طرح القضايا الداخلية، وتعبيرها عن اتجاهات الرأي العام المختلفة، كما أنها تفرد بعرض أخبار داخلية غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى، وبها آراء تعبر عن القضايا والمشكلات.
- نوعية القضايا التي يتابعها القراء في المدونات الالكترونية تمثلت في: القضايا الاجتماعية والسياسية والإعلامية والدينية والثقافية.
- أغلبية المبحوثين لا يعتمدون على المدونات الالكترونية في إكساب معلومات حول مختلف القضايا وهي تساهم في اتخاذ موقف تجاه القضايا من خلال إمدادهم بالمعلومات حول القضايا المختلفة.

### 16.1.7 مشتاق طلب فاضل موسومة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، مجلد 3، العدد 12، 2018.

تناولت هذه الدراسة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الرأي العام المحلي 2014 - 2017، لاسيما وأن هذه الشبكات والمواقع أصبحت اليوم ذات تأثير كبير في تشكيل المواقف والآراء للجمهور المتلقي من القضايا المعروضة على الساحة المحلية والإقليمية، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم الاستخدامات المتنوعة والأساسية لهذه المواقع والشبكات، وتوضيح ماهية الموضوعات التي ركزت عليها في ظل ما تشهده الساحة العراقية الحالية من مواقف مناصرة ومؤيدة للرأي العام، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج الآتية:

- مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جراً في طرح قضايا كبيرة وحساسة تهم الرأي العام، حيث يتم مناقشتها بشكل حر ومفتوح.
- تعتبر هذه المواقع وسيلة للتفاعل الجماعي، كونها قربت البعيد وقصرت المسافات بشكل كبير.
- تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى عنصر ضغط كبير وفعال على الحكومات.

▪ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات التي تعمل على تحشيد وتكوين الرأي العام في المجتمع.

**17.1.7** سوهيلة بوضياف: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك، أطروحة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، 2018.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة الفايسبوك، ولقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي العلاقة بين شبكة الفايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تتمثل في الشبكة الترابطية، المقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش، ولقد طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشباب، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يتمثل شباب الفايس بوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفايس بوك، حيث يفرقون بين الإيجابي والسلبي فيه.
- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفايس بوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفايس بوك، ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايسبوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.
- يعتبر الفايس بوك مصدرا مكملًا لوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، ماعدا في حالة الأزمات والانتخابات، فيتحول إلى مصدر رئيس بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية.
- تختلف نظرة الشباب للفايس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود.
- بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفايس بوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الاطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم

ميولا سياسيا الأكثر اتجاها إلى القيمة التبادلية وتملك الفاييس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

**18.1.7 زهرة بوجفجوف: الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر- تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجا-**، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة باجي مختار، الجزائر، العدد42، 31 ديسمبر كانون الأول، 2018.

تناولت هذه الدراسة موضوع البودكاست الفكاهي كتقنية جديدة من تقنيات الإعلام الإلكتروني، بوصفها أسلوبا جديدا للتعبير عن مختلف القضايا من قبل الجمهور، وانطلقت من البحث في كيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال فيديوهات في قالب البودكاست منشورة على شبكة اليوتيوب وذلك بهدف معرفة اتجاهات الشباب الهواة نحو مختلف القضايا المتناولة وكذا أهم الأساليب المستخدمة لإقناع المتصفحين.

استخدمت الباحثة المنهج المسحي وأداة استمارة تحليل المحتوى على عينة عشوائية منتظمة قوامها 10 أعداد من فيديوهات المدون الجزائري "أنس تينا" باستخدام الأسلوب القصدي. توصلت الدراسة إلى أن أهم القضايا المعالجة في الفيديوهات عينة الدراسة هي قضية اختطاف الأطفال التعليم في الجزائر، والمرأة في الجزائر، واتضح أن المدون الجزائري "أنس تينا" قد ركز على إبراز الجوانب السلبية للقضايا المعالجة بهدف توجيه الرأي العام وتسليط الضوء على مختلف الظواهر المنقشية في المجتمع.

**19.1.7 سمية اليعقوبي: البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى - دراسة حالة بودكاست الجزيرة- معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة، 2020.**

اهتمت هذه الدراسة الاستقصائية بتحليل تجربة بودكاست الجزيرة من حيث متطلبات العمل، وخصائص المحتوى الذي يقدمه المستخدمين. وتضمنت الدراسة تحليل مضمون كمي لعينة عشوائية بلغ عددها عشر حلقات في بودكاست "بعد أمس" اليومي، وهو أحد البرامج المقدمة عبر منصة بودكاست الجزيرة التي انطلقت عام 2019. واعتمدت الدراسة أيضا على أداة المقابلة المعمقة للخوض أكثر في نتائج التحليل الكمي ووضعها في سياق أكثر وضوحا، عبر إجراء مقابلات مع بعض القائمين على المحتوى وكذلك لتفسير جزء من نتائج البحث، كما استفادت الباحثة من الملاحظة المباشرة لمراحل إنتاج

البودكاست في مقر المؤسسة بهدف تحليل الجوانب المتصلة بالعملية الإجرائية للبودكاست ومتطلبات العمل.

وأشارت النتائج أن مضمون البودكاست "بعد أمس" يركز على إعادة تقديم المعرفة السياسية وفق الاتجاهات التحريرية لمؤسسة الجزيرة، اعتمادا على القالب المعلوماتي الحواري، حيث يولي الاهتمام بقضايا الدول والشخصيات الفاعلة في أجندة الأخبار اليومية، معتمدا على الخبراء والسياسيين والصحفيين الميدانيين، ومركزا الاهتمام على الآراء والتجارب التي تحفل بها مؤسسة الجزيرة. ومن الواضح أن البودكاست قد اعتمد على المقاطع الإخبارية الصوتية مصدرا مساندا للمعلومات.

وأشارت النتائج أيضا إلى الجوانب الشكلية للبودكاست، حيث يعتمد السياق الزمني والمرحلي للبودكاست على عرض القضية تمهيدا للتقدم نحو جسد القضية المطروحة عبر التصعيد وعرض الجوانب المتصلة بها والإشكاليات والفاعلين فيها، وانتهاء بخاتمة القضية عبر طرح الجوانب المستقبلية المرتبطة بها ومساراتها القادمة.

وفي الجانب الشكلي أيضا، تحضر المعززات الصوتية، مثل المؤثرات الموسيقية، والتعبيرات المشوقة والجاذبة كالأمثال العربية والتعبيرات الساخرة واللهجة الشعبية المتداولة. واعتبرت الدراسة أن متطلبات العمل في البودكاست تقتضي الاهتمام بعنصر البحث الملازم لإنتاج المحتوى الأساسي للحلقات، اعتمادا على المنتجين المعنيين بكتابة المحتوى والبحث في المعلومات المتصلة بالقضية، إضافة لأدوار إنتاجية أخرى مهمة بينها التصميم الصوتي والإشراف على اختيار الضيوف والإدارة التحريرية والتنفيذية والقيام بالترويج والتفاعل المتصل بالمحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## 2.7 الدراسات الأجنبية:

Gavin O'Malley 1.2.7 حول مستخدمي المدونات بعنوان: Blog Readers an Elite Minority , 2005

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة قراء ومستخدمي المدونات الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية حيث قام الباحث بمسح أكثر من 3000 مستخدم للانترنت، بالاعتماد على أداة استطلاع الرأي لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- 70% من المدونين يلقبون بالنافذين كسمة ديمغرافية.

- 56% من قراء المدونات ليس لديهم مدونة.
- 32% من مستخدمي الانترنت لا يعرفون المدونات الالكترونية.
- 75% من قراء المدونات من الذكور.
- 14% يعملون في قطاع التعليم.
- 71% منهم يعلقون على التدوينات السياسية.
- 50% يعتمدون على المدونات الالكترونية في الحصول على الأخبار.
- 73% يؤكدون أن المدونات الالكترونية تتعرض لأخبار غير موجودة في مصادر أخرى.

### Understanding Weeblogs : A communicative Perspective, 2006 بعنوان: (Elimine Wijnia)2.2.7

وهي دراسة طبق فيها الباحث نظرية هابرماس من أجل معرفة الإمكانيات التي وفرتها المدونات الالكترونية لتحقيق الوضع المثالي لها، وذلك من خلال محاولته معرفة الشكل الاتصالي الذي أتاحتها المدونات الالكترونية، وكذا استخداماتها في المستقبل، وقد توصل الباحث من خلال هذه دراسته أن المدونات الالكترونية أتاحت:

- التفاعلية.
- أعطت الجمهور الفرصة للتعبير عن أنفسهم.
- أتاحت تبادل المعارف مع الآخرين.
- أتاحت إمكانية وضع الصوت والصورة وكذلك مقاطع الفيديو.
- الدردشة.

### Weblogging A Study of Social Computing : Rachael Kwai Fun Ip 3.2.7 And Its Impact On Organization ; 2007 .

ركز الباحث في هذه الدراسة على سلوك مستخدمي صفحات الانترنت، حيث حاول فهم جاذبية المدونات للمستخدمين الشباب وإخراج بعض سلوكياتهم في الاستعمال، وقام بتحليل بيانات 33 مقابلة فردية في هونكونغ، تتراوح أعمارهم بين 20 و 22 سنة، وكانوا طلبة جامعيين من جامعات مختلفة في هونكونغ ومن مستخدمي المدونات الالكترونية، واستغرقت كل مقابلة حوالي 30 دقيقة من خلال بداية

تكون بأسئلة بسيطة، وبعدها الانتقال إلى أسئلة قضايا شخصية وحساسة، وكانت الأسئلة تتمحور حول درجة استعمالهم، مفهوم جماعة الانتماء والمشاركة وخصائص التكنولوجيا التي كانوا بصدد استعمالها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- اختلاف المستخدمون من حيث استخداماتهم
- قسم المبحوثون من حيث استخداماتهم للمدونات الالكترونية إلى:
  - **المعتادون:** وهم على درجة أكبر من استخدامهم للمدونات، ولديهم زيارات مكثفة.
  - **النشطون:** وهم أقل استعمالاً لها، لكنهم يزورون مدوناتهم بشكل منتظم، مرة في كل يوم، أو مرة في كل يومين، أو ثلاثة أيام.
  - **المستخدم الشخصي:** يبقون على المدونات كأنها يومياتهم الشخصية، ويتشاركون بها خاصة مع أصدقائهم.
  - **الكامنون:** هذا النوع لديهم مدونات، لكن لديهم اهتمام قليل بمشاركة قصصهم الخاصة مع الغير ويتميزون بالفضول لمعرفة معلومات عن أصدقائهم.

#### 4.2.7 دراسة تأثيرات المدونات الإلكترونية على سلوك المستخدمين من الناحية الفردية والسلوكية

يجد الباحث دراسة شاملة أعدتها الهيئة الأمريكية للصحة وخدمات الأفراد **Human Services US Department of health** عام 2008.

حيث تضمنت هذه الدراسة التحليلية أمر التأثيرات المصاحبة لتصفح الانترنت والمدونات الإلكترونية على سلوكيات الشباب في الولايات المتحدة الأمريكية فيما يخص ظاهرة العنف والانحراف السلوكي والميل للجريمة، وقد جاءت الدراسة بالعديد من الخلاصات المهمة حول أهمية وضع تعليمات وإرشادات يتم توجيهها ليس فقط للشباب المستخدمين للانترنت وإنما للمعلمين والقائمين على العملية التربوية في مختلف المؤسسات التعليمية في الولايات الأمريكية وذلك محاولة من الهيئة الأمريكية للحد من تأثير المدونات وما تحتويه من آراء مختلفة على توجيه الشباب وميلهم للعنف والجريمة.

#### 5.2.7 دراسة Stephanie & Emily & Timothy & Tae & Woo & Aaron , 2009

حول اليوتيوب كمجال عام.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير شبكة الانترنت على السياسة، والتعرف على كيفية استجابة الأفراد لها عبر موقع اليوتيوب. كما تسعى الدراسة إلى اختبار قدرة موقع اليوتيوب في

خلق مجال عام على الانترنت بالتطبيق على عينة عشوائية من ملفات الفيديو وتحليل تعليقات مستخدمي اليوتيوب.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ترعى سلسلة من النقاشات السياسية خلال الانتخابات التمهيدية عام 2008، كما شجعت الجمهور العام على طرح أسئلة على المرشحين، وتسمح الوسائط المتنوعة بالتعبير عن الرأي عن طريق الفيديوهات والتعليقات، فوسائل الإعلام الاجتماعية ساهمت في خلق مجال عام. وأشارت النتائج أيضا إلى أن ملفات الفيديو تثير روح الدعابة وتؤدي إلى تبادل التعليقات بعيدا عن المناقشات الموضوعية حول الموضوع، وأن الفيديوهات السياسية تكتسب المزيد من الآراء والتعليقات للتسلية، مما يساهم في دمج الاتجاه الكوميدي مع السياسة، حيث توفر مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: اليوتيوب الفرصة لتبادل الآراء والانخراط مباشرة مع الآخرين وخلق مجال عام في بيئة الانترنت.

**6.2.7 دراسة أجراها مجموعة من الباحثين اليابانيين (Shih\_Ming pi et al) والتي نشرت في مجلة Social behavior and personality بعنوان: مدى تأثير الوعي القيمي لدى مستخدمي المدونات الإلكترونية وخدماتها وذلك في عام 2010.**

حيث اعتمدت هذه الدراسة على توزيع استبانة إلكترونية على 187 مستخدما للمدونات الإلكترونية لدراسة تأثير تلك المدونات في عملية التعلم لديهم واستجاباتهم وتفاعلهم مع ما تحتويه من معلومات وآراء قد تؤثر في سلوكياتهم وفي إدراكهم للقيم والسلوكيات الشخصية وقد تبين من التحليل الإحصائي الذي أجري لتفريغ الاستبانات العديد من النتائج أهمها:

- إن الإدراك الإيجابي لأهمية التفاعل المستمر مع محتويات المدونات يعزز من زيادة الإدراك القيمي لدى المستخدمين لتلك المدونات الإلكترونية.
- هناك عوامل عديدة أسهمت في زيادة استخدام وإقبال المستخدمين على المدونات الإلكترونية من أهمها سهولة الحصول أو التصفح، سهولة التفاعل والاستجابة، بالإضافة إلى محاولة إشباع الحاجات الكامنة لدى المستخدمين في اكتشاف المزيد من المعلومات التي تهمهم ويحتاجونها لإشباع حاجاتهم المعرفية بشرط لا تؤثر في قيمهم السلوكية تأثيرا سلبيا.

### 7.2.7 دراسة لوكاس (2014) بعنوان: تحليل نشر الابتكارات في شبكات التواصل الاجتماعي.

هدفت هذه الدراسة إلى أن الأفكار والآراء في الشبكات الاجتماعية يمكن أن تنتشر بسرعة، وأن عملية تحليل نشرها يحدد الموضوعات التي ستنتشر من خلال الشبكة، وإن الجمهور هم أساس نجاح عمليات تواصل الأفكار والآراء، واستخدم الباحث أساليب تحليل النصوص متعددة اللغات، وجرى التحقق من شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمها.

كذلك حاولت هذه الدراسة إيجاد مجموعة مقترحة من تدابير المحتوى المستمدة من لغة وسلوك الناس الذين يتواصلون مع بعضهم البعض، بهدف الكشف عن أهم الجهات الفاعلة والمؤثرة في الرأي العام مصطلح التأثير يعرف بأنه أثر شخص فعال على الآخرين.

ولغرض التحقق من صحة المحتوى المستمد من مقياس التأثير لأربعة اتصالات مختلفة شملت البريد الإلكتروني والجهات الفردية الفاعلة وفرق المشروع وموقع تويتر، وأشارت النتائج إلى تعريف أو تحديد التأثير المستمد من تحليل النص وذلك للحصول على أشخاص مهمين ضمن شبكات التواصل الاجتماعي.

### 8.2.7 دراسة للباحث (Adrien Vigliani) بعنوان: L'humour dans la communication publicitaire: Une Arme

تم من خلالها دراسة تأثير الضحك على الإعلان والمستهلك وربط العلاقة بين التأثير والضحك الذي اعتبره الطريق الأقرب للوصول إلى كل طبقات المجتمع بكل خصوصياته، وذلك من خلال تقديم الإعلان بطريقة ساخرة من خلال المفارقة والابتعاد عن النمطية وجعل الدماغ قابلاً للاختراق.

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت زوايا مختلفة بما يخدم موضوع دراستنا و الاطلاع على النتائج التي توصل إليها مختلف الباحثون، نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيس وهدفها العام، إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة، وعلى الرغم من أن الدراسات السابقة التي تم عرضها تركز أكثر على متغير المدونات الإلكترونية باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام الإلكتروني التي تحتوي على نوع من مدونات الفيديو والتي تمثل مفهوم البودكاست في التدوين المرئي والصوتي، بالإضافة إلى ربطها بمتغير الرأي العام السياسي سواء على المستوى المحلي، أو العربي، أو العالمي، مع مراعاة عدة معايير في انتقاء

الدراسات منها معيار الارتباط بالموضوع، والتنوع والجدة، و قد تم استعراض 27 دراسة سابقة مقسمة بين الدراسات العربية و الجزائرية و الأجنبية في الفترة الممتدة من 2004 إلى 2020 حيث أن معظم الدراسات أنجزت في الفترة الممتدة من 2005 إلى 2018 وهي مرحلة مهمة في تاريخ التدوين الكامل أي المدونات الالكترونية.

بالإضافة إلى أن بعض الدراسات اتجهت لرصد وتأطير عملية التدوين على المستوى العربي والعالمي وأثبتت وجود علاقة وثيقة بين ظاهرة التدوين والمتغير السياسي وتشكيل الرأي العام.

وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في إثراء الجانب النظري بتكوين خلفية نظرية ومعرفية حول ظاهرة التدوين المرئي، إضافة إلى توظيف نتائجها في بناء إشكالية الدراسة وتوجيهها للدراسة الميدانية، وكذا الاستفادة من طريقة توظيف الإجراءات المنهجية خاصة تلك الدراسات التي اعتمدت على المنهج الوصفي، و اختيار و بناء أداة جمع البيانات، وكذلك تكوين تصور شامل للموضوع قيد الدراسة مما ساهم في صياغة الفروض والتساؤلات البحثية للدراسة.

وكذلك الاستفادة من قائمة المصادر و المراجع للدراسات السابقة كمنطلق يثري الجانب النظري و البحث البيبليوغرافي للحصول على بعض المراجع التي تخدم متغيرات و أهداف الدراسة. بالإضافة إلى مقارنة النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة وتفسيرها في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة من حيث الاتفاق والاختلاف

## 8. الخلفية النظرية للدراسة:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بالنظرية البنائية الوظيفية، التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينهم التي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام وبالتالي هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.<sup>1</sup>

فالنظريات الوظيفية بشكل عام التي تربط الأهداف بالبناء، والمقومات واتجاهات الدعم وسياسات العمل خلال مراحل التنفيذ والتقديم، أي أنها تهتم بتحديد الأدوار في كل مرحلة من المراحل حتى يمكن تقويم الأداء بسهولة في ضوء الأدوار المحددة.

وبالتالي كان هذا هو أحد المداخل لدراسة ما تقوم به وسائل الإعلام لإرضاء المتلقي أو تلبية حاجاته وإشباع رغباته، وللإجابة كذلك على الأسئلة الخاصة بأسباب اختيار الأفراد لوسائل الإعلام أو التفضيل بينها ومحتواها. كما أن تكوين الاتجاهات وتغييرها يجب أن يتم في إطار الوظائف.<sup>2</sup>

وعليه فالبراديجم الوظيفي هو الأنسب لدراستنا كونه يسعى إلى الكشف على أثر مضامين البودكاست الفكاهي ك تقنية صوتية ومرئية في موقع اليوتيوب، وكوسيلة اتصالية في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من مداخل المنظور الوظيفي، بالإضافة إلى الاعتماد على نظرية ترتيب الأولويات كونها من مداخل التأثيرات الخاصة بتأثيرات المحتويات على المتلقي حيث تعد هذه النظرية من أكثر نظريات الإعلام الحديثة صلة بالاتصال السياسي، وتتأكد هذه العلاقة في الأنظمة السياسية الديمقراطية، التي تمنح وسائل الإعلام حرية في التعبير عن القضايا التي تشغل أفراد المجتمع وتوجيهها لصناع القرار والسياسة.

<sup>1</sup> MDefleur and S.Ball.Rokeach, Theories of mass communication(3rd.ed)New york, David Mckaycompany.Inc 1975.pp 69- 89 .

<sup>2</sup> منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص ص 170 - 171.

## 1.8 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

### - مفهوم الاعتماد:<sup>1</sup>

عرف بيروسامون Pierre & Sammon الاعتماد على الميديا على أنه عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها لاتخاذ القرار بشأن موضوع ما، أما بالمجرين Palmegreen فقد رأى أن مفهوم الاعتماد على الميديا ينتج السلوك الاتصالي للأفراد، ويزداد اعتماد الفرد على وسيلة معينة لاستيفاء معلوماته، كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته وإشباع رغباته. بينما كان مفهوم الاعتماد على الميديا السياسية عند تان Tan أنه عملية توظيف المعلومات التي تم التعرض لها بشأن اتخاذ قرار ما في موضوع معين.

فالمسألة إذن هي عبارة عن كيان من العلاقات تبدأ من تأثير النظام الاجتماعي على المؤسسات الاتصالية ثم تأثيرها على أفراد المجتمع والقائمين بالاتصال بشكل خاص. وتأثيرات الميديا على المعرفة تكون مختلفة وفقا لعدد من التغييرات الوسيطة، وهذه العلاقات ليست من شخص لشخص فحسب ولكنها تختلف أيضا من دولة إلى دولة أخرى حتى وإن تشابهت هذه الدول في هياكلها الثقافية والسياسية.

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم أن اختلاف هذا الأخير للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.<sup>2</sup>

ونظرا للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام، ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية، كما توفر أيضا كما هائلا من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل

<sup>1</sup> حنان يوسف: مرجع سابق، ص ص 52 - 53.

<sup>2</sup> M .Delfleur and S .Ball Rockeach, 1989, op . cit, p 280 .

الحياة اليومية ومن أجل الحصول على معلومات حيث تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي والسياسي من خلال نشوء علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.<sup>1</sup> ومن جهة أخرى أدى هذا التطور لاستخدام تطبيقات الإعلام الإلكتروني وعلى رأسها تطبيق البودكاست كقالب فنية لتعبير عن رأي الأفراد تجاه القضايا بأسلوب ساخر في شكل فيديوهات بسبب شعور هؤلاء الأفراد بتهميش والتعظيم من قبل الإعلام الرسمي، الذي لا يمنحها فرص للتعبير عن مواقفها وتطلعاتها أو عندما تجرم القوانين حرية الرأي، وبالتالي وجدت في البيئة الإلكترونية منصة للتفيس عن الواقع المعاش ضمن آليات التعبير الرمزي لدى الفئات المهمشة اجتماعيا وسياسيا.

ومن هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على علاقتها بالنظام السياسي، إذ يعتقد أن هذه العلاقة قائمة على رؤية النظام لها، بأنها وسيلة مناسبة، وأداة فاعلة في نشر سلطته وفرض هيمنته والترويج لأفكاره ومبادئه وثقافته في المجتمع.<sup>2</sup>

### فرضيات النظرية:<sup>3</sup>

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بتعلمه للفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال ويتأثر بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- كلما زادت التغييرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي التغيير الاجتماعي أو السياسي أو الاقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة

<sup>1</sup> منال هلا المزاهرة: مرجع سابق، ص 207.

<sup>2</sup> M .Delfeur, SBallRockeach, 1989,op ,cit, p 280 .

<sup>3</sup> منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص ص 213 - 214.

التغييرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف أو نقل الحاجة إلى معلومات وأخبار، ففي حالة عدم

الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

• يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور.

• يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام، فالصفوة يكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية، ولهم مصادر أخرى في الحصول على المعلومات التي ليست متاحة لكل الناس.

• عملية تأثير محتويات وسائل الإعلام على الأفراد:<sup>2</sup>

➤ **الخطوة الأولى:** إن الجمهور القائم بالاختيار النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم

بالتعرض إلى مضمون الوسائل من خلال توقع سابق بأنه سوف يساعدهم في تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو توجيهه أو التسلية بناءً عما يلي:

- تجاربهم السابقة.

- محادثتهم مع الآخرين.

- إشارات يحصلون عليها من وسائل الإعلام.

أما الأفراد الذين يتعرضون مصادفةً أو بطريقة غير مقصودة لمحتويات وسائل الإعلام فقد تستثار لدى هؤلاء الأفراد علاقة الاعتماد وتحفزهم على الاستمرار في التعرض أو ينهون تعرضهم للوسائل.

➤ **الخطوة الثانية:** كلما زادت شدة الحاجة أو قوة الاعتماد، زادت الاستثارة المعرفية والوجدانية،

وتتمثل هذه الاستثارة في جذب الانتباه إلى مضمون الرسالة أو الإعجاب، وتختلف قوة الاعتماد على وسائل وفقاً لاختلاف:

- الأهداف الشخصية.

<sup>1</sup> سوزان يوسف القليني: مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية

لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1998، ص 35.

<sup>2</sup> منال هلال مزاهرة: مرجع سابق، ص 225 - 226.

- المستويات الاجتماعية للأفراد.

- توقعات الأفراد فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام.

- مدى سهولة الوصول إلى المضمون.

➤ **الخطوة الثالثة:** وفيها تزداد درجة المشاركة النشطة في مدى استيعاب المعلومات وفقا لوجود

تأثيرات معرفية وعاطفية سابقة، فالأشخاص الذين أشيروا إدراكيا وعاطفيا سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات.

➤ **الخطوة الرابعة:** كلما زادت درجة المشاركة في تنسيق المعلومات، زاد الاحتمال في حدوث

تأثيرات معرفية أو العاطفية أو السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالا بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام.

- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرصد "ملفين ديفلير" و"ساندرا روكيتش" مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل

الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي:<sup>1</sup>

أولا: التأثيرات المعرفية.

تتضمن التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام عدة آثار هي:

- الغموض: يحدث نتيجة لتناقص المعلومات التي يتعرض لها الأفراد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها

لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث.

- تشكيل الاتجاه: تلعب وسائل الإعلام دورا مهما في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلية المثارة

في المجتمع كالفساد السياسي، وتتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام.

- ترتيب الأولويات: تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة دون غيرها ويقوم

الجمهور بتصنيف اهتماماته نحو هذه القضايا ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقا لاختلافاته الفردية.

<sup>1</sup> M. Defleur .S .Ball.Rockeach : Theories of mass communication , 1989 , op , cit , (5 thed ) .

- **اتساع المعتقدات:** تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور لأنهم يتعلمون أشياء عديدة من وسائل الإعلام ويتم تنظيم هذه المعتقدات بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

- **القيم:** هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

#### ثانيا: التأثيرات العاطفية الوجدانية.

ويقصد بها المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم ومن أمثلة هذه التأثيرات مايلي:

- **الفتور العاطفي:** كثرة التعرض لوسائل الإعلام التي تقدم مشاهد العنف مما يؤدي إلى عدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين في وقت العنف الحقيقي.

- **الخوف والقلق:** من خلال التعرض المستمر للرسائل التي تحتوي على العنف في وسائل الإعلام

- **الدعم المعنوي والاعتراب:** تؤثر وسائل الإعلام على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب، فقد أكد "كلاب" أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار الاتصال الرئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والاندماج، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

#### ثالثا: التأثيرات السلوكية.

تعتبر التأثيرات السلوكية الأثر الذي يشغل اهتمام العديد من الناس، فالتغييرات الخاصة بالاتجاه والمعتقدات والمشاعر، فالسلوك يحدث نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية.

ومن أهم التأثيرات السلوكية هي:

- **التنشيط:** هو اتخاذ الفرد مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام.

- **الخمول:** يحدث نتيجة التعرض لرسائل الإعلام المبالغ فيها، مما تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل.

الشكل رقم (1): طبيعة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور

وسائل الإعلام		
عدد الوظائف		
المعلوماتية ودرجات تركيزها		
المجتمع درجات التوازن البنائي	الجمهور الدرجات المتفاوتة للاعتماد على وسائل الإعلام.	تأثيرات معرفية وجدانية سلوكية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على أدبيات الدراسة

#### - مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:<sup>1</sup>

- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، ويتجنب النموذج وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، وكذلك وجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم النظرية رؤى كاملة للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، كما تقوم على تجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.
- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.
- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل الإعلام البديلة.

<sup>1</sup> منال هلال مزاهرة: مرجع سابق، ص 232.

## - الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:<sup>1</sup>

- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقلالها عن النظام الاجتماعي فالوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.
- على الرغم من الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد وإلا أنه وللأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل، أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث إن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.
- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة.
- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها.

## 2.8 نظرية ترتيب الأولويات:

يعد الباحث والصحفي الأمريكي "ولتر ليبمان" أول من طرح في كتابه الرأي العام الذي صدر عام 1922 العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا المختلفة التي تهتم المجتمع.<sup>2</sup>

ويرى "ليبمان" أن وسائل الإعلام تعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع<sup>3</sup>، وقد حاول العدد من الباحثين دراسة القيمة التكاملية في إطار النظرية، من خلال دراسة أكثر من مكون من مكونات المجتمع مثل: وسائل الإعلام وقادة الرأي والجمهور وجماعات الضغط والمصالح<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Ball .RokeachS . A Theory of media power and a theory of media use : Different stories questions , and ways of thinking mass communication society , 1998 , p 25 .

<sup>2</sup> منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 327.

<sup>3</sup> حسن مكاي، لبلبي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 288.

<sup>4</sup> بسيوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجنحة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، 1998، ص 341.

لكن مع التطور التكنولوجي وانتشار المجتمعات الافتراضية ومواقع التواصل الاجتماعي تحول التساؤل المطروح من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ أي يتحول المستخدم إلى منتج إعلامي بفضل التطبيقات الجديدة وعلى رأسها البودكاست الذي يعبر عن وعي جديد للناس في مجال التعامل مع وسائل الإعلام بدمجها في مجالات الحياة خاصة السياسية.

ولم تتمكن البحوث من الإجابة بشكل حاسم على الأسئلة الخاصة بالعلاقة السببية، حيث من الممكن لأجندة وسائل الإعلام أن تؤثر في أجندة الجمهور، وبالمقابل قد تؤثر أجندة الجمهور على أجندة الإعلام من خلال ما يعكسه التلفزيون والصحف بشكل بسيط عن اهتمامات الجمهور، لكن الباحث "جرفن" وجد أنه لا علاقة سببية بين أجندة الإعلام والجمهور، وبالتالي من الصعب تحديد السبب المباشر للتأثيرات التي حدثت، وهل هي نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام؟ أم نتيجة اتصال الجمهور الشخصي.

### فرضيات النظرية: <sup>1</sup>

تنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

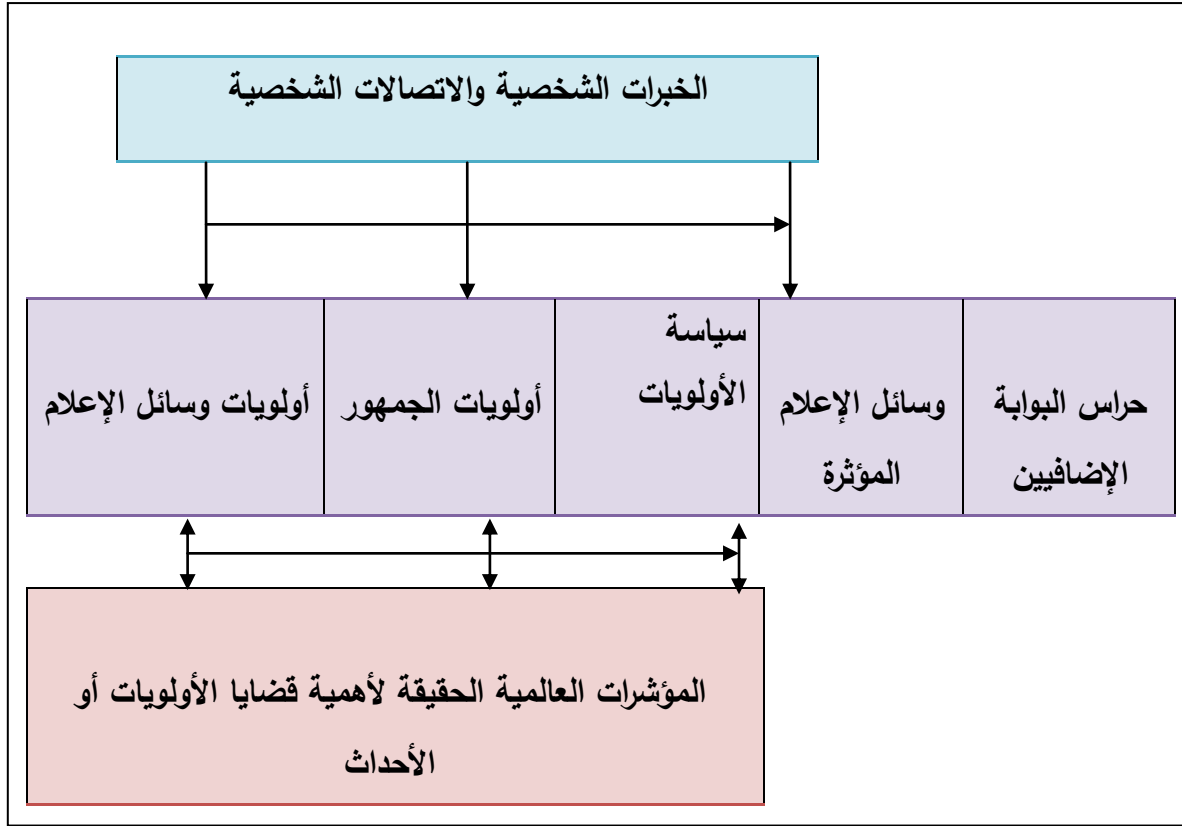
كما تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقفون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي تطرحها وسائل الإعلام.

وتركز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج التأثير المباشر في دراسات الإعلام، وبعد مرور أربعين عاماً أعاد الباحث "كوهين" إحياء وجهة نظر "ليبمان" حين زعم أن وسائل الإعلام لا تتجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تتجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات).

ووفق هذه النظرية يرتب الإعلام أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا (المستوى الأول) ومن حيث وجهة النظر وجزئيات القضايا (المستوى الثاني).

<sup>1</sup> منال هلال مزاهرة: مرجع سابق، ص 328.

الشكل رقم (2): مخطط يوضح نظرية ترتيب الأولويات



المصدر: (McQuail&Windahl 1993)

#### العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

- **طبيعة القضايا:** أثبت عدد من الخبراء عن طريق الدراسات التجريبية أن وضع الأجندة لا يقتصر على وسائل الإعلام والجمهور، بل هناك متغيرات أخرى تكون لها فاعلية يعتمد بها في الأجندة. حيث أكد "زوكز" أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل كبير في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا غير الملموسة.<sup>1</sup>
- **أهمية القضايا:** إن أهمية ترتيب أولويات القضايا عند الجمهور تتأثر بدرجة أهميتها له وارتباطها بحياته ومسيرته اليومية، فكلما كانت القضايا مهمة للفرد، زادت وسائل الإعلام من تركيزها على هذه القضايا.

<sup>1</sup> غالب كاظم الدعي: صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الإنترنت - تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 101.

- **الخصائص الديموغرافية:** لم يحكم بالقطع بتأثير الخصائص الديموغرافية للفرد في ترتيب الأولويات، فبعض الدراسات خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي والثقافي وبين اهتمامات الفرد بالقضايا المعروضة في وسائل الإعلام. مثل دراسة "ويتني"، في حين انتهت دراستا "شاو" و"مارتن" إلى عدم وجود علاقة بين الخصائص الديموغرافية وترتيب أولويات الجمهور وعلى المنحى نفسه خلصت دراستا "بسيوني" و"حسن عماد مكاي".<sup>1</sup>
- **الاتصال الشخصي:** تسهم المناقشات الشخصية بين الأفراد في قضايا معينة في زيادة اهتمامهم بها إذا ما عرضت عبر وسائل الإعلام، إلا أن القضايا المعروضة للجدال والنقاش في الاتصال الشخصي ليست دائما عنصرا في تدعيم الأولويات، بل من الممكن أن تؤدي إلى إنتاج فكرة جديدة ليست من أولويات الإعلام.
- **توقيت إثارة القضايا:** خلص عدد من الدراسات إلى أن تأثير وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة عند الجماهير يكون أكثر فاعلية في أثناء الانتخابات والأزمات، إذ تعد هذه الأوقات من أكثر الأوقات التي يقبل فيها المتلقي على متابعة وسائل الإعلام.
- **نوع الوسيلة المستخدمة:** تختلف وسائل الإعلام في مستوى تأثيرها في ترتيب أولويات الجمهور من وسيلة إلى أخرى.
- **المدى الزمني لوضع الأولويات:** يتفق المنظرون بشكل عام على وجود فاصل زمني بين إرسال الرسالة وبين قبولها من المتلقي، وقد أثبتت الدراسات في هذا المجال أنه لا يتم قبول الرسالة بشكل مباشر وإنما تستغرق وقتا معينا يختلف من وسيلة إلى أخرى، إلا أنها لم تشر إلى التأثيرات التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الجماهير، لاسيما بعد الازدياد المطرد في عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
- **مداخل البحث في أجندة وسائل الإعلام:** يعد البحث في وضع أجندة وسائل الإعلام من آخر مراحل تطور بحوث وضع الأجندة، ويعد لازارسفيلد و مرتون lazarsfeld and merton أولا من طرحا تساؤل من يضع أجندة وسائل الإعلام، وكانت وجهة نظرهما أن وسائل الإعلام ليست إلا نتيجة للقوى الاجتماعية السائدة بما في ذلك المؤسسات الصناعية والتجارية وغيرها من المتغيرات

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: **مرجع سابق**، ص 295.

المؤهلة لممارسة الضبط الاجتماعي، فطبيعة البحث في أجندة وسائل الإعلام تستوجب مجموعة من المداخل:

➤ **مدخل السلطة:** أجندة وسائل الإعلام تعكس قيم الممارسة المهنية والأصول والقواعد الاجتماعية للعاملين في الصحافة بمعنى أن وسائل الإعلام أكثر من مجرد قناة للتعبير عن قوة المصادر الأخرى ولكنها تمثل قوة ذاتية مستقلة، وسوف يزداد حجم هذه القوة في المجتمعات الديمقراطية، والتي تسود فيها حرية الإعلام والملكية الخاصة، حيث تمارس الصحافة السلطة السياسية وتكاد تنعدم فيها الرقابة الحكومية وغير الحكومية.<sup>1</sup>

إن مدخل السلطة يفسر أجندة وسائل الإعلام على أنها تعبر عن اهتمامات مراكز القوة في المجتمع وتعكس الوزن النسبي لهذه القوة، ويذهب بعض الباحثين إلى أن وسائل الإعلام تمثل أيضا مركز قوة في ذاتها، والسلطة في ظل هذا المدخل مرتبطة بالسياسات الإدارية للمؤسسات الإعلامية، فأهداف المؤسسة الصحفية وأسلوب ممارستها للعمل هو المحدد النهائي لأولويات اهتماماتها ومصدر القوة هو الصحفي في ذاته.<sup>2</sup>

➤ **مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام:** يقترح هذا المدخل البحث وضع الأجندة بين وسائل الإعلام بعضها البعض، وكذلك العوامل المرتبطة باتجاه التأثير وقوته، وقد يمتد ليشمل تأثير الصحف الدولية والأجنبية ذات المكانة على الصحف الوطنية المحلية والجهوية، وأثر الصحف الوطنية على الصحف الحزبية، خاصة في الدول النامية إعلاميا.

وتمارس وسائل الإعلام الغربية الدور الأكبر في وضع أولويات اهتمامات وسائل الإعلام في هذه الدول ومن تم وضع أجندة الرأي العام، يتطلب التحقق من هذه الفرضية إجراء دراسات تحليل المضمون لعدد من وسائل الإعلام، لتتبع مصادر المعلومات التي تشكل القضايا التي تحظى باهتماماتها. على الرغم من أن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام يبقى قائما للدرجة التي تتحقق فيها المصلحة المشتركة، مع مراعاة درجة الاعتماد، فالوسيلة الأقوى تؤثر في اهتمامات الوسيلة الأضعف، والوسيلة التي تقع في المركز تؤثر في الوسيلة التي تقع في الهامش.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Stephen reese, setting the media s agenda , ed communication , yearbook , n 11 , london , 1991 , p 317 .

<sup>2</sup> Ibid, p317.

<sup>3</sup> Ibid, p324 .

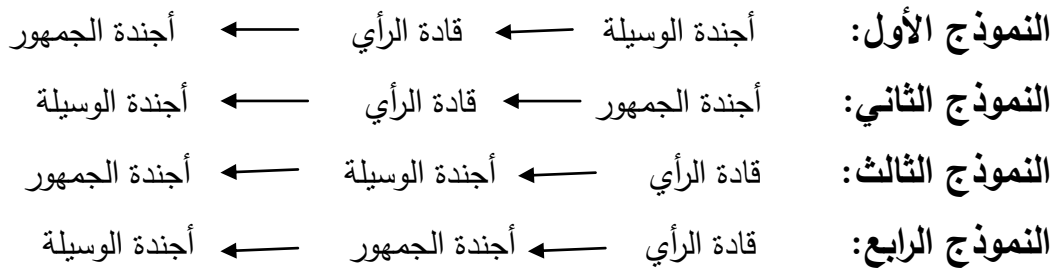
➤ **مدخل بناء الأجندة:** يستعمل بعض الباحثين مفهوم بناء الأجندة بدل مفهوم وضع الأجندة، وهو يعبر عن نفس المضمون ويشير إلى كل المعلومات المؤثرة في تحديد أولويات وسائل الإعلام، وتتخذ دراسات بناء الأجندة اتجاهين:

أ. **الاتجاه الأول:** يتعامل مع نتيجة العملية ككل، أي تشخيص أجندة الوسيلة الإعلامية الخاضعة للبحث وتتبع تأثير المصادر الإخبارية في بنائها.

ب. **الاتجاه الثاني:** يدرس مدخلات وسائل الإعلام أو المادة الخام التي يتم من خلالها بناء أجندة الوسائل، إذ يتم تحليل البيانات الصحفية والمؤتمرات والمقابلات، وقد عرف هذا الاتجاه باسم "دعم المعلومات"<sup>1</sup>.

لكن يبقى الإجماع على تسمية هذه العملية بوضع أجندة وسائل الإعلام بدلا من بناء الأجندة، لتوحيد المفهوم بين المجالات البحثية الثلاث، وهي وضع أجندة الجماهير ووضع أجندة الإعلام ووضع أجندة النظام السياسي.

وفي هذا السياق الدراسات التي أوضحت النماذج الأربعة لعملية الأجندة إلى دور بعض الأشخاص ( قادة الرأي) كوسيط بين الوسيلة والجمهور، وقد أجريت هذه الدراسة على 1000 مفردة وعلى شبكات تلفزيونية ألمانية في الفترة من 1990 - 1993 وكانت أهم نتائجها أن قادة الرأي يساهمون بدور أيضا في تكوين أجندة الوسيلة نفسها. وقد بنيت هذه الدراسة أربعة نماذج مختلفة:<sup>2</sup>



ومن الملاحظ أن تأثير النظم في المجتمعات الديمقراطية تعمل بشكل أكبر، فهي تسير بشكل متوازي في بناء الأجندة، حيث لا يوجد مصدر واحد للتأثير يملك كل الصلاحيات كما هو في بعض مجتمعات العالم الثالث.

<sup>1</sup> Adams douglas, information subsidy and agenda setting building in local television news , journalism quarterly , vol 67 , n 4, 1995, p 725.

<sup>2</sup> أحمد البشير الغول: **نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) بين النشأة والتطور**، مجلة كلية الآداب، العدد الثاني والعشرون، الجزء الأول، ليبيا، 2016، ص ص 16 - 17.

إستراتيجية وضع الأجندة: هناك إستراتيجيتان أساسيتان لوضع الأجندة هما:

• الإستراتيجية الأولى: وتقوم على دراسة مجموعة من القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

• الإستراتيجية الثانية: تقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة، أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة مطولة، ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لخصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام، أما قياس أولويات الجمهور فيتم من خلال أسلوب المسح.

أهمية نظرية وضع الأجندة:<sup>1</sup> إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية هي:

- النمو المستمر والمنظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها حتى اليوم.

- قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري.

- قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية.

وقد أشار brosius, wiemann على أهمية هذه النظرية من الجانب الاجتماعي، معتبرا أن نظرية وضع الأجندة من نظريات المتكاملة لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري بصياغة نموذج وضع الأجندة، مما يحقق للأفراد إدراكا وفهما لمحيطهم الاجتماعي بأكثر واقعية، بعد التعرض لمضامين وسائل الإعلام والنقاشات الناجمة عن الاتصال الشخصي بزعماء قادة الرأي.

بدون الرأي العام لا يمكن أن تتجج سياسة، ومع الرأي العام لا يمكن أن تفشل سياسة، إلا أن كيفية ممارسة الرأي العام لدوره في العملية السياسية لم تحظ بنفس الدرجة من الاتفاق، فالديمقراطية التقليدية تفترض الاستجابة الحكومية المباشرة لرغبات الرأي العام، فيما ينظر المفكرون السياسيون إلى الأحزاب السياسية كوسيط بين الحكومة والشعب في حين يعمل الإعلام على ترجمة اهتمامات الرأي العام إلى سياسات وقرارات تعكس هذه الاهتمامات، أما علماء الاتصال الجماهيري، فلهم وجهة نظر أخرى ترى

<sup>1</sup> أحمد البشير الغول: مرجع سابق، ص 19.

أن وسائل الإعلام هي الآلية التي تصل الحكومة بالرأي العام، وهي تمارس دور الأحزاب كوسيط، كما أنها تخلق علاقة مباشرة بين الرأي العام والسياسات العامة، ومن هنا ظهر مفهوم ديمقراطية الإعلام. كما أن النظرية لا تفترض مجرد معرفة الجماهير ومشاركتهم في قضايا السياسة العامة، ولكن الأهم هو زيادة قدر من الاتفاق حول أولويات القضايا التي تواجه مجتمعنا معينا. والنظام السياسي بحكم إمكاناته وطاقاته لا يستطيع أن يتعامل مع عدد لا نهائي من القضايا في نفس الفترة الزمنية، وهنا تأتي أهمية النظرية وخاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية لاهتمامات الرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات، فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها، وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى.

#### - الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات:<sup>1</sup>

- إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام، وغياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها هذه البحوث كونها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص ماهية الموضوعات التي تهتم عامة الناس، وكذلك ضيق المجال التي تتحرك فيه هذه البحوث.
- لم تحدد هذه النظرية مصدر التأثير على الجمهور بوضوح، نظرا لوجود عدد من الأجندات المركبة مثل الفرد والجماعة والمجتمع، بالإضافة للأجندة العامة التي يمكن إدراج الجمهور ضمنها دون تجزئة، مع مراعاة تأثير وسائل الاتصال التي يمكن إدراج الجمهور ضمنها دون تجزئة، وكذلك مراعاة تأثير الاتصال المواجهي في كل أجندة، وتأثير السياسيين وصانعي القرار دون إغفال وجهة نظر وسائل الإعلام كمصدر إضافي للرسالة الإعلامية، حيث تساهم هذه العوامل بتمويه مصدر التأثير الحقيقي.<sup>2</sup>

وعلى الرغم من تلك الانتقادات، فهناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص 336.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 7، عالم الكتاب، القاهرة، 1997، ص 285.

- تتداخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مع نظرية ترتيب الأولويات:

تتداخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مع بعض نظريات التأثير، وهذا التداخل قد يكون في الفروض أو في طبيعة العلاقة بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام، أو في المحاور التي تركز عليها النظريات الإعلامية، أو في التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور، حيث تقوم نظرية الأولويات على ترتيب أولويات الشخصية للأفراد تجاه بعض الموضوعات، وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير هذه الأولويات فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام في اختيارهم للموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام بشكل يتوافق إلى حد كبير مع خصائصهم الشخصية، والمشكلات التي يعانون منها بالإضافة إلى احتياجاتهم.<sup>1</sup>

## 9. منهج الدراسة:

انطلاقاً من موضوع دراستنا الموسوم ب: أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، يتضح لنا أن هذه الدراسة تنتمي إلى فئة الدراسات الوصفية التي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة سواء كانت ذات صلة بموقف معين، أو بمجموعة من الناس، أو بأحداث معينة أو بأوضاع مختلفة، وتقوم على تحليل الحقائق تحليلًا دقيقًا، وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة.<sup>2</sup>

وكذلك دراسة علاقات التأثير والتأثر بين متغيراتها لمعرفة طبيعة العلاقات التي تربطها ببعضها البعض من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة وبالتالي تستخدم الدراسات الوصفية في التعرف على وسائل الإعلام و على ما ثبته من مضامين مختلفة على جماهيرها المتنوعة.<sup>3</sup>

وكذا التحليل النوعي والكمي للعلاقات السببية من خلال العلاقة السائدة بين متغيرات الدراسة واختبار علاقات التأثير والتأثر لهذه المتغيرات بين ظاهرة واحدة أو مجموعة من الظواهر.

وبالتالي تندرج دراستنا ضمن الدراسات الاستكشافية الوصفية التي تعنى باستكشاف ورصد أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري من خلال معرفة العلاقات السائدة

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص 230.

<sup>2</sup> محمد زيان عمران: البحث الإعلامي ومناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 118.

<sup>3</sup> فاطمة عوض صابر، ميفرت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، دط، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص 25.

بين المتغيرات المبحوثة والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الآراء اتجاه القضايا السياسية في الجزائر وكذا درجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومة السياسية وتغيير وتعديل المواقف. وكذلك يستوجب إجراء أي بحث علمي تحديد الأسلوب والمنهج الذي يتناسب والموضوع المعالج والذي يساعد على جمع البيانات والمعلومات، والمنهج كما يراه حامد ربيع: هو طريق الاقتراب من الظاهرة فهو المسلك الذي تتبعه في سبيل الوصول إلى ذلك الهدف الذي تحدد مسبقاً.<sup>1</sup> وقد اعتمدت الطالبة الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره من المناهج الأكثر ملائمة للدراسات الوصفية من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة، والتي تحدد نوع البيانات ومصدرها، وطرق الحصول عليها<sup>2</sup>، ولقد تم الاستعانة به في دراستنا لأنه المنهج الأنسب لتسجيل وتفسير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة، والوضع الراهن لنظام أو جماعة أو فئة، ويقوم على تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها، حيث يهدف إلى الوصول إلى البيانات يمكن تصنيفها وتعميمها.

## 10. مجالات الدراسة:

يستوجب إجراء أي بحث علمي تحديد مجال الدراسة، إذ يعتبر خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لقياس الجانب النظري وإسقاطه في الميدان، وتتمثل هذه المجالات في: المجال المكاني، المجال الزمني. فالمجال المكاني (الجغرافي) يحدد المنطقة أو المكان التي تجرى فيه الدراسة، أما المجال البشري فيحدد أفراد المجتمع الذين تشملهم الدراسة، في حين يحدد المجال الزمني بالفترة التي تستغرق لا نجاز الدراسة.<sup>3</sup>

ويمكن تحديد مجالات الدراسة في:

أ. **المجال المكاني (الجغرافي):** تم إجراء هذه الدراسة في جامعة باجي مختار عنابة وبالتحديد على مستوى كليتها السبعة بمختلف تخصصاتها العلمية والأدبية كما هو مبين في الملحق رقم (5).

<sup>1</sup> محمد شليبي: المنهجية في التحليل السياسي: المفاهيم، المناهج، الاقترابات والأدوات، دن، الجزائر، 1997، ص 12.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص ص 121 - 128.

<sup>3</sup> محمد شفيق: البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، ط1، الإسكندرية، 1985، ص 103.

ب. **المجال الزمني:** ويتمثل في الفترة التي استغرقتها الباحثة لإجراء الدراسة بدءا بالإحساس بالمشكلة واختيار الموضوع ثم ضبطه من طرف الأستاذة المشرفة وصولا إلى تحديد الإشكالية البحثية وجمع المراجع لإثراء الجانب النظري، وكذا الدراسات السابقة والمشابهة لمعالجة الفجوة العلمية في الدراسة الحالية، والاستفادة منها في الجانب النظري والمنهجي و المفاهيمي والميداني، ثم تصميم الاستمارة وتحكيمها من قبل الأستاذة المحكمين أنظر الملحق رقم (2-3) ، ثم النزول إلى الميدان لجمع البيانات.

وقد حددت الفترة الزمنية للسنة الدراسية 2018 - 2019 بانجاز الجانب المفاهيمي والنظري، وبعدها الانتقال إلى الجانب المنهجي 2019 - 2020 وصولا إلى الجانب الميداني خلال السنة الدراسية 2020 - 2021 تمحورت حول عملية توزيع الاستمارات على المبحوثين خلال السداسي الثاني من عام 2020 وأخيرا تفرغ الاستمارات وإجراء مقابلة مع المدون الجزائري صانع البودكاست الفكاهي "أنس بوزغوب" المكنى ب "أنس تينا" ومعالجة البيانات وتحليل النتائج.

## 11. مجتمع وعينة الدراسة:

إن أساس نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي، وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا حقيقي<sup>1</sup>.

ومجتمع البحث في هذه الدراسة هم جميع الطلبة الجامعيين في كل التخصصات العلمية والأدبية بكليات جامعة باجي مختار عنابة ومن مختلف الفئات العمرية والمستويات الاجتماعية والثقافية المحددة في محور السمات الشخصية للمبحوثين في استمارة بحثنا، بالإضافة إلى كون هؤلاء الطلبة الجامعيين من متصفحى اليوتيوب وقنواته خاصة مضامين البودكاست الفكاهي التي تعالج مواضيع وأحداث وقضايا سياسية في الجزائر.

إن الوضع السائد داخل المجتمع الأصلي من حيث الخصائص الأساسية المميزة له، في إطار نوع المعلومات المستهدفة بالبحث له دور في تقرير نوع الأسلوب الملائم لتحديد العينة، وبهذا صدد تم

<sup>1</sup>أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 172.

الاعتماد على الأسلوب القصدي لأنه يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، و بالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث.<sup>1</sup>

يعتبر اختيار العينة من أهم خطوات المنهجية التي يقوم بها أي باحث، إذ تعتبر العينات المنتقاة وفق أساليب وطرق منهجية، ووحدات تمثيلية مصغرة عن المجتمع الأصلي التي تستخرج منه.<sup>2</sup>

ونظرا لطبيعة هذه الدراسة التي تستهدف الطلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب مضامين البودكاست الفكاهي، ونظرا لاتساع الجمهور مجال الدراسة وضخامته تم اللجوء إلى العينة التطبيقية حيث يقوم الباحث في بحثه بتقسيم المجتمع الأصلي إلى فئات أو طبقات متجانسة، من حيث طبيعة المعلومات والبيانات المدروسة، ويشترط في استخدام العينة التطبيقية أن تكون مفردات المجتمع الأصلي معروفة ليضبط الباحث أعدادها في قوائم محددة حتى تتسنى له مهمة تقسيم هذا المجتمع الأصلي إلى فئات أو طبقات المطلوبة في الدراسة، ثم يقوم بإجراء عملية السحب على مستوى كل فئة أو طبقة، باستخدام الأسلوب العشوائي أو الأسلوب المنتظم. أي حسب الطبيعة التكوينية للمفردات المكونة لهذه الأخيرة، من حيث التباين أو التجانس في إطار الشروط العلمية الخاصة باستخدام كل أسلوب.<sup>3</sup>

وفي دراستنا أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، هنا نواجه صعوبة إجراء الدراسة على كل الطلبة الجامعيين الجزائريين والمقربين بالملايين، وفي مختلف جامعات التراب الوطني، وهذا جعلنا في المرحلة الأولى نقوم باختيار جامعة من المناطق التي يكون طلبتها محل الدراسة، هذا الاختيار يكون بالأسلوب القصدي نظرا لعدد الطلبة والجامعات في الجزائر وبالتالي اختيار الأسلوب القصدي في تحديد جامعة باجي مختار عنابة يكون أكثر ملائمة لدراستنا، ونظرا لطبيعة الدراسة ومجتمع البحث، قمنا بتقسيم هذا الأخير إلى طبقات وفئات متجانسة من حيث طبيعة التخصصات الموجودة على مستوى كليات جامعة باجي مختار عنابة، كما هو موضح في جدول الآتي:

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 180.

<sup>2</sup> أمين أبو شعر عبد الرزاق: العينات وتطبيقها في العلوم الاجتماعية، منشورات الإدارة العامة للبحوث الرياض، 1997، ص 12.

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 188 – 189.

الجدول رقم (01): توزيع مفردات عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الكليات
39.0%	156	كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
15.3%	61	كلية الحقوق والعلوم السياسية
7.0%	28	كلية العلوم الاقتصادية وتسيير
11.3%	45	كلية العلوم
4.0%	16	كلية علوم الارض
11.3%	45	كلية الهندسة
12.3%	49	كلية الطب
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

## 12. أدوات جمع البيانات:

وتتمثل في الوسائل المختلفة، التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.<sup>1</sup>

➤ **الملاحظة:** هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية.<sup>2</sup>

وتعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات في استطلاعات الرأي العام إذا توافرت لها عدة شروط منها: أن يكون لها غرض بحثي عميق وليس لمجرد فضول أو استطلاع غير هادف، وأن توضع لها خطة منتظمة، أن تسجل الملاحظات تسجيلاً دقيقاً، وتخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها وتستهدف تحقيق غرض عقلي هو الكشف عن بعض الحقائق التي يمكن استخدامها لاستنباط معرفة جديدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 202.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 203.

<sup>3</sup> سمير محمد حسين: **بحوث الإعلام**، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص 182.

وقد تم الاعتماد في دراستنا على أداة الملاحظة بهدف الكشف عن مدى تعرض وتصفح الطلبة الجامعيين عينة الدراسة لموقع اليوتيوب وتحديد مضامين البودكاست الفكاهي، وكذا مدى تفاعل هؤلاء مع القضايا المعالجة في هذه التقنية، فضلا عن ملاحظة نسب المشاهدة والتعليقات وإعادة مشاركة الحلقات والفيديوهات التي تتمحور حول القضايا السياسية المعالجة من قبل المدونين الجزائريين على موقع اليوتيوب من طرف الطلبة المتصفحين عينة الدراسة.

وقد تم الاستعانة أيضا بالملاحظة بالمشاركة والتي تصنف ضمن طرق المهمة والأساسية في جمع المعلومات والبيانات من الميدان الاجتماعي المدروس، وتتضمن اشتراك الباحث في حياة الناس الذين يقوم بملاحظاتهم.<sup>1</sup>

والطالبة الباحثة في هذه الدراسة قامت بمشاركة الباحثين من خلال التعرض لمضامين البودكاست وقنوات اليوتيوب للمدونين الجزائريين المعالجين للقضايا السياسية، وكذا التفاعل معهم من خلال التعليقات على الحلقات التي ثبت وإعادة مشاركة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ استمارة الاستبيان: يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم للحصول على معلومات دقيقة<sup>2</sup>، وآراء حول موقف أو ظاهرة معينة.

وبعد ترتيب الاستمارة حسب أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين والمحكمين لتقييمها واختبار صدقها من خلال عرضها على الأساتذة الآتية أسمائهم:

- د. عزام أبو الحمام، أستاذ مساعد في تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة الأردن.

- د. عباس مصطفى صادق، تخصص علوم الإعلام والاتصال، صاحب ديجتال فيشن للخدمات الإعلامية، عجمان.

- د. زهرة بوجفوف، أستاذة محاضرة صنف أ بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة.

وفي الأخير وبعد موافقة الأستاذة المشرفة ضمت استمارة الاستبيان 38 سؤالا، موزعا على أربعة محاور أساسية جاءت كالاتي:

<sup>1</sup> صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، د ط، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2012، ص 179.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 220.

- **المحور الأول:** السمات الشخصية للمبحوثين مثل: متغير الجنس والسن والمرحلة التعليمية والتخصص العلمي.
- **المحور الثاني:** مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي.
- **المحور الثالث:** طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي.
- **المحور الرابع:** درجة اعتماد الطلبة على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية.

➤ **استمارة المقابلة:** تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، في إطار إنجازه للبحث.<sup>1</sup>

يشجع استخدام المقابلة في البحوث الكيفية بسبب فعاليتها في جمع المعلومات التفصيلية خاصة، ولأنها حسب "أناندون" Anadon توفر فرصة استكشاف موضوع معين بدلا من تقييد الردود، كما هو الحال في الاستبيان المغلق.<sup>2</sup>

وهي تتمثل في محادثة بين طرفين (شخصين أو أكثر) حول موضوع معين وفقا لأنماط ومعايير محددة. ويعرفها "قرافيتز" Grawitz بأنها طريقة بحث علمية تستخدم فيها عملية اتصالية شفوية لجمع معلومات تخدم هدفا محددًا.<sup>3</sup>

أما في الأبحاث الوصفية، التي تقوم على الوصف الدقيق والمفصل للظاهرة المدروسة، والتي تتطلب جمع معلومات وبيانات محددة بكيفية دقيقة، فإن الباحث في استخدامه للمقابلة كأداة بحث يحرص دائما في وضعه للاستمارة على أن تكون جامعة شاملة لكل جوانب الموضوع، من حيث تناولها لكل محاوره، في إطار الخطة الموضوعية.<sup>4</sup>

وفي دراستنا الموسومة ب: أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري تم إجراء مقابلة مقننة مع المدون الجزائري صانع البودكاست الفكاهي "أنس بوزغوب" صاحب قناة اليوتيوب "أنس تينا" بتاريخ 15 أوت 2021 عبر مواقع التواصل الاجتماعي viber ضمن مقابلة إلكترونية نظرا للظروف الوبائية التي تعيشها البلاد بسبب فيروس كورونا.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسلني: مرجع سابق، ص 213.

<sup>2</sup> فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص 210.

<sup>3</sup> فضيل دليو: مرجع سابق، ص 210.

<sup>4</sup> أحمد بن مرسلني: مرجع سابق، ص ص 216 - 217.

وبالتالي تم تصميم دليل المقابلة على النحو الآتي:

الأسئلة:

- 1 - كيف يتم اختيار المواضيع والقضايا التي تتناولها في البودكاست؟
- 2 - كيف يتم التواصل مع متابعيك؟
- 3 - هل تواجه صعوبات في بث البودكاست على موقع اليوتيوب؟
- 4 - هل هناك رقابة ذاتية وحكومية على محتوى فيديوهات البودكاست المنشورة على قناتكم؟
- 5 - هل تعرضتم إلى عملية القرصنة أو حذف لفيديوهات تناولت قضية سياسية في الجزائر؟
- 6 - كيف يتفاعل متابعيك مع البودكاست الذي يتناول القضايا السياسية في الجزائر؟
- 7 - هل تعتمد على قوالب فنية معينة في البودكاست الفكاهي للتوجيه الرأي العام؟
- 8 - كيف تساهم اللغة العامية والأسلوب الكوميدي في معالجة القضايا السياسية في البودكاست الفكاهي؟
- 10 - هل طريقة تقديمك للبودكاست الفكاهي مجرد تقليد أو إبداع؟
- 11- حسب نظرتكم، هل القضايا السياسية المطروحة في البودكاست أثرت على توجهات الشباب الجزائري؟

### 13. صدق وثبات الاستمارة:

أ. الصدق:

▪ صدق المحكمين:

لتحقق من صلاحية الأداة بنائياً و لغوياً تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة متخصصين من جامعة باجي مختار عنابة، جامعة عجمان والجامعة الأردنية، وذلك لمعرفة مدى ملائمة أداة الدراسة للأهداف التي وضعت لأجلها.

وقد تم الاستفادة من آراء المحكمين في بناء الاستبيان من خلال القيام بجملة من التعديلات على الاستبيان و حذف بعض العبارات و تعديل البعض الآخر، ليصبح الاستبيان في صيغته النهائية مكونا من 38 بند، بالإضافة إلى متغيرات الجنس و السن و المستوى التعليمي و التخصص. والملاحق رقم (2 و3) يوضحان تقارير المحكمين والاستمارة بصيغتها النهائية.

▪ صدق الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التأكد من صدق الاستمارة الظاهري بعرضه على مجموعة من الأساتذة المختصين، تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستمارة من خلال حساب معامل ارتباط كل محور مع الاستمارة ككل وهو ما يوضحه الجدول رقم (2).

الجدول رقم (02): يوضح صدق الاتساق الداخلي للاستبيان

المحور الكلي	المحاور
<b>0.61**</b>	المحور 1
<b>0.26**</b>	المحور 2
<b>0.80**</b>	المحور 3

دال عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال الجول رقم (2) يتضح أن أداة الدراسة على درجة مقبولة من الاتساق حيث تقاربت معاملات الثبات في المحاور، وكلها كانت موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).  
ب. ثبات الأداة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة فقد تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronback's) للاستمارة، حيث بلغ معامل الارتباط ككل (0.60)، وهو ما يوضحه الجدول رقم (3):

الجدول رقم (03): يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronback's)

معامل ألفا كرونباخ (Cronback's Alpha)	عدد البنود
<b>0.603</b>	<b>98</b>

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال الجدول رقم (3) يتضح أن الاستمارة تتميز بدرجة عالية من الثبات، حيث بلغت الدرجة الكلية (0.60).

# الفصل الثاني: التدوين الإلكتروني والبودكاست

## الفكاهي

تمهيد

### المبحث الأول: التدوين الإلكتروني

- 1- المدونات الإلكترونية
- 2- طبيعة المدونين و دوافع التدوين
- 3- أنواع المدونات الإلكترونية
- 4- لغة التدوين
- 5- خدمات و برامج التدوين الإلكتروني

### المبحث الثاني: التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية

- 1- الطابع السياسي والرقابة على المدونات
- 2- المدونات العربية وحرية التعبير
- 3- التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية العربية

### المبحث الثالث: ظهور البودكاست الفكاهي

- 1- نشأة و بواكر انتشار مقاطع البودكاست
- 2- طبيعة البث و التدوين الصوتي بالبودكاست
- 3- أهم مواقع بث البودكاست

### المبحث الرابع: البودكاست الفكاهي : المرسل و المتلقي

- 1- صانعي مقاطع البودكاست في الجزائر
- 2- أهداف مقاطع البودكاست
- 3- جمهور تقنية البودكاست

### المبحث الخامس: تقنيات صناعة البودكاست الفكاهي

- 1- خصائص المحتوى الاتصالي عبر البودكاست
- 2- كيفية إنتاج مقاطع الفيديو لليوتيوب
- 3- علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية

### المبحث السادس: الفكاهة و مضامين البودكاست

- 1- الفكاهة والمجتمع
- 2- أشكال البرامج الفكاهية
- 3- السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- المضامين السياسية الساخرة

خلاصة

## المبحث الأول: التدوين الإلكتروني.

### تمهيد

يعتبر التدوين الإلكتروني من أهم وسائل الاتصال الحديثة، حيث يعد التدوين المرئي الذي يعتمد على مقاطع الفيديو من أهم أساليب النشر عبر الفضاء الافتراضي خاصة مع ظهور تطبيقات صوتية والمرئية متمثلة في البودكاست الفكاهي معالج للقضايا التي يتخبط فيها أفراد المجتمع انطلاقاً من الحاجة على يد هواة بقال فكاهي لتحقيق عدة أهداف في ظل التعقيم الإعلامي الممارس من قبل الإعلام الرسمي ولإضفاء مبدأ الحرية في المجال العام.

## المبحث الأول: التدوين الإلكتروني

### 1. المدونات الإلكترونية:

تعتبر المدونات بوصفها ظاهرة اتصالية لا يمكن عزلها عن عنصر محوري يعود لما توفره شبكة الانترنت من تحررية ومن مرونة في التواصل. فهي حسب رأي المدون رؤوف شبايك: "موقع شخصي سهل الإدارة والتحديث، ويمكنك أن تقول ما تريد، وأن يزورك فيه من تريد، وأن تخبر عن نفسك أو تختفي خلف قناع شخصية أخرى، إنه نوع من أنواع الحرية التي تقدمها لنا الانترنت كل يوم". في هذا السياق فشبكة الانترنت من خلال الإضافة التي جاءت بها المدونات هي فضاء صحفي يجمع بين الخبر والرأي والرأي الآخر. بالإضافة إلى كونها وسيلة اتصال تفاعلية جماهيرية.<sup>1</sup>

كما تتميز صحافة الانترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات، أنها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثم من طرف صحافيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلق للتعبير عن آرائهم التي تواجه في الغالب بمقص الرقيب في الدول العربية، الأمر الذي أدى بالعديد من التجارب الصحافية في الانترنت لأن تصبح صحافة المواطن هذه الصحافة التي اعتبرها البعض بأنها: (نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وبأن هذه المشاركة تتم عن طريق مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية).<sup>2</sup>

كما وجد الباحثون أن المدونات السياسية ترتبط ببعضها بصورة مكثفة تعيد دمج مجموعات منفصلة متنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالاً عاماً ولذلك فهي من خلال مواصفات

<sup>1</sup> جمال الزرن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس، 2007، ص 167.

<sup>2</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر وتوزيع، 2013، ص 31.

هيكلية في بنيتها تكون مجالا عاما مثاليا من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها ومن محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمن التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص وكل ذلك يتم في دقائق معدودة تمنح فرصا متساوية في تواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع.<sup>1</sup>

## 2. طبيعة المدونين ودوافع التدوين:<sup>2</sup>

تنتشر ظاهرة التدوين في أوساط الشباب والتي كانت الفئة الدافعة لشيوع هذا الشكل من التواصل من داخل شبكة الانترنت، بل تكاد تكون ممارسة التدوين حكرا عليهم، وقد يكون وراء هذا الانخراط العفوي في فعل التدوين صلة بفقد الشباب الثقة في وسائل الإعلام التقليدية. ويمكن القول إن ظاهرة المدونات ساهمت في تحديد وتشكيل ديمغرافيا الانترنت وخاصة الإجابة عن ذلك السؤال: من هي الشريحة الأكثر حضورا في شبكة الانترنت كفضاء افتراضي صعب التقييم والمتابعة؟. أظهرت المدونات الإلكترونية على شبكة الانترنت فئة الشباب وهي تكتب ما يدور في حياتها اليومية من مواقف وآراء وقصص تريد أن يشاركها الناس تفاصيلها. فشباب المدونات ومن خلال انخراطهم في هذا الشكل من التعبير عن قضايا الشأن العام والخاص يريدون إيصال رسالة تقول: "عفوا لا نملك بديلا للتعبير عن رأينا إلا المدونات، فهي الحل الأول والأخير المتاح.

ويمكن القول إن المدونات هي "الانترنت داخل الانترنت" وذلك لما لهذا التواصل الشخصي أو الفردي من أهمية في تشكيل النسيج الاجتماعي والثقافي للشبكة، فهي ومن زاوية المدونات مجتمع وفضاء شبابي أي أن الشريحة التي تبحر في هذا الفضاء هي فئة بين 15 و35 سنة تريد أن تعبر عن نفسها من خلال المزج بين السيرة الذاتية والنقد. وأظهرت المدونات أن أحكام الكهول عن الجيل الجديد من الشباب العربي والذي يبدو لهم أنه جيل العولمة. فقد صحت المدونة أن مجتمع المدونين صاحب الثقافة الرقمية يعبر عن وطنيته بشكل مختلف عن جيل السبعينات والثمانينات الذي لازال غارقا في الخطابات. يقوم هؤلاء الشباب بعرض آرائهم وتحليلاتهم السياسية في حين ليست لهم بالضرورة انتماءات سياسية وتلك هي الإضافة النوعية في التفاعل مع قضايا الصالح العام التي تثيرها شبكة الانترنت وتحديدا المدونات الإلكترونية.

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: مرجع سابق، ص 30 - 31.

<sup>2</sup> جمال الزرن: مرجع سابق، ص 169 - 170.

## 1.2 - دوافع وأسباب التدوين:

تتنوع دوافع التدوين فهي بين الدوافع السياسية من نقد وتعليق، إنها حالة من التعبير الذاتي والترويج عن النفس، ومحاولة للهروب من حصار الحياة اليومية السياسية والاجتماعية والاقتصادية. وتصبح الكتابة على واجهة المدونات عبارة عن بديل عن الاستقالة والسلبية والانتحار الذاتي بحكم حالة الاحتقان الاجتماعي والسياسي الذي يعيشه العالم والمنطقة العربية، ويمكن تلخيص أسباب التدوين في العناصر الآتية:<sup>1</sup>

■ **حرية التعبير:** يعتبر الفاعلون في فضاء تدوين المدونات فئة اجتماعية ذات مستوى تعليمي ويظهر ذلك جليا في أن أغلبهم غير راض عن المادة الإخبارية المعروضة، وخاصة تلك التي توفرها مؤسسات الإعلام الحكومي، فهم بذلك يطالبون بسقف أعلى من حرية في التعبير عن آرائهم. فهم يسهمون في تجذير مبدأ حرية التعبير عن الرأي وثقافة النقد السياسي والاجتماعي عبر الاتصال الإلكتروني. يثير هذا الجيل الجديد من مستعملي الانترنت ومن خلال جراءة المدونات آرائهم الخاصة حول ما يدور في هوامش مجتمعاتهم وخاصة تلك التي لا تصل بسهولة إلى الرأي العام ولا نعني صناع الخبر في بقية المؤسسات الإعلامية التقليدية. ويعبر المدونون عن أفكارهم بهدف إيصال صوتهم إلى من يريد أن يسمع أو يقرأ أو يشاهد، ويسعون إلى التأثير والمساهمة وبشكل عفوي في نقد إظهار الواقع الذي يعيشونه بكل تناقضاته ويعتقد البعض أن المدونات العربية على الانترنت هي الطفرة التحررية الإعلامية العربية الثانية بعد طفرة الفضائيات والمنديات المفتوحة التي ساهمت بشكل فعال في تحريك سقف الحرية في أداء الإعلام العربي

■ **قضايا الشأن العام:** تكاد تكون المدونات عبارة عن صورة سوسولوجية حية تعكس الواقع الدولي والعربي، ومن خلال مضامين المدونات ومواضيعها تبدو شبكة الانترنت كفضاء رافض ومناهض يتجه إليه المهمشون سياسيا، وأنها ليست بالضرورة فضاء اتصاليا يقبل ثقافة الإجماع فهي تأخذ من قضايا الشأن العام مجالا وتفاصيل الحياة اليومية، وهي قضايا تقع بين إهمال المسئول الكلي لها (الحياة اليومية) وتعلق صاحب القرار المفرط بها (الشأن العام/السياسة).

<sup>1</sup> جمال الزرن : مرجع سابق، ص ص 173 - 176.

- لقد ساعدت المدونات في إظهار مسألة الشأن العام على السطح الافتراضي من أجل توفير سقف أعلى من التفاعل الاجتماعي والسياسي على شبكة الانترنت، وخاصة الدعوة إلى الشفافية والديمقراطية الشعبية
- **النشر الإلكتروني:** من أهم أسباب التدوين الإلكتروني والمتمثل أساسا في صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية و سهولته بالاعتماد على شبكة الانترنت. إن المدونات تعتبر عند المدونين إعلانا عن نهاية صحافة الطباعة والنشر بمفهومها الكلاسيكي الورقي الذي مازالت تشرف عليه قوانين المطبوعات ذات الخلفية الرقابية كما هو الحال في جل الدول العربية.
- **إظهار القيم الفردية:** أهم ما يميز المدونات هو أنها نابغة من أفكار أصحابها وتعبّر ذاتيا على هؤلاء المدونين بوصفهم أفرادا، ويمكن تلخيص القيم الظاهرة في عملية التدوين في كونها تسجيلا للسلوك اليومي الفردي، وتعتبر المدونات العربية من هنا خصبًا لاتجاهات غير مألوفة في المجتمعات العربية منها ما هو سياسي واجتماعي وثقافي وعرقي وديني وغيرها من المواضيع. بالإضافة إلى كون الانترنت فضاء للتواصل والإخبار والتجارة والعلوم وغيرها من المعارف والخدمات، لا يمكننا تجاهل أن شبكة الانترنت ومن خلال المدونات هي فضاء اتصالي لدعم حرية الفرد وذاتيته.
- **صحافة بديلة:** أثارت ظاهرة المدونات في الغرب ولازالت جدلا حول هل يمكن اعتبار المدونين صحفيين أم لا؟ فقد نشرت شبكة سي نت نيوز الإخبارية المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات على شبكة الانترنت تقريرا عن مدونات ذكرت فيه: "أن عمليات البلوجرز واسعة النطاق تتفوق على الصحافة وعلى وسائل الإعلام لأنها تقدم وصولا سريعا إلى شبكة عالمية من المواقع وشاهدي العيان والمعلقين". أما فيما يتصل بعلاقة المدونات بالصحافة العربية فإننا نعيش تجربة فريدة تتمثل في "صحفي - المواطن".

### 3. أنواع المدونات الإلكترونية:

- تتمثل أنواع المدونات الإلكترونية فيما يلي:
- **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على روابط التشعبية (Link Blogs):** هذا نوع تم نشرها أول مرة على شبكة الانترنت والتي تسمى (Web blog) تحتوي على العديد من الروابط التي يوحى بزيارتها صاحب المدونة.

- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online Biary Blogs): تعتبر هذه المدونات كدفتر ملاحظات يسجل فيها مالكها ما يدور حوله وهي عادة لا تحتوي على روابط المواقع أخرى.
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقالات (Article Blogs): وهي عبارة عن تعليقات واستعراض للأخبار والحوادث والتقارير وتبتعد لحد الآن عن كتابة الملاحظات الخاصة بالأحداث التي تقتصر على مالك هذه المدونة.
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور (Photo Blog): تتخصص هذه بنوع محدد وهو عرض الصور التي يرى أصحابها بأنها ذات فائدة و مهمة لزوار الموقع مثل: صورة اليوم.
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي (Podcast Blogs): هذه المدونات بمثابة موقع بث إذاعي يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة يرى صاحب المدونة بأنها مفيدة للمستمع أو يرغب بأن يستمع إليها عدد كبير من الزوار فيقوم بتسجيلها ووضعها على المدونة وهي عبارة عن ملفات صوتية بصيغة (mp3).
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على بث مرئي (Video cast Blogs): هذه المدونات هي أحدث ما توصلت إليه التدوينات الإلكترونية فهي مماثلة إلى حد ما البث الإذاعي (Podcast) لكن الاختلاف فيها أنها تكون على شكل فيديو فيلم.
- المدونات الإلكترونية المتنوعة: تضم هذه المدونات كافة أنواع التدوين السالفة الذكر ويأتي تنوعها من اسمها.
- المدونات الإلكترونية الجماعية: كل مدونات السابقة يقوم شخص واحد بكتابة أحدها وتنسب إليه ما عدا هذه المدونات التي يتولى إعدادها والكتابة فيها مجموعة من الأشخاص وإذا كانت المدونات الشخصية للمتعة فقط فإن المدونات التحريرية يقوم بكتابتها وتحريرها محررون أكفاء ومن الجدير بالذكر العديد من الشركات والمنظمات والمدارس تمتلك مدونات خاصة بها لتكون على تواصل مستمر مع زوارها وإطلاعهم على الجديد لديها من الأخبار والأحداث والأمور المتعلقة بها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013 الطبعة الأولى، ص ص 30-33.

- مدونات الفيديو (Video Blogs): حيث يمكن أن تضم العديد من الأفلام والمسلسلات والبرامج المصورة، ويمكن التواصل والتعامل مع مدوني الفيديو ودردشة، أو إرسال هذا الفيديو الخاص إلى صديق على البريد الإلكتروني أو الفيس بوك، ويمكن التدوين على مدونة الفيديو باتباع ما يلي:
  - توفر كاميرا ويب يفضل أن تكون ذات جودة عالية أو هاتف جوال به كاميرا 5 ميغا بكسل أو أعلى.
  - تخير مكان للتصوير معتاد بصورة جيدة، ولا يوجد به ما يشتت الأذهان.
  - كتابة المدونة والتي يجب أن تتضمن الأفكار الرئيسية من المشهد.
  - إزالة المقاطع غير المرغوب بها من الفيديو، بحيث يقلل المساحة والوقت الذي يتطلبه عرض الصورة وهو ما يجذب العديد من المتصفحين والقارئ بسبب سرعة التحميل التي يحد منها كثرة الصور المنشورة على فيلم الفيديو.
- مدونات الصور: وهي مدونات يقوم فيها المدون بنشر بعض الصور التي التقطها عبر المواقع كالويب، وينشرها فيها تعليقات ويترك للقارئ والمتصفح التعليق عليها.

### الشكل رقم (3): أنواع المدونات



المصدر: خديجة الرحبة: صحافة المواطن، الجامعة الافتراضية الروسية، 2020، ص33.

ويمكن للمدون إضافة تأثيرات حركية على الصور بحيث تميل الصورة عند وضع مؤشر الماوس عليها وتعود إلى حالتها الطبيعية بعد ابتعاده عنها.

ولمدونة الصور سلبية، حيث أنها بطيئة التحميل حيث يستغرق تحميلها وقتا طويلا نسبيا، وبالتالي تولد الملل لدى الزوار لها الذين يرغبون في تحميل المدونة، مما يؤدي إلى عزوفهم عنها أو قلة زيارتهم لها على أقل تقدير خاصة في هذا العصر الذي أصبحت أبرز سماته هي السرية وهكذا فالسرعة التحميل تكون سببا في إشهار المدونة وكثرة زوارها ومتصفحها.

ولمدونات الصور أهمية كبيرة، حيث أنها تضم أنواعا كثيرة من الصور كالصور ذات طابع معين أو صورة عامة أو صورة تخص الأحداث اليومية، بحيث تجعل من هذه المدونات مرجعا هاما ومصدرا ثريا للتوثيق، وتعتمد بعض وسائل الإعلام على مثل هذه المدونات في الحصول على بعض ما تريده.<sup>1</sup>

#### 4. لغة التدوين:

تعتبر المدونات العربية رغم تكاثرها المتسارع قليلة قياسيا بالمدونات الغربية، فالمدونات العربية في نسختها الانجليزية والفرنسية هي الأكثر حضورا نوعيا وكما هو متوفر باللغة العربية، في البداية كانت المدونات تكتب وتنتشر باللغة الانجليزية في المشرق وباللغة الفرنسية في المغرب العربي، ويعود السبب إلى عاملين أساسيين: الأول فني تقني ظهر خاصة مع بداية نشأة المدونات وهو سهولة إنشاء المدونات على الانترنت باللغة اللاتينية وغياب البرمجيات العربية المتخصصة في تصميم مثل تلك المواقع، أما السبب الثاني فيعود إلى أن مؤسسي المدونات الأوائل هم في أغلب الأحيان أجنبان مقيمون في المنطقة العربية، أو هم من الشباب المتعلم من البرجوازية العربية المتفتحة على الثقافة الغربية والتمكنة من اللغات الأجنبية، قد يكون أيضا الاتجاه نحو لغة أجنبية كذلك بحثا عن ما في تلك اللغة من تحررية لا توفرها اللغة العربية التقليدية والتي تفرض بعض القيود الأخلاقية النابعة من الثقافة والعادات والتقاليد العربية ذاتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2014، ص ص104-105.

<sup>2</sup> جمال الزرن: مرجع سابق، ص ص 181 - 182.

## 5. خدمات وبرامج التدوين الإلكتروني:

تسمح لك الكثير من المواقع الإلكترونية بإنشاء مدونتك الإلكترونية الخاصة بك مجاناً على خوادم الويب الخاصة بتلك المواقع، كل ما عليك فعله هو إنشاء حساب جديد باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني الخاصة بالموقع ويمكنك بعدها البدء بالتدوين مباشرة، وتعد خدمة **Blogger** واحدة من أشهر خدمات التدوين على الإنترنت<sup>1</sup> ويعرفها معهد ستايل: "تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه. حيث يعني ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد لأنك لا تملك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الخاص."<sup>2</sup>

### 1.5 - برامج التدوين الإلكتروني:<sup>3</sup>

برامج التدوين الإلكتروني هي برامج تكون مثبتة على حاسوبك، ويوجد نوعان من تلك البرامج: برامج التدوين الإلكتروني التي يتم تشغيلها من سطح المكتب حيث تقوم بإنشاء المدونة كاملة على حاسوبك الشخصي ومن ثم نسخها على خادم الويب الخاص بك. وميزة هذا النوع من البرامج هي أنك تتحكم بمدونتك الإلكترونية بشكل كامل وبإمكانك إرسالها أينما كنت.

كما تكون بعض برامج التدوين الإلكتروني مثبتة على حاسوبك ولكنها تتطلب تسجيل دخولك في خدمة التدوين الإلكتروني، وميزة استخدام هذا النوع من البرامج أنها تمنحك خيارات وتحكم في مدونتك الإلكترونية أكثر من تلك التي تحصل عليها عند تعاملك مع خدمة التدوين الإلكتروني الموجودة على الموقع الإلكتروني كما يجعل هذا النوع من البرامج التدوين الجماعي أسهل من استخدام البرامج التي تنشئ المدونة الإلكترونية كاملة على حاسوبك قبل نسخها إلى خادم الويب.

أما الخيار الثالث فهو كتابة ونشر المدونة الإلكترونية عن طريق نفس البرنامج الذي استخدمته لإنشاء ونشر موقعك الإلكتروني.

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس و آفاق المستقبل ، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 271.

<sup>2</sup> صلاح عبد الحميد: مرجع سابق، ص 34.

<sup>3</sup> مروى عصام صلاح: مرجع سابق، ص ص 271 - 272.

## المبحث الثاني: التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية

### 1. الطابع السياسي والرقابة على المدونات:

استخدم الكثير من الكتاب المدونات للتعبير عن آرائهم حول النظم السياسية أو حول الأحداث والقضايا المختلفة في الوطن العربي، أو عن معارضتهم لأوضاع مأساوية في الدول التي تغيب عنها الحرية الفكرية وأدى ذلك إلى ملاحقة هؤلاء المدونين وتعرضهم إلى منظومات كثيرة من قبل الدول وأجهزتها الأمنية وفرض العقوبات عليهم.<sup>1</sup>

إن واقع التدوين الإلكتروني هو جزء من الواقع العام الذي تمارس فيه العمليات الإعلامية الأخرى في وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن أي محاولة لتشخيص واقع التدوين الإلكتروني، لابد أن لا تغفل ظروف كل من المرسل والمستقبل ومدى تمتع كل منها بتلك الحرية.

لقد أثبتت المدونات الإلكترونية قدرتها وقوتها أمام باقي وسائل الإعلام العربية، وفرضت مكانتها بين هذه الوسائط، وطرحنا بذلك جدلية من يهتم بمن؟ بعد أن أضحت هي الأخرى ساحة ومنبراً للنقد والتعليق على ما يكتب في الجرائد وصفحات الويب، ويذاع أو يبث على قنوات الإذاعة والتلفزيون، إذ انتقل الاهتمام الإعلامي بالمدونات إلى اهتمام المدونات بالمحتوى الإعلامي.<sup>2</sup>

### 2. المدونات العربية وحرية التعبير:

ظل الخوض في الحديث عن العديد من القضايا السياسية - إلى وقت قريب - من الطابوهات في معظم الدول العربية، وفسح المجال لمثل هذه القضايا إلى منابر معينة كوسائل الإعلام التي كانت تتفرد بسلطة الاستحواذ على المعلومة كمصدر وحيد لها، وشريحة قليلة من أفراد المجتمع كالسياسيين المعارضين من خلال تنظيم الملتقيات والندوات للترويج لمشاريعهم وبرامجهم السياسية، إلا أن ظهور المدونات جعل الجميع يفصح عن ميولاته وآرائه وتعليقاته في ميدان السياسة متجاوزين بذلك حاجز الخوف والرقابة وقد أدى ذلك إلى إزالة الكثير من مظاهر الغموض بشأن حرية المعلومات وسهولة الحصول عليها في المجتمعات وخلق نمط جديد من وسائل تعزيز المحاسبة والشفافية داخل النظم السياسية العربية.

<sup>1</sup> جاسم رمضان الهلالي: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 150.

<sup>2</sup> فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 170 - 172.

فقد تحولت المدونات السياسية إلى سلطة قاهرة للمركزية تفرض نفوذها على المؤسسات الرسمية المسيطرة على الأنباء والمعلومات، وشكلت واحدة من أهم العوامل الافتراضية التي يستطيع الفرد من خلالها إظهار تمرده وعصيانه السياسي في ظل بيئة تفاعلية تحتوي على أكثر من مستخدم متفاعل معه دون قيود مفروضة من الواقع التقليدي.

ومع مرور الوقت أصبح التدوين السياسي علامة بارزة في الفضاء التدويني العربي، ومن الأسباب المباشرة لولوج مستخدمي الانترنت العرب عالم التدوين السياسي غياب مساحة التعبير الحر، والواقع السياسي غير مستقر، خصوصا مع تنامي الأصوات المنادية بالإصلاح والتغيير. ويتركز النشاط التدويني السياسي حول الكثير من الأشكال أهمها:

- التعليق على الأخبار السياسية العالمية والعربية، وإبداء الرأي حول مواقف السياسيين وتصريحاتهم وكذا البرامج التي يسطرونها لتسيير قطاعات إستراتيجية تهم بلدا بعينه، أو المنطقة العربية ككل.
- فضح تلاعبات المسؤولين وأصحاب القرار في عديد القضايا المصيرية وذات الأهمية البالغة على مستقبل البلاد.

لقد استطاعت مثل هذه الأنشطة التدوينية رفع المستوى الوعي السياسي خصوصا لدى فئة الشباب ورسم صورة واضحة عن واقعهم السياسي، زيادة على دفعهم إلى المشاركة السياسية وتقريبهم أكثر إلى تطبيقات الإعلام الجديد انتشارا في فضاء الانترنت.

وإلى جانب التدوين السياسي الذي يمارسه المواطنون العاديون، غير المنتمين لأحزاب سياسي أو الذين لا يتبنون أفكار سياسية معينة، مثلت المدونات الإلكترونية أحد أهم الوسائط الإعلامية فعالية لدى الكثير من النشطاء السياسيين ورؤساء الأحزاب والجمعيات والمنظمات التي تدعم توجهها سياسيا أو تسعى لتصدير برامجها ومشاريعها السياسية مستثمرة بذلك في هذا الوسيط الإعلامي الجديد، ومستفيدة من الميزات التي يتيحها كونه أسرع، أسهل، وأقوى تأثيرا.

لقد أثبتت العديد من التجارب السياسية قوة وسيلة المدونات الإلكترونية ومرونتها من توظيف وتسخير لإنجاح الأهداف والمشاريع التي يسعى كل طرف لتحقيقها في المجتمع وهي بذلك لا تقتصر على الميدان السياسي فحسب بل يمكن توظيفها أيضا لتلعب أدوارا رائدة في المجتمع، باعتبارها وسيلة إعلام من خلال إشراكها في الميادين الثقافية والاقتصادية وغيرها، إلا أن كل ذلك مرهون في نهاية بمدى جدية القائمين على إدارتها (المدونين والمدونات).

ولأن الوسائل التكنولوجية الحديثة أصبحت تمثل جزءاً لا يتجزأ من الحياة السياسية، أيقن السياسيون أنه من الضروري أن يكون بعض المختصين في تصميم المدونات الإلكترونية من ضمن موظفيهم.

ويقول بعض المحللين السياسيين: إن لجوء الساسة لاستخدام هذه الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة كالإنترنت والمدونات الإلكترونية يعود إلى انخفاض أسعارها وسهولة إيجادها على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى اعتماد عدد كبير من السياسيين على المدونات الإلكترونية في بث مقاطع فيديو قابلة للتحميل يعرضون فيها آرائهم السياسية لاستمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين وإقناعهم.<sup>1</sup>

### 3. التوظيف السياسي للمدونات الإلكترونية العربية:<sup>2</sup>

وتتمثل أحدث أنماط الرقابة على الإنترنت في العالم العربي في الرقابة على المدونات حيث تم القبض أكثر من مرة على طلاب جامعيين يمتلكون مواقع للمدونات على الإنترنت، بسبب آرائهم المنشورة على هذه المواقع، التي ينتقدون فيها الممارسات الحكومية، وبما أن تصميم الويلوغز سهل ولا يمكن التحكم بمحتواها أو باتساع انتشارها، أصبح الأمر صعباً لدى الحكومات لاحتوائها أو السيطرة عليها.<sup>3</sup> ورغم كل إجراءات الرقابة على المدونات فإنه من الصعب التحكم في الكم الهائل منها الذي بدأ ينتشر في الآونة الأخيرة في البلاد العربية، وعادة تكتشف الحكومات والسلطات العليا في هذه البلاد المدونات في فترة متأخرة وذلك لكثرة كتابها وسرعة تقنياتها العالية.<sup>4</sup>

هناك بعض القوانين والتشريعات الخاصة بمستخدمي وسائل الإعلام الجديد والمدونين وممارسي صحافة المواطن، وهي عبارة عن وثائق تمهيدية عن القوانين الضابطة لشبكة الإنترنت وهذه التشريعات هي:<sup>5</sup>

أ. الرخصة (التسجيل): تبين لجنة حقوق الإنسان في الأمم المتحدة في تعريفها لصحافة المواطن بشكل واضح أن المدونين، كما الصحفيين المحترفين، لا يجب إخضاعهم للتسجيل وشروط حيازة

<sup>1</sup> سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010، ص 167.

<sup>2</sup> فوزي شريطي مراد: مرجع سابق، ص 176 - 182.

<sup>3</sup> حسني محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2010، ص 176.

<sup>4</sup> حسني محمد نصر: مرجع سابق، ص 177.

<sup>5</sup> وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017، ص 135 - 138.

الرخص وكذلك أن يتم منحهم ترخيص فقط عند الحاجة لتمكينهم من الوصول إلى مكان معين أو حدث معين.

ب. **سلطات محدودة في التحرير الصحفي:** تعترف اللجنة الوزارية الأوروبية في تقريرها السابع لعام 2011 المتعلق بالمنظور الجديد للإعلام، بأن الاختلافات في مستويات التحرير الصحفي والتفتيح يحتم إيجاد مستويات مختلفة من المسؤولية التي تطل تحرير المواد المنشورة، خصوصا من خلال قولها: "بأن المستويات المختلفة للسلطة التحريرية مع طرائق ما بعد مرحلة النشر تحتاج إلى تعامل مختلف من شأنه أن يسمح بالتجاوب الأفضل مع الحالة"، ومن شأنه أن يوحي بأن الأطر القانونية المعنية بالمدونين والصحفيين الهواة من المفترض أن تقر بأن واجبات ومسؤوليات هؤلاء، مقارنة بالصحفيين المحترفين محدودة عند ممارستهم لحق التعبير وذلك لعدم امتلاكهم الإمكانيات والتقنيات المتوفرة لدى الصحف التقليدية

ج. **المسؤولية المدنية والجنائية:** لا يميز القانون، بصورة عامة، بين الصحفيين وبقية الأفراد المجتمع في القضايا المتعلقة بالمسؤولية المدنية والجنائية، وبموجب ذلك فليس لدى المدونين أو الصحفيين الهواة الحصانة التي يضمنها هذا القانون، قوانين التشهير تعتبر مثال على ذلك.

د. **الحماية القانونية:** ليس هناك في الوقت الحالي مجموعة معايير قانونية دولية تختص بالحماية القانونية للمدونين والصحفيين الهواة، ولكن بقدر ما أن هنالك واجبات على المدون تتمثل بالالتزام بالقانون كباقي أفراد المجتمع فإن لهم الحق في أن يوظفوا القوانين المتوفرة لغرض حماية أنفسهم. وعن مدى أحقية المدونين والصحفيين الهواة في الاستفادة من المبادئ القانونية الخاصة بحماية مصدر المعلومات، فقد نصت التوصية رقم 07 لعام 2011 الصادرة عن المجلس الوزاري الأوربي على التالي: " يجب أن تمتد حماية مصدر المعلومات لتشمل هوية المستخدم الذي يجعل من المعلومات متوفرة للعامّة والأفراد في المجتمع من خلال مواقع الانترنت التشاركية المصممة لتبادل وتسهيل الحصول على المعلومات والمواد الإعلامية" ويضم ذلك مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع مشاركة الملفات.

قد تكون هناك حاجة لترخيص واستخدام أسماء وهمية في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي الحالات التي قد يؤدي فيها كشف هوية المستخدم إلى عملية انتقام ضده كردود أفعال على نشاطات هذا الشخص السياسية وعلى أية حال فإن هذه التوصية غير واضحة بخصوص ما إذا كان المدونون أو الصحفيون الهواة قادرين على الاستفادة من قانون حماية المصدر عندما تكون المعلومات قادمة من مستخدمي الانترنت أو أفراد آخرين، إلا أن اللجنة الوزارية أقرت بتوصيات إضافية تدعو إلى تقديم بعض

الدعم والحماية لبعض الناشطين غير المؤهلين كإعلاميين حسب المعايير التي سبق للجنة ذكرها مثل المدونين غير المؤهلين ولكنهم يعتبرون جزء من الوسط الإعلامي.

وقد تبني المجلس الأوروبي موقفاً مشابهاً وذلك بدعوته الدول لتبني آليات تعامل مختلفة لمعالجة مستويات مختلفة من مسؤوليات التحرير الإعلامي، لهذا فإن اللجنة توصي في المادة 19 بأن تكون مسؤوليات وواجبات المدونين والصحفيين الهواة هي نفسها عدا الامتثال للقانون، لذا فإن القانون لا يفرق بين الصحفيين المحترفين وبين بقية أفراد المجتمع في قضايا المسؤولية المدنية والجنائية، ولهذا السبب فإنه ليس للمدونين والصحفيين الهواة حصانة من تطبيق هذه القوانين ضدهم، إذ يمنح المدونون والصحفيين الهواة الحماية القانونية التي تشمل الدفاع عن الرأي الصادق، الحقيقة والمصلحة العامة.

### المبحث الثالث: ظهور البودكاست الفكاهي

#### 1. نشأة و بوار انتشار مقاطع البودكاست:<sup>1</sup>

يسمى البث الإذاعي أو التلفزيوني عادة بالبث الواسع Broad casting بينما نالت تكنولوجيا بث الصوت عبر الانترنت تسمية بودكاستينغ لأنها تبث لأجهزة الموسيقى والصوت الرقمية وهي تختلف عن البث التلفزيوني وبث الويبكاستنغ، في أنها لا تعتمد دفع المحتوى نحو المستخدمين، بل على العكس تستخدم تكنولوجيا السحب والتوزيع التلقائي Pulling.

وقد ظهر المفهوم في أكتوبر من عام 2000 في مسودة اقتراح كتبها تريستان لويس Tristan Louis وطوره آدم كيري Adam Curry في 2004 من خلال برنامج اسمه أي بودر I podder وتم تنفيذه بواسطة المبرمج المعروف ديف وينر DeveWuner وهو مؤلف نظام الأراس RSS Format والرجل الذي يقف وراء المدونات. أما الاسم بودكاستينغ فقد اقترحه بن هامر سيللي Ben Hammersley في صحيفة الغارديان بتاريخ 12 فبراير 2004. أما أول برنامج غرافيكي على صلة بهذه التطبيقات هو أي بودريكس Ipodderx ويطلق عليه الآن ترانسيستر Transistr وقد تم تطويره بواسطة أوغست تروميتر August Trometer وراي سلانيسكي Ray Slakinski وقد نشره في منتصف سبتمبر 2004 ثم ظهر أي بودر Ipodder كبرنامج مجاني وقد قام "وينر" في نفس الشهر بإضافة المقترح لنظام الأراس وقام بتوظيف أداة جديدة أطلق عليها ال enclosures وهي تعمل على توجيه الملفات الإعلامية إلى

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2008، ص ص 225 . 227.

مجمع الأزرار RSS aggregator وقام "وينر" بعرض هذه الميزة المستحدثة في موقعه المعروف سكريبتنغ نيوز Scripting News في يناير 2001.

وعلى مدى سنتين لم يستخدم سوى القليلين تكنولوجيا وينر الجديدة ولكنه قام بتضمينها في موقعه المعروف راديو يوزر لاند Radio User land وهو يحمل تطبيقاً لإمكانية إرسال واستقبال المواد الصوتية بأدوات التجميع التي أطلق عليها وقتها الأوديوبولغغ Audio blogging وقد استخدمه المدون الصوتي هارولد غيلكريست Harold Gilchrist وآخرون، فتحققت إمكانية نقل الملفات الصوتية من راديو يوزر لاند إلى المشغل الصوتي سواء أكان جهازاً أم برنامجاً وذلك بشكل أوتوماتيكي. وفي يونيو من عام 2003 قدم "ستيفن داونز" Stephen Downes عرضاً لتجميع الملفات الصوتية في مشروعه راديو أد Radio Ed وهو يقوم بمسح ملفات "الأم بي ثري" وتجميعها وهو المبدأ الذي يعمل عليه البودكاستغ.

### 1.1 - بوابر انتشار مقاطع البودكاست:

البودكاست أو ما يطلق عليه أكاديمياً بمواقع مشاركة المحتوى أو التدوين المرئي هي مواقع تتيح بث مقاطع فيديو مسموعة podcast ING أو مرئية ويطلق عليها أيضاً مواقع الفيديو التشاركي web sitesvidéo-sharing وهي أحد التطبيقات العلمية الشهيرة للتحويل استخدام وتوظيف شبكة الويب من مستودع للمعلومات إلى استخدامها في التشبيك والتواصل الاجتماعي networking من خلال ما ينتجه الجمهور من مضامين مختلفة وتبادل التعليقات والتواصل بشأنها والتشارك في تداولها وهو ما يسمى: user-generated content.

ظهرت مواقع مشاركة المحتوى "الفيديو التشاركي" لأول مرة على شبكة الانترنت في أكتوبر 2004 بظهور موقع pandoretv وهو كوري المنشأ والى أن الشهرة الحقيقية التي نالتها هذه المواقع حدثت في أوائل 2005 بظهور موقع اليوتيوب أشهر موقع الفيديو وأكثرها انتشاراً بين مستخدمي الانترنت في أنحاء العالم إلى جانب موقعي «Flickr» «Yahoo»

والجدير بالذكر أن مواقع اليوتيوب هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية وثالث أكبر موقع زيارة على شبكة الانترنت حسب تصنيف موقع "اليسكا العالمي"، والموقع الأول في عرض ملفات الفيديو وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملف تتكون من ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم.

يقوم الموقع على فكرة مبدئية هي بث لنفسك أو ذيع لنفسك ويضع هذا الشعار دائما إذ تحمل عليه يوميا أفلام ومقاطع فيديو ذات مضامين مختلفة من صنع الهواة من كافة أنحاء العالم بعضها تم تصويره بكاميرا الهاتف المحمول لنقل حدث غريب أو مضحك أو مثير وكثير منها يتم إنتاجه لدوافع اجتماعية وسياسية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية.

ثم إطلاق الموقع للجمهور في ماي من عام 2005 ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر في نفس العام وفي نوفمبر من عام 2006 حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للموقع<sup>1</sup>. على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم يتم حاليا إدارة الموقع من قبل شركة "غوغل" التي اعتمدت في 2009 أن اليوتيوب يوفر أكثر من مليار مشاهدة يوميا في جميع أنحاء العالم. وفي ماي 2010 احتفل الموقع بمرور 5 سنوات على انطلاقة معلنا وصول عدد المشاهدات اليومية للموقع لأكثر من مليارين مشاهدة على مستوى العالم، يأتي موقع يوتيوب في المركز الرابع عالميا حتى منتصف يناير 2010 من حيث معدلات الدخول عليه تبلغ نسبة مستخدميه 9,23% أجمال مستخدمي الانترنت على مستوى العالم. من أهم ما يميز مواقع بث تسجيلات الفيديو هو تأثيرها الكبير في المجال السياسي وذلك لأن التسجيل والتصوير والبث لا يتطلب مهارات كبرى على مستوى ثقافي مثل الكتابة والتدوين، وقد اختارت مجلة "التايم" الأمريكية نهاية 2006 موقع اليوتيوب ليفوز بلقب شخصية العام على خلاف المعتاد واحتل غلاف هذا العام الذي صدر في نهاية شهر سبتمبر بعنوان فرعي يقول (نعم أنت... أنت تتحكم في عصر المعلومات فمرحبا بك في عالمك) لتعبر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات. الحقيقة الموجودة الآن أن الفيديو أضحت ركنا بالغ الأهمية داخل المواقع الإخبارية خلال السنوات الأخيرة بعدما كان سابقا مجرد جانب تعتمد فيه المواقع الإخبارية بالأساس على ما تنتجه الفضائيات أو ما تلتقطه هواتف الناس وينشر على يوتيوب.

هذا التطور بدأ خلال السنوات الأربعة الأخيرة ويظهر جليا أنه لن يتوقف عند هذا الحد، فخبراء الإعلام عبر العالم ينظرون إلى الفيديو كمكون أساسي في الإعلام الرقمي خلال المستقبل القريب، بشكل يجعل النص يأتي في المرتبة الثانية. وما يزكى تلك التوقعات هو ما نراه اليوم من هيمنة للفيديو في

<sup>1</sup> نهى السيد عبد المعطي: صحافة المواطن "تحو النمط اتصالي جديد"، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية، ط1، 2015، ص ص 16-26

الشبكات الاجتماعية، خاصة داخل الفاسبوك واليوتيوب، إذ يوجد نمو مخيف في رفع مقاطع الفيديو ومشاهدتها داخل هذين الموقعين الرائدتين. ظهرت فيديوهات أو مقاطع البودكاست في السنوات الأخيرة تزامنا مع ظهور الإعلام الجديد والوسائط المتعددة وما تمتاز به من حرية في التعبير وسهولة في إنتاج وإخراج هذه الفيديوهات دون الرجوع إلى هيئات معينة وكذا سهولته في النشر والوصول إلى أكبر عدد من الجماهير بعد أن كانت صحافة<sup>1</sup> المواطن تتمثل في التدوينات الإلكترونية والكتابة في مختلف المواقع التي تتيح ذلك ولكن مع التطور التكنولوجي الكبير وكذا تنامي فكرة صحافة المواطن وتطورها بدورها كذلك انتقالها من مجرد تدوين على مواقع التواصل بل أصبحت أكثر من ذلك إلى مقاطع قريبة من الاحتراف في التقديم من حيث التصوير والسيناريوهات وأهم من ذلك المواضيع الراهنة وأهم الأحداث الاجتماعية والسياسية وغيرها التي تهتم قطاع كبير من الجمهور المتابع. ونتيجة لهذا الإقبال من المستخدمين على هذه التقنية الصوتية قام موقع يوتيوب بتشجيع المبدعين وتحفيزهم للنشر داخل المنصة في برنامج شراكة من خلال خاصية "الأدسنس" وهو برنامج إعلاني تابع لشركة جوجل يعطي عائداً مالية مقابل الفيديو على اليوتيوب، فكان ميلاد البودكاست المرئي فأصحاب القنوات الفاعلة يمكنهم الانضمام إلى اليوتيوب كي يحققوا مكاسب من تلك الإعلانات التي تظهر قبل وبجانب فيديوهاتهم، وكما انتشرت فيديوهاتهم وحصدت مشاهدات أكثر كانت المكاسب أكبر لذلك فهم مستثمرون في الإبداع والنشر وتحسين جودة المحتوى حتى يحصل على انتشار واسع.<sup>2</sup> ومع مرور الوقت والعديد من التراكمات حتى ظهر ما يسمى البودكاست كنوع من أنواع الفيديوهات التي تحمل صفة الإعلام والتي تحمل كل من الأخبار والإعلام والجدية والفكاهة وغيرها. البودكاست هي فكرة ظهرت لأول مرة في الدول الغربية من خلال مقاطع فيديو قصيرة للشباب التي تنشر على موقع اليوتيوب حتى انتشرت في جميع أنحاء العالم وتبنيها من فئة كبيرة من الشباب الذي يرى فيها المنبر المناسب لإسماع أصواتهم وتقديم أفكارهم وانتقاد ما يجري من أحداث في العالم محلية كانت أو دولية من أحداث سياسية واجتماعية. وتعال مقاطع البودكاست العديد من المشاهدات حيث أنها تعكس الواقع المعاش بقوالب مختلفة منها ما تتبنى السخرية وأخرى جدية، وتلعب جودة الفيديوهات ولقطات وخاصة مضامين دوارا كبيرا في متابعة هذا النوع والتي تختلف عن غيرها من البرامج المقدمة على التلفزيون حيث أنها إنتاج سمعي بصري يحمل نصا مجهز وإنتاج لمادة إعلامية

<sup>1</sup> نهى السيد عبد المعطي: مرجع سابق، ص 63.

<sup>2</sup> أمل محمد خطاب: السلوك الاتصالي لمستخدمي التقنيات التكنولوجية المتطورة، دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والإشاعات المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة، جامعة بنها، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص 2.

كاملة تصور موضوع أو قضية شغلت مجتمع في قالب فيديو يحمل أغلب مقومات الإنتاج السمعي البصري الذي تحمله وسائل الإعلام التقليدية.

## 2. طبيعة البث والتدوين الصوتي بالبودكاست:<sup>1</sup>

يتم البث من خلال برنامج يقوم بتحميل ونقل وتشغيل الملفات المرفقة تلقائياً إلى أجهزة التشغيل مثل أي بود Ipod. ويحمل البرنامج الأول الذي استخدم في هذه التكنولوجيا اسم أي بود Ipodder بالاعتماد على لغة برمجة Applescript وقد كان البرنامج الأول مخصص لجهاز آي بود من آبل لكن هذا لم يبق حكراً عليه بل ظهرت برامج لكل الأجهزة الأخرى تعتمد على آكس أم آل XML ويطلق على الملفات بودكاستس Podcasts وهي ليست أغاني أو موسيقى فقط كما بدأت أولاً، بل تشمل الدراما والغناء والشعر والرياضة وتعليق على الأحداث السياسية والأخبار.

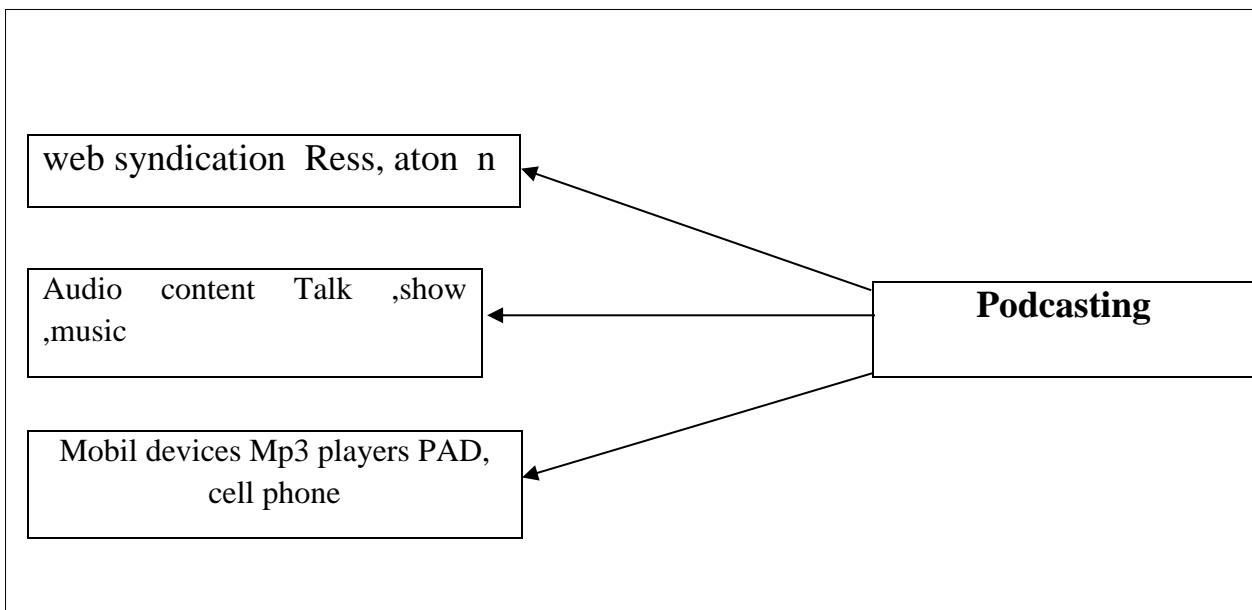
التدوين الصوتي هو تكنولوجيا لتوزيع الملفات الصوتية أو المرئية بواسطة نظام البودكاستغ من منتج إلى مستمعين بشكل ألي. والمدونة الصوتية هي باختصار برنامج صوتي وأحياناً مرئي على الأنترنت يمكن تنزيله من الأنترنت وعرضه على جهاز الكمبيوتر الشخصي أو على جهاز محمول مثل AppleIpod ليعمل من خلال Apple itunes وهي توفر على الشخص زيارة المواقع التي تبث ملفات صوتية بشكل دوري وتتيح له عبر الاشتراك فيها أن يتلقى على جهازه جميع هذه الملفات بشكل ألي حال صدورها، ومن تم الاستماع إليها في أي وقت يريد، كما يستطيع أن يستفيد من التقنية بتسجيل وإنتاج مدونته الصوتية الخاصة وبمجرد الاشتراك في الخدمة البث يقوم برنامج تلقي المدونة الصوتية بتنزيل حلقات البث حال صدورها. إن استخدام التدوين الصوتي يوفر على زوار الموقع زيارة الموقع كل فترة لرؤية ما إذا تمت إضافة أي مواد صوتية جديدة ومن ثم تنزيلها، كذلك الأمر إن إذا كان المدون يملك موهبة الشعر، فمن الممكن أن يسجل قصائده بصوته وينشرها، فالصلة التي بين المتكلم والمستمع أقوى وأشد ارتباطاً من تلك التي بين الكاتب والقارئ.

أما أكثر البرامج المستخدمة في التدوين الصوتي انتشاراً هو Itunes من شركة آبل وهناك برنامج يدعم العربية بشكل أفضل هو برنامج شهير آخر اسمه جوس Juice هذه البرامج تعمل في العادة وفق تكنولوجيتين، هما الملفات الصوتية بصيغة MP3 وملف RSS يحتوي على رابط الملف أو الملفات

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق: مرجع سابق، ص ص 227 - 229.

الصوتية، وعندما يشترك أحد الزوار في بث المدون، يقوم متلقي المدونة الصوتية بتفقد ملف ال RSS دوريا لرؤية ما إذا تم إضافة أي حلقات جديدة ومن تم تنزيلها. ويقوم المدون بعدة عمليات لبناء مدونته الصوتية تبدأ بالخطوة الأولى هي تسجيل مادته الصوتية، وتوجد العديد من المسجلات التي تتيح التسجيل بصيغة MP3 والخطوة الثانية رفع الملف إلى موقع المدون في الأنترنت. وأخيرا توفير رابط البث ال RSSFeed لزوار الموقع لكي يستطيعوا الاشتراك في البث

الشكل رقم (4): مكونات تقنية البودكاست



المصدر: Cindy yamaguchi, what is podcasting? Office of Technology and Distance Learning.

### 3 - أهم مواقع بث البودكاست:

تتمثل أهم مواقع بث البودكاست فيما يلي:

- أ. **يوتيوب والمشاركة في الفيديو:**<sup>1</sup> يقوم موقع يوتيوب YouTube على فكرة مبدئية هي: بث نفسك أو ذع نفسك Broadcast Yourself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع هواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير وكثير منها تم انتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم. ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليه الفيديو بلوغغ Video blogging ويعمل يوتيوب وفق المنظومة التالية:
- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي بي أي وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على مقاطع الأحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.

<sup>1</sup> حول البودكاستغ، انظر:

شعبية اليوتيوب أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى و مثيرا للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس الموقع لمفهوم إعلامي جديد هو ما يطلق عليه الترويج المتقاطع Cross Promotion بصفقات تبادل منافع وتوزيع مقاطع فيديو عبر الأنترنت إذ تقوم هذه المؤسسات الإعلامية مثل: وارنر ميوزيك وغيرها بعرض برامج قصيرة في الموقع تتضمن أخبارا ومقاطع فيديو موسيقية، ورياضة وترفيه كذلك فضلا عن ذلك أصبح يوتيوب وسيلة للترويج للفرق الموسيقية، وقد سمح الترويج للموسيقيين المستقلين بتقديم نماذج من مقاطع مصورة وموسيقية يصوت عليها فيما بعد جمهور اليوتيوب.

إن نموذج يوتيوب هو واحد فقط لمجموعة كبيرة من المواقع الشبيهة التي تعتمد على توزيع مقاطع الفيديو وإذ توجد بعض المواقع العربية التي تفرد جانبا لمشاركات الفيديو مثل: موقع العربية نت، لكنها لا تصل إلى الحجم الهائل الذي يحمله يوتيوب من مشاركات المقاطع المصورة ومن ضمنها الكثير من مقاطع الفيديو العربية.<sup>1</sup>

- ب. **موقع فيديو بودكاستس Video Podcasts**: يقدم هذا الموقع مقاطع مجانية من نوع كويك تايم Quick time ويتميز هذا الموقع بكثرة المقاطع القصيرة (3 إلى 5 دقائق) التي يقدمها.
- ج. **بودكاستفيديوز Podcast Videos**: يقدم هذا الموقع مقاطع مجانية من نوع كويك تايم، يتميز هذا الموقع بتقديمه البودكاست بطريقة منظمة حسب مجموعات، الأمر غير الموجود على الآيتيونز.
- د. **موقع أبيل APPLS**: يقدم هذا الموقع مقاطع مجانية من نوع كويك تايم، ومحتوى هذا الموقع هو الكثير من دعايات الأفلام بوضوح عالٍ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الموقع الإنجليزي لسيهان لنظم المعلومات على:

SAEHAN INFORMATION SYSTEMS , < <http://sis.salham.CD.Kr/> English >

<sup>2</sup>عباس مصطفى صادق: مرجع سابق، ص ص 264 . 265.

## المبحث الرابع: البودكاست الفكاهي; المرسل والمتلقي

### 1. صانعي مقاطع البودكاست في الجزائر:

دخلت الانترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفح الانترنت أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن واحد، أي أن الانترنت كوسيلة إعلامية صارت تعبر عن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين أو أنه أصبح تدفق متعدد الاتجاهات بفضل التطور التقني، وترجمته في وسائل مثل قواعد البيانات المتطورة، وتقدم تطبيقات الويب، بفضل هذا كله أصبحنا نجد مواقع تتيح لزوار الانترنت ومتصفحها تكوين حسابات يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الفيديو والصورة والصوت والنصوص على ما بإمكانه مشاهدة هذا المحتوى بدءا من التعامل والتداول الخاص جدا لدرجة الفردية وحتى التداول العام المفتوح للجميع كما أن هذه الخدمات تقدم مجانا كما أنها أصبحت تخلو من الرقابة إلى حد بعيد.<sup>1</sup>

أهم ما يميز النشاط والفاعلين مع أدوات الإعلام الجديدة:

- حرصهم على التعبير عن أنفسهم بحرية تامة وقضاء أغلب أوقاتهم أمام أجهزتهم المتصلة بالإنترنت التي غالبا ما تكون في منازلهم لسهولة الاتصال دون وقت محدد أو نظام معين بحد من استعمالهم للإنترنت.
- غالبا ما يكونون معارضين أو ساخطين على الأوضاع السياسية أو الاجتماعية الموجودة في الواقع لذا فأنهم يجدون في أدوات الإنترنت الجديدة متنفسا لهم للتعبير عن تلك الآراء المعارضة.
- الحرص على إتقان التعامل مع الانترنت بصفة عامة وأدوات الإعلام الجديدة لإيصال رسالتهم بشكل سريع وسهل.
- يلجأ إلى التنقّف والتعرض بشكل مستمر على مجريات الأمور في الساحة العالمية والمحلية لمواكبة كافة التطورات والتعبير عن آرائهم فيها.
- الكثير منهم لا يرجو من نشاطه الكسب المادي، وإنما هدفه الأساسي هو عرض وجهة نظره والتعبير عنها واستمالة الناس نحوها لتأييدها وهذه الفئة لا تجعل من المستوى التعليمي أو العلمي أو الحالة الاجتماعية عائقا في سبيل التعبير عن آرائها والتوضيح موافقا من قضايا مختلفة.

<sup>1</sup> انتهى السيد عبد المعطي: مرجع سابق، ص 56.

▪ عدم خضوعه للمحطة الإعلامية التي كانت تهيمن على الخبر وتنقله إلى الجمهور ما يجعل التحكم والسيطرة على الخبر من قبل السلطات أمرا صعبا ليحققوا بمجهودهم الفردي المتواضع مقارنة بما تملكه المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة من الإمكانيات في مجال ما يجعل التحكم والسيطرة على الخبر من قبل السلطات أمرا صعبا ليحققوا بمجهودهم الفردي المتواضع. فالمدون عليه تقصي المواضيع والتأكد من مصداقيتها قبل أن يتبنى الموضوع والتأكد من مطابقته للواقع من أجل تصوير حقائق الجارية في المجتمع بكل صدق للجمهور وبذلك يستطيع هذا الأخير تحسس الموضوع والرسائل التي تحتويها مقاطع البودكاست لذلك على المدون أن يحوي العديد من الصفات التي هي نفسها صفات الصحفي أو الإعلامي الناجح رغم أنه لم يكن أكاديمي في مجال الإعلام.<sup>1</sup>

#### الجدول رقم (04): أهم نشطاء مقاطع البودكاست في الجزائر.

أهم المدونين لمقاطع البودكاست في الجزائر	نسبة المشاهدة	طبيعة المواضيع
أنس بوزغوب "أنس تينا"	مشاهدات تقدر بـ 17 مليون	اقتصادية، اجتماعية، سياسية، ثقافية بقالب فكاهي ساخر من الواقع المعاش والتجارب الشخصية .
"عمارني شمس الدين " dz joker	17 مليون مشاهدة وأكثر من 200 ألف مشترك	مواضيع الحياة اليومية بطريقة كوميدية
يوسف زاروطة	24 مليون مشاهدة وأكثر من 300 ألف مشترك	نقد المواضيع التي تهتم الشباب الجزائري بذكاء و جرأة
عادل السويزي	15 مليون مشاهد و 200 ألف مشترك	مواضيع ذات طابع كوميدي وموسيقي
ميستر إكس كرس	7 ملايين مشاهدة و 60 ألف مشترك	فيديوهات ساخرة من الحياة السياسية الاقتصادية والاجتماعية اليومية في الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على أدبيات الدراسة.

<sup>1</sup> نهى السيد عبد المعطي: مرجع سابق، ص 68.

## 2. أهداف مقاطع البودكاست:

بعد انتشار ما يبثه البودكاست من برامج عن الحالات الإنسانية والواقع المرير التي يعيشها المواطن ومشاركتها بين المجتمع الجزائري مستخدما وسائل تقنية، وشبكة الإنترنت في التواصل والتفاعل مع الآخرين مما جعل الكثير من خبراء الإعلام يرون أنها أنهت بالفعل احتكار وسائل الإعلام التقليدية وأصبح المواطنين العاديين صحفيين ومصدرا مهما للمعلومات من خلال التدوين وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي كالفاسبوك الذي أصبح من المواقع التي يعلن فيها المدونين عن فيديوهاتهم الجديدة لتعبير عن آرائهم في القضايا الاجتماعية والرياضية والاقتصادية والسياسية. أهم ما يميز المحتوى الذي ينتجه المدونين وينشرونه على المواقع:

- **النشر على نطاق جماهيري:** فالمواد المنشورة موجهة إلى الجمهور العام من مستخدمي الإنترنت مع وجود جانب إبداعي في المحتوى ناتج عن التنوع لا يخضع لقواعد الممارسة الإعلامية لأن منتجه من أفراد الجمهور العام وليسوا من محترفي ممارسة الإعلام هو ما يطرح إشكالية قانونية عديدة منها الخصوصية والقذف والتشهير. تأثيرها الكبير في المجال السياسي وذلك لأن تسجيل والتصوير والربث لا يتطلب مهارات كبيرة ومستوى ثقافي مثل الكتابة وصناعة محتوى إعلامي مصور وإعداد السيناريوهات. ملامسة واحتواء مجالات الإعلامية الأخرى مثل التصوير والإنتاج والمونتاج وكتابة سيناريوهات انطلاقا من تحديد المضامين والمواضيع الأكثر جدلا وقالب المناسب لها حسب تقرير مركز pew للبحوث لعام 2010 جذبت مواد الفيديو التي تغطي موضوعات وقضايا سياسية على موقع اليوتيوب 21% من حجم مشاهدات زوار الموقع وجذب الشؤون الخارجية والدولية 26% مقارنة ب 15% على ترتيب بين إجمالي مشاهدات عينة من الجمهور الأمريكي لوسائل الأمريكية الإخبارية المعروفة. وفقا لتقرير مركز الأبحاث وتطوير لعام 2012 بلغ عدد تسجيلات الفيديو على شبكة يوتيوب 650 مليون قطعة (مادة إعلامية) ويتزايد هذا العدد بنحو 500 ألف تسجيل فيديو يجرى وضعها على موقع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نهى السيد عبد المعطي: مرجع سابق، ص 69.

### 3. جمهور تقنية البودكاست:<sup>1</sup>

يسعى المدونون للوصول إلى أقصى عدد من المتابعين وكسب جمهور كبير الذي هو بدوره ينتج هذا النوع من أجله ويتطرق إلى المواضيع التي تهمة والتي تأثر عليه وعلى قراراته.

فجمهور البودكاست أو الفيديو التشاركي جمهور فني بشكل كبير مهتم بالمواضيع والمحتويات التي يتطرق إليها المدونون والتي أغلبها تمس الحالة الاجتماعية والسياسية التي يعيش فيها وتأثر على توجهاتهم وآرائهم نظرا لتأثير الكبير الذي يمتاز به منتجي الفيديو التشاركي من خلال رسائلهم وتعليقاتهم التي تتبع من قبل المجتمع الذي ينتمي له كلاهما، كما أن سرعة انتشار الانترنت وسهولة استخدامه وإمكانياته التي تجمع بين مميزات الوسائل الإعلامية والاتصالية المطبوعة والمسموعة والمرئية قد هيا الظروف لظهور ومزيد من صحافة الانترنت التي أخذت تتبارى في تطوير تقنياتها وتنوع مضامينها وتوسيع نطاق خدماتها حتى أصبح لها شعبيتها وجمهورها الذين هم في ازدياد مطرد على العكس من الصحف الورقية والتلفزيونية التي تناقص جمهورها بشكل واضح.

واستطاعت مقاطع البودكاست أن تسجل حضورها الإيجابي في الحياة العامة إذ بدأت تؤثر في الوعي السياسي والاجتماعي لجمهورها الذي يشكل الشباب الجزء الأكبر منهم حيث قدمت لهم التنوع الذي يعشقونه وأعطتهم الفرصة للتواصل والتعبير عن أنفسهم وعما يشغلهم والتعليق عن الأحداث وإشباع رغبتهم في انتقاد أوضاعهم، فجعلت الشباب ليس متابعاً فقط بل مفكر ثم مشاركاً في الأحداث من حوله.

<sup>1</sup> نهى السيد عبد المعطي: مرجع سابق، ص 70

## المبحث الخامس: تقنيات صناعة البودكاست الفكاهي:

### 1. خصائص المحتوى الاتصالي عبر البودكاست:

يراد بالبودكاست اليوم أن يمثل تجربة ماثعة ومعرفية خفيفة تستحوذ على اهتمام المستمع والمشاهد ولكنها في ذات الوقت تمثل تجمعا متنوعا من الموضوعات الحياتية والثقافية التي تستهدف رصد الظواهر بلغة تحريرية أكثر ثباتا، في المقابل، يبحث الجمهور عما يرضيه من المحتوى المتوافق مع تطلعاته وميوله ورغباته، فيما هو أشبه بالتطلعات نحو العودة للعصر الذهبي للصحف الجادة، ولكن بطريقة أكثر إمتاعا وأقل تقييدا. إن المحتوى الرقمي الجيد سيد مساحته من الانتشار والتداول والتفاعل بينما ينفر الجمهور سريعا من المحتوى الأقل أهمية بالنسبة له، والذي لا يمثل محتوى جديرا بالمتابعة والتفاعل.<sup>1</sup>

في المقابل، يشكل العنصر المعرفي في تجربة البودكاست أساسا للمحتوى، فهو متصل بقناعات الجمهور بأن ما سيجده مهم ومفيد له بالضرورة. ولهذا فإن تجربة سماع حلقة واحدة لم يتم الاهتمام بمحتواها قد تعني نهاية علاقة هذا الجمهور مع قناة البودكاست. ولذا يتابع الجمهور قنواته المفضلة عبر البودكاست لقناعاته التامة بأن المحتوى سيكون جاذبا ومفيدا.<sup>2</sup>

لقد كانت وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة مجسدة لنيل اهتمامات الجماهير بصورة موحدة بحيث تبدو الرسالة عائمة في عالم البث. مع هذا كانت الاتهامات موجهة لوسائل الإعلام حول خلقها للقيود التحريرية المستمرة على المحتوى الإعلامي، في حين يقدم البودكاست نفسه على أنه منتج مخصص لمن يطلبه من الجماهير. وعلى هذا الأساس، يعكس البودكاست بصورته المعمقة والآخذة نحو معيارية المحتوى وانسجامه مع متطلبات الصحافة الإلكترونية من تفاعلية ورجع صدى مجالا جديدا نحو التخلص من القيود التقليدية للمؤسسات الإعلامية.

<sup>1</sup> سمية اليعقوبي: البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى، دراسة حالة بودكاست الجزيرة، معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة، 2020، ص 13.

<sup>2</sup> لمياء المقدم: البودكاست فرصة ذهبية تهبها الصحافة العربية، معهد الجزيرة للإعلام، 2017، متاح على الرابط:

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/articale/287>

## 2. كيفية إنتاج مقاطع فيديو لليوتيوب:<sup>1</sup>

يتم إنتاج مقاطع الفيديو عن طريق :

أ. إستراتيجية (البودكاست) المحتوى العمودية: ويقصد بذلك إنشاء قنوات متخصصة على اليوتيوب

تخاطب جمهورا محددًا يشترك بنفس الاهتمامات والمواضيع حيث تسمح الإستراتيجية ب:

- تحديد الجمهور المستهدف وتشكيل جمهور جديد.
- إعداد قوالب جاهزة للمنصات ومحتوى معين.
- توزيع المواضيع التي يركز عليها فريق العمل.
- محتوى سهل ويمكن مشاهدته أكثر من مرة.

ب. قياس أداء المحتوى ومدى نجاحه: من خلال:

- تحديد سلوك جمهورك
- رسم السياقات وأنماط المحتوى.
- معرفة من يشاهد ويقرا ويسمع ويتفاعل مع المحتوى.
- تحديد أداء المحتوى.

ج. فئات المحتوى: وتتمثل في:

▪ **التعليم:** ويقصد الناس اليوتيوب للتعليم وإثراء معلوماتهم، وهو منصة غير مفيدة للأخبار العاجلة، ولكنها مهمة لمقاطع الفيديو التوضيحية مثل كيفية عمل النظام الانتخابي في دولة ما.

▪ **الترفيه:** برامج الواقع وبرامج التلفزيونية في ظل الإعلام الساخر والموسيقى والمحتوى الأصلي للمستخدمين من أجل جذب الجمهور للمنة.

▪ **الإلهام:** يبحث جمهور اليوتيوب عن القصص الملهمة التي تثير العواطف وتهمهم مثل: قنوات العلامات التجارية وقنوات البودكاست التي تنتج محتوى بصريا مثيرا.

د. القيم التي يحتويها اليوتيوب: اليوتيوب يقدر المحتوى الجيد الذي يقاس ب:

▪ **مدة المشاهدة:** مجمل الوقت الذي يقضيه المستخدمون على قناتهم.

▪ **الاحتفاظ بالجمهور:** نسبة مشاهدة كل فيديو.

<sup>1</sup> إنتاج الفيديو لشبكات التواصل الاجتماعي، معهد الجزيرة للإعلام، الصفحة: 30-35.

- **جلسة المشاهدة:** الوقت الذي يقضيه المستخدم في مشاهدة عدة مقاطع فيديو متلاحقة من برنامج واحد أو على قناة واحدة والذي يتفاعل فيه مع ما يشاهده.
- هـ. **تشفير الفيديو:** تتمثل في:
  - فيديو اتش. 264 مع ملف صوتي aac في صيغة mov أو mp4.
  - نسبة عرض إلى ارتفاع لا يزيد عرضها عن 1280 بيكسل وقابلة للقسم على 16 بيكسل.
  - معدل الإطار لا يزيد عن 30 إطار في ثانية (fps).
  - صوت ستيريو بمعدل عينة 44.100 هرتز.
  - حجم الملفات الفيديو يجب أن لا يزيد عن 4 جيجابايت.
- و. **أدوات بناء المؤثرات الصوتية:** تشمل أنظمة الواقع الافتراضي أدوات بناء المؤثرات الصوتية بكل أنواعها خاصة نظم بناء الصوت المجسم Sound 3D الذي يمثل عنصرا مهما من عناصر إضفاء الواقعية على الواقع الافتراضي، ففي الواقع الحقيقي تكون كل الأصوات التي نسمعها متعددة الأبعاد والنغمات أو الدرجات فمثلا يخفت صوت الطائرة ويتناقص تدريجيا كلما كانت تبتعد، كما يمكن أن يأتي الصوت من كل جانب في صالة مؤتمرات أو موسيقى أو سينما، وقد تكون له أصدااء في جوانب أخرى وهذا ما ينبغي أن نجده أيضا في النظام الصوتي الخاص بالواقع الافتراضي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق: **الإعلام والواقع الافتراضي**، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2018، ص 60.

الجدول رقم (05): مراحل العملية الإنتاجية للبودكاست

الترويج والتفاعل	التصميم الصوتي	تسجيل الحلقة	مراجعة النص النهائي	مرحلة البحث	الاجتماع التحريري المصغر واختيار الضيف	البحث المبدئي	الانتقاء الذاتي للموضوعات المقترحة وجدولتها وفق أجندة
------------------	----------------	--------------	---------------------	-------------	--	---------------	---

المصدر: سمية اليعقوبي: البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى، معهد الجزيرة للإعلام 2020، ص 16.

### 3. علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية:

إن الحديث اليوم عن تنبؤات انحسار الراديو واختفائه تدريجياً من الماضي، بعد مرحلة تعززت فيها هذه الفرضية مع انتشار المنصات الرقمية، لاسيما خاصية "الفيديو حسب الطلب" video on demand التي تسمح للمستخدمين بالمشاهدة عند الطلب. حيث أصبح معروفاً أن الجيل الألفية يفضل المحتوى القصير لما يوفر من معلومات بشكل سريع، وتشير الأرقام إلى ارتفاع معدل انتشار البودكاست نسبة تتراوح بين 10% أو 20% في السنوات الأخيرة مع زيادة مطردة لنسبة المتابعين، في حين أخذ العديد من المشاهير البارزين خطوة باتجاه البث الإذاعي الجديد.

ومع بروز أشكال جديدة مثل: التدوين الصوتي والبودكاست والكتب الصوتية، استطاعت الأخيرة أن تكون محط اهتمام كثيرين، بعدما ارتفعت مبيعاتها في العالم مقابل انخفاض مبيعات الكتب الإلكترونية. فهل يصبح المحتوى الصوتي منافس جديد للتدوين الإلكتروني حيث بلغت المدونات الإلكترونية دورة انتشارها بين 2005 و 2007 حيث كان المشاهير يدونون ممارساتهم اليومية، وهو ما

لفت انتباه الجماهير، ولم تقتصر المدونات الالكترونية على مشاركة آراء الناس وأفكارهم بل تعدت إلى أغراض أخرى مثل: التعليم مشاركة الأخبار والترفيه.

وفي ظل الشعبية الكبيرة التي حظيت بها المدونات الالكترونية اشتد التنافس بين الشركات الكبرى لاستحواذ على المدونات ذات التأثير، واشترت شركة "aol": the huffinton post مقابل 315 مليون دولار<sup>1</sup> بيعت أيضا المدونة الشهيرة "viral nova" مقابل 100 مليون دولار<sup>2</sup> هذه الأرقام دفعت الشباب إلى مجال التدوين الإلكتروني، حتى وصل عدد التدوينات الالكترونية التي تنشر شهريا إلى أكثر من 80 مليون تدوينه<sup>3</sup> لكن المؤلف رامساي تابلين يقول إن المدونات التي بدأت عام 2018 مقدرها أن تفشل وذلك لأسباب كثيرة أهمها تراجع عدد زوار المدونات تدريجيا وانعكس ذلك سلبيا على الجمهور، ودفعه إلى الهروب نحو أنواع محتوى آخر.<sup>4</sup>

وبالرغم من أن التدوين الصوتي حدث النشأة، فإن أعداد حلقات البودكاست في العالم حسب شركة "ابل" شارفت على نصف مليون<sup>5</sup> وهو رقم ليس بالقليل إلا أنه مازال يكل من التدوينات الإلكترونية 0.6% المتوفرة على الأنترنت.

يعد جمهور البودكاست وفيا وملتزمًا بمتابعة حلقاته وهو ما أظهره استبيان لشركة "نيلسن" إذا أكد 35% من متابعي البودكاست أنهم استمعوا إلى كامل الحلقات البرامج التي يتابعونها حتى تلك انتجت قبل البدء بمتابعتها<sup>6</sup> بينما أكدا 45% منهم استمعوا بالبودكاست الذي يستمعون له وقد يكون السبب في ذلك أن منتجيه يشاركون المواضيع المطروحة مع الجمهور، وهذا من التجربة أكثر إنسانية بالنسبة للمستخدم. بإمكاننا أن نعتبر إننا نعيش في عصر انتشار البودكاست فقرابة 80% من جيل الألفية يحمل هاتفا ذكيا واحدا على الأقل<sup>7</sup> مما سهّل عملية إنتاج البودكاست والاستماع ومشاهدته في أي وقت وفي مكان خصوصا أن كل برامجه توافره خدمة "rss" وقنوات اليوتيوب حيث يتم تحميل الحلقات أولا بأول بمجرد توفرها من قبل معدّ البودكاست، وهي تسهيلات جعلت 50% من الشعب الأمريكي مهتما ومتابعا لبودكاست واحد على الأقل.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> تاريخ الزيادة 2019/12/06 على الساعة 10 سا <http://www.podCastinghacks.com/blogging/-/vs-podcasting>

<sup>2</sup> [http://www.podcastinghacks.com/blogging/\\_vs\\_podcasting](http://www.podcastinghacks.com/blogging/_vs_podcasting).

<sup>3</sup> [https://howtomakemyblog.com/blogging\\_statistics](https://howtomakemyblog.com/blogging_statistics) .

<sup>4</sup> [https://www.blogtyrant.Com/why\\_99\\_/pront\\_of\\_blogs\\_wilfail](https://www.blogtyrant.Com/why_99_/pront_of_blogs_wilfail).

<sup>5</sup> <http://vriety.Com/2018/bi/new/podct-/film.tvdevelopment-1202684555> .

<sup>6</sup> <https://www.podcastinights.com/podcast/statistig>

<sup>7</sup> <https://dolphinuz.com/blog/single33/millennials>.

<sup>8</sup> [https://com/us/en/insights/reports/2017/inelsen-podcast-insights-g3\\_2017.html](https://com/us/en/insights/reports/2017/inelsen-podcast-insights-g3_2017.html) .

عالميا تعتبر كوريا أكبر منتج لحفقات البودكاست. أما عربيا فلا تزال صناعته في طور النمو، إذا تبلى عدد برامجه المتوفرة على الانترنت في العالم العربي نحو 1365<sup>1</sup> كما أن قائمة الدول الأكثر إنتاجا له حول العالم لا تضمن بلدا عربيا واحدا.

### المبحث السادس: الفكاهة ومضامين البودكاست:

#### 1. الفكاهة والمجتمع:

إن الفكاهة تضرب بجذورها في أعماق الطبيعة الإنسانية والنشاط الإنساني وأنها ليست مجرد سلوكيات متعلمة بل إنها قد تشمل على جانب وراثي كبير يرتبط بالجينات والبيولوجيا المميزة للإنسان حيث يمكن لكل منا أن يني محسا فكاهيا خاصا به الذي يميزه عن غيره من البشر ويحدث على الرغم وجود تداخل كبير خاص بتذوق الفكاهة بين الناس على مستوى الأسرة والمجتمع والدولة والإطار الثقافي العام، ومن الوظائف الاجتماعية للفكاهة ما يلي:

- تحقيق التواصل والاتصال والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات.
- ممارسة التحكم في سلوك الآخرين عن طريق السخرية مثلا أو عن طريق إثارة الاهتمام وإزالة الخوف والتشجيع من خلال تجاوز الرسميات.
- تعكس الفكاهة كذلك الفروق في المكانة التراتبية (الأعلى والأدنى) بين الأفراد والجماعات.
- قد تستخدم الفكاهة في مهاجمة السلطة بأشكالها كافة (السياسية أو الدينية أو الأسرية).
- قد تستخدم الفكاهة في نقل المعلومات التي تشتمل على اتجاهات وبيانات معينة يراد من الناس معرفتها أو الحذر منها. وكذلك لتعزيز التماسك الاجتماعي بين الأفراد والجماعات.
- تعمل الفكاهة على حدوث حالة من التطهير الجماعي للانفعالات السلبية المتراكمة بفعل أحداث الحياة السياسية والاقتصادية السيئة.
- قد تعمل الفكاهة على تحديد أنماط السلوك المقبول من خلال النشاطات الطقسية لبعض المهرجين في المجتمعات الحديثة وذلك من خلال النقد والسخرية والكشف للعيوب الاجتماعية السائدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [https://ar\\_podcast.com](https://ar_podcast.com).

<sup>2</sup> شاكر عيد الحميد: **الفكاهة والضحك رؤية جديدة**، عالم المعرفة، سلسلة شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1978، ص ص 220-211.

## 2. أشكال البرامج الفكاهية: <sup>1</sup>

- أ. برامج فكاهية متعددة المواد: والمقصود بها أن يتضمن البرنامج مجموعة من المواد المستقلة تماما عن بعضها والتي لا يربطها إلا هدف واحد هو الإضحاك.
- ب. برامج فكاهية تعتمد على وحدة الموضوع: أي أنها بعكس الفئة الأول من البرامج تقوم على بناء متكامل يبدأ منذ بداية البرنامج وينتهي بنهايته ولا يعتمد على مجموعة متفرقة مختلطة من المواد، وتتحقق وحدة الموضوع في هذا النوع من البرامج من خلال الأساليب التالية:
- أن تعتمد البرامج على مجموعة معينة من الشخصيات الثابتة تتكرر في كل حلقة مع اختلاف الموضوع.
  - قد لا يعتمد البرنامج على مجموعة معينة من الشخصيات، إنما يكتفي بالاعتماد على شخصية فكاهية واحدة تتسلط عليها الأضواء وهي وحدها التي تتكرر في البرنامج مع اختلاف الموضوع ومع اختلاف الشخصيات المساعدة.
  - وقد لا يتضمن البرنامج أية شخصية ثابتة على إطلاق.
- ج. برامج فكاهية تعتمد على الاستعراض الخفيف: أي أن يتضمن البرنامج مجموعة من المواد بعضها في شكل تمثيلية فكاهية، وبعضها الآخر في شكل "مونولوجات" خفيفة ومضحكة وبعضها في شكل موسيقى من النوع الخفيف الراقص.
- د. برامج فكاهية مسلسلة: يعتمد هذا النوع من البرامج على فكرة التمثيليات المسلسلة من حيث وحدة الموضوع وتسلسل هو من حيث ثبات الشخصيات. ومن شروط التي يجب توافرها لنجاح برنامج فكاهي نذكر:
- أن تكون الشخصيات التي تعتمد عليها البرامج شخصيات حية مليئة بالحرارة فلا مجال هنا لشخصيات تثير في نفس المتلقي تحفظا من أي نوع، وإلا كانت النتيجة ليس فقط سقوط الشخصية بل سقوط البرنامج كله.
  - أن يعنى برسم الشخصيات الثانوية، فإن أي إهمال في هذا الشأن يكون من شأنه عدم بروز الشخصية الرئيسية على النحو الذي يريه البرنامج.

<sup>1</sup> كميل موفي: البرامج الثقافية في الإذاعة، مجلة الفن الإذاعي، العدد 188، القاهرة، 1922، ص 49.

- محاولة الوصول باستمرار إلى أفكار جديدة واعتماد البرنامج على الموقف الفكاهي وليس على المتناقضات اللفظية وحدها، وإلا كانت النتيجة وقوع المتلقي الدائم للبرنامج في حالة من الملل.
- سرعة الحركة في البرنامج كله بحيث يبدو وكأنه استعراض سريع مرح، فالبطء عدو البهجة والسرور.
- إيجاد المتناقضات الكافية، فالمتناقضات هي أسهل طريقة للحصول على فكاهة راقية بعيدا عن مجرد اللعب بالألفاظ.

### 3. السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي:<sup>1</sup>

يستمتع ملايين من الناس بالخدمات التي يقدمها الفايسبوك لمستعمليه وذلك بفضل الخدمات التواصلية التي يقدمها لهم. لكن بعد أن غيرت إدارة الفايسبوك سنة 2010 السؤال الذي تطرحه لتحديث الحالة من ماذا تفعل؟ إلى بما تفكر؟ أصبح مضمون تحديث الحالة أكثر اهتماما بالتعبير عن الرأي في مواضيع تهم حياتهم اليومية في جميع تظاهراتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، بالإضافة لذلك أصبح الناس أكثر اهتماما بخلق مجموعات أو شبكات اجتماعية أو الانضمام إليها وأصبحت هذه المجموعات أو الشبكات أكثر انتشارا وأكثر عددا من تلك الموجودة على أرض الواقع، وأصبح الرابط بين الأفراد يتعدى البعد المكاني، وأصبح الرأي والمصلحة هما الرابطان الأساسيان اللذين ينظمان هذه المجموعات. وتشكل نتيجة لذلك نظام تواصل اجتماعي يركز أساسا على التواصل اليومي بين أعضاء هذه الجماعات . لقد استعمل رواد الفايسبوك كل الوسائل في تفاعلهم اليومي مع الآخرين، وقد اختار بعضهم التعبير الساخر لنقد الأوضاع والتعليق على الأحداث وإبداء المواقف وقد اختلفت مستويات التعبير حسب المستوى الثقافي والتعليمي وتم اللجوء إلى اللغة الدارجة أحيانا، نظرا لحمولتها الثقافية الحية لتحقيق الأثر الساخر وإيصال الرسالة.

كما تم استعمال الوسائل التقنية الإلكترونية لتحقيق الأثر الساخر وإنتاج المضحك كالترباط والتنظيم الشبكي، لكن يجب التأكيد في ملاحظة أولية أن وسائل التعبير الساخرة لا تقل أهمية عن تلك الموجودة في النص الأدبي وتتوفر على خاصيات جمالية تطبعها بطابع فني يجعلها جديرة بالدراسة.

<sup>1</sup> محمد مفضل: السخرية في الثقافة الرقمية دراسة ثقافية للخيال النثري للقيم الثقافية والفلسفة اليومية على الفايسبوك، دار أبي رقرق للطباعة والنشر، 2014، ص ص 47 - 51.

فالسخرية تتوفر على مخزون هائل من الوسائل الفنية المنتجة للضحك والنقد الاجتماعي والسياسي وتعتبر حاليا من الوسائل الأكثر استعمالا في وسائل الإعلام وشبكة الانترنت، ونظرا لأثرها الفعال في نقد الأوضاع الاجتماعية والسياسية فقط أصبحت تثير الكثير من الجدل والنقاش والمعارضة من القادة السياسيين وأصحاب المصالح والذين يكونون الأهداف المفضلة لمستعملي السخرية من الصحفيين ورسامي الكاريكاتور ومنشطي البرامج الساخرة على القنوات الفضائية. وقد ساهم انتشار استعمال الفيسبوك واستعمال السخرية من طرف رواده في إعطاء دفعة جديدة للسخرية كصيغة للنقد الاجتماعي والسياسي.

تستعمل السخرية كل الوسائل الفنية الكفيلة بنقد الآخر عن طريق إبراز عيوبه وتناقضاته في استعمال سلطة معينة، من بين هذه الوسائل نجد المبالغة والتصوير الكاريكاتوري والفكاهة والمحاكاة الساخرة وغيرها من الوسائل البلاغية واللغوية والتعبيرية الساخرة التي يزخر بها أرسيف هذه الممارسة النقدية عبر التاريخ وفي كل الحضارات وثقافات الشعوب المختلفة.

من الأكيد أن الفضاء الافتراضي يوفر حرية أكثر للممارسة السخرية وهذا يسمح للسخرية بتجاوز الحدود الخفية والمنظمة بالقانون لا يمكن نسبيا تجاوزها في الواقع الفعلي. وقد كان لها أثر كبير على أساليب السخرية واللغة المستعملة ومضمون ومادة المنشور الساخر ومقارنتها للطابوهات السياسية والاجتماعية.

#### 4. المضامين السياسية الساخرة:

يعتبر علماء الاتصال السياسي البرامج الساخرة من أبرز أساليب الاتصال السياسي في الوصول إلى الجمهور، ويؤكدون على أهميتها في تعزيز قيم الديمقراطية، ورفع الفاعلية السياسية في المجتمعات وبالرغم من اتفاقهم على الدور الذي تلعبه هذه البرامج، فإنهم يختلفون حول تصنيفها، فمنهم يعدها امتدادا لدور الصحافة في مراقبة السلطة ونقدها، لذلك تمثل صحافة من نوع مختلف يقوم على الأسلوب الساخر بديلا عن القالب الجاد، فيما يراها البعض مجرد أخبار ترفيهية تهدف إلى التسلية والترفيه وتختلف عن القالب الصحفي المتمسك بالحياد والموضوعية.<sup>1</sup>

وبينما تعد التجربة الغربية راسخة وعريقة في السخرية، فإنها لا تزال تجربة يافعة في المجال العربي نتيجة القهر السياسي التي تفرضه طبيعة الأنظمة السياسية، وقد برز هذا الأسلوب بفعل هامش

<sup>1</sup> عبد اللطيف حيدر: البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة فاعلية الخطاب النقدي وآليات اشتغاله، مركز الجزيرة للدراسات، 2019، ص 2.

الحرية الذي اتسع مع الثورات العربية مطلع 2011، لذلك فإن دراسة السخرية السياسية عربيا باعتبارها قالباً جديداً لا تزال محدودة وتتسم بنوع من العمومية، حيث تتطلب معالجة عميقة تتطرق إلى الأثر الفعلي الذي تحدثه في الشارع العربي، ومدى قدرتها على تشكيل الفضاء العام العربي والتشجيع على الانخراط في النقاش المجتمعي ورفع منسوب المعرفة السياسية في المجتمعات ما يسهم في التهيئة لعملية التحول الديمقراطي<sup>1</sup>

لقد اتسعت موجة السخرية وأصبحت منتشرة على نطاق واسع في الشاشات العربية وفي وسائل التواصل الاجتماعي - موقع اليوتيوب تحديداً - وأصبحت تستقطب مشاهدات واهتماماً لافتاً، خصوصاً في الفترة الأخيرة ويتضح ذلك من خلال نسب المشاهدة العالية التي باتت تستقطبها هذه المضامين. وتمثل السخرية أحد أساليب التعبير عن الذات والآراء واتجاهات الإنسان حول الواقع من حوله، بل هي أيضاً وسيلة للنقد، والهجوم، والمقاومة. ويعبر أحد الكوميديين البريطانيين جون كلينز (John Cleese) عن الأثر الذي يحدثه الأسلوب الكوميدي في طبيعة الاتصال والتواصل قائلاً: "إذا تمكنت من جعلك تضحك معي ستعجب بي أكثر، وهذا سيجعلك منفتحاً أكثر مع أفكارى، وإذا استطعت إقناعك بأن تضحك معي حول أحد الموضوعات التي ناقشتها، بضحك عليها أنت تقر بالحقيقة"<sup>2</sup>. وتستطيع السخرية الهدم أسرع من أي جانب بإمكانه إعادة البناء. و يقول هنري برجسون (Henri Bergson): "إن الهزل يتوجه إلى الذكاء الخالص".

<sup>1</sup> عبد اللطيف حيدر: مرجع سابق، ص 2.

<sup>2</sup> Michel waller , Ridicule as a Weapon , Puplic Diplomacy white paper , no 7 , 2006 , p 2 .

### خلاصة:

وفي الأخير يمكن القول أن عصر المعلومات أفرز انتشارا هائلا لتكنولوجيات الاتصال وعلى رأسها الإعلام الإلكتروني حيث أنه أحدث الكثير من التغييرات التي ارتبطت بعملية صناعة الرسالة الإعلامية كما ألغى احتكار وسائل الإعلام التقليدية حيث أصبحت المدونات الإلكترونية فضاءات مفتوحة للحوار والمشاركة بطرح العديد من القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية بقلب فكاهي وأسلوب كوميدي لإثارة الضحك والتنفيس وتوجيه الرأي العام بالاهتمام بالقضايا المطروحة، وكذلك كشف الحقائق الخفية من خلال تطبيقات صوتية ومرئية متمثلة في تقنية البودكاست الفكاهي.

## الفصل الثالث: الرأي العام السياسي في الجزائر.

تمهيد

### المبحث الأول: محددات الرأي العام

- 1- أنواع الرأي العام
- 2- وظائف الرأي العام
- 1- أهمية الرأي العام
- 2- الرأي العام وخصائص المجتمع المعاصر

### المبحث الثاني: الرأي العام و تكوينه

- 1- تكوين الرأي العام و أركانه
- 2- متغيرات تكوين الرأي العام
- 3- خصائص الرأي العام
- 4- أساليب تغيير الرأي العام
- 5- العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام
- 6- فاعلية الرأي العام و وسائل الإعلام

### المبحث الثالث: قياس الرأي العام

- 1- ماهية قياس الرأي العام ودوافعه
- 2- أهمية قياس الرأي العام
- 3- مشكلات قياس الرأي العام
- 4- الإعلام وتشكيل الرأي العام
- 5- المتلقي في عملية الاتصال السياسي

### المبحث الرابع: معايير الاتصال السياسي

- 1- العلاقة بين الإعلام والسياسة
- 2- الاتجاهات المعاصرة في العلاقة بين الإعلام والسياسة
- 3- أشكال ومستويات الاتصال السياسي
- 4- المعايير المحددة لطبيعة علاقة السلطة السياسي برأي العام واتجاهاتها
- 5- الإعلام و الرأي العام السياسي

خلاصة

## تمهيد

تمثل ظاهرة الرأي العام أحد مظاهر التقدم الحضاري، ومظهرا من مظاهر الأنظمة الديمقراطية في العالم، حيث ساهمت في تطوره العديد من العوامل، لعل أهمها على إطلاق الثورة التكنولوجية، والتحولت الرقمية الهامة في مجال وسائل الاتصال، والتي مكنت من سرعة انتقال المعلومات، وتدفعها، وإيصالها إلى عدد كبير من المتلقين في نفس الوقت، ويعتبر الاتصال السياسي عنصرا مكونا للديمقراطية، حيث أصبحت حدود الواقع الإعلامي لوسائل الإعلام التقليدية تتغير في ظل البيئة الافتراضية المعبرة عن الرأي العام كونها وسيط أساسي واستراتيجي للوصول إلى الجماهير العريضة عبر شبكاتها الاجتماعية المختلفة.

## المبحث الأول: محددات الرأي العام

### 1. أنواع الرأي العام:<sup>1</sup>

توجد أنواع متعددة للرأي العام طبقا للعديد من المعايير التي تستخدم في تقسيم الرأي العام يعبر عن الرأي السائد في منطقة جغرافية معينة أو في إحدى المحافظات داخل الدول، حيث يرى بعض الباحثين أن للمجتمع المحلي خصائص متمثلة في الانتماء، الصغر، التجانس والاكتماء الذاتي.

#### أ. تصنيف الرأي العام حسب النطاق الجغرافي:

- **الرأي العام الوطني "national":** يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز بعدة خصائص منها: التجانس التنبؤ به وبأبعاده وردود فعله عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز ووحدات بحوث الرأي العام. ومعالجته للمشاكل الوطنية.
- **الرأي العام الإقليمي "rejonal":** هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاوزة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية أو موضوع يمس مباشرة مصالح هذه المجموعة، ويدور حول الجدول والنقاش وله عدة مقاومات أهمها:

- المصلحة المشتركة وتأتي في الترتيب الأول من الأهمية.

- الارتباط التاريخي.

- تقارب التقاليد والعادات والمعتقدات.

- تقارب اللغة والثقافة.

- تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية أو تقاربها إلى حد كبير.

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: **الرأي العام "الأسس النظرية والجوانب المنهجية"**، عالم الكتب، القاهرة "الطبعة الأولى"، 1997، ص ص 35-45.

▪ **الرأي العام العالمي "international"**: ويقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التي توافقا في الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة، وهو سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر.

**ب. تصنيف الرأي العام حسب عنصر الزمن:**

▪ **الرأي العام اليومي "Daily"**: وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية خاصة السياسية وما تنتشره وسائل الإعلام المختلفة، والشائعات، والمصالح المباشرة للجماهير، وهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا، ويتقلب من يوم إلى آخر.

▪ **الرأي العام المؤقت "temporary or momentary"**: وهو الذي يتم حول الحوادث طارئة ولمدة محدودة وينتهي بمجرد أن ينتهي التفاف الجماعة حول الحادث أي يزول بزوال المشكلة.

▪ **الرأي العام الدائم "permanent or enduring"**: هو الرأي العام الثابت الذي يدوم فترة طويلة، ويتصف بالاستقرار ويتأثر أساسا بالعوامل الحضارية، ويتميز بأنه أكثر رسوخا، ويساعد على إرساء القواعد الأساسية للرأي العام ويتصل اتصالا قويا بالثوابت الوطنية كالدين والأخلاق والتقاليد، أي يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويتميز بالقوة والعمق للتفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع.

**ج. تصنيف الرأي العام حسب درجة الظهور:**

▪ **الرأي العام الواقعي "active"**: يظهر فيما تنتشره وسائل الإعلام المختلفة، فيما يظهره الناس في أحاديثهم ومناقشتهم من تعليقات وما يترتب عليه من أفعال وتصرفات وسلوك.

▪ **الرأي العام الكامن "latent"**: يظهر عندما تكون هناك مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف معين ورغم إحساس الناس بالمشكلة فإن رأيهم لا يتحدد بوضوح ولا يتحول اتجاههم إلى سلوك إيجابي ويقفون موقف اللامبالاة.

**د. تصنيف الرأي العام حسب درجة التأثير والتأثر:**

▪ **الرأي العام المسيطر أو القائد**: ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء والإعلاميين والسياسة، وهم الذين يقودونه ويقومون بإرشاده وتوجيهه، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام ولكنهم هم الذين يؤثرون في هذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار.

▪ **الرأي العام المنقّف**: يمثل هذا النوع المتعلمون والمنقّفون في المجتمع، ويختلف حسب درجة التعليم والثقافة ويتأثر بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة حسب مستوى الوعي والثقافة.

▪ **الرأي العام المشتاق أو المنقاد**: هو هذا النوع من الرأي خاص بالأمنيين ويتأثر هؤلاء بالأجهزة الإعلامية المختلفة، كما يتقبلون كل ما ينشر أو يعرض أو يذاع دون التفكير في مضمون الإعلام، كما يتقبلون الشائعات ويكونون عرضة لحملات الدعاية.

## 2. وظائف الرأي العام:

يقصد بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد وأهداف أو برامج وتفضيلات حيث تحد المهام المنوطة بالرأي العام في التاليين:<sup>2</sup>

2.1 وظائف الرأي العام في المجال السياسي: يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية:

- **التأثير على القرار السياسي:** من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تبنى على الرأي العام.
- **التأثير على الانتخابات:** تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام ويمارسون السلطة في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.
- **التأثير على الحكم:** من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين إنجاح خطط الدولة: حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه بتوجهها لذا تسعى الدولة إلى دعوة الناس للمشاركة في الوضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في خلق رأي عام مساهم ومتفاهم ومشارك معها.
- **تحديد ملامح السياسة الخارجية:** حيث أن له دور هام في هذا، من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة، حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لا بد والى حدود معينة أن تأخذ في اعتبارها رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله.
- **التحديث السياسي:** أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلفها حركة التغيير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل هذه العملية.
- **إصدار القوانين والتصديق عليها:** حيث أن القوانين ما هي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن الجميع ويسعون إلى تحقيقها، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهيئة الأذهان لها ومحاولة التأكد من وعي الرأي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها كما حدث في مصر عام

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، ص 59.

1977 عندما قررت الحكومة رفع الأسعار واضطرت بعد ذلك إلى خفضها إلى ما كانت عليه نتيجة لعصبية الرأي العام، فهذا يؤكد على مدى قوته لإلغاء القوانين.<sup>3</sup>

## 2.2 ومن الوظائف الاجتماعية للرأي العام ما يلي:

- **وظيفة الرقابة الاجتماعية:** تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق وعادات المجتمع لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تتنافى وأوامر الشرع وحرمان الناس، بل ويفرض الرأي العام على الغرباء نفسه حينما يعيشون تحت مظلة هذا المجتمع. ومن خلال هذا يحافظ الرأي العام على المثل والقيم الأخلاقية في المجتمع فهو الذي يوجه تيار اللوم والتحفيز تارة والتكريم والتشريف تارة أخرى حسبما يكون المسلك متفقاً عليه أو غير متفق عليه.
- **تطوير الحياة الاجتماعية:** حيث أن تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية له والتي تظهر في قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما يحتاج منها إلى علاج وهو ما يحدث غالباً تحت ضغط الرأي العام. كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات في مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها. ولذلك فالهيئات بمختلف أنواعها الرياضية والتعليمية والعلمية... تحتاج لإرضاء الرأي العام ومساندته ليحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها وتوقفت عن العمل، بل لا تنجح من دون مساندته.
- **التعبئة الاجتماعية:** مثل إصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه، حيث أن إخفاءها يؤدي إلى الإضرار بالحكومة إذ يؤثر في قدر على التعبئة الاجتماعية لذلك فإن القضاء على الشائعات من خلال سياسة عرض الحقائق يخلق تأييداً.

<sup>3</sup> عاطف عدلي العبد: الرأي العام والفضائيات - دراسة في ترتيب الأولويات، ص 46.

### 3. أهمية الرأي العام:

إن من أسباب الاهتمام والتأكيد المتزايد علي أهمية الرأي العام، انتشار الديمقراطية وتوسيع التصويت كذلك نمو وانتشار التسهيلات التعليمية وإتاحة الفرصة لكل الطبقات، وتزداد أهميته بسبب تحسين الاتصال كذلك التغييرات الاقتصادية كان لها تأثير عميق علي الرأي العام، فالإنتاج الجماهيري والاستهلاك الجماهيري نشأ عنه ضغط البيع والإعلان والمداهنة أو التملق، كذلك الصراع لكسب دعم الرأي العام في المجال الدولي، وأخيرا فإن الرأي العام له أهميته المتزايدة لأن السياسات العامة تحتاج دعم وتعاون عدد كبير من أفراد الشعب، ويبدو هذا أوضح في أوقات الحروب، وحتى في أوقات السلم يحتاج إلي دعم الرأي العام بصورة واسعة لإنجاز سياسات عديدة داخلية وخارجية مالية وغيرها.

وهذه مشكلة كل الحكومات علي السواء.<sup>1</sup> وهناك عدة عوامل ساهمت في زيادة الاهتمام بدراسة الرأي العام وهي:<sup>2</sup>

- **زيادة عدد السكان:** ويقصد بذلك زيادة عدد الذين يشتركون بصفة إيجابية في الشؤون العامة ولذلك أصبح التعرف علي اتجاهات المواطنين وآرائهم أكثر أهمية من ذي قبل.
- **نمو وانتشار التعليم:** ويرجع ذلك إلي أن زيادة نسبة المواطنين المتعلمين تؤدي علي أرجح احتمال إلي مشاركتهم بدرجة أكبر في الحياة العامة، وذلك بما يعبرون عنه من أفكار وآراء وتطلعات، كما أن التعليم قد يدفع بالصفوة المثقفة في المجتمع إلي التعبير عن عدم رضائها بالواقع القائم والرغبة في تغييره وذلك بفضل ما لها من معلومات ونشاط أكثر، ومن ثم أصبح الاهتمام باتجاهات الرأي العام المثقف ومواقفه من قضايا التغيير الاجتماعي أكثر إلحاحا من أي وقت مضى. وقد أدى تطور وسائل الاتصال الجماهيري إلي مضاعفة أهمية الرأي العام، وذلك لأن التطور التكنولوجي المذهل الذي حدث وخاصة منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية، قاد إلي التقريب بين اتجاهات الرأي العام في مختلف الدول وأصبح ما يحدث في أي مكان يتردد صداه ذلك.
- **تطور وسائل الاتصال:** في كل مكان، وبصورة فورية، ذلك أن تطور الوسائل الاتصالية الجماهيرية سهل توصيل الأخبار وردود الأفعال عليها في الحال لقطاع كبير من الناس، وحتى الأميون أصبح بإمكانهم الحصول علي المعلومات الخاصة بالأحداث المحلية والإقليمية والدولية من خلال الراديو والتلفزيون، ومن ناحية أخرى فإن هذا التطور قد ضاعف من قدرة القائمين علي وسائل الاتصال في تشكيل آراء الناس وتطويع اتجاهاتهم.

<sup>1</sup> محمد عبد القادر أحمد: دور الإعلام في التنمية دار الرشد للنشر، بغداد، 1982، ص 84.

<sup>2</sup> معتصم بابكر مصطفى: الإذاعات الدولية وتشكيل الرأي العام، مطابع السودان للعملة، الخرطوم، 2000، ص ص 91-93.

وهذا الارتباط واضح في وقت الحرب، بمعنى انعكاسات الحروب السلبية علي السكان المدنيين أنفسهم كما أن تأييد الرأي العام في وقت السلم فالسلمُ يعتبر أمراً أساسياً لتنفيذ الكثير من السياسات العامة المحلية والخارجية وما يتصل بها من إنتاج واستهلاك أو تطبيق القوانين أو التشريعات أو غير ذلك وينسحب ذلك الارتباط علي الدول ذات النظم الشمولية أو الديمقراطية علي حد سواء. ويتفق العلماء والمفكرون والباحثون علي أهمية الرأي العام فهو له ديناميته وقواه وأهدافه وآثاره، واتجاهاته ومقوماته والرأي العام هو تعبير حر عن أفكار وتصورات الجماهير الشعبية من خلال نسق المشاعر والمعتقدات فهو حكم الجماهير بالنسبة لفاعل أو حادث، وهو تعبير إرادي وجماعي تصدره الشعوب وينبثق عن الجماعات ومجموع الاتجاهات والمعتقدات والقيم.

- **اشتداد الصراع من أجل كسب الرأي العام:** ويعني ذلك المحاولات التي تبذل باستمرار من أجل استمالة الرأي العام (المحلي والدولي) وجعله ينحاز لطرف معين، سواء كان هذا الطرف يمثل دولة أو مجموعة من الدول، أو حزب أو جماعة داخل الدولة نفسها، ويأتي ذلك علي سبيل الاقتناع بأهمية الرأي العام في تحقيق أو تعطيل البرامج السياسية أو الاقتصادية أو العسكرية.
- **زيادة ارتباط الرأي العام بالسياسة العامة:** ولقد اعترف العلماء والساسة بأهمية الرأي العام ومكانته الكبيرة في حياة المجتمع البشري بعدما أكد وجوده ودوره المؤثر والفعال في تاريخ الأمم والشعوب وتتمثل أهمية الرأي العام في قدرته علي حشد الصفوف وتوجيهها وجهه معينة وفي مدى قدرته علي إقناع الجماعات وجعلها سلسلة القيادة.

والرأي العام هو السلطة الجماهيرية التي تعمل علي تقييم وتقويم الأعمال والأقوال الصادرة عن الساسة والمسؤولين في شتى المواقع.

وبناءً علي هذا فإنه من الأهمية بمكان تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق التي تمكنهم من الحكم علي مختلف الأمور، ذلك أن الجمهور الذي يعرف الحقائق، والذي يكون علي بينة من الأمر يرتفع لديه مستوي الوعي وتتسع مداركه وترتقي مكانته ومن ثم يستجيب بشجاعة وحرص في كل المهمات وهذه هي القاعدة التي تقول أن الجماهير الواعية التي تفكر بعقلها وتتصرف بوعي من وجدانها وضميرها ولا يمكن أنتزاع ثقتها إي أحداث مهما كان عاصفة أو عاتية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محي الدين عبد الحلیم: **الرأي العام في الإسلام**، دار الفكر العربي للطبع والنشر، ط2، القاهرة، 1990، ص 17

أصبح الرأي العام يلعب دوراً أساسياً في تحديد طبيعة النظام وفي تشكيل الأفكار والآراء السياسية مما أدى إلى ظهور الرأي العام كعامل فعال في اتجاهات الفكر السياسي وفي اتخاذ القرارات السياسية وتعددت مجالات الرأي العام وتشعبت اتجاهاته، وذلك في النظم السياسية المعاصرة سواء على المستوي المحلي أو الإقليمي أو الدولي.<sup>1</sup> لذلك فإن الاهتمام بالرأي العام كمادة علمية، لم يقتصر على الكتب والدراسات وإنما امتد ليشمل أيضاً وجود مراكز متخصصة في الرأي العام وطرق قياسه ومعرفة اتجاهاته، كـمعهد "جالوب" في الولايات المتحدة الأمريكية والذي بدأ باستطلاع الرأي حول موضوعات تجارية تخص الشركات والأسواق والزبائن، ثم انتقل هذا الاهتمام باستطلاعات الرأي وقياسه لاسيما في قضايا الانتخابات للرئاسة الأمريكية، وقد صاحب ذلك انتشار معاهد مماثلة لهذا المعهد في معظم دول العالم. وفي الحقيقة فإن أهمية الرأي العام عظمت بعد الحرب العالمية الثانية حيث كان الاعتقاد السائد أن السبب في الحروب هي الدبلوماسية السرية، وإن إخفاء المعاهدات عن الشعوب والاتفاقيات هي التي أدت إلى نشوب الحرب الثانية، ولهذا ظهر تيار قوي ينادي بأن تكون الاتفاقيات الدولية علنية، وأن تطلع الشعوب على كل المفاوضات والقاء الدبلوماسية السرية وإطلاع الشعوب على حقيقة الأمور. ويقول "دجورفيس"، أن أولئك الذين لا يعترفون بالرأي وقدرته الجمهور على تكوين رأي لا يعترفون برأيي رجل الشارع والجماهير الشعبية وبأن الجماهير والأفراد علي قدر من الذكاء بحيث يستطيعون اتخاذ مواقف واعية ومفيدة اجتماعية إزاء القضايا السياسية والاجتماعية.

والرأي العام يكتسب أهمية خاصة في الدول النامية، حيث تتوقف التنمية إلى حد كبير علي حاجة الشعب وإحساسه بالتنمية. إن الدول النامية تُعاني من مشاكل تتعلق بمواردها البشرية منها: انخفاض مستوى التعليم وارتفاع نسبة الأمية.

إضافة إلى التشرذم والسكن الريفي بعيداً عن مراكز المدن. كل هذا جعل المواطن لا يهتم بأمور بلاده ولهذا فإن استشارته تُعتبر جزءاً هاماً من عملية التنمية التي تنهض بها الأقطار النامية، طالما أن الشعور بالمشكلة هو مفتاح الحل لها وهنا تأتي أهمية الرأي العام، وبالرغم من جهود الحكومات المختلفة في هذه الدول فإن الرأي العام مازال دون الطموح في أخذ دوره في عملية البناء والتنمية الشاملة التي تنتشدها هذه البلدان.

اشتد اليوم الاهتمام بالرأي العام لأنه يلعب دوراً مهماً في بناء مدخلات السياسة العامة، ووضع أوليات اهتمامات صانعي القرار، وأمكن للرأي العام أن يلعب هذا الدور المهم والقوي في صنع القرارات

<sup>1</sup> سعيد السراج: **الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة**، الهيئة العامة المصرية للكتاب، ط 2، القاهرة، 1986، ص ص 22-

لارتباطه بنظام الاتصال الذي يمارس دوره بالقوة نفسها، من حيث تهيئة الرأي العام لقبول القرارات التي تتوي السلطة السياسية اتخاذها أو بالمقابل إضعاف شرعية بعض القرارات.<sup>1</sup>

#### 4. الرأي العام وخصائص المجتمع المعاصر:

إن ظاهرة الرأي العام تتبع من خصائص المجتمع السياسي تعكس هذه الخصائص بوضوح وتبعا لطبيعة المجتمع نفسه، بالإضافة إن الظاهرة كونها ظاهرة سياسية تتسم أيضا بكونها ظاهرة حضارية، لذا فهي لا تعكس خصائص المجتمع السياسي حسب، وإنما المناخ الحضاري العام الذي ينتمي إليه ذلك المجتمع<sup>2</sup> ومن الخصائص التي اتسم بها الرأي العام في علاقته بأدائه الوظيفي داخل المجتمع السياسي المعاصر نذكر:

- طغيان الأبعاد الإيديولوجية.
- انهيار الحواجز بين المجتمعات السياسي من خلال التقارب الأيديولوجي، الظاهرة الاقتصادية بروز ظاهرة الإدماج السياسي.
- طغيان صفة الجماهيرية في المجتمع السياسي.
- التطور التكنولوجي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد خليفة الصديق: أثر الرأي العام في التغيير السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، 2005، ص 3.

<sup>2</sup> حامد ربيع: مقدمة في علوم السلوكية، الطبعة الثانية دار الجيل للطباعة والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 1981، ص 245.

<sup>3</sup> حميدة سميسم: نظرية الرأي العام، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2005، ص ص 15-23

## المبحث الثاني: الرأي العام و تكوينه:

### 1. تكوين الرأي العام و أركانه:<sup>1</sup>

تناول العديد من الخبراء والباحثين "عملية تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة في هذا التكوين. ويذهب البعض إلى ضرورة توفر عدة شروط لتكوين الرأي العام كحكم تصل إليه الجماعة في قضية من القضايا المهمة، ومن بين هذه الشروط:

- إن تكون القضية المثارة بكل حقائقها، عن طريق القادة أو أجهزة الإعلام أو الجماعات أو الهيئات والمؤسسات العامة.

- أن تكون هناك مناقشات حول القضية المطروحة

- أن يكون الاتجاه الذي تتخذه الجماعة في هذه القضية متفقاً مع قيم ومعتقدات وأفكار هذه الجماعة.

### أ. المدخل السياسي لتكوين الرأي العام:<sup>2</sup>

يذهب بعض الباحثين في العلوم السياسية إلى تكوين الرأي العام إزاء قضية ما، يمر بخمس مراحل على النحو التالي:

- **مرحلة إدراك المشكلة:** وفي هذه المرحلة تؤدي وسائل الاتصال الجماهيري دوراً مهماً في إثارة الاهتمام بالمسكلة.
- **مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآراء:** حيث تظهر وجهات النظر المختلفة في تصور المسكلة وحلولها، بالمجتمع الذي تثار فيه.
- **مرحلة الصراع:** الذي يبدأ من عملية المناقشة كما يبدأ بالأفراد وينتهي بالقوى الاجتماعية القائمة فيصبح صراعاً فتوياً أو طبقياً.
- **مرحلة البلورة والتركيز:** حيث تؤدي عملية الصراع إلى وضوح الأبعاد والمفاهيم، فتبدأ وجهات النظر في الالتقاء والتقارب والوصول إلى الحلول بالنسبة لنقاط معينة.
- **مرحلة الرضا والاتفاق:** مع استبعاد الآراء المتطرفة والوصول إلى الحلول الوسط بالنسبة لبعض النقاط، بحيث يصبح هناك رأي معين يحوز رضا الأغلبية وقبولها، كما تتخلى المعارضة عن موقعها بالنسبة للموضوع المطروح، ويتم استيعاب ما اتفقت الجماعة على أنه مظهر من مظاهر التعبير عنها، وقد يصبح جزءاً من روح الجماعة.

<sup>1</sup> عبد الله زلطة: **الرأي العام والإعلام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 49

<sup>2</sup> عبد الله زلطة: **مرجع سابق**، ص ص 53-57

ب. المدخل الإعلامي لتكوين الرأي العام:

- يرى العديد من أساتذة وخبراء الإعلام أن هناك عوامل عديدة تتدخل في تكوين الرأي العام هي:
- وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة.
  - قادة الرأي opinion leaders ذوي التأثير الكبير على معلومات ومواقف وآراء وسلوك الملايين من أبناء المجتمع.
  - التنشئة الاجتماعية والسياسية للأفراد، خاصة الأطفال الذين يستوعبون كما من المعلومات في طفولتهم تؤثر في سلوكهم مستقبلا.
  - الشائعات وتعتبر من اقوي العناصر التي تؤثر في تكوين الرأي العام -سلبيا وإيجابيا- حيث تقوم على انتزاع بعض الأخبار أو المعلومات ومعالجتها وتحريفها.
  - أشكال الاتصال المواجهي المباشر، كالدورات والاجتماعات والمؤتمرات، واللقاءات، والزيارات. ومنه يمكن حصر أهم العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام فيما يلي:
- البيئة التي يعيش فيها الأفراد.
  - التنشئة الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها من أساليب ومجالات التنشئة.
  - تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية.
  - نوعية الثقافة السائدة في المجتمع.
  - التراث الثقافي الذي يلعب دورا مهما في تهيئة الأفراد للقيام بأفعال والاستجابة لأفكار معنية تحدد أنماط سلوكهم الاجتماعي.
  - القيم السائدة التي تمثل الإطار الذي يحتوي الرأي العام.
  - المشكلات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يواجهها الأفراد في حياتهم اليومية.
  - الأوضاع القائمة داخل الدولة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية.
  - تأثير الأسرة باعتبارها الخلية الأولى التي ينشأ الفرد في كنفها ويتأثر بتأثير بالغها بعباداتها وتقاليدها وقيمتها.
  - المؤسسة التعليمية كالمدرسة و الجامعة، إذ لاشك أنها تؤثر في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم وآرائهم وأفكارهم، مما ينعكس بدوره على الرأي العام.
  - العقيدة الدينية، التي تتضمن الأسس الأخلاقية والأوامر والنواهي والتعاليم والقيم المؤثرة في تكوين الأفراد والجماعات.
  - دور القادة والزعماء، وهؤلاء يمكنهم النهوض بالرأي العام وتنويره وجعله رأيا عاما مستنيرا متقفا واعيا، كما أن بإمكانهم كما يحدث في معظم الدول النامية، أن يجعلوا الرأي العام منساقا منقادا ولا دور يقوم به في سن القوانين والتشريعات وإبداء الرأي الايجابي في القضايا المصيرية التي تهم جميع أبناء الوطن.

### 1.1 أركان الرأي العام<sup>1</sup>:

إذا كان الرأي العام هو وجهة نظر الأغلبية تجاه قضية معينة وعامة وفي زمن معين، تهم الجماهير وتكون مطروحة للنقاش والجدل بحثا عن حل يحقق الصالح العام، فإن أركان هذه الظاهرة تتمحور حول النقاط الآتية:

أ. **وجهة نظر الأغلبية:** وهذا يعني مبدئيا احترازا ضروريا وموفقا من التعميم، أي أنه رأي غالبية وليس رأي الجميع. لأن القول بأن الرأي العام، تعبير عن وجهة نظر الجميع هو أمر قليل الحدوث عمليا، كما أن القضية التي يتشكل حولها الرأي العام تصبح حصيلة الدعم الذي تلقاه من غالبية المواطنين عبر المناقشة والجدال.

وهذا لا يتم من خلال الاقتراع أو التصويت، وإنما من خلال رصد الموقف الذي تتخذه غالبية المواطنين من القضية المطروحة للنقاش. ويمكن اللجوء إلى أساليب ومناهج قياس الرأي العام لتأكد من طبيعة الموضوع الذي يكون الرأي العام الغالب قد تبناه.

ب. **قضية عامة تهم غالبية المجتمع:** إن هذه العبارة تمثل قيدا حقيقيا يخرج به الرأي العام من دائرة التعميم إلى دائرة التخصيص لأن الرأي العام يكون وجهة نظر تجاه كل قضية على حدة.

فالجماهير لا تناقش غالبا إلا القضايا التي تهمها وتشعر أنها تؤثر على قضية من قضاياها، سوى المعيشية أو الوطنية، وإذا كان الفرد يتمتع برأي شخصي تجاه القضايا العامة إلا أن تواجد هذا الفرد في جماعة ما، يجعل سلوكه مختلفا، بحيث يتأثر بالجماعة ويصبح اجتماعيا، لأن للجماعة سلوكها الخاص المتميز عن سلوك الأفراد الذين يكونونها.

ج. **في زمن معين:** وفي هذا التعبير احتراز ضروري من التداخل الزمني وما يؤدي إليه من تذبذب في اتجاهات الرأي العام. فالرأي العام قد يختلف من زمن إلى زمن آخر حسب معطيات كل زمن وما يستجد فيه من أحداث ومؤثرات.

إن الرأي العام إذ يرتبط بفترة زمنية معينة، فإنه بذلك يتميز عن التقاليد والعادات التي تتسم بالثبات والديمومة والرسوخ أي أنها تعود إلى زمن لا تعرف بدايته وتستمر إلى زمن لا تعرف نهايته. لكن الرأي العام، بحكم طبيعته وظروف تكوينه، لا يكون منفصلا عن البعد الزمني وبالتالي، فإن وجهات نظر الجماهير تجاه قضية عامة تتبدل تبعا للظروف ووفقا للمتغيرات السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية أو الوطنية أو القومية أو الدولية، أو ما إلى ذلك من متغيرات.

د. **المناقشة والجدل:** إن تكون الرأي العام وتمحوره ول قضية معينة لا يتم بصورة صحيحة وصادقة إلا إذا طرحت القضية التي تهم الجماهير للمناقشة وتم تبادل الآراء حولها. أي أن التوصل إلى موقف للرأي العام من القضايا المطروحة يستلزم بيئة ديمقراطية تفسح المجال لجميع التيارات

<sup>1</sup> هاني رضا، رامز عمار: **الرأي العام والإعلام والدعاية**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998، ص ص 21-23.

والاتجاهات لتعبر عن مواقفها بحرية وبدون أي ضغط أو تخويف يحول دون تعبير الناس عن مواقفهم الحقيقية واتجاهاتهم، ويحول تاليا دون تبلور رأي عام واضح وصادق من القضايا المطروحة.

وإذا كان الرأي العام ظاهرة تتسم بالحساسية، فذلك لأن هذه الظاهرة ترتبط بالبيئة السياسية التي تتحرك في إطارها، بحيث يصبح الرأي العام معيارا لموقف الجماعة من قضية معينة. وهذا متاح لمؤسسات الإحصاء والاستفتاء التي تسعى لرصد مواقف الناس من القضايا المطروحة وذلك في الأنظمة الديمقراطية التي تسمح بمثل هذه النشاطات. ويؤدي هذا الأمر إلى منح الناس فرصة لتحديد مواقفهم وسلوكهم تجاه قضية معينة مطروحة للحوار. غير أنه من غير المسموح دائما إخضاع أية قضية للمناقشة والجدل. فالقضايا التي تكتسب صفة المسلمات الدينية خاصة في المجتمعات التقليدية خارج مجال المناقشة، وينطبق هذا الأمر على المجتمعات الديكتاتورية.

هـ. تحقيق الصالح العام: عندما يتبنى الرأي العام وجهة نظر معينة، يكون الدافع إلى ذلك هو البحث عن حل يراه، من وجهة نظره، الأكثر ملائمة لمواجهة المشاكل المطروحة. فالمصلحة العامة ترتبط بالبيئة الاجتماعية السائدة، وبطبيعة المشاكل المطروحة، إضافة إلى الثقافات والسياسات المتبعة في بلد معين.

## 2. متغيرات تكوين الرأي العام:

سيتم تركيز على متغير مهم وعلاقة هذا المتغير بالرأي العام ويتمثل في:

- **القادة والقيم السياسية:**<sup>1</sup> إن القيم بحكم طبيعتها هي تجريدية ومطلقة، وبالتالي في إحكام مسبقه تجاه موقف معين، تعبر عنه وتنطلق منه نحو تحديد التعبير عن هذا الموقف.
- وهنا تبرز العلاقة الواضحة بين الرأي العام والنظام القيمي للجماعة السياسية ولكن تظهر علاقة القيم بالقادة وبالتالي التأثير في الرأي العام من خلال عملية التفاعل كون القادة تمثل قيما معينة بذات القيم السياسية وبالتالي مصالح الجماعة تحكمها تلك القادة، فهي بهذا المعنى دائما حقيقة بشرية، ومن ثم فإنه تتبع منها من حيث طبيعتها ومن حيث كيفية مزاولتها لسلطاتها ولمزاياها من قيم معينة هي انعكاس لخصائصها كحقيقة حركية، وهذه القيم تتجدد في الشخص القائد وبمجرد أن تتبلور في محيط العلاقات الإنسانية الذي تتبع منه وتتحدد به، لا بد أن تحدث عملية تحرك في داخل المجتمع بين فئاته من حيث علاقة تلك الفئات بذلك القائد، حيث هو ذاته يتوسط الوجود الاجتماعي، فإذا بنظام القيام يتصاعد من القادة وإذا بالفئات الاجتماعية المختلفة تقترب أو تبتعد من القادة، إذن فالقادة تعني توزيعا للقوى.

<sup>1</sup> حميدة سميسم: مرجع سابق، ص 101 - 102.

■ **الحضارة والثقافة:** تعتبر الثقافة من أكثر المتغيرات تأثيرا وقدرة على صياغة الرأي العام واتجاهاته فالترابط الحضاري بين الماضي والحاضر يميز الثقافة السائدة، وهذا ما يجعل تأثير التقاليد الثقافية والخبرة التاريخية، من أكثر العوامل المؤثرة في البنية الشخصية للفرد، ويجعلها تتحكم بخصوص مواقفه وردود أفعاله واتجاهاته، الأمر الذي ينعكس على رأيه الشخصي وعلى الرأي العام اللذين ينطلقان من هذه الخبرة وتلك التقاليد في التعبير عن المواقف والاتجاهات. وهذا يقودنا بدوره، إلى تأثير الحضارة ونمط الحضاري على الرأي العام من جانب وعلاقة الحضارة في هذه العملية بالثقافة من جانب آخر.

أما خصوصية الحضارة والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالذاتية الثقافية، إن لم نقل إنها تعبير عن هذه الخصوصية فإن تأثيرها في عملية اتخاذ الرأي أو تحديد اتجاهات الرأي العام تجاه موقف معين، ينبع في حقيقة الأمر من كون الثقافة تجدد لكل فرد انتماءه إلى إحدى الجماعات ومجال الاتصالات داخل الجماعات.

■ **متغير الدين:** إن تأثير الدين بخصوص ظاهرة الرأي العام ينطلق من مفهوم سياسي، وهو أن الدين باعتباره أحد أنظمة المجتمع، جزء من نسق يتأثر ويؤثر في العمليات الاقتصادية والسياسية في المجتمع وفي أنماط الأسرة والتكنولوجيا وفي طبيعة المجتمعات المحلية، وتتحدد طبيعة هذه العلاقة بشكل دقيق من حيث كونها علاقة تفاعلية، فلو تغير أحد أجزاء النظام فإن كل الأجزاء قد تتأثر بطريقة أخرى، أي أن الدين كظاهرة ينظر إليه على أنه في تفاعل مع الأنظمة والقوى الاجتماعية في المجتمع.

### 3. خصائص الرأي العام:

الرأي العام هو نتاج عملية تنصرف فقط على المواقف والظواهر الاجتماعية والسلوك الإرادي فالانطباعات وردود الأفعال حول المواقف والطبيعة مثلا كالكوارث لا يمكن أن تكون رأيا عاما. الرأي العام هو محصلة بنائية متتالية المراحل لا تجري بمعزل عن أوضاع وظروفه فهذه العملية بمراحلها المتتالية تتضمن كثيرا من التفاعلات المختلفة التي تبدأ بملاسات تكوين الرأي العام، ثم التعبير عنه وتنتهي بطرح نتائجه السياسية وما يترتب عليها من ردود أفعال.<sup>1</sup> الرأي العام يمثل سلوكا كامنا في بعض المواقف وظاهرا في بعضها وقد يكون مجرد وجهات نظر أحيانا وقد يكون تعبيرا صريحا لفظيا وحركيا في أحيان أخرى.

<sup>1</sup> جمال سلامة علي: الرأي العام بين الكلمة والمعتمد، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2010، ص 26

إن الرأي العام رغم أنه تعبير إرادي إلا أنه استجابة لمثيرات معينة فقد يكون الرأي العام مستمرا أو غير مستمر وقد يكون مؤسسا على الترشيح والتعقل الذي يقوم به الزعماء والمفكرون وقد يكون لتقليل أثر دافع أو رغبة لم تتحقق، للتخفيف من حدة خيبة الأمل.<sup>1</sup>

ضرورة توفر الحرية ومعرفة المعلومات والمناقشة بعيدا عن الرترهيب لكي نستطيع الحديث عن وجود رأي عام.<sup>2</sup> كما أن هناك بعض الخصائص التي يتعلمها الجمهور من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية وهي:

- **الثبات والتقلب:** يعتبر الرأي العام ظاهرة متغيرة، فيندر أن يثبت الناس على حال واحدة فالرأي العام يبدو غير ثابتا ومتغيرا، لكنه في حقيقة الأمر مستقر داخل إطار أوسع من الاتجاهات الداخلية التي توجه سلوكياته وأعماله المختلفة، وكذلك مستمر وثابت ضمن إطار أوسع من التوجهات العامة السائدة فيه.
- **التبرير:** وهو العملية التي يقوم المجتمع على الجانب النفسي في حالة القلق والخوف والمشاكل بتقديم أهداف أخرى بديلة تخفف عليهم وطأة القلق والخوف والتي تكون متأصلة في المجتمع<sup>3</sup> وهناك آليات للتبرير السيكولوجي وهي السبب العارض، تحفيز الهدف، إرجاع الفشل إلى تضافر الآخرين ضد الجماعة.
- **الإبدال:** وهو استبدال هدف صعب دف سهل، أي تحول الرأي العام نحو قضايا من السهل مواجهتها واتخاذ مواقف وأحكام بشأنها، فمثلا عندما ساءت الأحوال الاقتصادية في فرنسا بسبب الركود الاقتصادي تعالت الأصوات المناهضة للمهاجرين من العالم الثالث وانتشرت الحركات العنصرية المتطرفة المعادية لهم.<sup>4</sup>
- **التعويض:** ويقصد بذلك قيام المجتمع الذي يتعرض لنوع معين من الأزمات ولا يستطيع حلها إلى تعويض هذا النقص من خلال إبراز صفات أخرى كالثورة والتاريخ باعتباره تاريخ مشرف وذو أهمية وهو ما نجده كثيرا في دول العالم الثالث وذلك لصرف النظر على المشاكل والأزمات.
- **الإسقاط:** وهو تفسير أعمال الغير، بحسب ما يدور في أنفسنا وبحسب ما تتبنى من أفكار ومبادئ.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سعيد يماني العوض: **أسس العلاقات العامة للأخصائي الاجتماعي**، دار المهندس للطباعة، القاهرة، 2007، ص 197

<sup>2</sup> هاني رضا، رامز محمد: **الرأي العام والإعلام والدعاية**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، ص ص 26-27.

<sup>3</sup> عاطف عدلي العبد: **نظريات الإعلام والرأي العام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 126.

<sup>4</sup> هاني رضا، رامز محمد: **مرجع سابق**، ص 28.

<sup>5</sup> عاطف عدلي العبد: **مرجع سابق**، ص 126.

■ **التقصص:** وهو أن تأخذ صفات الآخرين وتنسبها لنفسك، فبعد حرب 1976 مثلاً أخذ الرأي العام يدعو إلى التثبيت بالمقاومة التي تخوضها الفيتنام ضد الأمريكان أي تقمص شخصية الشعب الفيتنامي لمواجهة العدوان والهزيمة التي حلت بالدول العربية.<sup>1</sup>

#### 4. أساليب تغيير الرأي العام:<sup>2</sup>

ثمة معطيات متنوعة تسهم في سرعة تغيير الرأي العام من مؤيد إلى معارض أو العكس أو أنه يلتزم الحياد، والكلام على أغلبية الرأي العام وليس أقليته، فالوعي الذي يتميز به الجمهور، واستعداده لقبول تبني الأفكار المعروضة. فضلا عن المعلومات التي يمتلكها بشأن القضية يسهم في تعزيز النقاشات بشأن القضايا التي تهم المجتمع، ويقسم خبراء الإعلام أساليب تغيير الرأي العام على ما يأتي:

■ **أسلوب التكرار والملاحقة:** يعد أسلوب التكرار والملاحقة من الأساليب المؤثرة في تغيير الرأي العام، إذ قال وزير الدعاية الألماني **غوبلر:** "اكذب اكذب حتى يصدقك الناس"، ويعني اعتماد أسلوب التكرار في التعامل مع المعلومات المراد إيصالها إلى الجمهور، لأن النجاح في تغيير الرأي العام لا يكمن في بث آلاف البيانات فحسب بل في التركيز على بعض الحقائق، ولفت أنظار الجمهور إليها.

■ **أسلوب الإثارة العاطفية:** تركز كثير من الحملات الدعائية التي تستهدف تغيير الرأي العام على إثارة العواطف، لاسيما الدينية والقومية والمذهبية، فبعض المؤسسات تعمل على هذا الأسلوب في كسب تأييد رأي الأغلبية إزاء بعض القضايا، وهذا الأسلوب يعتمد على إثارة العواطف و ليس على أساس النقاش والحوار.

■ **أسلوب عرض الحقائق:** يعتمد هذا الأسلوب على عرض الحقائق كما هي أو جزء منها بما يؤدي إلى التأثير في الرأي العام ويسهم في تعزيز النقاشات بشأن قضية ما هي محط اهتمام الجمهور نحو وجهة نظر الدولة أو المؤسسة التي تتولى هذا الشأن، لأن تزويد الرأي العام بالحقائق الكافية إزاء الموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام يقوض دور الأكاذيب والإشاعات والدعايات التي تحمل في طياتها معلومات مظلمة، كما أنه يقع في جانب احترام الناس وعقلياتهم، ويؤدي التعامل مع الرأي العام على عرض الحقائق بشأن القضايا المعروضة إلى تربية الرأي العام وتعزيز الوعي عند أفرادهم وبناء مستوى من الثقة بين الحكومة والرأي العام.

■ **أسلوب تحويل الانتباه:** تسعى بعض الدول إلى تحوير انتباه الجمهور من قضية إلى قضية أخرى لاسيما إذا كانت السلطات غير قادرة على معارضة الرأي المتشكل بشأن الأولى، لذا تلجأ إلى

<sup>1</sup> هاني رضا، رامز محمد: مرجع سابق، ص 29

<sup>2</sup> غالب الكاظم الدعي: **صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت**، تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص ص 220 - 222.

إثارة موضوع آخر لا يقل شأنًا أو أهمية من الموضوع الأول، وهناك أساليب عدة تستخدمها الدول التي تدرك أهمية تحويل انتباه الجمهور، وهي دائما عندها ملفات كثيرة جاهزة تفتعلها. ويندرج تحت عملية تحويل الانتباه أساليب أخرى، على سبيل المثال افتعال أزمات متكررة تشغل اهتمام الرأي العام، وأحيانا تتم عملية جذب الانتباه أو تحويله بواسطة إعداد برامج نقاؤلية يمكن أن تجعل الجمهور يشعر بالارتياح والتفاؤل، فضلا عن أسلوب إثارة الرعب بين الناس الذي نجحت النازية في تطبيقه.

■ **أسلوب إطلاق الشائعات:** استخدام الدول الكبرى الإشاعات بهدف تحقيق أهداف سياسية أو تجارية أو اقتصادية أو عسكرية، والتأثير في الحالة النفسية للجمهور المحلي أو العالمي، والشائعة تكون ملفقة كلها أو أغلبها. وربما يكون بعضها صحيحا أو أن الشائعة تكون تفسيراً مغلوفاً لمعلومة حقيقية، أو التهويل بشأن معلومات محط اهتمام الناس والمجتمع، وتعد الشائعة أحد الأساليب التي يمكن اعتمادها لتغيير الرأي العام، وهناك شائعات تطلقها الدول لتهدئة الرأي العام ومحاولة زرع الآمال لأجل تغيير وضعه النفسي إيجابيا، فضلا عن شائعات الخوف والقلق وعادة ترافق الأزمات والحروب، وهدفها التأثير في معنويات الجمهور، وهناك شائعات الكراهية وعادة تحدث بين الأحزاب المتصارعة على السلطة.

## 5. العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

تتعدد العوامل المساهمة في تشكيل وتكون الرأي العام، وهي كالاتي:

أ. **المناخ السياسي:** في الدول الديكتاتورية، أين تستبد السلطة بالرأي وتحرم مواطنيها حق المناقشة المصيرية، والمشاركة في الحكم، وتعامل الجمهور بالقسوة والإرهاب، ويسود الخوف العام، أو السخط العام وتنعدم الثقة بين الشعب والحكومة<sup>1</sup>، وحرمان الجماعة بقيادتها المتعددة من مناقشة المشكلات والقضايا الأساسية بينهم مع مرور الوقت في انعدام التعاطف والتضامن بين الحكومة والشعب وعزل كل منها عن الآخر.<sup>2</sup> وبالمقابل فإن السماح بتعدد الأحزاب السياسية والنقابات والتنظيمات الشعبية وإعطائهم جميعا حرية التعبير عن الرأي دون تمييز، أمر يجعل الرأي العام أكثر فاعلية وإيجابية من خلال مشاركته في السياسة العامة حيث تشجع هذه الظروف على مناقشة القضايا المختلفة بين الجماهير بدرجات واسعة من الحرية.<sup>3</sup>

ب. **المناخ الاقتصادي السائد:** فالظروف الاقتصادية تسهم بدرجة كبيرة في تحديد آراء الجماهير فكلما كان هناك تفاوت ولا عدالة في توزيع الثروات وتقسيمها أدى ذلك إلى انقسام الأمة الواحدة

<sup>1</sup> عادل عبد الغفار خليل: **الإعلام والرأي العام**، دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص 110.

<sup>2</sup> عاطف العدلي العبد، راجية أحمد قنديل: **الرأي العام وطرق قياسه**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص ص 44-45.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، م 3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 23.

على أمتين على حد تعبير السياسي البريطاني "ديزرائلي" فالتفاوت في توزيع الثروة يؤدي إلى انقسامات اجتماعية سياسية كبيرة وخطيرة، إذ يؤدي ذلك إلى تفتيت الجماعة وضعف مواقفها واتجاهاتها وتهيئة أسباب التناحر والصراعات بين فئاتها وطبقاتها وظهور الاستقطابات المتصارعة فيها، مما يؤثر على تكوين رأي عام فاعل ومؤثر إزاء القضايا الوطنية أو الهامة من حياة الأمة وتصبح حالة الفقر والعوز سببا ومظهرا من مظاهر التمزق الاجتماعي وليست نوعا من أنواع المعاناة الاجتماعية فحسب، يضاف إلى هذا أن الأفراد خصوصا في الدول النامية منشغلون طول يومهم بالعمل من أجل البقاء، وليس لديهم الوقت اللازم لمناقشة المشكلات والقضايا العامة، ويترتب على ذلك نقص في الوعي وعدم المشاركة في الحياة العامة، وهذا لا يجعلهم عناصر فاعلة في تكوين الرأي العام.<sup>1</sup>

### ج. مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

■ **الأسرة:** ويتمثل دور الأسرة في التكوين النفسي لأفرادها، فهي اللبنة الأولى في التنشئة الاجتماعية، إذ تستنبط المعايير الاجتماعية لتمثل وتدمج في الشخصية النفسية، وتصبح جزءا لا يتجزأ منها، فالتربية هي التي تنمي لدى الإنسان استعداداته وميولاته، واتجاهاته وحاجاته وتكون الاستجابة لها هي الامتثال للقواعد والمعايير الاجتماعية.<sup>2</sup>

فإذا سادت الديكتاتورية كأسلوب في إدارة شؤون الأسرة، تسود روح الامتثال والخضوع لدى الأفراد وافتقاد القدرة على إبداء الرأي التعبير عنه. وهذه السمة تغلب على الشخص خلال الممارسة السياسية فيما بعد.

ويلاحظ تأثير الأسرة في رأي الفرد، من خلال تماثل أفراد الأسرة الواحدة في الرأي غالبا تجاه القضايا المثارة، وذلك بفعل شخصية رب الأسرة، وتقليد الأبناء للآباء وتعرض أفراد الأسرة لمصادر المعلومات نفسها في الغالب، وتأثير المناقشة التي تجري بين أفراد الأسرة على آرائهم.<sup>3</sup>

■ **المؤسسات التعليمية:** فيما يخص الاتجاهات السائدة في المؤسسات التربوية والتعليمية، فالملاحظ أنها تؤثر في مستقبل الرأي العام داخل الدولة، لأن الفرد لا يستطيع في المراحل الأولى من عمره استخدام عقله لتمييز بين الحق والباطل، فيكبر الفرد ومعه أنماط من السلوك والأفكار بلغت في نفسه مبلغ العقيدة، لهذا تهتم الشعوب المتحضرة بترسيخ قيم الدينية والأخلاقية في عقول النشء وتنمية روح البحث وملكة النقاش والحوار وتعميق مفاهيم السلوك الديمقراطي، أما المجتمعات الديكتاتورية فينمي فيها التعليم روح العنصرية والتعصب.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد: مرجع سابق، ص 55 - 56.

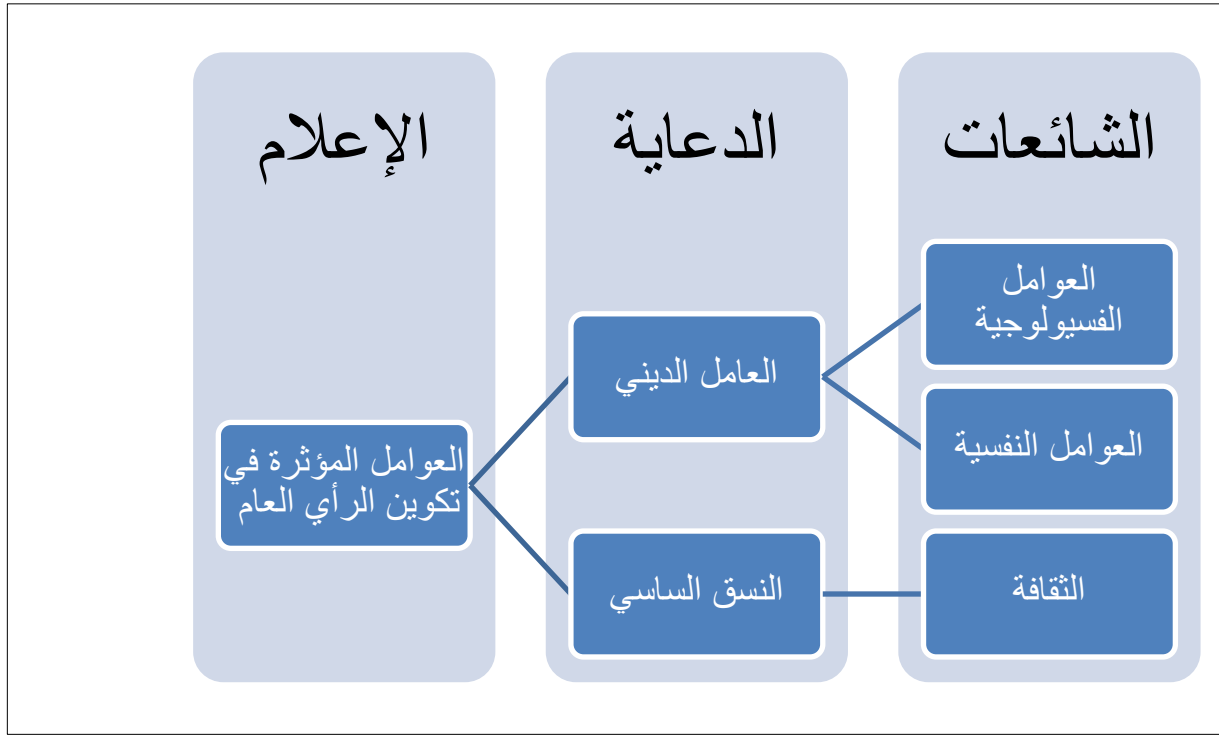
<sup>2</sup> جمال مجاهد: الرأي العام وقياسه الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص 59.

<sup>3</sup> عادل عبد الغفار جليل: مرجع سابق، ص 112.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 121.

وتشمل المؤسسات التعليمية هنا المدارس والمعاهد والجامعات ودور العلم المختلفة، حيث تؤثر على سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم تربويا ونفسيا في اكتساب الفرد القدر الكافي من المعلومات العامة والمتخصصة في الموضوعات والقضايا المختلفة، وبالتالي فإنها من أهم مصادر ذات الإسهام في تكوين الرأي العام وتشكيله من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه وقوته.<sup>1</sup>

الشكل رقم (05): العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على أدبيات الدراسة.

## 6. فاعلية الرأي العام ووسائل الإعلام:<sup>2</sup>

من الموضوعات التي شغلت الباحثين في مجال الرأي العام والاتصال الجماهيري لمدة تزيد عن نصف قرن، تلك العلاقة الجدلية بين الموضوعات التي تبرزها وسائل الإعلام وبين تصاعد اهتمام الرأي العام تجاه تلك الموضوعات.

وهذا يعني أن وسائل الإعلام تؤدي دورا في لفت انتباه الرأي العام من خلال تركيزه على موضوعات بذاتها في إطار دور وسائل الإعلام التي تعمل على إبراز وعرض وقائع الحياة والقضايا والموضوعات التي تهتم الرأي العام.

ولاشك أن تعاضم الدور الإخباري لوسائل الإعلام وتزايد معدلات استهلاك الأخبار لدى الجمهور أصبح ظاهرة واضحة، فالمجتمعات أصبحت مجرد بيئة رمزية لوسائل الإعلام تمثل وسائلها بديلا عن

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص ص 73 - 74.

<sup>2</sup> عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص ص 193 - 194

الواقع اللازم للخبرة الشخصية، ومنه فالرأي العام يقوم على حملات يكون لها فاعليتها وتأثيرها الواضح والشامل، فالرأي العام بحكم طبيعته ومراحل تكوينه يستلزم إثارة الجماهير وتبنيها وعادة ما تكون الأزمان أو الأحداث البارزة بمثابة مثير أو منبه وذلك من خلال الدور الفعال لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

ولقد حاولت بعض الدراسات التركيز على الدور الذي تقوم به الصحافة خاصة في تصعيد موضوعات معينة، وإثارة الاهتمام العام بها حتى تصل إلى مصاف الاحتياجات الاجتماعية مروراً بمرحلة جذب الانتباه العام وصولاً إلى مرتبة النقاش العام وهي المرحلة الأولى من مراحل تشكيل الرأي العام، حيث تقوم وسائل الإعلام بتكثيف الضوء عليها وإبرازها كإحدى أولويات الرأي العام للوصول إلى مفهوم صناعة الرأي العام.

وهكذا يمكن القول أن الإعلام يستخدم وسائله استخداماً مقصوداً كقوى إقناع لتشكيل وصناعة الرأي العام، فالمعروف أن وسائل الإعلام تؤثر فينا تدريجياً وبعد تعرض مستمر لها، وهي تعمل على تعديل الاتجاهات، وأحياناً أخرى تعمل على تغييرها إذا تطلب الأمر ذلك، وهذا من خلال كسب الإعلام لثقة الجماهير.

## المبحث الثالث: قياس الرأي العام

### 1. ماهية قياس الرأي العام ودوافعه:

تكتسب عملية قياس الرأي العام أهمية بالغة لدى أغلب النظم السياسية، لأنه بواسطتها تتعرف هذه النظم على آراء مواطنيها ومواقفهم تجاه القضايا الهامة، ففي المجتمعات التقليدية التي تبين بعقيدة واحدة سواء كانت دينية أم سياسية سهل تبين اتجاهات الرأي العام داخلها أما المجتمعات الحديثة خاصة الرأسمالية حيث يكثر التناقض بين المصالح الجماعات والأحزاب المكونة لها، فانه من الصعب تبين اتجاهات الرأي العام. من هنا تولدت الحاجة إلى البحث عن طريقة لاستطلاع اتجاهات الرأي العام وتبينها بالنسبة للقضايا الهامة.

حيث كانت استطلاعات الرأي العام في بعض البلدان كالولايات المتحدة الأمريكية تتمحور حول بعض السلع والتجارة، إلى السوق السياسية والحكم، وازداد الاهتمام بهذا النوع من قياس الرأي العام مع انتشار المعاهد المخصصة والخاصة معهد "غالوب" لقياس الرأي العام في الـ 1936م، ومكتب الرأي العام بجامعة برنستون عام 1940م، ومن ثم أخذت معاهد استطلاع الرأي العام تزداد بشكل متسارع في مختلف الدول، ومنه فاستطلاع الرأي العام وقياسه يعتبر مرشداً للحكومات والزعماء للوقوف على رغبات الشعب قبل وضع القوانين والتشريعات وقبل اتخاذ القرارات المصيرية التي تتعلق بالقضايا العامة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هاني رضا، رامي عمّار: **الرأي العام والإعلام والدعاية**، المؤسسة الجامعية للدراسة والنشر والتوزيع الطبعة الأولى، بيروت 1998، ص 35

تقرض ديناميكية الرأي العام وتغيره المستمر على صانعي السياسات ومتخذي القرارات سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، وسواء على المستوى القومي أو القطاعي أو الجزئي والمركزي أو المحلي، قياس الرأي العام اتجاه القضايا المختلفة قياسا علميا دقيقا وبشكل دائم ومستمر وذلك بهدف معرفة الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي ولا شك أن مثل هذا القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام لدى الجمهور العام سوف يتيح الفرصة للمنظمات المختلفة في اتخاذ قراراتها في ضوء الحقائق الموضوعية، كما يسمح للدولة وللنظمات المختلفة فيها إن توجه الرأي العام توجيهها سليما وان تحشد قوته وتركزها لتتجه اتجاهها محاييا لأنماط التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهو ما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في التأثير في الرأي العام على أساس قاعدة التوجيه نحو الأهداف الوطنية باستخدام الوعي المستنير للإعلام والاتصال.

## 2. أهمية قياس الرأي العام:

إن دينامية الرأي العام و تغيره المستمر يفرضان على صانعي السياسات ومتخذي القرارات، سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي وسواء على المستوى القومي وغيره من المستويات الأخرى قياس الرأي العام قياسا دقيقا وبشكل مستمر ودائم، بهدف معرفة الواقع الفعلي، ودراسة مشكلاته الملحة وتقييم ما تم توصل إليه من مجموعة معلومات وآراء واتجاهات.

وعليه فإن القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام لدى الجمهور أو لدى فئات مختارة منه، يتيح لمختلف المنظمات اتخاذ القرارات، على ضوء الحقائق الموضوعية، كما أنه يسمح للدولة وللنظمات المختلفة فيها أن توجه الرأي العام توجيهها سليما.<sup>1</sup>

ويوضح "ترومان" في ذات الصدد بأن الاستفتاءات العامة تستطيع أن تساعد الحكام في الاستعاضة بالبيانات الموثوق بصحتها، عن التنبؤات والفروض الضمنية في المجالات الآتية:

- تقديم بيانات يمكن على أساسها وضع الفروض ورسم الخطط لبرنامج مقترح.

- اختبار خطط برنامج مقترح.

- تقييم فاعلية برنامج قائم.

- تسهيل الجوانب الإعلامية في سياسة قائمة.

بناء على ما سبق تعتبر استطلاعات الرأي العام خطوة أساسية في العملية الديمقراطية من حيث أنه لا يمكن أن تقوم الأجهزة الحاكمة بتحقيق آراء الجماهير ما لم تكن تلك الإرادة بصدد كل مسألة من المسائل واضحة المعالم، لدى أجهزة التشريع والتخطيط والتنفيذ، ويتوقف على تلك الأجهزة كما يتوقف على أجهزة الرقابة الشعبية من برلمانات وتنظيمات مدى اكتمال حلقات العملية الديمقراطية، بالتعرف على الاتجاهات بغرض التعديل في أساس هذه الاتجاهات بما يتفق مع خططها، فتوجه أساليب الدعاية

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: **الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية**، عالم الكتب، ط1، 1997، ص ص 91 - 95.

والإعلام، لإحلال اتجاهات أخرى محل الاتجاهات الأصلية التي يكشف عنها استطلاع الرأي العام، بما لا يتفق مع وجهات نظر أجهزة الحكم في الأنظمة غير الديمقراطية.

وتكمن أهمية قياس الرأي العام في كونه أحدثت قنوات الاتصال المباشر بين الحكومات والشعوب، وهو أحد القنوات المهمة في استشراف تلك الرؤى الجماعية حيال قضايا وطنية أو مواقف جماعية أو مسائل مستجدة تستلزم أخذها بعين الاعتبار عند وضع القرار.

وتولي مختلف الحكومات أهمية كبرى لقياس الرأي العام، سواء من خلال قدرتها على استشراف رأي عام يمكنها من اتخاذ قرار سواء لتلبية حاجة مجتمعاتها، أو التعامل مع المشكلات المستجدة أو تصحيح رؤيته حيال القضايا التي يستهدفها هذا القياس.

وتستهدف قياسات الرأي العام التعرف على الدواع الكامنة وراء الآراء، والتعرف على شدة الرأي العام وعمقه إزاء القضايا والأحداث والأشخاص، وتتسم عملية قياس الرأي العام بالبطء النسبي في إنجازها واستخراج نتائجها وتحليلها.

وإن كان الرأي العام مهما للحكومات، فإن أهميته تزداد بالنسبة لأجهزة الإعلام التي تتطرق باسم الحكومة وتعتبر عنها، ذلك أن الرأي العام هو المجال الحيوي الذي تعمل فيه هذه الأجهزة، وبدون دراسة علمية ودقيقة للرأي العام فإن الأجهزة الحكومية ستعمل في فراغ، أما الاعتماد على الاجتهادات الشخصية في معرفة الرأي العام فإن نتائجها غير مضمونة وقد تكون مظللة.

### 3. مشكلات قياس الرأي العام:

#### 1/3 - مشكلة قياس الرأي العام في الدول النامية:

يفترض الباحثون إن استطلاعات الرأي العام وقياساته وبحوثه تتم بنجاح في الدول المتقدمة، حيث تزداد درجة الوعي لدى الأفراد نتيجة ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي وسيادة النظم الديمقراطية التي تتيح إمكانية التعبير الحر عن الآراء وتدفع الحكومات إلى سير الآراء قبل اتخاذ أية قرارات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، بالإضافة إلى توافر كافة العوامل والإمكانات المادية والتكنولوجية التي تتيح القيام بهذه الدراسات.

ولكن المشكلة تبرز بوضوح في حالة الدول النامية وخاصة تلك التي لا تتبع فيها النظم الديمقراطية فعلى الرغم من الأهمية الكبيرة لقياس الرأي العام في مثل هذه الدول النامية، نظرا لارتباط نجاح برامج التنمية فيها بمدى اعتمادها على القدر الكافي من المعلومات والبيانات الخاصة باتجاهات الرأي العام، إلا إن عملية استطلاع الرأي العام وقياسه صعوبات كثيرة من أهميتها:

- نقص المعلومات المتاحة للأفراد داخل معظم هذه المجتمعات عن الموضوعات المختلفة التي يمكن أن يقاس الرأي العام بشأنها، خاصة وان توافر المعلومات الصحيحة يؤدي إلى تكوين الآراء الصحيحة، وتفنقر بعض الدول النامية إلى توافر المعلومات بالكم والكيف.

- احتمالية نقص في وسائل الإعلام التي يمكن أن تستخدم بطريقة فعالة جماهيريا لتوصيل المعلومات عن الموضوعات المختلفة إلى قطاعات جماهيرية متعددة، بالإضافة إلى وجود صعوبات تمنع من الانتشار الواسع لوسائل الإعلام على مستوى المجتمع فتعيق عملية توافر المعلومات بالقدر الكافي والمناسب لتكوين الرأي.
- ارتفاع نسبة الأمية وعدم القدرة على القراءة والكتابة في معظم المجتمعات النامية، وهو ما يؤثر في الرأي العام وإمكانية تكوينية في أكثر من اتجاه.
- التخلف التكنولوجي في الدول النامية في المجالات المرتبطة بالرأي العام من حيث تكوينه وحشد هو بلورته وإمكانية قياسه، مما يؤدي إلى التخلف في مجال استطلاع الرأي العام خاصة وإن عملية قياس الرأي العام يلزم أن تتصف بالحالية والآنية والسرعة نظرا لارتباطها بموضوعات وقضايا راهنة.
- تأثير عملية قياس الرأي العام بطبيعة الظروف والأوضاع الاقتصادية ومدى استقرارها.
- النقص الواضح في المواد المادية مما لا يتيح إمكانية القيام باستطلاعات الرأي العام وقياسه بطريقة سلمية.<sup>1</sup>

### 2/3 - مشكلات قياس الرأي العام في الدول المتقدمة:

- إن ما يفترضه الباحثون حول نجاح قياس واستطلاعات الرأي العام في الدول المتقدمة يبقى نسبي نوعا ما وهنا يمكننا التمييز بين ثلاثة تيارات رئيسية:<sup>2</sup>
- أ. التيار الأول: ويبالغ في الدور الذي يمكن أن تقوم به قياسات الرأي العام في دعم الديمقراطية والحفاظ على استمرارها، بحيث أطلق عليه البعض تعبير السلطة الخامسة، ويرفض هذا التيار تماما أي تدخل من جانب السلطة بوضع قيود أو عراقيل على قياسات الرأي العام واستطلاعاته، مع ترحيب البعض منهم بوضع معايير هامة لترشد القائمين على القياس، ولتمكين الجمهور العام قبل المتخصصين من الحكم على جودة ونوعية استطلاعات وقياسات الرأي العام، بينما يرفض البعض الآخر تماما فكرة المعايير أو المواثيق الأخلاقية تحت شعار الحرية، وهم عادة من مستطليعي الرأي العام غير الأكاديميين، الذين يعملون لمؤسسات تجارية، أو يعملون لحسابهم الخاص.
  - ب. التيار الثاني: ويقف موقفا عدائيا من استطلاعات الرأي العام، وقد انطلق هذا الموقف في الدول الليبرالية من منطلق الخشية من إساءة استخدام استطلاعات وقياسات الرأي العام أو استغلالها بما يهدد قيم الديمقراطية، ومن ثم فهم يرون أنه لا ضرورة لقياس الرأي العام خاصة وأن هناك

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: مرجع سابق، ص 91-95.

<sup>2</sup> ناهد صالح وآخرون: قياس الرأي العام في المنهج والأخلاقيات، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1994، ص 3-4.

مؤسسات نيابية منتخبة وهي صاحبة الحق في تمثيل الناخبين والتعبير عن آرائهم، وتقدير احتياجاتهم ومصالحهم، فضلا عن وجود مؤسسات إعلامية يمثل الرأي العام جوهر وظيفتها، ومن أكثر الجهات التي دافعت عن هذا الرأي المؤسسات السياسية والمؤسسات التشريعية، إضافة إلى بعض المنتمين إلى المؤسسات الصحفية ولا يزال هذا الموقف سائدا في العديد من الدول التي تسيطر عليها النظم الشمولية والتسلطية، إذ ترى أنه إن كانت هناك ضرورة لاستطلاعات الرأي، فإنها يجب أن تكون خاضعة لرقابة السلطة.

ج. **التيار الثالث:** وهو تيار يدرك أن قياسات الرأي العام واستطلاعاته كأى أداة من أدوات الديمقراطية وآلياتها، يمكن استخدامها لدعم الديمقراطية، كما يمكن استخدامها في الوقت نفسه لتهديدها. ومن ثم ينطلق أصحاب هذا الاتجاه وغالبيتهم المؤسسات الأكاديمية من منطلق الحرص على استمرار قياسات الرأي العام، مع الاحتفاظ بوضعها العلمي، وتأكيدا لمصداقيتها لدى الجمهور ورفض تدخل الدولة لوضع قيود عليها.

#### 4. الإعلام وتشكيل الرأي العام:

إن الدور الذي يقوم به الإعلام في تعريف الأفراد والجماعات بالقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة وفي تشكيل الرأي العام، لا يحدث في جميع الحالات إزاء كل المواضيع المختلفة. بل يخضع لعدة شروط وعوامل تحدد سياسة الإعلام وطرق استخدامه، ونوعية توظيفه وأنماط الأفراد الموجهة إليهم والغاية من هذه الوجهة.

ومن بين هذه الشروط والعوامل نذكر ما يلي:

- إتاحة الفرصة لحرية التعبير والمناقشة الحرة للقضايا والموضوعات التي تهم الجماهير وعدم الحد من تدفق المعلومات وانتشارها.<sup>1</sup>

- مراعاة الظروف الاجتماعية والأوضاع الاقتصادية والثقافية للأفراد الذين تتوجه إليهم وسائل الإعلام عند تقديمها للرسالة الإعلامية، وبدون ذلك لا يكتسب الاتصال الجماهيري الناجح ما لم يكن انعكاس صادقا لثقافة الأمة وحضارتها.<sup>2</sup>

ولكي تقوم وسائل الإعلام بتشكيل الرأي العام، عليها أن تقوم بتزويد القراء، والمشاهدين بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات، نفذها نقدا بناء وتحليلها من طرف خبراء ومختصين وإيجاد حلول لها في إطار المصلحة لعامة بطريقة موضوعية دون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدلى فئات

<sup>1</sup> ناهد صالح: إمكانية قياس الرأي العام في الدول النامية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ص 133.

<sup>2</sup> إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال الجماهيري، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1175، ص 158.

جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين اتجاه لدى المتلقين في الواقع والمشكلات المطروحة.<sup>1</sup> ولتكوين الرأي العام وتوعيته أو محاولة تغيير اتجاهه، لابد من دراسة الجمهور دراسة علمية دقيقة.<sup>2</sup>

وإذا كان معظم المعلومات التي يحصل عليها الأفراد مصدرها وسائل الإعلام فإن هذا لا يعني أن هذه الوسائل هي لوحدها المسؤولة عن تشكيل الرأي العام واتجاهاته، نظرا لان هناك عوامل وسيطة تتدخل في تشكيل هذه الآراء وفي تعديلها أو تقديمها وهذه العوامل الوسيطة تتمثل في:<sup>3</sup>

- انتقاء التعرض وانتقاء الإدراك وانتقاء التذکر.
- نقل مضمون وسائل الإعلام عن طريق الاتصال الشخصي المباشر وتعرضه للتعريف والتضخيم أو الانتقاص وإراديا أو لا إراديا.
- ممارسة قيادة الرأي العام.
- طبيعة وسائل القائم على التنافس الجزء إلى الحر، أو الظروف السياسية والاجتماعية التي تعمل في إطارها وسائل الإعلام.

بالإضافة إن الصورة السياسية تلعب دور كبير في تشكيل الرأي العام، لأن اتجاهات الفرد نحو السلطة ونحو السياسة العامة تعتمد أصلا على الصورة السياسية التي هي عبارة عن مزيج من الحقائق والرأي حول العملية السياسية والمشاركين فيها. ويبقى تكوين الرأي مقيد بتصوير معين في العقول، وهذه التصورات أو الصور السياسية التي يكونها المواطن عن النظام السياسي وعالم السياسة، تتم من خلال وسائل الإعلام، فهي تمدد بجانب كبير من المعلومات أو ما يسمى بالاتصال السياسي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> سمير محمد حسين: **الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام**، الطبعة الأولى مكتبة دار الفكر العربي، القاهرة 1971، ص 217.

<sup>2</sup> علي قسايسية: **الوسيط في الدراسات الجامعية**، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، الأجزاء 1، 2، 3، 4، 5، 2003، ص 202.

<sup>3</sup> جيهان رشيتي احمد: **الإعلام ونظرياته في العصر الحديث**، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971 ص 217.

<sup>4</sup> عبد الكريم قلاتي: **الإعلام والرأي العام**: أي علاقة؟، مجلة الفكر والمجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد الرابع أبريل 2010،

## 5. المتلقي في عملية الاتصال السياسي:<sup>1</sup>

المتلقي يقف بين الطرفين يعتمد على وسائل الاتصال كجسر يربط بينه وبين صانعي القرارات حيث يصف علماء السياسة الاتصال بأنه صار وسيطا في صنع السياسات، فهو يشارك في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة من شأنها أن تدعم أو تغير الصورة الذهنية لدى الأفراد هذه بدورها تؤثر في السلوك السياسي لهم فالطريقة التي يتصرف بها الأفراد حيال السياسات والاتجاهات والقيم السياسية ليست إلا انعكاسا للصورة التي كونها عن المجتمع من حوله والتي استقاها من كم المعلومات التي وصلت إليه من خلال المضمون السياسي المقدم لوسائل الاتصال الجماهيرية.

وحجم الفاعلية السياسية للأفراد والتي تعني تعاملهم مع النظام القائم سواء بالرفض أو القبول يسيطر عليه إلى مدى بعيد المدى انتفاع الفرد هذا النظام، والذي تساهم بدور كبير فيه العمليات الاتصالية وأهدافها وتبقى إشكالية معوقات الاتصال والتي يرجعها شافي Chaffe إلى العوامل التي تؤثر في عملية التداخل أهداف النظام السياسي واستقراره، وهي التي حددها نيل Null أيضا بالفروق والتغيرات الفردية بين الأفراد والتي من شأنها أن تتيح ردود أفعال متباينة بين الفئات المختلفة.

وفي ظل المجتمعات الحديثة التي تتسم بالتعقد والسعي إلى إيجاد حالة تبدو متوازنة من الديمقراطية السياسية، ويشير انتوني سميث A. Smith إلى دور المؤسسات الإعلامية الحرة في إيجاد التعددية السياسية المطلوبة للديمقراطية من خلال ما تقدمه من مواد متنوعة تشمل وجهات النظر المختلفة والآراء لجمهور المواطنين.

وكل ذلك يعطي دلالة على مدى قوة الإعلام في عملية التأثير السياسي على المواطنين بل وعلى السياسة وصانعي القرار، بالإضافة إلى ازدياد واعتماد النسق السياسي على وسائل الإعلام في نشر الأفكار التي يهدف هذا النسق أو النظام السياسي القائم إلى نشرها.

<sup>1</sup> حنان يوسف: الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، ط2، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، 2006، ص ص 76 - 78.

## المبحث الرابع: معايير الاتصال السياسي

### 1. العلاقة بين الإعلام والسياسة:

إن العلاقة بين السياسة والإعلام علاقة ارتباطية بمعنى انه حيث توجد السياسة فلا بد وأن يوجد الإعلام خاصة في عصر الإعلام والاتصالات والمعلومات، وبالتالي لكل عصر من العصور قضاياه الرئيسية التي يتمحور من حولها فكر ذلك العصر، وتهم بها سياسة هذا العصر، فانه كذلك يوجد الإعلام الذي يعبر عن قضايا كل عصر وسياساته.<sup>1</sup>

ومن جهة أخرى حدث تطور هائل في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الفترة الأخيرة، وتراكب ذلك مع ازدياد حاجة المجتمع السياسي (مواطنين/قادة) إلى المعلومات حول كافة المسائل التي تشغل اهتماماتهم، وقد نتج عن هذا ازدياد أهمية الإعلام بوصفه القناة الرئيسية لنقل المعلومات، التي يتعرف من خلالها صانع القرار السياسي على مطالب المواطنين، أو على ردود أفعالهم تجاه قراراته وسياسته فيبقى عليها، أو يعدلها أو يغيرها، كما أن الإعلام بانتشاره الواسع قد صانع القرار السياسي لاستخدامه في شرح وجهة نظره للمواطنين تجاه مسائل معينة، أو تبرز قرارات وسياسات معينة، كما قد يستخدمه في بعض الحالات للدعاية لسياسته وترويج قراراته من أجل كسب تأييد الرأي العام.

ومن ناحية أخرى أدى تطور الهائل في تقنيات الاتصال والإعلام إلى جعل المعلومات متاحة للإنسان الأمر الذي جعل من الإعلام جزءا أساسيا في حياتنا اليومية، ومن تم زاد تأثير الإعلام في كافة العمليات السياسية، الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية التي تحدث في الواقع المعاصر.<sup>2</sup>

### 2. الاتجاهات المعاصرة في دراسة العلاقة بين الإعلام والسياسة:

مند أكثر من سبعين عاما لاحظ "والتر ليبمان" الصحفي الأمريكي المعروف إن الممارسة الديمقراطية قد اتخذت وجهة جديدة، حيث ازداد اهتمام الفاعلين السياسيين باستراتيجيات الإقناع السياسي للمواطنين وربط "ليبمان" بين الاتساع المدرج لحقوق التصويت، وظهور وسائل الاتصال الجماهيري حيث يقول "رايت ميلز": "إن جانبا يسيرا مما نعرف عن حقائق الاجتماعية في العالم توصلنا إليها بأنفسنا، بينما معظم التصورات والأخيلة التي في رؤوسنا عن العالم وصلت إلينا من خلال وسائل الإعلام"<sup>3</sup> ومن تم لم يعد من الممكن وفقا "ليبمان" افتراض إن الفعل السياسي المعتمد من الإجماع يمكن إن يصل لشكل مباشر دون وسيط إلى الإنسان العقلاني الرشيد، ومن تم فان الجماهير هي التي وف تحدد هذا الفعل من خلال ممارستها للتصويت، ومن خلال التأثير في الرأي العام<sup>4</sup> ولما كان الرأي العام الذي عرفه "ليبمان"

<sup>1</sup> محمد سعيد أبو عامود: الإعلام والسياسة في العالم جديد، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص1.

<sup>2</sup> محمد سعيد أبو عامود: مرجع سابق، ص 162.

<sup>3</sup> C. Wright milis the power elite New York oxford university pess 1980 page 311.

<sup>4</sup> نرجع للكتاب

عام 1922 منوعا فانه يمكن تشكيله والتلاعب به بواسطة أولئك الذين لهم مألحة في ذلك، وقد لاحظ زيادة عدد الصحفيين ووكالات الصحافة بين ثنايا المنظمات السياسية، وفيما بينها وبين المواطنين، وهؤلاء يتلخص عملهم في التأثير في التغطية الإخبارية والصحفية لعملائهم بما يؤدي إلى التأثير في الرأي العام.<sup>1</sup>

### 3. أشكال ومستويات الاتصال السياسي:<sup>2</sup>

يعتبر الاتصال السياسي النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بالقضايا السياسية ويؤثر هذا النشاط في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة.

▪ **الفاعلون السياسيون:** هم أهم عناصر عملية الاتصال السياسي حيث يطمحون من خلال المؤسسات أو التنظيمات للتأثير في عملية صنع القرار، وذلك في سبيل تحقيق السياسات التي تحقق مصالحهم.

▪ **الأحزاب السياسية:** تشكل الأحزاب السياسية عادة أهدافا عامة تجمع بين أعضائها، وفق برنامج أو إيديولوجية يتبناها الحزب كإطار عام تتحدد فيه توجهات الحزب.

▪ **جمهور الاتصال السياسي:** هو الهدف من عملية الاتصال السياسي على اختلاف مستوياته وأشكاله والأطراف ذات علاقة به، حيث يهدف هذا الاتصال إلى الإقناع والذي يتجه بدوره إلى الجمهور وهو من يعطي للرسائل السياسية مغزاها ومدى ملائمتها، بالإضافة لتبرير وجود ذاته. وهناك عدة مستويات لهذه المضامين السياسية أو الواقع السياسي والمتمثلة في:

مستوى الحقيقة السياسية الموضوعية، حيث يتم نقل الأحداث كما تقع فعلا، يتم في هذا المستوى معالجة الواقع والأحداث السياسية، ويتم التعامل معه وفق إدراكات وتصورات الجمهور أو القطاع المسيطر بينهم مستوى بناء الإدراكات المتحيزة حول واقع سياسي وأحداث معينة وهو امتداد للمستوى الثاني، لكنه يتجاوز إلى إعادة تشكيل الأحداث والحقائق، بإعطائها التصور والمعنى سواء كانت تمثل شريحة أو قطاع من الجمهور أو من الفاعلين السياسيين.

<sup>1</sup> محمد سعيد أبو عامود: مرجع سابق، ص 235.

<sup>2</sup> رشا عادل لطفي: إذاعات الانترنت والاتصال السياسي، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ص ص 163 - 172.

#### 4. المعايير المحددة لطبيعة علاقة السلطة السياسية برأي العام واتجاهاتها: <sup>1</sup>

- معيار درجة النمو والتقدم الاقتصادي والاجتماعي: تلعب السلطة السياسية الحاكمة أدوارا فاعلة في تشكل الرأي العام وصناعته في البلدان المتخلفة أو النامية في حين تلعب دورا أقل في المجتمعات المتقدمة، حيث إن الرأي العام هو الذي يشكل السلطة السياسية ومؤسساتها المختلفة وتستجيب له باستمرار باعتبارها موطن الحريات الفردية والديمقراطية الليبرالية بالإضافة إلى الهيمنة الاقتصادية.
- معيار الخبرة التاريخية والتقسيم التقليدي للمجتمعات: إن الانتماء إلى مجتمعات محددة غربية أو شرقية أمر ذو دلالة معينة يحدد تشكيل عملية الرأي العام وتكوينه وصناعته فالمجتمعات الشرقية على عكس المجتمعات الغربية تعتمد على الدراسات لتفسير ظهورها وتحليل وضعيتها السياسية وبذلك تقوم بإعادة إنتاج المجتمع وصنعه من خلال مظاهر معبرة عنه، ومنها ظاهرة الرأي العام.
- المعيار البيئي والجغرافي: إن الطبيعة والمناخ يؤثران في الشعوب، وتمنحها حيوية السياسة والفاعلية والمشاركة أي الحيوية للرأي العام وتنوع المظاهر المعبرة عنه.
- المعيار الثقافي والفكري: يرى البعض إن العامل الثقافي هو المحدد الأساسي لطبيعة العلاقة بين السلطة السياسية والرأي العام ومن ثم عملية تشكيله وصناعته، بمعنى إن هناك ثقافات معينة تنتم بطابع مركزي شمولي يكرس قيم الخضوع مما يؤدي إلى تعظيم دور السلطة السياسية الحاكمة وتهميش دور الرعية والمجتمع، وبالتالي يقلل من فعالية الرأي العام في المجتمع السياسي بصدد قضاياها المختلفة بمعنى توسيع إمكانية تشكيل الرأي العام و التلاعب به.
- المعيار الحضاري المتعدد الأبعاد: يمكن اعتباره معيارا مفسرا لعلاقة السلطة السياسية برأي العام واتجاهاتها، وهو معيار مركب من ثلاثة أبعاد أولها: الجذور والأصول الحضارية للمجتمعات البشرية المختلفة، وثانيها: طبيعة ظاهرة السلطة السياسية ودرجة مؤسستها، وثالثها: طبيعة العلاقة بين المجتمع والدولة.

<sup>1</sup> حامد عبد الماجد القويضي: دراسات في الرأي العام (مقاربة سياسية)، الطبعة الأولى، مكتبة الشروق الدولية، 2003، ص ص 22-24.

## 5. الإعلام والرأي العام السياسي:

تمثل وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية للفرد، إلا أنها تؤثر بطريقة غير مباشرة من خلال عوامل وسيطة أخرى، مثل الجماعات الصغيرة المحيطة بالفرد و قادة الرأي، ويتم ذلك من خلال انتقال المعلومات على مرحلتين، الأولى: تتمثل في نقل المعلومات إلى قادة الرأي في المجتمع عبر وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، في حين تتمثل المرحلة الثانية في نقل قادة الرأي تلك المعلومات بدورهم إلى الجمهور من خلال اللقاءات الشخصية والمناقشات.

وهناك دراسات تقول إن وسائل الإعلام لها تأثير غير مباشر في عملية التنشئة السياسية، وأن دورها يقتصر على تعزيز مواقف سابقة، ترسخت في عقول الشباب من خلال وسائل غير مباشرة مثل الأسرة والمدرسة.<sup>1</sup>

يلعب الإعلام بأشكاله المختلفة، مرئي ومسموع ومقروء دورا مهما في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي، وفي تدعيم المشاركة السياسية وتحقيق متطلبات الحياة الديمقراطية، كما يسهم في نشر الوعي بين شرائح المجتمع المختلفة وتوعيتهم لما يحدث في محيطهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الوطني أو في الخارج.<sup>2</sup>

ويرى أساتذة الاتصال السياسي أن تأثير وسائل الإعلام في التنشئة السياسية تشمل التأثير المعرفي المرتبط بزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، والعاطفي لمعرفة مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف، وتشكيل الاتجاهات، والسلوكي ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية، من أجل صقل تصرفات وسلوكيات الأفراد الذين يقعون تحت تأثير الإعلام في مجال بيئتهم السياسية وتوجيهها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> البشير محمد بن سعود: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997، ص 133.

<sup>2</sup> طيبيل أدهم عدنان: تفعيل دور الإعلام الفلسطيني في تنمية الوعي السياسي <http://www.alwatanvoice.com>.

<sup>3</sup> البشير محمد بن سعود: مرجع سابق، ص 136.

### خلاصة:

يتضح مما سبق أن للرأي العام دور مهم في حياة الأفراد والمجتمع ككل، مما يساهم في فتح المجال وزيادة الاهتمام بالبحوث وطرق دراسته، وعليه فالرأي العام السياسي يبقى له دور نسبي نتيجة عدة عوامل ومتغيرات تتدخل في تكوينه وتشكيله أهمها طبيعة القضية في حد ذاتها وخصائص الوسيلة وطبيعة الجمهور، وقوة الرأي العام اليوم ترجع للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية الراهنة لهذا المجتمع وبالتالي تتمثل أهميته في قدرته على توجيه جات معينة نحو القضايا والاحداث وإقناع الجمهور بها.

# الفصل الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام الإلكتروني

تمهيد

## المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني و البيئة السياسية

- 1- جمهور الإعلام الإلكتروني
- 2- الوظيفة السياسية للإعلام الإلكتروني
- 3- دور الإعلام الإلكتروني في تكوين الرأي العام و تأثيره في البيئة السياسية

## المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و الرأي العام السياسي

- 1- مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها
- 2- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- أدوار مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام
- 5- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة
- 6- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي

## المبحث الثالث: موقع اليوتيوب و الضوابط الأخلاقية

- 1- مفهوم اليوتيوب
- 2- مميزات اليوتيوب
- 3- اليوتيوب ووسائل الإعلام
- 4- دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني
- 5- أشخاص اشتهروا عبر اليوتيوب
- 6- الجانب التشريعي والأخلاقي في مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب"

## المبحث الرابع: محددات الرأي العام الإلكتروني

- 1- عناصر الرأي العام الإلكتروني
- 2- خصائص الرأي العام الإلكتروني
- 3- قادة الرأي العام الإلكتروني

4- أبعاد ظهور قادة الرأي العام الإلكتروني

5- فئات قادة الرأي العام الإلكتروني

6- المميزات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لقادة الرأي العام الإلكتروني

### المبحث الخامس: الرأي العام الإلكتروني ; أسس و مبادئ

1- إيجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني

2- وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت

3- تأثيرات الرأي العام الإلكتروني

4- البودكاست الفكاهي والرأي العام الإلكتروني

5- عوامل تشكيل الرأي العام الإلكتروني

خلاصة

## المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي

### تمهيد

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع يوتيوب إحدى المنصات الإعلامية المؤثرة في الرأي العام الإلكتروني من خلال مجموعة من الوسائل الإعلامية والتي تتضمن الفيديوهات والتعليقات حول المواضيع المثارة التي تهم المجتمع في جميع المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية في ظل ما توفره هذه المواقع الاجتماعية من حرية في تداول المعلومات والأخبار وإبداء الآراء ومناقشة القضايا العامة من أجل الوصول لتشكيل رأي عام سياسي هادف.

## المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني والبيئة السياسية

### 1. جمهور الإعلام الإلكتروني:

- يقسم جمهور الإعلام الإلكتروني بحسب نوع الاتصال على أربع مجموعات كما يأتي:
- **المجموعة الأولى:** تشمل الأفراد الذين يستخدمون تطبيقات الإعلام الإلكتروني التي تتيح لهم الاتصال من مستخدم إلى آخر فقط دون اشتراك الآخرين، ومثال ذلك التواصل بواسطة البريد الإلكتروني والمحادثة بواسطة الماسنجر، فضلا عن المحادثة عن طريق الفيس بوك التي توفر أيضا خدمة المحادثة لمجموعات كبيرة.<sup>1</sup>
  - **المجموعة الثانية:** تتميز هذه المجموعة بأن التواصل بواسطتها يكون من مجموعة إلى أخرى، وتتمثل بقوائم الخدمات والاشتراك بالنشرات الإلكترونية أو التواصل عن طريق التطبيقات التي توفرها خدمات الفايبر viber والمحادثة عبر الفيس بوك وغيرها من التطبيقات.<sup>2</sup>
  - **المجموعة الثالثة:** يكون الاتصال عن طريق هذه المجموعة من مستخدم إلى مجموعة قليلة من المستخدمين أو إلى مجموعة كبيرة أو تتم من مجموعة مستخدمين إلى مجموعات، وتتصل بموضوع أو تحقيق هدف أو رسالة وتأثير في مجموعات لأجل تبني رأي معين يصب في خدمة القائم بالاتصال.

<sup>1</sup> رشا عادل وعلي عبد الهادي: نظريات الإعلام رؤية جديدة، دار الأرقم للطباعة، بغداد، 2014، ص 62.

<sup>2</sup> ملفيين ديفلور وساندرا روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ط3، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 414.

■ **المجموعة الرابعة:** تتحقق هذه المجموعة في حاجات المستخدم التي يترجمها عن طريق البحث أو الاتصال بمجموعات أو أطراف أو أفراد أو فرد لتلبيتها، وما يميز جمهور الأنترنت أنه يمارس دور المرسل والمنتج والمستقبل، وربما القائم بالاتصال، لأنه يبيت ما يناسبه، ويبتعد عن الرسائل التي تتعارض مع أفكاره ومتبنياته.

إذا جمهور الإعلام الإلكتروني ليس جمهورا ساذجا سطحيا كما يعتقد بعضهم، بل هو جمهور طموح يقدم أفكار متجددة، ويبحث عن الفرص المناسبة لإثبات نفسه كجمهور نشط مبدع ومبتكر، وقد أثبتت الوقائع أن جمهور الإعلام الإلكتروني من جيل الشباب هو الأقدر على قيادة هذه المنظومة الاجتماعية، لما يتميز به من مقدرات فنية ومواهب تمنحه مقدرة فائقة على التعامل المستمر مع التطورات التكنولوجية التي تحدث في هذا المجال.<sup>1</sup> كما برز العديد من جمهور الإعلام الإلكتروني ليدخل بعضهم عالم السياسة، وآخرون احتلوا مراكز متميزة كمحللين سياسيين، فضلا عن قيام بعضهم بإنشاء قنوات تلفزيونية<sup>2</sup> على اليوتيوب تتيح لمستخدمها نشر الفيديوهات التي يعدها بنفسه سواء كانت خاصة أو عامة.<sup>3</sup>

## 2. الوظيفة السياسية للإعلام الإلكتروني:

تقف الوظيفة السياسية للاتصال في مقدمة المهام التي تتولى وسائل الإعلام القيام بها، وهناك صلة وثيقة بين العملية السياسية والعملية الاتصالية، وبين الاتصال الاجتماعي والسياسي، وبين الإعلاميين والسياسيين، وتقوم وسائل الاتصال بالتعرف على اتجاهات الرأي العام من خلال رصدها للقضايا والمشكلات التي يتخذ الرأي العام مواقف محددة إزاءها، سواء كانت مشكلات وقضايا داخلية تمس حياة الجماهير ومعيشتها المباشرة، أو قضايا تتصل بالنواحي القومية والعالمية والإنسانية وانعكاساتها على الرأي العام داخل بلد ما.<sup>4</sup>

ومن المجالات التي تقوم بها الوظيفة السياسية للإعلام هي:

■ **الوظيفة الإعلامية:** المستخدمة في إطار التعددية السياسية التي تفترض وجود المنابر والتجمعات والأحزاب المتعددة والمختلفة.

<sup>1</sup> ميرفت الطرابيشي: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 137.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 301.

<sup>3</sup> صالح خليل أبو اصبح: الاتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان، 1998، ص 18-20.

<sup>4</sup> أبو عرجة تيسير: دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 281.

- **الوظيفة الثقافية والحضارية:** التي تسعى من خلالها الدول إلى التعريف بحضاراتها وثقافتها وطريقة حياتها.
- **الوظيفة الدعائية:** التي يتم إطلاقها من جانب الحكومات أو الأحزاب.
- **الوظيفة السلطوية:** حيث يستخدم الإعلام كأداة قمع في يد السلطة.
- **الوظيفة التعليمية:** يؤدي الإعلام أدوارا عدة في المجال التعليمي خاصة في مجال المساعدة في التعلم عن بعد.

ويعتبر ازدياد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، مساعدة له في وضع التصورات والحلول للمشاكل والقضايا التي يتعرض لها في مسيرة حياته، بما فيها القضايا السياسية، انطلاقا من قدرة تلك الوسائل على تدعيم البرامج السياسية، التي تنتقل من النخبة إلى وسائل الإعلام، ثم إلى الجمهور.<sup>1</sup>

### 3. دور الإعلام الإلكتروني في تكوين الرأي العام وتأثيره في البيئة السياسية:<sup>2</sup>

يرى الدكتور عبد الله الزين الحيدري، مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي لاحت بمثابة المصانع الجديدة للرأي العام، باعتبارها وسائل جماهيرية فردية أتاحت دخول فاعلين جدد قادرين على التأثير في الرأي العام.

الميديا السمعية المرئية، التقليدية، تعمل بالسرعة الفائقة، بما يتيح سلسلة لا متناهية من التفاعلات الفورية بين المستخدمين للشبكة.

الميديا الجماهيرية تستمد قوتها كمجال وسائطي فائق التأثير، من قدرتها على الإثبات والإبطال في الزمن والسياق المناسبين. ففي بداية القرن العشرين، كان يجري الحديث عن قوة الكلمة، لأن ظهور الإذاعة السمعية وتطورها آنذاك قد غير من أساليب التأثير في الرأي العام إلى حد اعتبار الإذاعة الفاعل الرئيس في كل التغيرات الاجتماعية، ومن قوة الكلمة إلى قوة الصورة عندما عزز ظهور التلفزيون من نفوذ الصورة، السينمائية والفتوغرافية. ولما تحولت جدلية الإثبات والإبطال إلى قدرة عامة، يمارسها الأفراد الاجتماعيون كشكل من أشكال التعبير الحر عن الرأي، والانخراط الفعلي في لعبة إنتاج المعنى، وإعادة بناء الواقع بما تنتجه تكنولوجيا الإعلام والاتصال من مرونة واسعة في متابعة المضامين وإنتاجها و بثها ونشرها، وتبادلها بسرعة فائقة. وبالتالي يمكن عد شبكات التواصل الاجتماعي الفضاء السيبراني لمصانع الرأي العام الجديدة.

<sup>1</sup> حمادة بسيوني ابراهيم: وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، دار النهضة الشرق، 1970، ص 35.  
<sup>2</sup> عيد الرحمن الشامي وآخرون: سلطة الإعلام الاجتماعي تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية مركز الجزيرة للدراسات ط1، قطر، 2017، ص ص 163- 164.

انخرط قادة الرأي على شبكات التواصل الاجتماعي على نحو كثيف ومنتظم، فهي وسيلة لمتابعة الأحداث، وبت كل جديد، بما يتجاوز الخبر إلى التعليق والتحليل والنقاش والجدل المحتم، كما أنها تتيح منصة متكاملة للنشر والإذاعة غير المحدودين بالمساحة والزمن، وفي أي وقت، ومن أي مكان، فضلا عن التفاعل الكثيف في تجلياتها، سواء كان ذلك مع الوسيلة، أم بين القائمين على الاتصال ومتابعيهم أنفسهم.

## المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام السياسي

### 1. مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها:

شكل ظهور الانترنت حدثا عالميا أثر في حياة المجتمعات العصرية، وأصبح جزءا لا يتجزأ من حياة تلك المجتمعات مما أسهم في تغيير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي، إذ شهدت شبكات الانترنت تطورا متلاحقا في سنوات عدة، وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح، وزمن الوصول لا يتعدى ثوان عدة ولا يحتاج المرء سوى ضغطة مفتاح ليحصل على الكم الهائل من المعلومات حول أي موضوع يبحث عنه.<sup>1</sup>

وقد ظهرت على هامش هذا التطور مجموعة من الظواهر المختلفة، لعل من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك عبرها ملايين من الناس كل حسب اهتماماته وميوله.

فتح ظهور مواقع التواصل الاجتماعي عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، فقد تخطت حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني، واجتماعي، واقتصادي، وسياسي، وأصبح العالم الافتراضي الإلكتروني يؤثر على ما هو واقعي، وتغلغت استعمالاتها في مجالات الحياة المختلفة منها:<sup>2</sup>

■ **المجال التعليمي:** بدأت الأمم التي تتشد التقدم والتطور مع بداية الألفية الثالثة مراجعة استراتيجياتها، وتقويم أدائها وتحليل نقاط القوة والضعف فيها، لتعزيز الإيجابيات وتلافي السلبيات، وقد أدى ذلك كله للاتجاه إلى التعليم الإلكتروني لاسيما بعد ظهور الشبكات الاجتماعية، كما يقوم مستخدمو الشبكات من الطلبة والأساتذة بتبادل الأفكار والمواد التعليمية، وتبادل الأخبار والمعلومات والبحث عن المصادر وتطويرها.

<sup>1</sup> حسن محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 78.

<sup>2</sup> حسن محمود هتمي: مرجع سابق، ص ص 96 - 102.

ولقد ازداد إقبال العديد من المؤسسات التعليمية على إنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي ونشرها المعلومات بأسلوب الوسائط المتعددة. كما يمكن استخدام خاصية المجموعات لتبادل الآراء والخبرات.

■ **المجال السياسي:** مع غياب الرقابة والسيطرة وإتاحة حرية التعبير عن الرأي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مقصدا للعديد من الأفراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها.

كما تعد شبكات التواصل الاجتماعي أداة للعمل السياسي، ووسيلة لحشد الجماهير، وتحركات والمعارضة فكان للشبكات دور رئيس في ثورات الربيع العربي عام 2011.

ولم يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على التحريض السياسي والتأثير على الناخبين، بل تعدى إلى ممارسة دور مهم في نشر وتدعيم ثقافة المواطنة وحماية حقوق الإنسان.

وتتيح شبكات التواصل الاجتماعي للحكومات وصناع القرار العديد من الميزات منها:

- توفر الحكومات فرصا لترويج إنجازاتها وسياساتها بين المواطنين بهدف كسب دعمهم.
- اعتماد الحكومات على الإمكانيات المتاحة من وسائل الإعلام الحديثة يؤدي إلى خفض تكاليف المشاريع الجديدة.

- وسائل الإعلام الحديثة لها أداء جيد فيما يتعلق بما يصدره المسؤولون من تصريحات مثل: الظهور الحي عبر الرسائل المسجلة أو الفيديو على اليوتيوب وإرسال التغريدات عبر تويتر.

■ **المجال الاجتماعي:** باتت شبكات التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم في إعداد الأفراد وتنشئتهم، وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما تتيحه من تفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، وتخطيها الحدود وتمكين الفرد من التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق هذه الأنشطة والتفاعل مع الآخرين.

وتعد الحاجة إلى التسلية والترفيه ضرورة تؤثر في البعد الاجتماعي لدى الفرد فقد أكد المتخصصون إن التسلية هدف جوهري، وسمة للمجتمعات جميعها، تتخطى كونها مجرد وسيلة للتخلص من التوتر، وهي وسيلة لتعزيز البعد الاجتماعي للإنسان وتعليمه الأدوار والقواعد، والقيم

عن طريق التسلية مع الآخرين فضلا عن أن زيادة تعقيدات المجتمع تفرض زيادة اتساع مجال التسلية والترفيه.

## 2. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:<sup>1</sup>

### 1.2 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمثل إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة وصور ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.
- **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم، واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي ما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية.
- **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغاة مقصودة وغير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله بغرض التأثير على الرأي العام.
- **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف.

<sup>1</sup> عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 68-69.

## 2.2 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي التي تؤدي إلى:
- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
  - النقاشات التي تتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
  - عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
  - ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتنا.
  - انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.

## 3. أدوار مواقع التواصل الاجتماعي:<sup>1</sup>

- أ. الدور الإخباري والتعليمي والتثقيفي: عملت وسائل التواصل الاجتماعي على تقديم المعلومات والأخبار المتعددة، والتي تتميز بالضخامة والكثرة، لأن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا لتطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الذي ساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات التي غطت كل المجالات نتيجة الخصائص التي تميزت بها هذه التكنولوجيا، كما أنها وفرت للشباب فرصة للتواصل والحصول على المعلومات بسهولة، وتبادل الأفكار وإعادة الدور للشباب في إطار انحسار المعلومات لدى النخبة، وانحسار التحرك العام لدى قادة الرأي العام في المجتمع، كما أعادت لهم إمكانية العودة إلى الحياة الاجتماعية من خلال الاطلاع والانفتاح على الآخر وعلى ثقافته وحضارته.
- كما أنها تمكن المستخدمين من إعداد الرسائل الإعلامية، والقدرات العالية والسريعة في كتابتها وتحويلها إلى أشكال مختلفة والقدرة على نشرها وتوزيعها متخطية بذلك حاجز الزمان والمكان.
- ب. الحوار والنقاش الهادف: لقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تطورا كبيرا ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالم افتراضي يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة، واستطاعت هذه

<sup>1</sup> الصديق الصادقي العمادي: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مجلة مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم، عمان 2015، ص ص 176 - 188.

الوسائل أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في جميع الأنشطة، الأمر الذي يجعل من الشأن العام موضوعا يناقشه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه الوسائل تشجع الأفراد غير النشطين أو الفاعلين على المشاركة في الفعاليات، بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتًا للمواطن العادي وغير العادي، لذلك سميت بالإعلام المواطن.

فوسائل التواصل الاجتماعي عملت على توفير وسائل وقنوات جديدة للاتصال والتواصل، وأتاحت منابر جديدة للنقاش والحوار، مما فتح المجال أمام أفراد المجتمع لممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة شبكة الانترنت.

ويلجأ الأفراد للتواصل من خلال هذه الوسائل، التي تعد وسيلة جديدة لتبادل الآراء والأفكار، وحشد والتأييد لقضية من القضايا، وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة.

فقد ارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم التواصل الاجتماعي، وغيرها من وسائل التواصل الافتراضية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذًا للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير.

ج. **التنشئة الاجتماعية:** وسائل الإعلام الجديد، كوسائل التواصل الاجتماعي بالتحديد، بدورها اليوم كمؤسسات اجتماعية أصبحت تسهم بشكل كبير في عملية التنشئة الاجتماعية لكونها وسيلة من وسائل الاتصال الثقافي، فهذه الوسائل والأدوات الإعلامية تقوم بدور رئيسي وجوهري في غرس القيم، والتأثير على السلوك ومن دون ضغوط، وبذلك يكتسب الفرد قيم وسلوكيات جديدة، وفي المقابل يكسب مثل ذلك عن طريق التأثير في الآخر عبر النقاش والحوار الذي يدور بين المرسل والمستقبل، يقول عالم الاجتماع "تالكوت بارسنزر" رائد الاتجاه البنوي الوظيفي: "أن هناك مؤسسات حديثة أصبحت تؤدي وظائفها بشكل متميز أي أنها تشترك مع الأسرة بأدوار مختلفة ومتكاملة وأكثر تخصصًا للمؤسسات الحديث" فأصبحت وفق ذلك عملية التنشئة الاجتماعية غير محصورة على مؤسسة الأسرة إنما تشترك معها مؤسسات أخرى في المجتمع الحديث.

- د. تشكيل الرأي العام لدى الشباب: شكلت وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي رفاً أساسياً في تعزيز الديمقراطية، أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام وأصبحت وسيلة اتصال مهمة لمستخدميها الذين يحدثون صفحاتها وينقلون عليها الآراء والتعليقات والاتجاهات من خلال تحميل الأبحاث والدراسات والصور وأفلام الفيديو. وقد غدت هذه الوسائل قوة متصاعدة بين الفئات على اختلافهم في السن أم الجنس أو الثقافة، الذين أدركوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد بمفردها قادرة على إشباع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المعرفية.
- هـ. وعي الشباب في القضايا السياسية والاجتماعية: يمكن القول بأن المشاركة السياسية هي النشاط الذي يقوم به الأفراد بصفته الشخصية بهدف التأثير على القرارات الحكومية، ومن هنا تظهر قدرة المدونات والشبكات الإلكترونية في توسيع مفهوم هذه المشاركة من خلال إعادة تعريف السياسة ليضم كافة التفاعلات اليومية المرتبطة بتأثير على بنية القوة في المجتمع وتأثير على توزيعها.

وتعتبر وسائل التواصل التفاعلية من أهم مصادر التنشئة السياسية والاجتماعية نظراً لسهولة التواصل بينها وبين الناس، وسهولة تبليغ الرسالة المراد توصيلها، وبالرغم من حداثة هذه الوسائل في المجتمع إلا أن جزءاً من الشباب باتوا يعتمدون عليها في تلقي المواقف والآراء وإرسالها، مما زاد من أهمية هذه الوسائل في تجاوز الحواجز التي تفصل بين مكونات المجتمع.

وفرت هذه الوسائل التفاعلية من خلال العالم الافتراضي مجالاً رحباً لكافة المستخدمين لممارسة الحرية في الرأي والتعبير بشكل أكبر للمشاركة الفاعلة في قضايا مجتمعاتهم بعيداً عن سطوة الأنظمة.

#### 4. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام:<sup>1</sup>

تتبع أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام وبلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترحات من خلال ما ينتج عنها من سعة الأفق لدى الأفراد وتنمية الوعي السياسي والثقافي لديهم كما أنها تنقل إليهم ومنهم الخبرات والتراث والمعلومات، وبالتالي فإنها تفيدهم في تقليب وجهات النظر ومناقشة الموضوعات، وكذلك تعرض على أفراد الجماعة آراء القادة والصفوة.

<sup>1</sup> الصديق الصادق العمري: مرجع سابق، ص ص 182 - 183.

وبذلك تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا هاما في الارتقاء بالرأي العام، عن طريق تنفيذ أهدافه ووظائفه بصورة دقيقة وموضوعية تخدم المجتمع بالفعل، كما أن هذه الوسائل قادرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية، من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية إذ أشارت منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي "هوت سويت" أن 118 مليون مستخدم يدخلون حساباتهم عبر الهاتف المحمول، أي ما نسبته 46% من مجموع المستخدمين في الشرق الأوسط وإفريقيا.<sup>1</sup>

بهذا يتضح الدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتشكيل توجهاته واتجاهاته، أو تعبئته باتجاه أهداف أو قضايا معينة.

## 5. أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة:<sup>2</sup>

لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في الحياة العامة، فقد لامست تطبيقاتها وخدماتها جميع نواحي الحياة للملايين باختلاف أيديولوجياتهم خاصة مناحي الحياة السياسية، بل تعدى تأثيرها بعض ملامح التغيير أو المطالبة بالإصلاح، ليؤدي دورا محوريا في تغيير المناحي المتخذة في صناعة القرار السياسي العربي، ولتصبح مواقع التواصل الاجتماعي لاعبا أساسيا في حلقات السياسة الحكومية.

فمواقع التواصل الاجتماعية لم تؤثر على مناحي الحياة السياسية، من خلال أدواتها الإعلامية بل تعدى دورها في تفتح أفاق المشتركين بها سياسيا وعملت على تثقيفهم بحقوقهم، وأوحت لهم الأمل بالديمقراطية وكشفت لهم حقائق عديدة حجبها عنهم وسائل الإعلام الرسمية، ليصبح لهم منبر حر لتبادل الآراء ونشر الأفكار بحرية بعيدا عن قيود السلطات القمعية.

بل ومن خلال خدمات تلك المواقع العديدة كإرسال الرسائل الفورية والتطبيقات الداعمة لخصوصية الحوار بين المشتركين وإنشاء المجموعات الخاصة والتي لا يستطيع الاشتراك بها أي شخص كان بإضافة أدوات الإعلام الاجتماعي، صار لها دور أساسي في تشكيل الرأي السياسي الفردي والحكومي على حد سواء، بل وتشكيل نمط حياة سياسية جديدة يمتاز بطابعه الإلكتروني ويمتد للواقع

<sup>1</sup> موقع الحرة: الإنترنت في الشرق الأوسط حقائق وأرقام، تاريخ الزيارة 2019/11/05 على الساعة 20:00 متاح على الرابط:

<https://www.alhurra.com>

<sup>2</sup> خالد عشان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية (ما هي مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، الطبعة الأولى، دار النفائس لنشر و التوزيع 2013، ص ص: 163-164.

العملي التطبيقي للسياسات وإنشاء فكر سياسي جديد وسياسة خارجية جديدة للعديد من الدول والشعوب العربية في عصر الشبكات الاجتماعية الجديدة.

## 6. مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي:<sup>1</sup>

توفر مواقع التواصل الاجتماعي بخدماتها المتنوعة وأدواتها العديدة، ميزات فريدة تدعم وتشجع النشاط السياسي مما اثر على الحياة السياسية العامة عبر تلك المواقع وذلك من خلال:

- زيادة الوعي السياسي، فمن خلال الاطلاع على معلومات أو أخبار كاشفة للحقائق، وبمجرد المشاركة بحوارات مع الأشخاص ينعمون بحرية الرأي والتعبير دون قيود.
- التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية، فقد أثبتت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و التويتر وغيرها، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية.
- حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال من خلال جمع الأشخاص ذوي الاهتمامات والخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية، حيث نجحت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال وبفترة لم تتجاوز سنتين على أن توحد آراء الشباب حول راية المطالبة بالإصلاح والديمقراطية.

ويرى الخبراء إن السر في هذا يمكن في الكيفية التي بنيت عليها هذه المواقع، فهي ذات طابع شخصي حميمي، سهل الاشتراك والتفاعل عبره، ذو رسالة قصيرة وواضحة، بل تستطيع أن تشارك في الحراك السياسي وإظهار دعمك السياسي أو حزب معين بمجرد الضغط على زر أو من خلال إتباع نشاط سياسي معين عبر تويتر للتعرف على آخر الأخبار عن التجمعات والمظاهرات كذلك فقد نجحت وسائل الإعلام الاجتماعي كالصور والأفلام على اليوتيوب أن تزيل الغشاوة التي كانت أمام عيون الشعب.

- عولمة قضايا النضال السياسي المحلية، فمن فوائد مواقع التواصل الاجتماعي إنها عملت على نشر الآراء والأفكار السياسية لمناضلين وأحزاب محلية، لم يكن يسمع بقضاياها العالم، كما حدث مع قضايا الثورات الربيع العربي.

<sup>1</sup> خالد عشان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص ص 164-168.

## المبحث الثاني: موقع اليوتيوب و الضوابط الأخلاقية

### 1. موقع اليوتيوب:<sup>1</sup>

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم.

يشهد موقع اليوتيوب إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحيا لخلوه تقريبا من الإعلانات إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لمؤسسيه بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي والتي تحتل موقعا مهما على شبكة الانترنت.

يقول الدكتور **عمار بكار**، إن نجاح اليوتيوب له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشبثت الانتباه وتعدد المهام بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون البرهان على قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوافر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام.

إن موقع اليوتيوب لم يعد حكرا على المؤسسات الإعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائية أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم بل أصبح متاحا لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به ابتداء من كبار القادة والمسؤولين في العالم إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصا الشباب منهم لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصا دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم.

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: **الإعلام والثورات العربية**، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص ص 101 - 102.

## 2. مميزات اليوتيوب:<sup>1</sup>

تتمثل مميزات موقع اليوتيوب فيما يلي:

- **عام ومجاني:** من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلام إباحية.
- **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (Mp4, WMV, Flv, Avi) أو الأغاني Mp3 وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف النقال.
- **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- **سهل المشاهدة:** فمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل: Real Player
- **سهل البحث:** فالوقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن تم مشاهدته.
- **الرقابة:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل.
- **أداة للترويج:** فأفلام اليوتيوب المجانية هي وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات.
- **ميزة البث المباشر:** لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013  
ص ص 44 - 45.

تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر ظفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر.

وفي الأخير يمكن القول أن موقع اليوتيوب أصبح موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانيتهم أو منتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الالكترونية عبره.

### 3. اليوتيوب ووسائل الإعلام:<sup>1</sup>

مع تزايد أهمية اليوتيوب وزيادة عدد مستخدميه، باتت وسائل الإعلام تعتمد عليه كمصدر للأخبار وباعتبار أن العديد من الجهات الرسمية وغير رسمية، هواة وجمهور عام تقوم بتحميل مواد وآراء وأفلام ومقاطع فيديو وصوتية على الموقع، وينفرد بعضها بتوثيق الأحداث والأخبار والموضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام الوصول إليهم، فضلا عن أن مساحة الحرية التي يتمتع بها اليوتيوب تسمح لوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات النظر بديلة ومغايرة عما ألفته، وكذلك يأتي اهتمام وسائل الإعلام باليوتيوب في إطار تجاوبها مع اهتمامات جمهوره، الذي أصبح يقضي جزء كبير من وقته على الانترنت.

ومن تم تعددت العوامل التي دفعت بوسائل الإعلام نحو إيلاء اهتمام متزايد باليوتيوب، حيث بدأ بعضها بعقد اتفاقيات مع الموقع، لبث بعض مواده، ولاقتسام جزء من الإيرادات، كما بدأ بعضها يشترى مساحة على الموقع كممبر إضافي له، وقام البعض الآخر بتخصيص مندوب صحفي لمتابعة ما يبث على اليوتيوب، بل وخصصت بعض القنوات برامج خاصة لإعادة بث مواد اليوتيوب.

ومع تزايد الاهتمام باليوتيوب كوسيلة للتعبير والاحتجاج السياسي، وانفرادة ببث لقطات ومشاهد لأحداث لم تظهر على شاشات وصفحات وسائل الإعلام الأخرى، ولجوء بعض النشطاء السياسي لليوتيوب كوسيلة للحشد والاحتجاج، مع تصاعد حدة الأحداث السياسية في العالم وفي المنطقة العربية، بدأت البرامج السياسية تهتم باليوتيوب كمادة وثائقية ومصدر معلوماتي ضمن تقاريرها وبرامجها،

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 210-211.

وأصبحت تدار برامج "تووك شو" حول لقطات تم استقائها من اليوتيوب، والذي نجح في إشعال الكثير من الأحداث.

بالرغم من هذه الأهمية المتزايدة لليوتيوب، فلا تزال تثار العديد من الأسئلة حول مدى مصداقية الاعتماد على مشاهد ولقطات انتجها هاو وشاهد عيان غير محترف إعلاميا، وله تحيزاته الخاصة، أو قد يكون ورائها مصادر مجهولة ذات مصالح خاصة، فضلا عن إمكانية تحويرها وتشويهها وحذف مقاطع منها وإضافة مقاطع أخرى.

ولكن بالرغم من هذه الانتقادات، فإن لوسائل الإعلام أساليبها في تقصي المواد المستسقة من اليوتيوب والتأكد من صحتها، وكذلك فإن فتح المجال للهواة وشهود العيان، إنما يمثل بداية تحول جديد في عالم الإعلام، يعتمد على تمكين المواطن العادي من التمتع بحقوقه الإعلامية القائمة على حق الإرسال والاستقبال للمعلومات، على أمل أن تتزايد قدراته الإعلامية مستقبلا ليصبح أكثر دراية بأخلاقيات العمل الإعلامي، كما أن انفراد اليوتيوب ببعض اللقطات يجعل من الصعب الاستغناء عنه، فالمستقبل لا يزال يحمل الكثير لليوتيوب، فمناقسوه يتزايدون، وقدرته على البث المباشر تتسارع، وعدد مستخدميه يتكاثرون واندماجه مع الوسائط الأخرى تتصاعد وحاجة وسائل الإعلام له تتطور وخاصة مع تتابع الأحداث السياسية.

#### 4. دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني<sup>1</sup>

لموقع اليوتيوب حضورا قويا في الساحة الإعلامية، فاسمه يتردد صداه في الكثير من البرامج السياسية. لقد تحول اليوتيوب إلى ما يشبه الأرشيف المصور لأهم ما تعرضه القنوات التلفزيونية وحتى غيرها من الوسائل الإعلامية، ووسيلة اتصال جماهيرية فائقة الذبوع، فهو أقرب إلى تلفزيون الناس، ولا يكاد يحدث حدث في العالم إلا وترصده كاميرات مستخدمي اليوتيوب حتى أصبح ساحة مفتوحة للتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات.

من ناحيتها بدأت بعض القنوات التلفزيونية في تخصيص برامج خاصة قائمة أساسا على ما يتم بثه عبر اليوتيوب مثل: برنامج وثائقية الويب في القناة الفرنسية.

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح: مرجع سابق، ص ص 207 - 208.

لقد تزايدت أهمية اليوتيوب مع اندلاع أحداث الربيع العربي، حيث اعتمده الكثير من الثوار سلاحا معنويا في تحقيق مطالبهم ووسيلة لتوصيل أصواتهم لشعوبهم، وفضحا لممارسات تحرص السلطات على التعقيم عليها، فضلا عن كونها وسيلة مرتبطة بالجيل الجديد من الشباب المرتبط بالتكنولوجيا، كهواية واحتراف ووسيلة سياسية، وأيضا ترفيهية وثقافية.

كما هو معروف فإن اليوتيوب ظهر مع تطور الانترنت، وتقدم برمجياتها، وتزايد الاعتماد على ما يعرف بالويب، كما ظهر في إطار انتشار أنواع مسميات جديدة من العمل الصحفي مثل: صحافة المواطن والصحافة المشاركة وصحافة الويب، والتي تتيح لأي مواطن ممارسة حقوقه الإعلامية في إرسال واستقبال ما يعن له من مواد وأخبار وآراء، فضلا عن اتساع رقعة الانترنت وانتشارها عالميا وتزايد عدد مستخدميها، وتطور بنيتها التحتية، وتراجع أسعار التكنولوجيا وزيادة معدلات الاندماج بين وسائل الاتصال من الانترنت وكمبيوتر وأجهزة محمولة وأقمار صناعية ومساعدات تكنولوجية، بحيث أصبح من اليسير تنقل الأخبار والمعلومات ما بين هذه الوسائل لاعتمادها على الرقمنة سواء في النصوص أو الصور أو الفيديوهات، وأصبح من اليسير على أي مواطن أن يمارس مهنة العمل الصحفي عن طريق جهاز الموبايل الخاص به، سواء في التقاط صورة أو فيديو وتحريرهما، وكتابة نص ملحق بهما، ثم إرساله عبر بريده الإلكتروني وتحميله على موقع اليوتيوب.

لقد أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية تستخدم اليوتيوب كمنابر إضافية للوصول لجمهورها المستهدف.

## 5. أشخاص اشتهروا عبر اليوتيوب:<sup>1</sup>

فتح موقع اليوتيوب الباب على مصراعيه أمام عشرات من الأشخاص ممن نشروا مواهبهم الأدبية والفنية والكوميديية والتشيطية مما حقق لهم شهرة كاسحة، من أهمهم:

- **جاستن بيبير Justin Bieber**: هو مغني بوب كندي مقيم في اتلانطا جورجيا في الولايات المتحدة ولد في 1 مارس 1994 بدأ الغناء عام 2009، كانت بدايته في الغناء عن طريق موقع يوتيوب حيث اكتشفه هناك سكوتر براون والذي أصبح مدير أعماله مستقبلا وجلبه إلى الولايات المتحدة، وكان المغني الشهير "أشر" أول من ساعده للوصول إلى طريق النجومية.

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح: مرجع سابق، ص ص 212 - 214.

- **ريمي غايار:** كوميدي فرنسي ولد في مونبيليه في 7 فبراير 1975 اشتهر بمقاطع الكوميديّة التي نشرها بداية على موقع اليوتيوب والمستوحاة من أعمال الكوميديين باستر كيتون وشارلي شابلن والتي حققت نجاحا كبيرا وأرقام مشاهدة قياسية وهذه المقاطع كوميدية صامتة يستخدم فيها مقالِب ومواقف غريبة مستعينا في أغلب الأحيان بوسائل وملابس تنكرية.
- **كودي روبرت سيمبسون:** ولد في 11 يناير 1997 مغني بوب استرالي من جولد كوست، كوينزلاند يعيش حاليا في الولايات المتحدة.
- **باسم يوسف:** ولد 21 مارس 1974 طبيب جراح مصري ومقدم برنامج سياسي ساخر، اشتهر عبر تقديم برنامجه "البرنامج" المذاع على قناة "أون تي في" قبل الانتقال لقناة "سي بي سي" في نوفمبر 2012 لتقديم ذات البرنامج يحاكي برنامجه التلفزيوني البرنامج الأمريكي "ذا دايلي شو" الذي يقدمه الناقد الساخر جون ستوارت.
- بدأ باسم يوسف تقديم برامج الهجاء السياسي عن طريق الانترنت بعد ثورة الخامس ولعشرين من يناير من خلال برنامج باسم "يوسف شو" الذي بدأ عرضه على موقع اليوتيوب يوم 8 مارس 2011 تم عرض أكثر من 108 حلقة من البرنامج، وبلغت مشاهدات حلقات البرنامج أكثر من 15 مليون مشاهدة.
- **بدر صالح:** ولد 4 مايو 1984، ممثل كوميدي سعودي من مواليد مدينة جدة في السعودية، وهو صاحب برنامج "إيش اللي" الذي يتصدر البرامج السعودية على موقع اليوتيوب وأكثر البرامج اشتراكا ومشاهدة في المملكة العربية السعودية.
- **التمساح الكاريكاتير:** هو شخصية كاريكاتورية ساخرة يقوم بأدائها إبراهيم الخير الله اشتهرت في البداية مع برنامج لا يكثر كشخصية ثانوية ثم انفصل لاحقا عنه وبدأ بإنشاء برنامجه الكوميدي الخاص المعروف باسم التمساح وحقق شهرة عريضة على مستوى المملكة والخليج بشكل عام.

## 6. الجانب التشريعي والأخلاقي في مواقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب":<sup>1</sup>

تضع وسائل الإعلام الجديد بنود للخصوصية والالتزامات الأخلاقية الخاصة بمستخدمي تلك الوسائل، إذ تلزم بعض وسائل الإعلام الجديد المستخدمين بالالتزام بتلك البنود والموافقة عليها قبل التسجيل في تلك الوسائل.

تتطبق كافة شروط الخدمة وسياسة الخصوصية وتوجيهات المجتمع على كافة مستخدمي خدمة "اليوتيوب" ويوافق المستخدمون على الالتزام بهذه الشروط، بمجرد استخدامهم لهذه الخدمة، ومن ثم ينبغي أن يتعرف المستخدمون على هذه الشروط، وكذلك قد تؤدي مخالفات معينة لشروط يوتيوب إلى انتهاك القانون أيضا ويجب ملاحظة أنه عند قيامك بأنشطة معينة، فقد تخالف القانون، حتى لو اعتقدت أنك لا تخالف شروط موقع يوتيوب.

**1.6 الالتزامات:** عند التسجيل في موقع اليوتيوب، ينبغي أن توافق على التزامات وقيود معينة على نوع المحتوى القابل للنشر، وفي أي حال من الأحوال، يجب أن لا تقوم بتحميل أي محتوى يتضمن مواد يحظر القانون امتلاكك إياها أو يحظر استخدام يوتيوب لها.

أ. الأخلاق والسلوك اللائق: يجب أن لا يقوم المستخدمون بتحميل أي من المحتويات التالية:

- ذو طبيعة إباحية أو جنسية صريحة.
- المحتويات التي تشجع على الأنشطة الخطيرة أو غير القانونية، بما في ذلك تعليم صنع القنابل أو تعاطي المخدرات أو أية أفعال أخرى قد تؤدي إلى إصابات خطيرة.
- المحتويات التي تشمل على العنف، وقد يكون المحتوى ذو أسلوب الوثائقي مقبولا، إلا أن المحتوى الذي يهدف بشكل أساسي إلى أن يكون صادما أو مثيرا أو غير محترم لا يعد مقبولا.
- المحتويات التي تروج للعنف أو الكراهية ضد أفراد أو مجموعات بناء على سمات معينة كالعرق أو الدين.

وفي الحالات التي يكون فيها مقطع الفيديو مقبولا لكنه غير ملائم للمشاهدين الصغار، قد يطبق موقع يوتيوب القيود الخاصة بالعمر.

<sup>1</sup> وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017، ص 154 - 158.

- ب. **التحرش وتشويه السمعة:** يحظر على المستخدمين القيام بأي سلوك عنيف أو المطاردة أو التهديد أو التحرش بالآخرين، وقد يشمل التحرش نسخ مخطط قنوات أي مستخدم، باستخدام أي اسم مستخدم مماثل أو انتحال صفة شخص آخر، وقد يتم منع أي مستخدم يقوم بهذه الأشياء منعا دائما من استخدام يوتيوب، كما يحظر إجراء أية اتصالات من نوع غير مرغوب به.
- ج. **الخصوصية:** يحظر التعدي على خصوصية الآخرين ومشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بهم دون موافقتهم، وقد تشمل المعلومات الخاصة بالبيانات الشخصية والمعلومات الأخرى كالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو.
- د. **أمن تقنية المعلومات:** تحتوي شروط يوتيوب على العديد من الأحكام التي تتعامل مع أمن تقنية المعلومات، إذ يجب على المستخدمين عدم التحايل أو التعطيل أو التدخل في أي من خصائص أمن تقنية المعلومات على موقع يوتيوب، أو أي من الخصائص التي تهدف إلى منع نسخ المحتوى، ويجب عدم استخدام بعض الأنظمة المؤتمتة مثل: "روبوت" أو "سبايدر" أو "أوفلاين ريدر" للوصول إلى خدمة اليوتيوب قدر كبير من الطلبات إلى خوادم اليوتيوب خلال فترة محددة أكبر من تلك الممكنة لأي شخص يستخدم أي خدمة استخداما عاديا.
- وهناك شروط عديدة مرتبطة بحماية الحسابات الشخصية للمستخدمين، ويجب أن لا تقوم بجمع أية بيانات شخصية عن أي مستخدم آخر، كما يجب أن تضمن حماية بيانات حسابك على اليوتيوب، ويجل العلم بأنك ستكون المسؤول عن كافة الأنشطة التي تتم على حسابك، ويجب أن تبلغ عن أي انتهاك لحماية حسابك فور علمك بها.
- هـ. **أحكام متنوعة:** هناك عدد من الالتزامات والقيود الأخرى التي تتدرج بشكل تام ضمن الفئات المشار إليها سابقا:
- يحظر عليك توزيع أي محتوى من محتويات اليوتيوب أو الوصول إليه عبر أي تقنية خلاف موقع ويب ويوتيوب ومشغل يوتيوب، إلا بعد الحصول على موافقة اليوتيوب.
  - لا يجوز للمستخدمين الوصول إلى موقع اليوتيوب إلا للأغراض الشخصية غير التجارية، ويجب أن لا يقوم مستخدمو موقع يوتيوب بالبحث عن أعمال تجارية أو تقاضي رسوم معينة للوصول للخدمة.

المسؤولية عن المحتوى الذي تقوم بتحميله، ومن ثم ينبغي أن تضع هذا في الحسبان عند إرسال محتوى ليس ملكا لك، أو أي محتوى يشمل على مواد خاضعة لحقوق أي شخص آخر (كحقوق الطبع والنشر أو حقوق الخصوصية) إذ يجب عليك الحصول على التصاريح الخاصة قبل إرسال المحتوى ويجوز لموقع يوتيوب حذف المحتوى الذي لا يتفق مع متطلبات الموقع أو منع وصول المستخدم إلى الموقع لتحميل أي محتوى مخالف للشروط، كما سيقوم يوتيوب بمنع وصول أي مستخدم، إذا ثبتت مخالفته لحقوق أي شخص آخر في أكثر من حالتين.

## 2.6 المخاطر:

أ. **جمع المعلومات ومشاركتها:** موقع يوتيوب ملك لشركة جوجل، ومن ثم عند استخدامك خدمة يوتيوب تكون قد وافقت على شروط جوجل المرتبطة بجمع معلوماتك الشخصية ومشاركتها، فإذا كان لديك حساب على جوجل، قد تجد بيانات حسابك على جوجل مستخدما في كافة خدمات جوجل، بما في ذلك يوتيوب وكذلك قد يقوم جوجل بدمج المعلومات الشخصية التي قام بجمعها من خدماته المختلفة وحتى يتسنى لك الوصول إلى جوانب معينة من خدمة اليوتيوب، يجب عليك إنشاء حساب، ويجب عليك عند القيام بذلك تقديم معلومات عن نفسك، كالاسم، وعنوان البريد الإلكتروني، وقد يقوم جوجل أيضا بجمع معلومات أخرى عنك عند تفاعلك مع خدمة يوتيوب.

ب. **الحقوق في المحتوى:** يمكن لمستخدمي موقع يوتيوب تحميل محتوى على الموقع، ويحتفظ المستخدم بحقوق ملكية المحتوى الخاص به، غير أنه في حال رفع المحتوى على اليوتيوب يمنح المستخدم الإذن باستخدام وإعادة إنتاج وتوزيع وإعداد أعمال مشتقة من هذا المحتوى تتصل بموقع يوتيوب التي تشمل بصفة عامة الترويج للموقع، ويجوز للموقع نقل هذه الحقوق إلى أي مؤسسة أخرى إذا رغب في ذلك، ويمنح لباقي المستخدمين في الوصول إلى المحتوى واستخدامه بالقدر الذي يسمح به الموقع، وموقع يوتيوب متاح بشكل علني، ويعني ذلك أن المحتوى الذي ترسله عبر يوتيوب يكون متاحا بشكل علني، ومن ثم ينبغي أن تفكر بعناية في المحتوى الذي ترسله.

ج. **الإبلاغ عن المشكلات:** المشكلات التي قد يوجهها مستخدمو موقع يوتيوب، والأدوات التي يمكنهم استخدامها للإبلاغ عن المشكلات، ويجوز لموقع يوتيوب إنهاء حساب المستخدم عند

ارتكابه أي انتهاك لأي من سياسات الموقع، كما يجوز للمستخدم أيضا غلق حسابه على يوتيوب في أي وقت، وحسب وقائع كل حدث قد تكون هناك إجراءات يمكن اتخاذها بموجب القانون أو بموجب قرارات السلطة القضائية:

- **الإبلاغ عن المشكلات والتنفيذ عبر يوتيوب:** يمكن لمستخدمي موقع يوتيوب الوصول إلى مختلف المعلومات والأدوات المستخدمة في الإبلاغ عن المحتوى، وكخطوة أولى يجب أن يحدد المستخدمون المحتوى الذي يرونه مخالفا لتوجيهات موقع يوتيوب وحتى يمكن الإبلاغ عن أكثر من محتوى أو تقديم معلومات أكثر تفصيلا، يوفر يوتيوب أداة للإبلاغ، و يمكن استخدام هذه الأداة في الإبلاغ عن إساءة الاستخدام.
- **الشكاوي المرتبطة بالخصوصية:** حتى يتسنى للمستخدمين تقديم شكاوى مرتبطة بالخصوصية ينبغي عليهم إتباع إرشادات الشكاوى الخاصة بالخصوصية في موقع يوتيوب.

## المبحث الرابع: محددات الرأي العام الإلكتروني

### 1. عناصر الرأي العام الإلكتروني:

بمأن الرأي العام الإلكتروني يستند إلى نفس المبادئ الذي يقوم عليها الرأي العام التقليدي فإنه يشترك معه في الكثير من الخصائص، خاصة تلك المرتبطة بالعناصر التي يتشكل منها هذا الرأي، مع مراعاة الدعامة التقنية التي يقوم عليها، ووجوده في فضاء افتراضي لا واقعي، ومنه تتمثل عناصر الرأي العام الإلكتروني فيما يلي:<sup>1</sup>

- **الجمهور الإلكتروني:** فالرأي العام الإلكتروني لا يتكون من رأي فرد واحد، بل من آراء شرائح كبيرة من الأفراد تأثروا بهذا الرأي، وتبنوا الفكرة أو عارضوها فينتج عن ذلك في النهاية رأياً عاماً، ويكون عرض الآراء إما بشكل كامل عن طريق الكلام المنطوق أو الكتابة أو كلاهما بواسطة التقنية.
- **موضوع الرأي العام الإلكتروني:** ويقصد به القضية التي تشكل محور اهتمام الرأي العام، ففي ظل غياب المناقشة الحرة والحوار يكون من الصعب تشكل أي عام، فالرأي العام يتشكل نتيجة تفاعل واتصال الأفراد وتلاقى أفكارهم مع بعضهم البعض، وقدرتهم على التعبير عن هذه الآراء بكل حرية.
- **التقنية الإلكترونية:** ويقصد بها الشبكة العنكبوتية من خلال مواقع الانترنت والبريد الإلكتروني وغيرها من التطبيقات الخاصة بها، وهواتف الجيل الثالث وغيرها من الأدوات، حيث أنها أصبحت منبرا مهما للتعبير عن الآراء بحرية دون خوف.
- **الزمن المحدد:** يعتبر الوقت عنصر أساسي من عناصر عملية الرأي العام الإلكتروني خاصة بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي سهل سرعة التفاعل والانتشار، ولكل زمن ظروفه الخاصة التي تؤثر في آراء الناس وتشكيلها وتغيير بتغيير أو انتهاء المسببات لها، والظروف يمكن أن تكون سياسية أو اجتماعية، أو ثقافية، أو دينية، أو اقتصادية، كما أن للمراحل العمرية للإنسان أهمية كبيرة في تعبير عن الرأي، فتعبير المراهق عن آرائه وعن القضايا التي تهمة تختلف عن طريقة التي يعبر بها كبير السن صاحب الخبرة والتجربة في الحياة.

<sup>1</sup> متعب بن شديد بن محمد هماش: تشكيل الرأي العام الإلكتروني، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15 مارس 2009، ص 8.

## 2. خصائص الرأي العام الإلكتروني:<sup>1</sup>

- بالرغم من أن الرأي العام الإلكتروني يتفق مع الرأي العام التقليدي من حيث الهدف إلا أن هذا الأخير يختلف عنه من حيث الوسيلة من خلال عدة خصائص يمكن إدراجها على النحو الآتي:
- **الانتشار والوصول:** يتميز الرأي المكتوب أو المنطوق عبر الوسائل الإلكترونية، بأنه يصل إلى شريحة كبيرة من الناس في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة، فيتفاعل معه مستخدمو التقنية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالملاحظات.
  - **سهولة قياس اتجاهاته:** يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عديدة من خلال برامج تقنية مختلفة، والتي توفر الإحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حد مقبول نسبياً - بالرغم من أن العينة غير ممثلة للمجتمع بشكل دقيق - يمكن الاعتماد عليه من قبل القيادات وصناع القرار لمساعدتهم في صنع واتخاذ القرارات المناسبة.
  - **يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهتمه:** يتواجد الرأي العام الإلكتروني في أغلب القضايا التي تهتم الناس سواء كان الموضوع يهم المجتمع المحلي أو الإقليمي أو العالمي، ولهذا يلاحظ تفاعل الناس معه إلكترونياً كل حسب القضية التي تهتمه.
  - **تجدد الرأي العام الإلكتروني:** يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه متغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات نظراً لتغير مجريات الأحداث من حيث الوقت والقضية، ولأن التقنية الإلكترونية توفر إيصال أصوات وآراء الناس ومستجدات الأحداث بسرعة فائقة.
  - **انخفاض التكلفة:** ففي الآونة الأخيرة أصبحت الانترنت والتقنيات الإلكترونية قليلة التكلفة بالإضافة إلى مجانية الاستخدام في بعض المدن الذكية.
  - **خصوصية المبحوث (المستطلع):** ساعدت التقنية الإلكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام حيث أن المبحوث عبر التقنية الإلكترونية يتمتع بميزة الخصوصية، لأنه لا يقابل الباحث أو المركز الذي يقوم باستطلاع الآراء مباشرة، بل يتم ذلك عبر وسيط وهي التقنية بأنواعها المختلفة، وبإمكان المبحوث عدم ذكر اسمه وكتابة اسم مستعار له، مما يحفف شدة التوتر والخوف أو التردد في طرح رأيه بشفافية.

<sup>1</sup> متعب بن شديد بن محمد الهماش: مرجع سابق، ص 9.

- **النزاهة:** من سمات الرأي العام الإلكتروني النزاهة، ومعظم مؤسسات قياس الرأي العام تتميز بدرجة عالية من النزاهة والكفاءة المهنية، وأي محاولة واضحة لاستغلال المناصب من أجل كسب سياسي سيئ يحث عنها دون أدنى شك نتائج وخسائر شديدة.
- **سرعة تشكيل الاتجاهات:** نظرا للتقنيات الحديثة والتي هي في تطور مستمر والتي يستخدمها الرأي العام في التعبير عن آرائه بسهولة ومن أي مكان يتواجد فيه، ولا يحتاج لان ينتقل من المكان الذي هو فيه إلى مكان أكثر.

### 3. قادة الرأي العام الإلكتروني:<sup>1</sup>

كان لظهور الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية أثره الواسع والكثيف على المجتمع وعلى كافة الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما أدى بروز الإعلام الجديد إلى بزوغ أدوات وآليات جديدة يستخدمها النشطاء الإلكترونيين من المدونين والمغردين عبر تويتر ومستخدمي الفيس بوك في محاولة منهم لإحداث التغيير السياسي والاجتماعي والثقافي داخل مجتمعهم، فتارة يتم استخدام تلك الأدوات كوسائل إعلامية جديدة للحصول على الحشد والتجنيد والتعبئة والتنسيق والتمويل والتواصل مع غيرهم وجمع المعلومات، وتكوين تحالفات، وتارة أخرى بالتعبير عن ارتباط النشطاء الإلكترونيين بالحياة العامة والشأن السياسي، وتارة بإدارة حالة من النقاش العام حول بعض قضايا المجتمع في محاولة لوضع أجندته وأوليوياته.

وكان من أهم تلك الأنشطة التي يقوم بها النشطاء الإلكترونيين المشاركة في التعليقات أو نقل الأخبار أو المشاركة في استطلاعات الرأي الإلكترونية أو إنشاء مدونات أو تكوين المجموعات البريدية أو غرف الدردشة أو كتابة التعليقات، أو تكوين مجموعات على المواقع الاجتماعية مثل: موقع الفاييس بوك وغيرها أو شن حملات الكترونية تعبر عن احتجاج ما إزاء وضع معين من أجل تحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية.

وينشأ ذلك النشاط الإلكتروني وينطلق عبر الفضاءات الافتراضية المتاحة، ليكون ذلك بمثابة مقدمة للتأثير على الشارع الاجتماعي والسياسي، أو قد يكون انعكاسا ومواكبة ومشاركة لحالة الحراك الاجتماعي والسياسي الفعلي، ويكون دور هذه الأنشطة الترويج الإعلامي للقضايا، وإحداث حالة من التأثير على الرأي العام الإلكتروني قد تصل لتحويل الرأي العام الإلكتروني لرأي عام واقعي.

<sup>1</sup> محمد مصطفى رفعت: الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 211.

ومن ثم يتمخض عن مفهوم النشاط الإلكتروني مفهوم النشاط الإلكترونيين والذين هم بمثابة قادة الرأي العام الإلكتروني والمحرك الرئيسي لعملية الحراك والتعبئة الافتراضية والتي تتخطى المجال الافتراضي للمجال الواقعي المعاش.

ويمكن تعريف قائد الرأي الإلكتروني بأنه مستخدم لديه القدرة على الإقناع والكتابة يهتم بالشأن العام السياسي ويتقبل جميع الآراء ودائم التفاعلية مع الآخرين ويتقن كيفية استخدام الانترنت عامة والشبكات الاجتماعية وساحات الحوار خاصة.

#### 4. أبعاد ظهور قادة الرأي العام الإلكتروني: <sup>1</sup>

هناك مجموعة من الأبعاد السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي أدت لظهور قادة الرأي العام الإلكتروني ويمكن إجمالها فيما يلي:

- **بعد مؤسسي:** يتمثل في ضعف دور الأحزاب السياسية والمجتمع المدني وممثلي السلطة التشريعية كمؤسسات وسيطة بين الحاكم والمحكومين وعجزها عن حمل مطالب الرأي العام بما أدى إلى انفصال تلك المؤسسات عن الواقع الاجتماعي والسياسي الذي تعيش به، ودفع الرأي العام إلى اللجوء إلى الساحة الإلكترونية لبناء مؤسسات موازية وتصعيد أصوات المعارضة.
- **بعد تكنولوجي:** وفر الارتباط المتزايد بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات فرص أمام المستخدمين وخاصة واندماج خدمات الانترنت مع بعضها حيث تتيح خدمة الاتصال وإمكانية التراسل المجاني فضلا عن الحرية المتاحة وارتفاع سقفها عن وسائل الإعلام التقليدية، مما دفع المستخدمين للجوء لهذه الساحات الإلكترونية للتعبير عن رأيهم بحرية.
- **بعد تنموي:** إن المجتمعات التي تكون في طور التحول الديمقراطي يكون لديها حالة متصاعدة من الحراك السياسي، بالإضافة إلى أن الانفتاح المواطن على الخارج تجعل لديه طموحات وتطلعات أكبر قد تمثل ضغطا على صانعي القرار وقد لا تتوافق مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي، فالتطلعات الشعبية نحو التنمية يستتبعها حراك افتراضي من النشاط والفاعلون الجدد بهدف تحقيق الأفضل لصالح المجتمع.

<sup>1</sup> عادل عبد الصادق: **الإعلام الجديد و بروز الفاعلين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الإلكترونية**، سلسلة قضايا استراتيجية المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2013، ص 3.

▪ **بعد حقوقي:** بعد زيادة انتشار مفهوم المواطنة وحقوق الإنسان، عمد مستخدمو الشبكات الاجتماعية في تسليط الضوء على الانتهاكات التي تمس المواطنين، فكان للشبكات الاجتماعية دورا هاما ولاسيما المدونات في الكشف عن حالات الانتهاكات المتعددة، ومن ثم لجأ النشطاء والفاعلون الجدد في استخدام هذه الوسيلة لتصعيد قضايا حقوق الإنسان على كافة المستويات محليا ودوليا.

▪ **بعد عمري:** حيث أن المجتمعات العربية تحوي فئة عمرية من الشباب لديهم رؤى للتغيير وعلى دراية كافية بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتفاعل معها مقابل فئات عمرية أخرى، ومن ثم تلجأ فئة الشباب لاستخدام هذه الشبكات والساحات الالكترونية أكثر من فئة عمرية أخرى بهدف إيصال صوتهم والتعبير عن رأيهم.

#### 5. فئات قادة الرأي العام الإلكتروني:<sup>1</sup>

▪ **النشطاء الإلكترونيون:** بدأ النشطاء السياسيون في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لإحداث التغيير السياسي والاجتماعي عبر وسائل الإعلام الجديد محاولة للتأثير على الرأي العام وذلك من أجل تغيير الواقع أو الاسهام في تغييره.

▪ **المدونون:** يهتم المدونون بالقضايا الاجتماعية العامة ودعم حقوق الانسان والمواطنة وسيادة القانون وتداول السلطة، عن طريق التواصل الإلكتروني وكتابة المقالات عبر المدونات لتحقيق أهدافهم.

▪ وللمدونات السياسية تأثير كبير على الحكومات والرأي العام الإلكتروني لكونها همزة الوصل بين الحاكم والمحكومين، والتي تظهر في فعالية السياسية للمدونين من خلال دعم الفعاليات السياسية الواقعية وتأثيرها على الحراك السياسي والرأي العام، وإن كانت لا تهدف إلى الوصول للسلطة ولا تملك برنامجا سياسيا.

▪ **المغردون:** على موقع تويتر يظهر لنا بعض المستخدمين (المغردون) الذين يكون لهم تابعين أكثر مثل هذه الفئة من المستخدمين يكون لها تأثير على أتباعهم.

<sup>1</sup> محمد مصطفى رفعت: مرجع سابق، ص ص 215 - 219.

وقد يرصد المتابعين لهم رأيهم السياسي ويشاركونه فيما بينهم وقد تبرزه وتنقله وسائل الإعلام الإلكتروني أو التقليدي، وتنتشر تعليقاتهم أو تغريداتهم ليصل لأكبر شريحة عددية من المستخدمين والمهتمين بالشأن العام، ويستمد المؤثرون قوتهم التأثيرية من خلال 03 مؤشرات:

- معدل الانتشار الاجتماعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية social reach.
  - المحتوى الخاص بهم وقيمتهم بالنسبة للمستخدمين الآخرين original content.
  - ثقة الآخرين بهم ومدى مصداقيتهم لدى المستهلكين consumer trust.
- وقد صنف "جيم باري" jim barry أنواع المؤثرين إلى 04 أنواع أساسية وهم:
- **المعلمون Educators:** وهم المؤثرين الذين يعلمون المستخدمين الآخرين الأشياء المفيدة وينقلون خبراتهم لغيرهم.
  - **المدربون Coaches:** وهم المؤثرين الذين يعلمون ويديرون غيرهم ويعتمدون في الأساس على التجريب والمشاركة.
  - **الترفيهيون Entertainers:** وهم المؤثرين الذين يقومون ببث المضامين الترفيهية والخفيفة ويعتمدون على الأسلوب الكوميدي الخفيف.
  - **الكارزميون Charismatics:** وهم المؤثرين الذين لديهم شخصية محبوبة لدى قطاع كبير من المستخدمين الآخرين ويعتمدون على بث الطاقة الإيجابية والإلهام وروح الإبداع.

## 6. المميزات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لقادة الرأي العام الإلكتروني:<sup>1</sup>

- تمكنهم من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك بالاستفادة من الإمكانيات التفاعلية المختلفة.
- إتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان، وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث من مكان حدوثه مباشرة وبمرونة فائقة، هذه الخاصية مهمة جدا لتمكين الجماعات شبه المتنقلة وقاطني المناطق النائية من المشاركة السياسية.

<sup>1</sup> محمد مصطفى رفعت: مرجع سابق، ص ص 219 - 220.

- كما تقدم الشبكات الاجتماعية لقادة الرأي العام الإلكتروني أمكانية المشاركة التطوعية الحرة في مختلف الفعاليات الاجتماعية والسياسية بمختلف القنوات الفكرية وهذا ما لا توفره وسائل الاتصال التقليدي.
- تسهل لهم عملية جمع المعلومات اللازمة لمحاكاة الحكومات ومسائلتها ونشر المواد الإعلامية التي تشكل أداة نقد للحكومات وسياستها العامة، حتى يمكن استخدام ذلك بفعالية من قبل معارضي الحكومة والناشطين الإلكترونيا.
- تمكنهم من عملية إجراء الاستطلاعات الإلكترونية وتحليل اتجاهات الرأي العام الإلكتروني نحو مختلف القضايا.

## المبحث الخامس: الرأي العام الإلكتروني ; أسس و مبادئ

### 1. إيجابيات وسلبيات الرأي العام الإلكتروني:<sup>1</sup>

- أ. إيجابيات الرأي العام الإلكتروني: لقد ساهم الرأي العام الإلكتروني في تحقيق عدة فوائد للأفراد والمجتمع، من خلال إيجابياته والتي تتمثل في:
  - مساعدة الأفراد على تكيفهم مع المجتمع والتواصل فيما بينهم من خلال شبكة الانترنت والتقنيات الأخرى.
  - إحداث الفعالة لديهم تجاه بعض الآراء المطروحة والتي تلبى احتياجاتهم المعنوية.
  - تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف.
  - تمكينهم من عرفة موقف من حولهم تجاه أي قضية مطروحة عبر التقنية الإلكترونية وشبكة الانترنت.
  - معرفة طريقة تفكير الآخرين خيال القضايا المختلفة.
  - اكتشاف مواهب جديدة.
  - الإسهام في دعم القرارات مما يؤدي إلى نجاحها أو معارضتها فيؤدي إلى فشلها غالبا.
  - التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم.
  - اختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم.

<sup>1</sup> متعب بن شديد بن محمد الهماش، مرجع سابق، ص8.

- المساهمة في عولمة الرأي العام، فالاتجاهات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية وغيرها اتخذت طابعا عالميا مستفيدة من التطور الهائل الذي وصلت إليه تقنية الاتصالات، ولا نستغرب مثلا الموضوع الخاص بدولة عربية، فبالإمكان حشد الملايين من الناس من القارات المختلفة في يوم واحد، والفضل يرجع إلى شبكة الانترنت التي أتاحت الفرصة لنشر الآراء والخطط التنظيمية لهذه المظاهرات إلى مختلف أنحاء العالم وبتكلفة قليلة.

#### ب. سلبيات الرأي العام الإلكتروني:

- اقتناره على مستخدمي شبكة الانترنت وحائزي التقنيات الالكترونية الأخرى فقط.
- قد يكون أحيانا متعارضا مع الثوابت الأساسية في المجتمع مثل: الدين والعادات وغيرها.
- يصعب في بعض الأحيان معرفة الجمهور ونوعيته.
- عدم ثقة بعض الجماهير في نتائج الرأي العام الإلكتروني لوجود بعض التغيرات التقنية.
- استخدام الأسماء المستعارة التي تساعد على عدم ظهور شخصية الشخص مما يسهل له الإساءة للآخرين.
- الحوارات السيئة إلى الآخرين بمعلومات خاطئة، وعدم وجود الجدية في الكثير من الأحيان.

## 2. وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت:

هناك عدة وسائل تسهم في تكوين الرأي العام الإلكتروني نذكر أهمها كالآتي:

- **المدونات الإلكترونية:** تعتبر من أهم وسائل الاتصال عبر شبكة الانترنت التي تلعب دورا كبيرا في تكوين وتشكيل الرأي العام ذلك أنها تعتبر شكلا من أشكال صحافة المواطن حيث يقول الدكتور مصطفى عباس صادق: "تمر صحافة الانترنت مع التطور التكنولوجي الذي بات يعرفه عالم الانترنت، بالإضافة إلى التطور الملحوظ أيضا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالمرحلة أو الموجة الثالثة التي نعيشها الآن، تلك التي تتميز أساسا باستعمالها للوسائط المتعددة الاتصال.<sup>1</sup> بالإضافة إلى نقل الأحداث والخبرات والآراء أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك التي يطرحها الناشر على صفحاتها فقد شكلت المدونات في السنوات الأخيرة ظاهرة قوية وفاعلة

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، الطبعة الأولى مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 31.

سواء على المستويين الإعلامي والسياسي لتكوين هذه الظاهرة محل جدل حول الأثر الذي يمكن أن يلعبه التدوين.<sup>1</sup>

■ **البريد الإلكتروني:** يمكن اعتبار البريد الإلكتروني من أهم وسائل تكوين الرأي العام عبر الإنترنت، ومن أمثلة ذلك استخدامه في دعم الانتفاضة في الأراضي الفلسطينية المختلفة، حيث ساهم آلاف الشباب العرب في فلسطين وخارجها في نشر وسائل البريد الإلكتروني توضح حقيقة ما يجري على الأرض الفلسطينية وتكشف وحشية قوات الاحتلال الإسرائيلي وتبين زيف وكذب ما تنشره وسائل الإعلام الإسرائيلية حول ذلك.<sup>2</sup>

■ **موقع المحادثة (الدرشة):** هي عبارة مواقع سلبية وبناء صداقات لا تخلو من الخلافات الحادة أحيانا عندما تختلف الآراء حول موضوع ما أو قضية بعينها وكذلك تناول الكثير من القضايا العقدية التي تهم بعض المجتمعات والمناطق الجغرافية كالمواضيع الساخنة.<sup>3</sup>

■ **الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية:** تلجأ الشعوب إلى الشائعات عند تشعر أن الإعلام الرسمي لا يمنحها فرص التعبير عن موقفها وتطلعاتها، أو عندما تجرم القوانين حرية الرأي والتعبير وتجعل صاحب الرأي الحر عرضة للمساءلة القانونية، أما النكت الشعبية والسياسية فهي مقرونة بالظروف الاجتماعية والسياسية لمستهلكي ومنتجي تلك النكت والإشاعات، أما بالنسبة للنكت السياسية فإن أهم ما يميزها هو الظهور الموسمي والمرتبط أساسا بالمناسبات السياسية الكبرى مثل: الانتخابات والاستفتاءات وأحيانا بعض الزيارات الرسمية التي يقوم بها الحكام من خلال إعادة إنتاج النكت السياسية المتضمنة للعديد من الدلالات الاجتماعية والسياسية.<sup>4</sup>

■ **الرسائل القصيرة message/sms:** هي شكل آخر من أشكال العلام البديل، يمكن من خلاله الاستمتاع بتحقيق هامش لا بأس به من الحرية إذا لم تعد اليوم وظيفة الهواتف الجواله تقتصد على وظيفة التخاطب والتواصل عن بعد، بل أصبحت تقوم بوظائف أخرى مثل: إرسال دعوات المظاهرات السياسية والحقوقية والتعبيرية عن التضامن مع بعض الضحايا، أو نشر معلومات

<sup>1</sup> نها السيد عبد المعطي: صحافة المواطن (نحو نمط اتصالي جديد)، طبعة الأولى دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص52.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، طبعة الأولى، دار أسامة، عمان 2014، ص 135.

<sup>3</sup> صلاح عبد الحميد: مرجع سابق، ص 48.

<sup>4</sup> محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من النادي إلى الإنترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص ص 267-268.

بطريقة سريعة وغير مكلفة، وبدالك يعد احتكار الحكومات لوسائل الإعلام الرسمية له تأثير كما كان من قبل.<sup>1</sup> وبدأت وسائل الإعلام بتطبيق تشكيل وقياس الرأي العام الإلكتروني باستخدام الرسائل لإبداء الرأي حول موضوع ما.

■ **التصويت الإلكتروني:** وهو تصويت الذي يشمل عدة أنواع مختلفة من الاقتراع يشمل كل الوسائل الإلكترونية لتصويت وحساب الأصوات فهو مباشرة الحق السياسي في الانتخابات واختيار المرشحين باستخدام تقنية المعلومات بدلا من الطرق التقليدية ومن تم تخزين النتائج في أنظمة الحاسب الآلي وفق معايير فنية وأمنية معينة لتحقيق الشفافية، الدقة والأمن مما يضمن نزاهة العملة بصورها الإلكترونية.<sup>2</sup>

■ **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات بإضافة إلى التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور حيث توطد العلاقات الاجتماعية بينهم حيث أصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية ومن أبرزها الفيسبوك، تويتر واليوتيوب.<sup>3</sup>

### 3. تأثيرات الرأي العام الإلكتروني:

يمثل الرأي العام الإلكتروني الذي ينحصر داخل العالم الافتراضي نشاط شريحة من الجماهير التي تستخدم الفضاء الإلكتروني للتواصل و النقاش و يتبادل الآراء، وكذا الوظائف التثقيف ونشر الوعي والتأثير على الرأي العام.

لكن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع الافتراضي بتحويل الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبيري في ارض الواقع من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم ومن هنا نجد إن الرأي العام الإلكتروني يبرز من خلال مدى قدرة الفاعلين في المجال الافتراضي على استخدام كلمة تعكس رأيها، بصورة يحدد فيها الفرد آراءه حول موضوع معين، فقد كانت شبكة الانترنت من أهم المتغيرات والوسائل والمعلومات

<sup>1</sup> محمد سيد محمد: مرجع سابق، ص 261.

<sup>2</sup> (<http://www.ihec.iq/or>)

<sup>3</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام و التوارث العربية، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص ص 12-13.

التي استخدمها الفرد ليعكس رايه حول قضية معينة أو مجموعة قضايا ويتشكل رأي عام الكتروني بشأنها.<sup>1</sup>

**أهداف التأثير:**<sup>2</sup> يتطلب التأثير على المشاركين تحقيق هدفين:

- **الأول** هو تغيير طريقة تفكير المشاركين يستخدم كل شخص شكلا من الاستدلال العقلي يسمى الأنماط لاستيعاب الكم الهائل من المعلومات المتاحة في العالم، أن تغيير طريقة تفكير شخص وعرض ضروريات تغيير نمطه للعالم تعد مهمة صعبة أيضا يقوم الضغط الاجتماعي الحضاري بالتأثير على الأنماط بشكل كبير.
- **الثاني** هو تحفيز المشاركين على تغيير سلوكهم وتنفيذ فعل محدد، وتحقيق ضروريات الهدف الثاني، يتحقق الهدف الأول، إن المعلومات تؤثر على السلوك والتي بدورها تؤثر عن نوع المعلومات التي سيبحث عنها الفرد.

تعتبر وسائل الإعلام الاجتماعية مناسبة للتأثير على الآخرين بتوفير معلومات شيقة ومتكررة للمشاركين مثل الصور والفيديوهات حيث تستطيع زيادة معدل التواصل مع الجمهور.

#### 4. البودكاست الفكاهي والرأي العام الإلكتروني:

يقول عالم الاجتماع البرت الباندورا albert bandoura: "أن الافراد في المجتمعات يلجؤون إلى مختلف الوسائل المتاحة لديهم لتحقيق أهدافهم فان الإنسان كائن اجتماعي يعيش ضمن مجموعات من الأفراد يتفاعل معها ويؤثر فيها ويتأثر بها"، ومن هذه الوسائل المتاحة الذي يلجأ إليها الإنسان لتحقيق أهدافه هي الإعلام الجديد وتطبيقاته المتنوعة التي أصبح لها اليوم اثر مهم في تشكيل الرأي العام إزاء الموضوعات المثارة للنقاش في ظل التطورات لتكنولوجية المتسارعة كما بدا المدونون بالتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية بواسطة مدوناتهم لاسيما الشخصيات المشهورة في المجتمع، ويتاح للمستخدمين التفاعل مع المنشورات وبذلك تتحول المدونة إلى فضاء المفتوح لعرض الآراء المتعددة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نزهة حنون: بور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر (دراسة ميدانية على عينة من قراء المدونات)، رسالة مقدمة لنيل

شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة 03، 2016، ص ص 143-144

<sup>2</sup> عاصم سيد عبد الفتاح: وسائل التواصل الاجتماعي، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2017، ص ص 400 – 401.

<sup>3</sup> غالب كاظم جياذ ديمي: الإعلام الجديد (اعتمادية متصاعدة، ووسائل متجددة)، الطبعة، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 79-85.

لقد منع التطور التكنولوجي الفرصة للناشطين في مخاطبة الرأي العام عن طريق نشر الأفلام والتحدث لهم بوقت مفتوح وبطريقة هادئة، وبات إنشاء قنوات تلفزيونية خاصة على اليوتيوب شائعاً لدى الجماهير لتعبير عن رأيهم عبر هذه القناة، حيث يقول خبير الإعلام الأمريكي بيول ليفسون poul bvinson: "إننا نطلق كلمة الإعلام الجديد على وسائل التواصل الاجتماعي لأن الفرد عن طريقها ينتج المضمون ويتمتع به، وهو لا ينشر ويفكر فقط بل يستجيب للمضمون الذي ينتجه الآخرين ويتفاعل معه.<sup>1</sup>

فقد أسهمت الثورة التكنولوجية بنشر، جيل جديد من الشباب يعي ما حوله، ويسهم في النقاش والحوار عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بشأن الموضوعات المتنوعة، إذ استهوت التطبيقات الإعلام الجديد الشباب، وقدمت لهم مضمونا متنوعا، جذابا، ومنحتهم الفرصة للتعبير عن أنفسهم عن طريق نشر التعليقات على الأحداث والمشاركة فيها، بواسطة الصور وبث الفيديوهات التي تتصل بالقضايا عامة وخاصة، وأسهم التطور الكبير والمتسارع في التقنية الرقمية في إتاحة خدمة القناة التلفزيونية للشباب في تطبيق اليوتيوب للتعبير عن أنفسهم بشكل مستمر وتحميل الأفلام الحية، ليتم عرضها إذ اعتمدت على تقنية تمكن المستخدم من استعمال هاتفه الجوال في التعرض للمضمون تلك القنوات التلفزيونية والتي يمكن لأي منا إنشاؤها بدقة معدودة.<sup>2</sup>

وقد أسهم الإعلام الجديد في بروز جيل من المحللين السياسيين وكتاب شباب وفنانين في حقولهم فنية متعددة لم تتح لهم الفرصة لظهور وتحقيق الشهرة لولا استخدامهم الإعلام الجديد، فالنشر لا يكلف سوى جهاز موبايل مع اشتراك الانترنت، ومن ثم يبدأ بتواصل مع المضامين التي تبث من المستخدمين آخرين على تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حكيم سباب: الإعلام الآلي والقانون، دار وائل للنشر، عمان، 2014، ص 68.

<sup>2</sup> غالب كاظم جواد ديمي: مرجع سابق، ص 166.

<sup>3</sup> غالب كاظم جواد ديمي: مرجع سابق، ص 166.

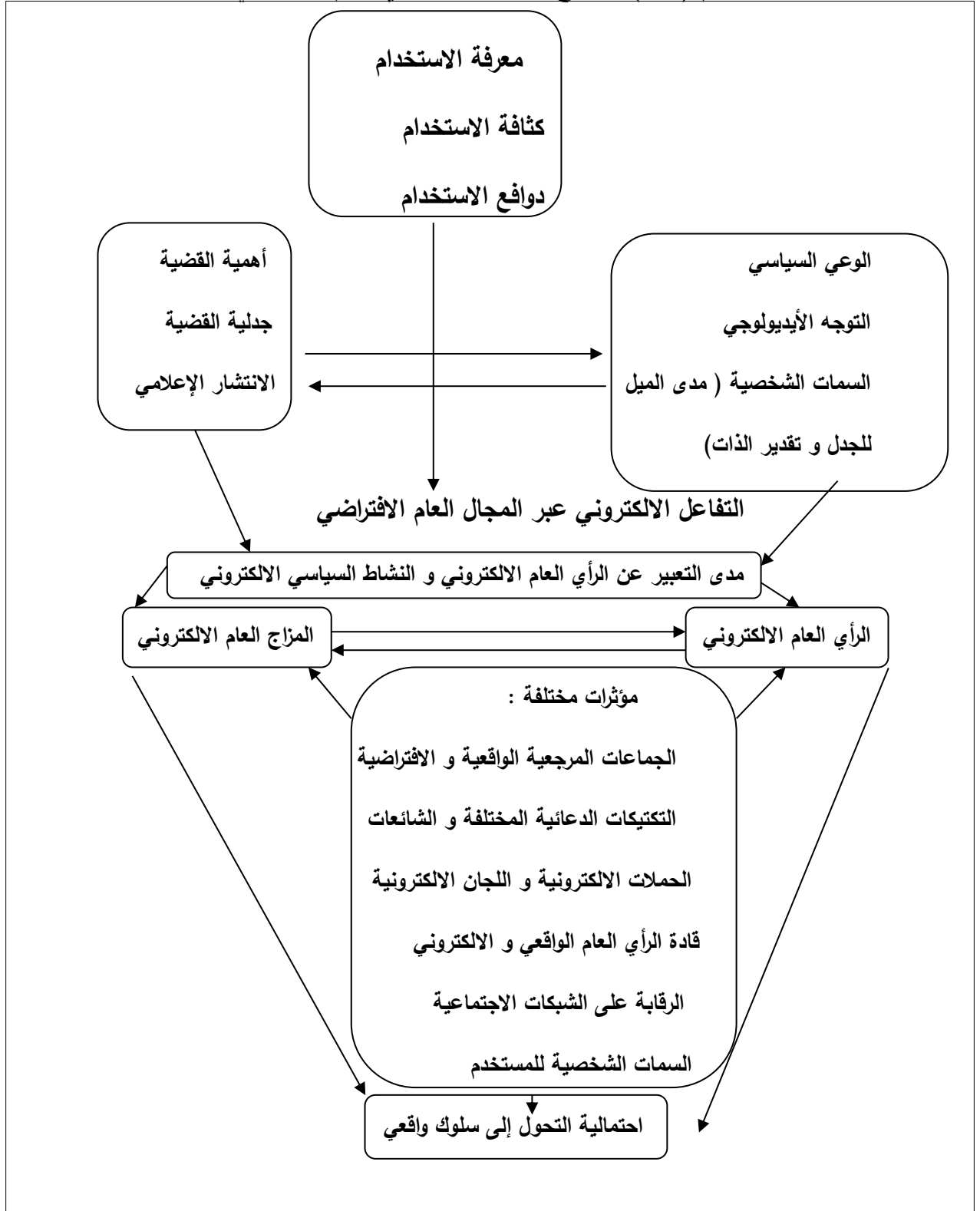
## 5. عوامل تشكل الرأي العام الإلكتروني:

يرتبط تشكل الرأي العام الإلكتروني بعاملين أساسيين هما:

- **مستوى التعليم:** ويرتبط هذا العامل بمجموعة من المتغيرات الفرعية هي:
  - المدارس والجامعات وانتشار التعليم في جميع المناطق والذي يؤهل الأفراد لمناقشة الأفكار واستيعاب مضمونها.
  - وجود ثقافة استخدام شبكة الانترنت حيث يرتبط هذا المتغير بالوعي، وهو أحد مظاهر التعليم وارتفاع المستوى التعليمي.
- **وجود شبكة قوية للاتصالات وتوفر خدمة الانترنت:** وهو يرتبط بعدد خطوط الهاتف ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، أي بشكل عام درجة الانتشار الواسع لخدمة الانترنت من خلال العناصر الثلاثة الإتاحة، المجانية، السرعة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> فتحي حسين عامر: الرأي العام الإلكتروني، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012، ص 166.

شكل رقم ( 06 ) يوضح وسائل تكوين الرأي العام الإلكتروني عبر الانترنت



المصدر: محمد مصطفى رفعت: الرأي العام في الواقع الافتراضي و قوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر و التوزيع، 2018، ص 248.

### خلاصة:

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم الوسائط التي تساهم في تشكيل الرأي العام الكترونياً، خاصة موقع اليوتيوب وتطبيقاته التي لاقت انتشاراً واسعاً وجذبت أكبر عدد من المتابعين والمستخدمين من خلال التفاعل مع المواضيع والقضايا دون أي قيود، بحيث انتقلت قوة وتأثير هذا الرأي من الفضاء الافتراضي إلى الفضاء الواقعي، وبفضل خصائصها استطاعت أن تحدث تغييرات على مستوى القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وإشراك المتلقي في القضايا إلا أن دورها في تشكيل الرأي العام يبقى محدوداً في ظل عدة عوامل منها سرعة تدفق الانترنت والقدرة على تأثير في الجمهور.

# الإطار التطبيقي للدراسة

## الفصل الخامس: الجانب الميداني للدراسة

### تمهيد

#### المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.

1. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور السمات الشخصية
2. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي
3. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي

#### المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج فرضيات الدراسة.

1. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الأولى
2. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الثانية والثالثة
3. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الرابعة

#### المبحث الثالث: الإستنتاج العام

1. النتائج العامة
2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
3. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

### خلاصة

تمهيد:

بعد إجراء الدراسة الميدانية والتحقق من صلاحية أداة الدراسة لقياس ما وضعت لقياسه، وبعد تطبيقها على عينة الدراسة وتفرغ النتائج بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي (spss)، فقد تم تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة واختبار الفرضيات.

والفصل الموالي يعرض تفسير وتحليل الجداول ونتائج الدراسة من خلال قراءة إحصائية لنتائج الاستبيان والتأكد من صحة الفرضيات ومناقشة النتائج المتوصل إليها.

المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.

1. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور السمات الشخصية:

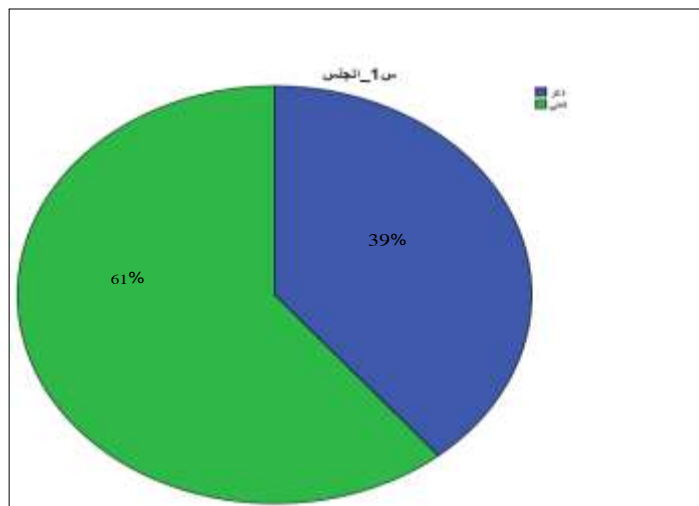
- توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

الجدول رقم ( 06 ): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
39%	156	ذكر
61%	244	أنثى
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

الشكل رقم (07): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يحدد لنا الجدول رقم (06) كيفية توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من الإناث بنسبة 61 % من مجموع أفراد العينة، في حين بلغت نسبة الذكور 39% وهي تقريبا نفس النتائج التي تم توصل إليها من خلال استخدامنا أداة الملاحظة، حيث تبين أن أغلب التعليقات في قنوات اليوتيوب "البودكاست الفكاهي" مجال الدراسة تعود إلى فئة الإناث وهو ما يتفق إلى حد كبير مع نتائج بعض الدراسات الميدانية التي أجريت حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي خاصة قنوات اليوتيوب ويرجع ذلك أيضا إلى عامل الوقت الذي تملكه فئة الإناث على غرار فئة الذكور مما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي المتنفس الوحيد للقضاء على الفراغ والروتين اليومي، بالإضافة إلى انشغالات واهتمامات كل فئة إلا أن الفروقات الفردية لكلتا الجنسين تبقى محدودة في التعرض للمواقع التواصل الاجتماعي خاصة مضامين البودكاست الفكاهي حسب الظروف الاجتماعية والاقتصادية المحيطة، حيث تؤكد الدراسات الأجنبية والعربية - على حد إطلاع الطالبة الباحثة- أنه لا توجد فروقات من حيث النوع في من يتعرضون لمضامين اليوتيوب.

ومن جهة أخرى الفرق بين الجنسين يعكس طبيعة المجتمع الجزائري الذي يغلب فيه الجنس الأنثوي ويمكن ربط هذه الفروقات باهتمامات الإناث حيث أثبتت الدراسات وجود تمايز واضح بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع للتنشئة الاجتماعية للجنسين وتقسيم الأدوار الاجتماعية بينهما خاصة في مجال العمل بالإضافة إلى سهولة استخدام التقنية في ظل التطور التكنولوجي الهائل.

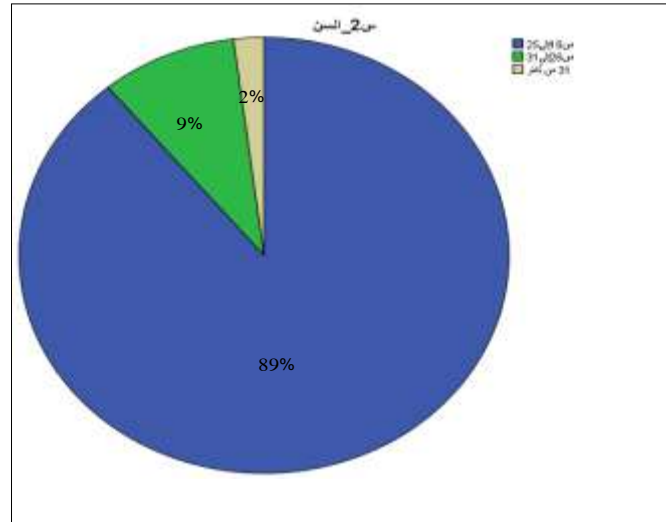
#### - توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن:

الجدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
89%	356	من 18 إلى 25 سنة
9%	36	من 26 إلى 31 سنة
2%	8	أكثر من 31
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

الشكل رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07، ومن الشكل رقم 08 أن معظم أفراد عينة الدراسة تنحصر أعمارهم بين 18 - 25 سنة بنسبة 89% من مجموع أفراد العينة في حين الذين تنحصر أعمارهم بين 26 - 31 سنة بلغت نسبتهم 9% من مجموع أفراد العينة، وأما الذين تفوق أعمارهم 31 سنة فلم تزد عن 2%.

وهذا راجع لكون ظاهرة التدوين تنتشر في أوساط الشباب كونها فئة دافعة لشيوع هذا الشكل من التواصل، وقد يكون وراء هذا الانخراط العفوي في فعل التدوين المرئي صلة بفقد الشباب الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، ويمكن القول أن ظاهرة المدونات ساهمت في تحديد وتشكيل ديمغرافيا الانترنت بالإجابة على السؤال من هي الشريحة الأكثر حضورا في شبكة الانترنت كفضاء افتراضي صعب التقييم والمتابعة.<sup>1</sup>

فالشباب ومن خلال انخراطهم في هذا الشكل من التعبير عن قضايا الشأن العام يريدون إيصال رسالة مفادها أنهم لا يملكون بديلا للتعبير عن رأيهم إلا مضامين البودكاست كونها الحل المتاح، ومن جهة أخرى فالفئة العمرية المنحصرة ما بين 18 و 25 سنة و 26 و 31 سنة تريد أن تعبر عن نفسها من خلال المزج بين السيرة الذاتية والنقد، وأظهرت بعض الدراسات أن مجتمع المدونين صاحب الثقافة الرقمية يعبر عن وطنيته بشكل مختلف عن جيل السبعينات والثمانينات الذي لازال غارقا في الخطابات حيث أن الفئة الشبابية تعرض آرائها وتحليلاتها السياسية دون انتمائهم سياسيا لفئة حزبية معينة وتلك هي بالإضافة النوعية في التفاعل مع قضايا الرأي العام التي اتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة

<sup>1</sup> جمال الزرن: المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس، 2007، ص ص 169 - 170.

مضامين البودكاست الفكاهي محل الدراسة التي جعلت الشباب ليس متابعا فقط بل مفكرا ثم مشاركا في الأحداث من حوله.

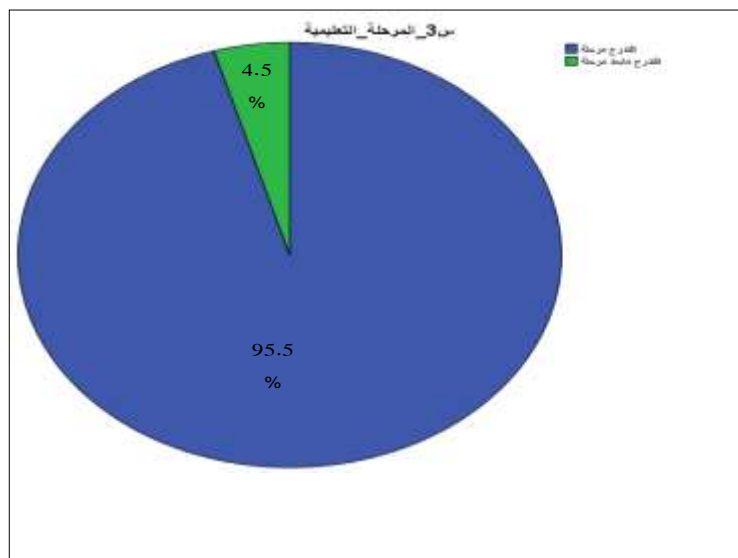
### - توزيع المبحوثين حسب المرحلة التعليمية:

الجدول رقم ( 08 ): توزيع المبحوثين حسب المرحلة التعليمية.

المرحلة التعليمية	التكرار	النسبة المئوية
مرحلة التدرج (ليسانس/ماستر)	382	95.5%
مرحلة ما بعد التدرج (دكتوراه)	18	4.5%
المجموع	400	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

الشكل رقم (09): توزيع المبحوثين حسب المرحلة التعليمية



يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (08) أن معظم أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مضامين البودكاست الفكاهي مجال الدراسة هم في مرحلة التدرج (ليسانس، ماستر) حيث بلغت نسبتهم 95.5% من مجموع أفراد العينة، في حين بلغت نسبة مرحلة ما بعد التدرج (دكتوراه) 4.5% وهذا راجع أن الهدف من استخدامهم هذه المضامين الوصول إلى مجموعة كبيرة من المعلومات لتحقيق التواصل الاجتماعي وما تقدمه لمجالاتهم الأكاديمية من مزايا جديدة وعديدة خصت نفسها بها عن مصادر أخرى.

وهذا حسب دراسة قام بها عصام منصور موسومة ب: المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات.

بالإضافة أن هذه القراءة الإحصائية تؤكد فرضا أساسيا من فروض نظرية انتشار المبتكرات حيث تؤكد النظرية بأن الأشخاص الأكثر تعليما هم الأكثر إقبالا على المبتكر ويصنفون ضمن فئة المتبنين الأوائل حيث يتمتعون بأدوار قيادية، ويدركون بالفعل الحاجة إلى التغيير.

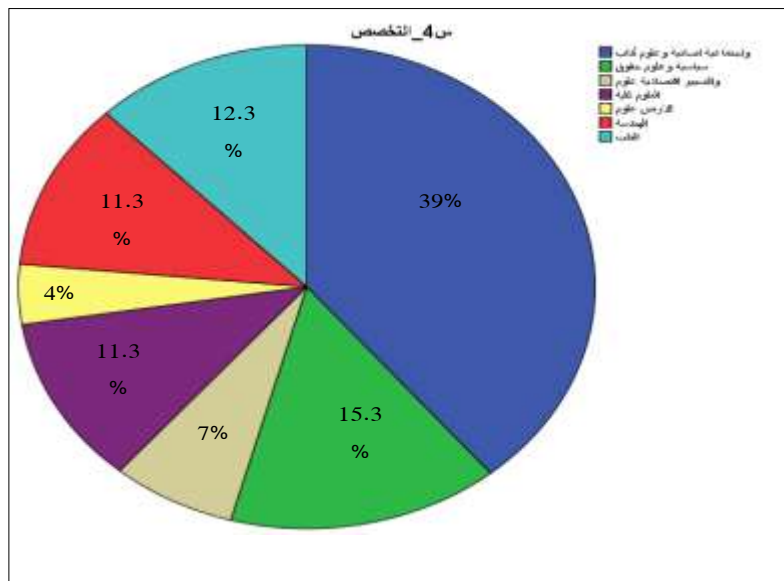
### - توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي:

الجدول رقم (09) : توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي.

النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
39.0%	156	الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
15.3%	61	الحقوق والعلوم السياسية
7.0%	28	العلوم الاقتصادية والتسيير
11.3%	45	كلية العلوم
4.0%	16	علوم الارض
11.3%	45	الهندسة
12.3%	49	الطب
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

### الشكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يتبين من خلال الجدول رقم (09) ومن الشكل (10) أن التخصص آداب وعلوم إنسانية واجتماعية استحوذ على أعلى نسبة قدرت ب 39% تليها تخصص حقوق وعلوم سياسية بنسبة بلغت 15.3%. في حين بلغت نسبة تخصص طب 12.3% أما كل من تخصص كلينا العلوم والهندسة فبلغتا نسبتهما 11.3% في حين قدرت نسبة كل من تخصص علوم اقتصادية وعلوم الأرض ب 7% و 4% على التوالي.

ويعود هذا التبيان في النسب إلى طبيعة التخصصات التي يدرسها المبحوثين مجال الدراسة، وبالتالي فالطلبة الذين يدرسون في تخصص علوم إنسانية كتخصص إعلام واتصال، وكذا طلبة الحقوق والعلوم السياسية هم أكثر فهما لمضامين البودكاست خاصة أن المفاهيم ومصطلحات السياسية والإعلامية كونهما مجال تخصصهم الذي يبحثون فيه، أما بالنسبة للتخصصات العلمية فنجد طلبة الطب يتعرضون لمضامين البودكاست خاصة المهتمة بالمجال الطبي كون مجال اختصاصهم يفرض عليهم اللجوء إلى قنوات اليوتيوب العلمية المتخصصة لإجراء أبحاثهم.

أما التخصصات الأخرى التي سجلت أقل النسب راجع إلى كونهم يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي للترفيه والحصول على الأخبار الراهنة والمستجدات وعدم الاهتمام بالجانب السياسي.

## 2. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي:

- توزيع المبحوثين حسب تصفح موقع اليوتوب:

الجدول رقم (10): توزيع المبحوثين حسب تصفح موقع اليوتوب.

هل تتصفح موقع اليوتوب Youtube	التكرار	النسبة المئوية
نعم	400	100%
لا	0	0%
المجموع	400	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

اتجه كل أفراد العينة قيد الدراسة على الموافقة فيما يخص العبارة وهو ما يوضح بأن كل أفراد العينة يتصفحون موقع اليوتوب من دون استثناء بنسبة 100% حيث قدر عدد المستخدمين الناشطين على موقع اليوتوب في يوليو 2019 إلى 2 مليار مستخدم حسب مصدر "ستاتيسا"، ولقد احتلت الجزائر

مرتبة متقدمة بين دول العالم من حيث زيادة مستخدمي الانترنت في عام 2018 بنحو 3.5 مليون مستخدم جديد.

ومن جهة أخرى استغرق اليوتيوب 8 سنوات للوصول لمليار مستخدم، وفي الجزائر نتيجة لارتفاع عدد المستخدمين وكذا الأحداث التي تعيشها ضمن ما يعرف بالحراك السياسي، فالمستخدمين أدركوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد قادرة على إشباع حاجاتهم ورغباتهم وبذلك وجدوا موقع اليوتيوب وتطبيقاته فضاء للتعبير وتبادل الأدوار إذ تشير أغلب الدراسات المتصلة بالإعلام الالكتروني والتي تتعلق باستعمالات الفيديو أن 70% من الزيارات الانترنت ستكون من نصيب محتوى الفيديو وذلك في أفق 2021، وأن السيطرة ستعود إلى منصة موقع اليوتيوب الذي يستهلك ما بين 50% و 70% من المشاهدات على الهواتف الذكية إذ قدر مالكيها بنسبة 80%.<sup>1</sup>

### - المواضيع المتابعة عبر اليوتيوب:

الجدول رقم (11): يوضح المواضيع المتابعة عبر اليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي المواضيع التي تتبعها عبر اليوتيوب؟
10.4%	93	• مواضيع سياسية
6.5%	58	• مواضيع اقتصادية
28.5%	255	• مواضيع رياضية
36.4%	325	• مواضيع ثقافية
18.2%	163	• مواضيع اجتماعية
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يوضح الجدول رقم (11) طبيعة المواضيع التي يتم مشاهدتها عبر اليوتيوب، حيث يتجه معظم أفراد عينة الدراسة إلى مشاهدة المواضيع الثقافية بنسبة كبيرة فاقت 36.4% ثم تليها المواضيع الرياضية بنسبة 28.5% وقد سجلت أقل نسبة بالنسبة للمواضيع الاجتماعية بنسبة 18.2% ولم سوى 10.4% و 6.5% بالنسبة للمواضيع السياسية والاقتصادية على التوالي.

وهو ما يدل على توجه الطلبة الجامعيين إلى مشاهدة المواضيع الثقافية والرياضية وعدم اهتمامهم بالقضايا والمواضيع السياسية، الاقتصادية والاجتماعية، وهذا راجع لكون المتابع الجزائري يفضل مشاهدة مضامين تحاكي واقعه الاجتماعي لأنها تعتبر أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامّة، كما

<sup>1</sup> جمال الزرن: الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، على الرابط

أنها تعبر عن صوت المواطن العادي، بالإضافة كون الإعلام الرياضي اليوم أصبح يقوم بصياغة الواقع بنشر الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع مما يجعل الشباب يتأثر به هروبا من الواقع وبالتالي فمشاهدة المواضيع الرياضية تساعد على إعادة تنظيم الصورة العقلية لدى الفرد لتشكيل آراء رياضية جديدة تؤثر بطبيعة الحال على سلوكه وتصرفاته.

### - طبيعة الوسيلة الاتصالية لمشاهدة مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (12): طبيعة الوسيلة الاتصالية لمشاهدة مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	عبر أي وسيلة اتصالية تشاهد، عادة، مضامين البودكاست الفكاهي
76.4%	389	• الهاتف النقال
20.2%	103	• الحاسوب
3.3%	17	• اللوح الالكتروني
100%	509	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال القراءة الاحصائية للجدول أعلاه تبين أن جل أفراد العينة يتابعون اليوتيوب من هاتفهم النقال بنسبة 76.4%، في حين يتابع 20.2% منهم اليوتيوب عبر الحاسوب وبلغت نسبة الذين يتابعون عبر اللوح الالكتروني 3.3% فقط من مجموع الأفراد، وهي نسبة ضئيلة وهو ما يؤكد على دور الهاتف النقال في متابعة اليوتيوب والذي يعتبر وسيلة أساسية لدى الطلبة في مشاهدتهم لمضامين البودكاست الفكاهي وقد بينت مؤشرات التقرير الرقمي العالمي لعام 2019 أن عدد مستخدمي الهواتف وصل نحو 5.4 مليار مستخدم، بزيادة 100 مليون أي ما يعادل 2% عن نسبة العام الماضي بنسبة بلغت 67%. من إجمالي الأشخاص حول العالم فيما بلغ عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية نحو 3,26 مليار شخص في جانفي 2019، ليكون معدل مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية 42% من إجمالي الأشخاص حول العالم.<sup>1</sup>

وهذا راجع للاستخدام المكثف لهذه الوسائل في السنوات الأخيرة وظهور الأجهزة الذكية وعلى رأسها الهاتف النقال واللوح الالكتروني بغض النظر على امتلاك الفرد في بعض الأحيان للوسائل الاتصالية الثلاثة إلا أنه يفضل الهاتف النقال لصغر حجمه وسهولة استعماله والامتيازات التقنية المتوفرة

<sup>1</sup>مؤشرات التقرير الرقمي العالمي، متاح على الرابط

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.

به مع ظهور الجيل الثالث والرابع للإنترنت التي ساهمت بشكل واضح في استخدام هذا الجهاز حسب الظروف الملائمة.

### - ترتيب قنوات اليوتيوب حسب درجة المتابعة:

الجدول رقم (13): يوضح ترتيب قنوات اليوتيوب حسب درجة المتابعة.

الرتبة	مجموع الرتب	ترتيب قنوات اليوتيوب حسب درجة المتابعة:
1	879	• قناة أنس تينا
2	1084	• قناة يوسف زروطة
3	1292	• قناة jokerdz
4	1297	• قناة عادل السويزي
5	1468	• قناة ميستر إكس كرس

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قنوات اليوتيوب لكل أنس تينا ويوسف زروطة و dz joker شهدت متابعة من قبل الطلبة الجامعيين مجال الدراسة، وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع المطروحة بقالب فكا هي ساخر من الواقع والتجارب الشخصية، حيث أكد لنا المدون "أنس تينا" في مقابلة أجريت معه أنه من خلال الفكاهة يستطيع إرسال أكبر عدد ممكن من الرسائل الخفية لتتوير الرأي العام حيث قدرت نسبة المشاهدات بالملايين، اما بالنسبة لترتيب القنوات الأخرى فمعظم أفراد العينة أدلوا أنهم يجهلون هذه القنوات ولديهم اهتمامات أخرى لقنوات على اليوتيوب متخصصة في الطبخ والرياضة والتجميل.

### - سنوات متابعة مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (14): سنوات متابعة مضامين البودكاست الفكاهي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	منذ متى تشاهد مضامينها
0.81	2.24	24.3%	97	أقل من سنة
		27.3%	109	من سنة إلى سنتين
		48.5%	194	أكثر من 03 سنوات
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (14) الذي يبين منذ متى يتابع المبحوثين مضامين البودكاست الفكاهي، أن أعلى نسبة منهم تتابع هذه الأخيرة أكثر من 03 سنوات بنسبة 48.5% تليها

نسبة 27.3% من المبحوثين تقول بأنها تتابع المضامين من سنة إلى سنتين فيما تبقى النسبة الأقل تقول أنها تتابع مضامين البودكاست الفكاهي أقل من سنة وذلك بنسبة 24.3% وهذا راجع إلى كون المبحوثين طلبة الجامعيين وكون هذه مرحلة مهمة لظهور التكنولوجيا الحديثة خاصة في المجال العلمي، كما أن التدوين الإلكتروني عرف تأخرا وانتشارا محتشما في الجزائر، حيث ظهرت فيديوهات ومقاطع البودكاست في السنوات الأخيرة تزامنا مع ظهور الإعلام الجديد والوسائط المتعددة وما تمتاز به من حرية في تعبير وكذا سهولة في النشر والوصول إلى أكبر عدد من الجماهير حيث أكد لنا المدون أنس تينا أن بدايته كانت مع البودكاست الإذاعي عبر تسجيلات إذاعية لمواضيع تحاكي الواقع الاجتماعي عام 2011 بتقديم أعمال دون الكشف عن هويته ليقدّم بعدها نفسه للجمهور الجزائري عن طريق الفيديوهات<sup>1</sup> ويجدر الإشارة أنه بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.24 وهو ضمن المجال [1,67 - 2,33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب 0,81.

### - كيفية الانضمام إلى قنوات مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (15): كيفية الانضمام إلى قنوات مضامين البودكاست الفكاهي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	كيفية الانضمام إلى قنوات البودكاست الفكاهي
0.43	1.71	26.0%	104	قصديا بالبحث عن البودكاست
		74.0%	296	صدفة (مقترح في الويب أو في مواقع التواصل الاجتماعي)
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال الجدول أعلاه تبين أن أفراد عينة الدراسة تم انضمامهم إلى قنوات اليوتيوب التي تنتج البودكاست الفكاهي صدفة (مقترح في الويب أو في مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة بلغت 74%، في حين بلغت نسبة الذين انضموا قصديا بالبحث عن البودكاست 26%، ومن جهة أخرى بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.71 وهو ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب: 0.43.

وهذا راجع لطبيعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تسمح لبعض الرسائل من الانتشار بسرعة، وحسب نظرية انتشار المبتكرات فإن الأشخاص يتعرفون على المبتكر الجديد من خلال وسائل الاتصال

<sup>1</sup> مقابلة أجريت مع المدون الجزائري أنس بوزغوب بتاريخ 14 أوت 2021 على الساعة 16 مساء عبر تقنية الفاير.

الجماهيري والاتصال الشخصي من قادة الرأي والأتباع من خلال إقناعهم بضرورة استعماله، وبالتالي فأفراد عينة الدراسة انضموا إلى قنوات اليوتيوب البودكاست عن طريق وسيلة اتصالية التي قامت بنشر مضمون هذا المبتكر الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير خاصة وأن المدونين ومنتجي مضامين البودكاست لديهم صفحات رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، حيث لاحظنا أن أغلب المدونين يقومون بإدراج رابط لفيديوهاتهم على صفحات الفيسبوك مما يضيف عنصر التفاعلية مع الحلقات المدرجة.

### - طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (16): طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المتابعة
13.5%	64	• المتابعة بطريقة غير منتظمة
40.8%	193	• المتابعة منذ البداية
4.2%	20	• الانقطاع ثم العودة
9.1%	43	• الانقطاع نهائياً
32.3%	153	• المتابعة بطريقة منتظمة مع بث الفيديوهات
100%	473	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم 16 تبين أن جل أفراد عينة الدراسة يتابعون مضامين البودكاست الفكاهي منذ البداية بنسبة قدرت ب 40.8%، في حين قدرت نسبة الذين يتابعون بطريقة منتظمة مع بث الفيديوهات 32.3% تليها كل من المتابعة بطريقة غير منتظمة والانقطاع النهائي ثم العودة بنسب بلغت 13.5% و 9.1% و 4.2% على التوالي.

وهذا التباين في النسب راجع إلى اهتمامات الباحثين وطبيعة القضايا المطروحة من قبل المدونين التي تتميز بمواكبة الأحداث الجارية، بالإضافة أنه عندما يشترك أحد الزوار في بث المدون يقوم متلقي المدونة بتفقد ملف RSS دورياً لرؤية ما تم إضافته من حلقات جديدة ومن تم تنزيلها، وبالتالي يرتبط التواتر في تحديث الفيديوهات عبر قنوات المدونين في اليوتيوب بنوع ومجال التدوين خاصة التي تعالج القضايا والمواضيع الراهنة التي تهتم الجمهور حيث أن الفيديوهات المعروضة تكون قصيرة مما تجنب الملل للمتابع، بالإضافة أن هناك بعض الفيديوهات تعالج الموضوعات بطريقة منتظمة باستخدام مؤثرات تجعل المتابع ينتظرها لإشباع حاجاته وهذا ما ركزت عليه نظرية ترتيب الأولويات في افتراضها أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها

وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويفلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام ومن هذا المنطلق نجد أن أفراد العينة يتابعون البودكاست منذ البداية لإشباع رغباتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية.

### - الأوقات التي يتابع فيها المبحوثين مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (17): الأوقات التي يتابع فيها المبحوثين مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الأوقات التي تتابع فيها، عادة، مضامين البودكاست الفكاهي
4.9%	24	• صباحا
26.7%	130	• مساء
68.3%	332	• ليلا
100%	486	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يبين الجدول أعلاه الأوقات التي يتابع فيها المبحوثين عادة، مضامين البودكاست الفكاهي حيث بلغت نسبة المتابعين ليلاً 68.3% في حين بلغت نسبة المتابعين في الفترة المسائية 26.7% لتحتل الفترة الصباحية بنسبة قدرت بـ 4.9%.

وهذا راجع كون أن المبحوثين في الفترة الصباحية ينشغلون بالدراسة والعمل، بالإضافة أثبتت بعض الدراسات أن تأثير وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة عند الجمهور يكون أكثر تفاعلية وقت الذروة، وقد حددت الفترة ما بين 8 و 11 ليلاً إذ يعد هذا الوقت من أكثر الأوقات التي يقبل فيها المتلقي على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع محتوياتها كفضاء للتنفيس والهروب من الواقع وضغوطات العمل والبيئة المحيطة.

ومن جهة أخرى تتطور وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم ويتغير سلوك المستخدمين، ويعتبر أفضل وقت لنشر محتوى فيها في الفترات المسائية، ويرجع ذلك إلى أن العديد من متابعي قنوات البودكاست يتصفحون موقع اليوتيوب عبر هواتفهم المحمولة خلال استراحات العمل القصيرة، بالإضافة إلى عطلات نهاية الأسبوع فتحقق أعلى نسبة مشاهدة بسبب تصفح الموقع بكثرة خلال هذه الأيام لهذا يأخذ المدونين بعين الاعتبار هذه الأوقات لبحث حلقاتهم لتحقيق نسب مشاهدة عالية وباستخدام أداة الملاحظة تبين أن معظم المدونين في اليوتيوب يقومون بتنزيل حلقاتهم في الفترات المسائية.

- الاعتماد على مضامين البودكاست في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة:

الجدول رقم (18): الاعتماد على مضامين البودكاست في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	هل تعتمد على مضامين البودكاست في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة.
0.55	2.13	9.8%	39	• دائما
		68.0%	272	• أحيانا
		22.3%	89	• أبدا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

نسجل من خلال الجدول رقم (18) الذي يبين اعتماد أفراد عينة الدراسة على مضامين البودكاست الفكاهي في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.13 ودرجة انحراف معياري تقدر ب 0.55 في حين بلغت نسبة الذين أجابوا ب أحيانا 68 وتليها أبدا ودائما بنسبة قدرت ب 22.3 و 9.8 على التوالي.

وهذا راجع إلى دور الشبكات الاجتماعية في ثورات الربيع العربي عام 2011 من خلال نشر وتدعيم ثقافة المواطنة، فقد ساهمت الثورة التكنولوجية في صنع جيل جديد من الشباب يعي ما حوله ويسهم في النقاش والحوار عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي حيث منحهم فرصة للتعبير عن أنفسهم عن طريق نشر التعليقات على الأحداث والمشاركة فيها فقد أثبتت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، ويرى الخبراء أيضا أن السر في هذا يكمن في الكيفية التي بنيت عليها هذه المواقع، فهي ذات طابع شخصي يسهل الاشتراك والتفاعل، بالإضافة إلى المشاركة في مناقشة القضايا السياسية كالحراك السياسي وإظهار موقفك السياسي بمجرد الضغط على الزر.

- مساهمة مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم(19): مساهمة مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	هل ساهمت مضامين البودكاست الفكاهي في:
36.4%	206	• الاهتمام بالقضايا السياسية
16.4%	93	• الانتماء الأيديولوجي
4.2%	24	• الانتساب للمؤسسات ذات الطابع السياسي
19.1%	108	• انتقاد السلطة بحرية
23.9%	135	• اتخاذ مواقف سياسية
100%	566	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (19) الذي يوضح مساهمة مضامين البودكاست الفكاهي في الاهتمام بالقضايا السياسية بنسبة قدرت ب 36.4% تليها اتخاذ مواقف سياسية بنسبة بلغت 23.9% في حين قدرت نسبة كل من انتقاد السلطة بحرية والانتماء الأيديولوجي والانتساب للمؤسسات ذات طابع سياسي 19.1%، 16.4% و 4.2% على التوالي وهذا التبيان في النسب يرجع إلى جملة من الأسباب أن مضامين البودكاست الفكاهي أضحت أولا تشاركية للنشر الأفكار ووسيلة للتعبير الحر عن الآراء وكونها إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي، حيث ساهمت في خلق تصورات لخلق التفاعل بين الأفراد تحت مسمى حرية التقنية كونها تساعد المدونين في تعبير عن موضوعات التي تشغلهم دون قيود إذ تعد منصة اليوتيوب بالنسبة للمدون الجزائري منبرا مهما للتعبير عن المشاكل والضغوطات المواطن العادي بعيدا عن صراع القائم داخل المؤسسات الإعلامية الرسمية وكفاعل سياسي ووسيط بين السلطة والجمهور من خلال مناقشة القضايا السياسية التي تهم الجمهور بهدف إحداث التغيير وجذب المتلقي ووضعه في قلب الحدث والنظر للقضايا المثارة من عدة زوايا، حيث يقول "برنارد بيرلسون" في مقالته عن الاتصالات والرأي العام: أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية وأن المناقشات حول المسائل السياسية تأخذ مؤشرات عن عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل إذ أن الناس يتحدثون في السياسية متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها الصحافة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - صلاح عبد الحميد: الإعلام والثورات العربية، ط1، دون سنة نشر، العربية للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 176 - 177.

- استقلالية وارتباط صانع المحتوى بجهة معينة في طرح القضايا:

الجدول رقم (20): استقلالية وارتباط صانع المحتوى بجهة معينة في طرح القضايا.

هل تعتقد أن صانع البودكاست	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
• حر ومستقل	282	70.5%	1.30	0.45
• مرتبط بطرف أو جهة معينة	118	29.5%		
المجموع	400	100%		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه تبين أن المبحوثين يعتقدون أن صانع المحتوى حر ومستقل في معالجة القضايا في البودكاست الفكاهي حيث بلغت نسبة 70.5% في حين بلغت نسبة الذين يعتقدون أنه مرتبط بطرف وجهة معينة 29.5%، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.30 وهو ضمن المجال [1- 1.66] وهي درجة منخفضة، بانحراف معياري قدر ب 0.45 درجة، ومنه نستنتج أن صناع المحتوى في الفضاء الرقمي فئة اجتماعية ذات مستوى تعليمي ويظهر على المضامين المطروحة في وسائل الإعلام التقليدية حيث أتاح الفضاء الإلكتروني حرية التعبير والرأي وثقافة النقد السياسي والاجتماعي، ومنه استطاع صانع المحتوى التعبير عن أفكاره بهدف إيصال صوت المواطن والتأثير والمساهمة بشكل عفوي في نقد الواقع الذي يعيشونه.

حيث أن معظم المدونين يعتمدون في معالجة واختيار القضايا انطلاقاً من تجاربهم الشخصية، بالإضافة إلى استخدام قالب الفكاهي في معالجة القضايا السياسية، أما بالنسبة للذين يعتقدون أن صانع البودكاست يرتبط بطرف أو جهة معينة وهذا راجع لبعض المواضيع المطروحة في البودكاست والتي اتسمت بنوع من الغموض في الطرح كونها تمثل جهة معينة أو فئة خاصة المضامين التي عالجت مواضيع اقتصادية أو سياسية كالانتخابات والتعديل الدستور والأحزاب السياسية.

وبالتالي فصانع المحتوى حر ومستقل ويمتلك القدرة على طرح القضايا بحرية في غياب حراس البوابة في الإعلام التقليدي والذين تتحكم فيهم عدة معايير منها السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية وبالتالي الفضاء الرقمي أفرز حالة إيجابية على المستوى السياسي تتمثل في حرية انتقال المعلومة وتداولها، دون قيود.

- مساهمة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام السياسي:  
الجدول رقم (21): مساهمة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام السياسي.

النسبة المئوية	التكرار	مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام من خلال:
50.5%	241	• التعبير عن الآراء بحرية
23.3%	111	• مناقشة سلبيات وإيجابيات النظام دون رقابة
26.2%	125	• الاطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي
100%	477	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم 21 أفاد أفراد عينة الدراسة أن مضامين البودكاست الفكاهي تساعد في مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام السياسي من خلال التعبير عن الآراء بحرية بنسبة بلغت 50.5% تليها الاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي بنسبة قدرت ب 26.2%، في حين استحوذت عبارة مناقشة سلبيات وإيجابيات النظام دون رقابة بنسبة بلغت 23.2%.  
ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست تساهم في تجريد الأحداث وكشفها لتعبير عن اتجاهات الرأي العام لكونها جريئة وصريحة في طرح القضية السياسية والمتعلقة بالمواطن نتيجة توفر مساحة الحرية وقدرتها على إضفاء عنصرا التفاعلية والمشاركة في ظل غياب (حارس البوابة) الرقابة، بالإضافة إلى أن صناع البودكاست من المعارضين للأوضاع السياسية والاجتماعية الموجودة في الواقع لذا فإنهم يجدون في مضامين البودكاست الفكاهي متنفس لهم للتعبير عن تلك الآراء المعارضة والكثير منهم لا يهدف للكسب المادي وإنما هدفه عرض وجهة نظره والتعبير عنها، واستمالة الناس نحوها لتأييدها، وهذه الفئة لا تجعل من المستوى التعليمي أو الحالة الاجتماعية عائقا في سبيل التعبير عن آرائها وتوضيحها من خلال القضايا المختلفة.

- درجة الإبداع والتقليد في مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (22): درجة الإبداع والتقليد في مضامين البودكاست الفكاهي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	درجة الإبداع والتقليد في البودكاست
0.46	1.32	67.8%	271	• جديدة ومبدعة
		32.3%	129	• مجرد تقليد
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه تبين أن المبحوثين يرون أن مضامين البودكاست الفكاهي هي جديدة ومبدعة بنسبة بلغت 67.8% تليها عبارة مجرد تقليد بنسبة قدرت ب 32.3% حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.32 ضمن المجال [1- 1.66] وهي درجة منخفضة بانحراف معياري قدر ب 0.46 درجة، وهذا راجع إلى قالب الفكاهة والسخرية خاصة في معالجة القضايا التي تنتم بالجدية خاصة السياسية ويكمن عنصرا الجدة والإبداع في سيرورة العملية الإنتاجية لمضامين البودكاست حيث أن هذه العملية البحثية لإنتاج المحتوى لا تتصل بتقديم خلفيات حول القضايا بقدر المحتوى لا تتصل بتقديم خلفيات حول القضايا بقدر الالتزام بإعادة التأكيد على المعرفة الموثوق بها حول هذه القضايا بالإضافة إلى المعززات اللفظية كأحد أساليب ذاتية لأنسنة المحتوى ومنحه بعدا جماليا يتصل بالقرب النفسي للجمهور. وبالتالي فالإبداع يكمن في هذه المعززات كوسيلة لإخراج المحتوى الرقمي من قوالبه الجادة والصارمة في معالجة القضايا المؤثرة في الرأي العام إلى قوالب مائعة لا تفرغ المحتوى من قيمته المعرفية لها ولكن تسهم في تقبل الجمهور و كذا استخدام التعبيرات الساخرة والأمثال العربية واللهجات الشعبية القائمة على استمالة الجمهور بعيدا عن اللغة الجادة المتبعة في وسائل الإعلام التقليدي لكون مضامين البودكاست والمنصات الرقمية لديها هذه المرونة في المحتوى، وهذا ما أكدته دراسة سمية اليعقوبي حول البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى أما بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون البودكاست مجرد تقليد وهذا راجع لكون أن التجربة الغربية كانت سبقة في هذا النوع من المضامين في حين كانت التجربة العربية تعتمد على التدوين الصوتي والتمثليات الإذاعية وهذا راجع للتدفق البطيء للإنترنت في الجزائر في تلك الفترة.

### - كيفية التفاعل مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (23): كيفية التفاعل مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	كيفية التفاعل مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي
13.2%	73	• التعليق
33.9%	187	• وضع رمز الإعجاب
16.0%	88	• تنقاسمها مع أصدقائك
36.1%	199	• الاكتفاء بالمشاهدة فقط
0.7%	4	• التواصل مع المدون صانع المحتوى
100%	551	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (23) تبين أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يعبرون عن تفاعلهم مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي من خلال الاكتفاء بالمشاهدة فقط للفيديوهات بأعلى نسبة بلغت 36.1% تليها تفاعلهم من خلال وضع رمز الإعجاب على القضايا المطروحة في الفيديوهات محل الدراسة بنسبة قدرت ب 33.9% في حين بلغت نسبة الذين يتفاعلون مع مضامين البودكاست الفكاهي بالمشاركة وتقاسمها مع الأصدقاء والتعليق والتواصل مع المدون صانع المحتوى 16% و 13.2% و 0.7% على التوالي.

مما سبق نستنتج أنه برغم من أن أهم خصائص التكوين المرئي عامة والبودكاست خاصة عنصر التفاعلية حيث أصبح المتلقي له القدرة على المشاركة الإيجابية والنشطة في العملية الاتصالية من خلال اختيار المضامين والقنوات التي تلبي حاجاته، وبالتالي فمعظم المبحوثين يكتفون بمشاهدة مضامين البودكاست الفكاهي وهذا راجع لعدم إلمامهم بالمواضيع المطروحة خاصة السياسية خوفا من الاضطهاد والعزلة النفسية من جهة وكذا طبيعة تخصصاتهم البعيدة نوعا ما عن القضايا المعالجة في البودكاست بالإضافة إلى وجود اهتمامات أخرى كدراسة، أما بالنسبة للذين يتفاعلون من خلال توظيف رمز الإعجاب كون القضية المطروحة من قبل المدون تهم المتلقي من خلال عنصر الانتقائية، بالإضافة أن رمز الإعجاب يجعل المتابع متصلا ومرتبطا بالقناة ومواكبا لما يتم تنزيله في الوقت المناسب.

أما بالنسبة للتفاعل عن طريق التعليق والمشاركة يجعل المتابع ينشئ علاقات اجتماعية، حيث يسعى المدون لجعل الجمهور جزء لا يتجزأ من القضية المطروحة سواء كانت قضية سياسية أو فكرية أو إيديولوجية أو اجتماعية إلا أن نسبة المشاركة ضعيفة نوعا ما وهو ما يتوافق مع قول الدكتور نصر الدين العياضي: يتزايد الإقبال على إنشاء المدونات الالكترونية بالرغم من قلة عدد التعليقات مقارنة بعدد الزوار، والنقاش الذي يتشكل حول ما تنشره المدونات الالكترونية والتعليقات عليها لم يرتقي إلى مستوى الحوار، فغالبا ما تميل الكفة لصالح التبادل الثنائي، حيث يقوم المدون بالرد توضيحيا أو مجاملا على المعلقين كأفراد يبدو أنهم يعرفهم، أما التبادل الجماعي للحديث بين المعلقين فلا يشكل قاعدة عامة في التفاعل، حيث يتسم مضمونها أيضا بالمجاملة.<sup>1</sup>

ومن جهة أخرى بالنسبة للمبحوثين الذين يتفاعلون عن طريق مشاركة القضايا المطروحة في البودكاست الفكاهي مع الأصدقاء راجع لرفع نسبة المشاهدة وتشجيع المدون على مواصلة معالجة القضايا لمدى أهميتها واتسامها بعنصر مواكبة الأحداث، وبالتالي نشرها على نطاق واسع للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين وتحقيق عنصر الرضا والاقتناع بالمضمون والاستمرارية.

<sup>1</sup> نزهة حنون: دور المدونات الإلكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة ميدانية على عينة من قراء المدونات، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، 2016 - 2017، ص 259.

- القيم التي تتماشى مع مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (24): القيم التي تتماشى مع مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	قيم مضامين البودكاست
11.4%	61	• القيم الدينية
36.0%	192	• القيم الثقافية والعادات
52.6%	281	• القيم الاجتماعية
100%	534	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول أعلاه تبين أن القيم الاجتماعية تتماشى مع مضامين البودكاست الفكاهي استحوذت على أعلى نسبة قدرت ب 52.6% تليها القيم الثقافية والعادات بنسبة بلغت 36% في حين استحوذت القيم الدينية على أقل نسبة قدرت: 11.4%.

ومنه نستنتج أن القيم من المتغيرات الأساسية في تكوين الرأي العام وبالتالي يهتم الشباب الجزائري بمضامين البودكاست الفكاهي وينشرها عبر منصات الإلكترونية بغرض مشاركة الآخرين بها لما تحتويه هذه الأخيرة من قيم اجتماعية كالعدالة الاجتماعية والحرية والمساواة والديمقراطية السلمية والانتماء الوطني والحوار مع الآخر والتسامح وهو ما يبرز الاستخدامات المتناهية البودكاست لدى الشباب عينة الدراسة ويعكس وجهات نظر ومواقف ترتبط بتوجهات وانتماءات الشباب الجزائري، وهذه القيم تتجدد في الشخص القائد "المستهدف" وبمجرد التي تتبلور في محيط العلاقات الإنسانية لابد أن تحدث عملية لتحرك في داخل المجتمع بين فئاته من حيث علاقة تلك الفئات بالقائد الذي يتوسط الوجود الاجتماعي أما بالنسبة للقيم الثقافية والعادات تعتبر الثقافة من أكثر المتغيرات تأثيراً وقدرة على صياغة الرأي العام وهذا ما يجعل تأثير التقاليد الثقافية والخبرة التاريخية من أكثر العوامل المؤثرة في المدون صاحب البودكاست ولاحظنا هذه القيم في شخصيات التي يعتمد عليها المدون لتقريب الصورة للمشاهد الجزائري وهو الحياة القضايا للنمط المعيشي في شتى نواهد لأن الصخب الذي يميز الصراعات الاجتماعية تعكس جميعها على الشعب بصفة عامة، وكان حضور المتنوع للشخصيات التي تحمل قيم المجتمع الجزائري كعنصر سهم لجذب انتباه المشاهد، وكاملاً رئيسياً في تحديد مصداقية القضية المطروحة، أما بالنسبة للقيم الدينية التي استحوذت على أقل نسبة راجع إلى عدم إقبال الشباب الجزائري على مضامين البودكاست التي تناقش دينية مما يعبر عن ارتفاع درجة وعي الشباب بعدم التعرض للمواضيع الدينية إلا من خلال القنوات الشرعية المتخصصة والموثوق فيها. لعظم تأثير الفكر الديني بشكل عام على الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية في المجتمع بكافة شرائح وطبقاته خاصة في أوساط الطلبة الجامعيين الذين يسعون إلى التغيير بطبيعتها ولديها استعداد لتقبل ما يعرض

وبيت، وهذا يدل على ارتفاع درجة الوعي لدى الشباب بشكل إيجابي، ومن جهة أخرى نلاحظ أن هذه المضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بدأت تهدد الكثير من القيم التي كانت تحرص عليها مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة بعد خضوع الشباب لقيم العالم الافتراضي وانحسار الثقافة التقليدية الأصلية لصالح الثقافة المعولمة التي تروج لمنظومة مختلفة من القيم والعادات.

### - دوافع متابعة مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (25): دوافع متابعة مضامين البودكاست الفكاهي.

النسبة المئوية	التكرار	دوافع متابعة لمضامين البودكاست الفكاهي
3.6%	20	• قصر المدى الزمني للفيديوهات
10.9%	60	• السمات الشخصية للمدون
25.4%	139	• المؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى
43.4%	238	• موضوع القضية في حد ذاته
16.6%	91	• التوجه الإيديولوجي للمدون
100%	548	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يوضح الجدول أعلاه دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة لمضامين البودكاست الفكاهي، حيث قدرت نسبة الذين يتابعون بدافع موضوع القضية في حد ذاته 43.4% تليها المؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى بنسبة قدرت ب: 25.4%، في حين بلغت نسبة الذين يتابعون بدافع التوجه الإيديولوجي للمدون والسمات الشخصية للمدون وكذا قصر المدى الزمني للفيديوهات 16.6%، 10.9% و 3.6% على التوالي وهذا التباين في النسب المئوية راجع إلى أهمية القضية بالنسبة للجمهور ومدى تأثيرها وارتباطها بحياته وتجاربه اليومية فكلما كانت القضية مهمة للفرد، كلما زاد التركيز عليها حيث أكد المدون الجزائري "أنس تينا" أن معالجة قضية في فيديو من 5 دقائق قد يسبب ملاما للجمهور بسبب ثقل الانترنت، لكن اليوم مع التطور التكنولوجي والسرعة في التدفق الانترنت أصبح زمن طرح القضية في البودكاست يعتمد على عدد الأفكار الموجودة في الموضوع أن القضية المطروحة، حيث أن فيديو وصل بتقريب إلى 20 دقيقة وحقق نسبة مشاهدة عالية قدرت بأكثر من 4 ملايين مشاهدة، ومن جهة أخرى صرح المدون ذاته أن المدة الزمنية في البودكاست ليس لها حدود وتتماشى مع طبيعة الموضوع والقضية لكن المعدل يكون 10د<sup>1</sup> أما بالنسبة للسمات الشخصية للمدون فتظهر من خلال اتجاه المعالجة الإعلامية للقضايا في الفيديوهات مما يمثله ذلك من اتجاهات إيجابية وسلبية، فالإتجاه سلبي يرجع إلى طبيعة القضية والتي

<sup>1</sup>مقابلة أجريت مع المدون الجزائري أنس بوزغوب بتاريخ 14 أوت 2021 على الساعة 16 مساء عبر تقنية الفايبر.

تعكس الواقع المعاش بالنسبة للمواطن الجزائري الذي يعاني من مشاكل متنوعة في مختلف مجالات حياته اليومية حيث يسعى المدون من خلال البودكاست الفكاهي إلى عكس هذا الواقع من خلال طريقة المعالجة التي تظهر استياء المجتمع الجزائري من المشاكل التي يتخبط فيها، كون البودكاست يسعى إلى المساهمة في توصيل صوت المواطن كشكل جديد في الإعلام الإلكتروني، وقد رسم هذا الاتجاه السلبي المنحى العام البودكاست الفكاهي حيث يقدم المدونون القضايا الاجتماعية والسياسية في شكل تمثيلات درامية وتقمص شخصيات من عمق المجتمع الجزائري لتقديم أفكار بصورة فكاهية تكفي المشاهدين عن همومه وتفتح له مجال التسلية وهنا تظهر شخصية المدون في طرح القضية والإلمام بكل جوانبها خاصة أن وسائل الإعلام تقليدية تقوم باختيار المواضيع حسب سياستها التحريرية أي تضيف الحرية في المعالجة أما بالنسبة للمدى الزمني للقضية المطروحة يتفق المنظرون بشكل عام على وجود فاصل زمني بين إرسال الرسالة وبين قبولها من المتلقي، وقد أثبتت الدراسات في هذا المجال أنه لا يتم قبول الرسالة بشكل مباشر، وإنما تستغرق وقتا معينا يختلف من وسيلة إلى أخرى، إلى أنها لم تشر إلى التأثيرات التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي لاسيما بعد الازدياد المطرد في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

بالإضافة أن جيل الألفية يفضل المحتوى القصير لما يوفره من معلومات دسمة بشكل سلس وخفيف وسريع، وتشير الأرقام إلى الارتفاع معدل انتشار البودكاست بنسبة تتراوح 10 و 20% في سنوات الأخيرة مع زيادة مطردة لنسبة المتابعين، في حين أخذ العديد من المشاهير البارزين خطوة باتجاه البث الإذاعي الجديد.<sup>1</sup>

ويعد جمهور البودكاست وفيما وملتزما بمتابعة حلقاته وهو ما أظهره استبيان لشركة "تيلسن" إذ أكد 35% من متابعي البودكاست أنهم استمعوا إلى كامل الحلقات البرامج التي يتابعونها حتى تلك التي أنتجت قبل البدء بمتابعتها، بينما أكد 45% منهم استمعوا للبودكاست بسبب أن منتجيه يشاركون المواضيع المطروحة مع الجمهور، وهي من التجارب الأكثر إنسانية بالنسبة للمستخدم.<sup>2</sup>

ومن جهة أخرى أشارت نتائج دراسة لسمية يعقوبي موسومة ب البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى إلى أن الجوانب الشكلية للبودكاست مهمة، حيث يعتمد السياق الزمني والمرحلي للبودكاست على عرض القضية تمهيدا للتقدم نحو جسد القضية المطروحة عبر التصعيد وعرض الجوانب المتصلة بها والإشكاليات والفاعلين فيها، وانتهاء بخاتمة القضية عبر طرح جوانب مستقبلية المرتبطة بها وبمساراتها الثقافية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> آلاء أحمد: عن علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية عدو أم صديق، مجلة الصحافة، العدد 13، معهد الجزيرة للإعلام، 2019، ص 50

<sup>2</sup> <http://www.podcastingights-com/podcas/satistig.->

<sup>3</sup> - سمية يعقوبي: البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى - دراسة حالة بودكاست الجزيرة، معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة، 2020، ص 5.

- تمثيل مضامين البودكاست للمبحوثين:

الجدول رقم (26): تمثيل مضامين البودكاست للمبحوثين.

العبرة							
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات	التكرارات والنسب المئوية			ماذا تمثل مضامين البودكاست بالنسبة لك
				موافقة	محايد	معارض	
مرتفع	0.42	2.8	400	321	76	3	مضامين البودكاست الفكاهي تعطي فرصة لمناقشة القضايا السياسية التي لا يمكن مناقشتها في الوسائل الأخرى.
			%100	%80.3	%19	%0.8	
مرتفع	0.48	2.69	400	277	120	3	مضامين البودكاست الفكاهي هي وسيلة بديلة لوسائل الاتصال التقليدية.
			%100	%69.3	%30	%0.8	
مرتفع	0.39	2.85	400	346	48	6	مضامين البودكاست الفكاهي تعرض وجهات نظر متنوعة ومختلفة.
			%100	%86.5	%12	%1.5	
مرتفع	0.51	2.65	400	267	126	7	مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة جيدة لتوفير المعلومات وزيادة الوعي السياسي.
			%100	%66.8	%31.5	%1.8	
مرتفع	0.49	2.69	400	280	114	6	مضامين البودكاست الفكاهي توفر الحرية للمدون في طرح القضايا السياسية عن أي وسيلة أخرى.
			%100	%70	%28.5	%1.5	
مرتفع	0.72	2.46	400	236	110	54	البودكاست فضاء للترفيه والتسلية
			%100	%59	%27.5	%13.5	
متوسط	0.83	2.30	400	216	86	98	البودكاست منصة مفتوحة للنقاش وتبادل الآراء حول مختلف ما يطرح.
			%100	%54	%21.5	%24.5	
متوسط	0.86	2.19	400	194	88	118	البودكاست يعزز استقلاليته في التعبير عن رأيي في مختلف المواضيع.
			%100	%48.5	%22	%29.5	
متوسط	0.86	2.15	400	185	91	124	البودكاست يساعد على تكوين رأي شخصي حيال ما نتابع من مواضيع.
			%100	%46.3	%22.8	%31	
مرتفع	0.37	2.52					المتوسط والانحراف المعياري الكلي للبعد

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

ولتصنيف مستويات تقييم ماذا تمثل مضامين البودكاست بالنسبة لكتم حساب مجال كل مستوى كالآتي:

$$0.66 = \frac{1-3}{3} = \frac{\text{الدرجة الأعلى} - \text{الدرجة الأدنى}}{\text{المستويات}}$$

وبالتالي فطول كل فئة هو 0.66 ومن خلاله فدرجات الاستجابة بالنسبة للعبارات تكون وفق ثلاث مستويات:

- إذا كان المتوسط الحسابي منحصرًا بين [1، 1.66] فدرجة الاستجابة تكون منخفضة.
- إذا كان المتوسط الحسابي منحصرًا بين [1.67، 2.33] فدرجة الاستجابة تكون متوسطة.
- إذا كان المتوسط الحسابي منحصرًا بين [2.34، 3] فدرجة الاستجابة تكون مرتفعة.

والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (27): مستويات استجابات العينة حول ماذا تمثل مضامين البودكاست بالنسبة للطلبة.

المستوى	منخفض	متوسط	مرتفع
المجال	[1، 1.66]	[1.67، 2.33]	[2.34، 3]

يتضح من الجدول رقم (27) أن استجابات الأفراد بالنسبة للعبارات المتعلقة بماذا تمثل مضامين البودكاست الفكاهي بالنسبة لهم جاءت مرتفعة، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد بالنسبة لمضامين البودكاست ككل بـ 2.52% وهو ضمن المجال [2.34-3] وهي درجة مرتفعة وانحراف معياري قدر بـ 0.37 وهو مؤشر على عدم تشتت استجابات الطلبة الجامعيين منسجمة فيما يخص ماذا تمثل له مضامين البودكاست الفكاهي لدى الطلبة الجامعيين، في حين رتبت العبارات حسب متوسط استجابة الأفراد كما يلي:

- العبارة رقم 03: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.85 وهو ضمن المجال [2.34-3] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر بـ 0.39 وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة مرافق بنسبة بلغت 86.5% ومحاييد بنسبة قدرت بـ 12% في حين استحوذت خانة معارض نسبة قدرت بـ 1.5% وهذا ما يدل على أن مضامين البودكاست تعرض وجهات متنوعة ومختلفة من خلال زاوية الطرح والمعالجة وعنصر الجرأة في اختيار القضايا ومساحة الحرية في المنصات الرقمية في ظل غياب حراس البوابة في البيئة التقليدية بالإضافة في حرية التعبير من خلال مناقشة القضايا عبر تعليقات ومشاركاتها مع الأصدقاء والعائلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- العبارة رقم 01: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.8 وهو ضمن المجال [2.34-3] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب0.42، وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق نسبة بلغت 80.3% ومحاييد بنسبة بلغت 19% في حين سجلت أقل نسبة استجابة في خانة معارض ب0.8% ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست الفكاهي تعطي فرصة لمناقشة القضايا السياسية التي لا يمكن مناقشتها في الوسائل الأخرى وهذا راجع لكون القائم بالاتصال صانع البوكاست يتميز عن غيره من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية بأسلوب عرض وتقديم ما يطرحونه من مواضيع تلمس واقعهم بطريقة ساخرة أو فكاهية وهو ما نجده غائبا في الوسائل الأخرى حيث الجدية تغطي على كيفية طرح الموضوع.

- العبارتين رقم 2 و 5 حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.69 ضمن المجال [2.34-3] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب0.48 وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة رقم 02 في خانة موافق بنسبة بلغت 69.3% تليها محاييد بنسبة 30%، في حين سجلت أقل نسبة استجابة في خانة معارض ب0.8% أما بالنسبة للعبارة رقم 05 فقد سجلت أعلى نسبة استجابة في خانة كل من موافق ومحاييد ب70% 28.5% على التوالي، في حين سجلت أقل نسبة في خانة معارض ب1.5%.

ومنه نستنتج بالنسبة للعبارتين أن مضامين البودكاست الفكاهي هي وسيلة بديلة لوسائل الاتصال التقليدية وتوفر حرية للمدون في طرح القضايا السياسية عن أي وسيلة أخرى راجع إلى كون أن أفراد عينة الدراسة يتابعون مضامين البودكاست الفكاهي باعتباره إعلاما بديلا للقنوات الإعلامية التقليدية بما يتميز به من حرية وسهولة في الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقلة تكلفتها، فهي خدمة مجانية وإمكانية المشاهدة والاستماع والقيام بأمور أخرى في نفس الوقت يعكس القراءة في الصحافة المكتوبة التي تستحوذ على الانتباه الكلي كما يمكن للمتابع التقدم إلى اللقطة أو المشهد الذي يعجبه تاركا اللقطات والمشاهد التي لا تعجبه.

- العبارة رقم 04: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.65 وهو ضمن المجال [2.34-3] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب0.51 وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة بلغت 66.8% ومحاييد 31.5% في حين سجلت أقل نسبة في خانة معارض قدرت ب1.8%.

ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة جيدة لتوفير المعلومات وزيادة الوعي السياسي وهذا راجع إلى اعتماد الطلبة الجامعيين على تقنية البودكاست الفكاهي بغرض زيادة المعرفة بالأحداث الجارية والقدرة على فهم الواقع الراهن والمشاركة في فعالياته والإطلاع على تجارب الآخرين والتعرف على ثقافة المجتمعات والحصول على موضوعات قابلة للنقاش مع الآخرين والانفتاح على العالم خاصة في شأن السياسي وهذا ما لوحظ في الثروات الربيع العربي والحراك السياسي الجزائري عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي.

- العبارة رقم 06: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.46 ضمن المجال [2.34-3] وهي مرتفعة بانحراف معياري قدر ب0.72، وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق ومحايد نسبة بلغت 59% و27.5% على التوالي في حين بلغت نسبة معارض 13.5% ومنه البودكاست فضاء للترفيه والتسلية راجع إلى الدوافع المعرفية لتعرض لمضامين البودكاست الفكاهي بقالب فكاهي للتنفيس والهروب من ضغوطات الحياة اليومية لتحقيق التفاعل الاجتماعي.

- العبارة رقم 07 حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.30 وهو ضمن المجال [1.67-2.34] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب0.83، وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة 54% ومعارض بنسبة بلغت 24.5%، في حين سجلت أقل نسبة في خانة محايد 21.5% وهو ما يدل على التباين والانسجام في استجابات الطلبة الجامعيين حول مضامين البودكاست الفكاهي كمنصة مفتوحة للنقاش والتبادل الآراء حول مختلف ما يطرح كون جل التعليقات غلب عليها العنصر الاستفزازي والاختصار وعدم الإلمام بالمعلومات حول القضية المطروحة.

بالإضافة إلى كون لمتلقي يقف بين الطرفين يعتمد على وسائل الاتصال كجسر يربط بينه وبين صانعي القرارات، حيث يصف علماء السياسة الاتصال بأنه صار وسيطا في صنع السياسات، فهو يشارك في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة من شأنها أن تدعم أو تغير الصورة الذهنية لدى الأفراد هذه بدورها تؤثر في السلوك السياسي لهم فالطريقة التي يتصرف بها الأفراد حيال السياسات والاتجاهات والقيم السياسية ليست إلا انعكاسا للصورة التي كونها عن المجتمع من حوله والتي استقاها من كم المعلومات التي وصلت إليه من خلال المضمون السياسي المقدم لوسائل الاتصال الجماهيرية.<sup>1</sup>

- العبارة رقم 08 و09 حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.19 و2.15 ضمن المجال [1.67-2.33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب: 0.86 على التوالي حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق ومعارض بنسبة قدرت 48.5% و29.5% على التوالي في حين استحوذت خانة محايد على أقل نسبة قدرت ب: 22% بالنسبة للعبارة 08، أما العبارة 09 فسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق ومعارض بنسبة بلغت ب: 46.3% و31% على التوالي، في حين سجلت أقل نسبة استجابة في خانة محايد ب: 22.8% وهو ما يدل على عدم تأكد الطلبة الجامعيين حول كون مضامين البودكاست الفكاهي يعزز الاستقلالية في التعبير عن الرأي في مختلف المواضيع وكذا تكوين الرأي الشخصي حيال ما يتابعون من مواضيع.

<sup>1</sup>حنان يوسف: الإعلام والسياسة مقاربة ارتباطية، ط2، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، 2006، ص ص 76 - 78.

### 3. الإحصاء الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي:

- الأساس الذي يتم اختيار قنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية عليه:

الجدول رقم (28): الأساس الذي يتم اختيار قنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية عليه.

النسبة المئوية	التكرار	على أي أساس تم اختيارك لقنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية
14.8%	86	• زاوية الطرح والمعالجة
22.9%	133	• الجرأة في طرح القضايا السياسية
24.1%	140	• سهولة اللغة المستخدمة
38.2%	222	• اعتمادها على قالب الفكاهي والاتجاه الكوميدي في الطرح
100%	581	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم 28 تبين أن المبحوثين يختارون قنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية لاعتمادها على قالب الفكاهي والاتجاه الكوميدي في الطرح بنسبة بلغت 38.2% تليها سهولة اللغة المستخدمة بنسبة بلغت 24.1% في حين قدرت نسبة كل من الجرأة في طرح القضايا السياسية وزاوية الطرح والمعالجة 22.9% و 14.8% على التوالي ومنه نستنتج أن طبيعة البودكاست الفكاهي الذي يتناول قضايا حساسة يجعل منه الطابع الفكاهي يتحول إلى مادة مسلية وترفيهية، حيث يسوده جو إثارة الضحك والتنفيس عن الناس لشد المشاهد للمتابعة حيث أكد المدون الجزائري "أنس أتينا" أن هدفه الأول من البودكاست هو إثارة الضحك والترفيه عن الناس مبرزا ذلك بازدياد حجم المتابعة وكون هذه الفيديوهات تؤثر كثيرا على المجتمع ودخولها إلى البيوت الجزائرية عن طريق القنوات الخاصة ضمن ما يعرف بالإعلام الساخر.

ومن جهة أخرى لا يمكن إنكار دور البودكاست في التأثير على أوقاتنا وقدراتنا الترفيهية حيث يقول تود لاندمان: "إن البودكاست طريقة مفيدة لسد الفجوة بين الأوساط والعالم الحقيقي الذي نعيش فيه" وبالتالي فقد اختار المدونون التعبير الساخر في طرح القضايا لنقد الأوضاع والتعليق على الأحداث وإبداء المواقف وقد اختلفت مستويات التعبير حسب المستوى الثقافي والتعليمي وتم اللجوء إلى اللغة العامية أحيانا، نظرا لحمولتها الثقافية الحية لتحقيق الأثر الساخر وإيصال الرسالة كما تم استعمال الوسائل التقنية الإلكترونية لتحقيق الأثر الساخر وإنتاج الضحك كالترباط والتنظيم الشبكي كدفعة جديدة للسخرية كصيغة للنقد الاجتماعي والسياسي ومن جهة أخرى يعتبر علماء الاتصال السياسي البرامج الساخرة من

أبرز أساليب الاتصال السياسي في الوصول إلى الجمهور ويؤكدون على أهميتها في تعزيز قيم الديمقراطية ورفع الفاعلية السياسية في المجتمعات وتمثل السخرية والترفيه أحد أساليب التعبير عن الذات والآراء واتجاهات الإنسان حول واقعه بل هي أيضا وسيلة للنقد والهجوم والمقاومة ويعبر أحد الكوميديين البريطانيين جون كليز John clesه عن الأثر الذي يحدثه الأسلوب الكوميدي في طبيعة الاتصال والتواصل قائلا: إذا تمكنت من جعلك تضحك معي، ستعجب بي أكثر، وهذا سيجعلك منفتحا أكثر مع أفكارتي، وإذا استطعت إقناعك بأن تضحك معي حول أحد الموضوعات التي ناقشتها بضحك عليها، أنت تقر بالحقيقة.<sup>1</sup>

بالإضافة كون القالب الفكاهي يعمل على كسر الروتين بتقديم مضامين واقعية وجادة بطابع فكاهي للهروب من الواقع والتنفيس على المشاهد وإضفاء راحة نفسية تخفف عنهم الضغوطات والانفعالات في حياتهم اليومية أما بالنسبة لسهولة اللغة المستخدمة فيرجع لطبيعة مضامين البودكاست الفكاهي التي تستهدف كافة شرائح الجمهور من المشاهدين مهما اختلفت أعمارهم ومستوياتهم التعليمية والتثقيفية لخلق جو من الألفة والبساطة في إيصال الأفكار والمعلومات للمتلقين، وهذا ما أكدت عليه المذيعة والكاتبة المصرية ليلي العقاد عندما قالت: أن الحل هو أن تستعمل اللغة العربية البسيطة والمفهومة إذ لا يمكننا تجاهل ما تعنيه هذه اللغة العامية داخل النسق الاجتماعي المحلي<sup>2</sup>، والأهم ليس أن نقول أو لا نقول وإنما كيف نقول ما نقول<sup>3</sup>، لذا فإن استخدام أي لفظ من قبل المدون خاصة في المجال السياسي وأحداثه لا يقوم على اختيار الاعتباطي، بل على انتقاء، وجهة معينة من الدلالات حيث يقول "ألفريد سيرليف" مدير صحيفة نيويورك تايمز: أحب أن أكتب بالنفس الأسلوب الذي يتكلمون به لكي يفهموا أسلوبتي جيدا، لا بد أن تصل إلى المواطن العادي.

ومنه فالأسلوب الفكاهي والساخِر دائما له سياق ومرتبطة بمجتمع ما، فعندما تجلس وتضحك على مقال أو تعليق ساخر، فإنه يصبح مضحكا فقط لأننا نعرف خلفيات ما يتناوله.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Michel waller,ridicule as a weapon, public diplomacywhite paper,n07,2006,p2.-

<sup>2</sup>-ليلي العقاد: مدخل إلى الإذاعة، دمشق، مطبعة جامعة دمشق، 2001.

<sup>3</sup>-رامي غرمي عبد الرحمان يونس: تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب، ط1، دار معتر للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص70.

<sup>4</sup>- محمد حسام الدين إسماعيل: ساخرون وثوار، دراسات الإعلامية وثقافية في الإعلام الغربي، العربي للنشر والتوزيع، 2014، ص20

- مناقشة المواضيع السياسية في البودكاست بعد المتابعة.

الجدول رقم (29): مناقشة المواضيع السياسية في البودكاست بعد المتابعة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	هل تقوم بمناقشة المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة
0.49	2.07	9.3%	37	• دائما
		75.0%	300	• أحيانا
		15.8%	63	• أبدا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم 29 تبين أن أفراد عينة الدراسة يناقشون المواضيع السياسية بعد المتابعة أحيانا بنسبة بلغت 75% تليها عبارة أبدا بنسبة قدرت ب 15.8% في حين استحوذت عبارة دائما على نسبة بلغت 9.3% حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 07،2 وهو ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة، بانحراف معياري قدر ب: 0،49 درجة.

**ومنه نستنتج:** أن إجابات الباحثين كانت منطقية باعتبار موقع اليوتيوب من المنصات التفاعلية وعن طريق التعليق والنقاش تنشأ علاقات اجتماعية بين المتابعين حول القضية السياسية المطروحة وبالتالي: بعد المشاهدة للقضية تبسط الأفكار لدى المتلقي ومنه يستطيع فهم محتواها ومشاركته مع الآخرين بحرية حيث استطاعت هذه الوسائل أن تمد المواطن العادي قنوات جديدة للمشاركة، الأمر الذي يجعل من الشأن العام موضوعا يناقشه معظم أفراد المجتمع حيث أتاحت منابر جديدة للتعايش والحوار بعد المتابعة لحشد وتأييد القضية وتكوين الوعي حولها من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة، أما بالنسبة للذين لا يناقشون القضايا السياسية بعد المتابعة فمن خلال استخدامنا لأداة الملاحظة لبعض مضامين البودكاست تبين لنا أن أغلب المتابعين يكتفون بتعليقات مختصرة ومتحفظة دون الخوض في النقاش وإبداء الرأي حيث تتنوع تعليقات بين ما هو استفزازي كما أن المدون في بعض الأحيان لا يقوم بالرد على التعليقات لتجنب الاصطدام مع الأشخاص ذو مستوى علمي محدود.

- مع من يناقش المبحوثين المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة:  
الجدول رقم (30): طبيعة الأشخاص الذين يناقش المبحوثين معهم المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة.

هل تقوم بمناقشة المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
• الأصدقاء	258	58.2%
• العائلة	128	28.9%
• أهل الاختصاص	57	12.9%
المجموع	443	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه أفاد 258 فرد من المبحوثين بأنهم يقومون بمناقشة المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة مع الأصدقاء بنسبة بلغت 58.2، وأفاد 128 فرد بأنهم يناقشونها مع العائلة بنسبة قدرت ب 28.9 في حين بلغت نسبة الذين يناقشون المواضيع السياسية مع أهل الاختصاص 12.9 من أصل 57 فرد.

وهذا راجع كون الأصدقاء يستعملون الاتصال الشخصي مما يضيف عنصر التفاعلية والتشاركية بالإضافة إلى طبيعة التخصصات التي تجعل أفراد عينة الدراسة على إطلاع دائم بما تقدمه التكنولوجيا الحديثة حيث أن التواصل مع الأصدقاء أوجد نوعا من المعلومات التي تتميز بسرعة التحديث والاختصار وتحقيق السبق الإعلامي على شكل ملخص يوفر الوقت.

ومن جهة أخرى يعتبر الطابع الاجتماعي للفرد كونه ابن بيئته ولا يستطيع العيش بمعزل عن الآخرين جعلهم يفضلون التواصل وإبداء رأيهم حول القضايا المطروحة بعيدا عن الضغوطات الأسرية والعمل والدراسة، أما بالنسبة للمناقشة مع العائلة راجع لكون إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، بالإضافة أن الحوار معهم يسوده نوع من الحميمية والتفاعلية في التواصل، أما أهل الاختصاص فالخبراء يؤكدون أن العصر الحالي هو عصر التخصص وتجزئة الجمهور إلى مجموعات صغيرة مما يتطلب رسائل اتصالية وإعلامية دقيقة ومتخصصة وموجهة إلى فئات بعينها.

- الوسائل المستخدمة في المناقشة:

الجدول رقم (31): الوسائل المستخدمة في المناقشة.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الوسائل المستخدمة في المناقشة
35.6%	150	• مجموعات الدردشة
44.4%	187	• الاتصال المباشر
20.0%	84	• التعليقات عبر موقع اليوتيوب
100%	421	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم 31 تبين أن أفراد عينة الدراسة يناقشون القضايا من خلال الاتصال المباشر بنسبة بلغت 44.4% تليها استخدام مجموعات الدردشة بنسبة قدرت ب: 35.6% في حين بلغت نسبة المناقشة تعليقات عبر موقع اليوتيوب نسبة بلغت 20% وهذا راجع إلى كون الاتصال المباشر يتميز بنوع من المرونة والتفاعلية حيث تساعد المناقشات الشخصية بين الأفراد في قضايا معينة في زيادة اهتمامهم بها إذا ما عرضت عبر وسائط جديدة، إلا أن القضايا المعروضة للجدال والنقاش في الاتصال الشخصي ليست دائما عنصرا في تدعيم الأولويات بل من الممكن أن تؤدي إلى إنتاج أفكار جديدة ليست من أولويات الإعلام والمدون صاحب البودكاست.

أما بالنسبة لمجموعات الدردشة فهي تساهم بالالتقاء بالكثيرين من مختلف الأجناس والأديان والتواصل معهم وإجراء الحوارات والمناظرات وإدارة الحديث حول قضية ما وهي من الوسائل التي تلعب دور في تشكيل الأفكار كشكل من أشكال الاتصال الشخصي والجمعي ونوع من الحوار الإلكتروني الشعبي إذا تتيح لأفراد التواصل مع من يشاركونهم نفس الاهتمامات وتبادل الصور ولقطات الفيديو، أما بالنسبة للتعليقات الملاحظ أن المبحوثين يتفاعلون مع القضايا المطروحة في اليوتيوب بالتعليق وهذا راجع لخصائص هذا الموقع في نشره مختلف الأحداث والقضايا مما يتيح للمواطن العادي فرصة كبيرة لتعبير عن رأيه.

- تأثير متابعة مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى:

الجدول رقم (32): تأثير متابعة مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	تأثير متابعة البودكاست على الوسائل الأخرى
0.49	1.55	%45.3	181	• نعم
		%54.8	219	• لا
		%100	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول رقم 32 أفاد 219 فرد من أفراد العينة إلى أن متابعتهم لمضامين البودكاست الفكاهي لم يؤثر على تعرضهم لوسائل أخرى كون أن هذه المنصات الجديدة هي امتداد لوسائل الإعلام التعليمية فبرغم من التطور التكنولوجي الحاصل لم يتخلى الطلبة الجامعيين على مشاهدة وسائل الإعلام التقليدية خاصة التلفزيون وهو ما يرتبط بطبيعته كوسيلة اتصال حميمية تجمع أفراد الأسرة أثناء المشاهدة بعيدا عن الاستخدام الفردي لمحتوى البودكاست التي تتسم بطبيعة الاتصال الشخصي وهذا ما لاحظناه في استخدام الهواتف الذكية في متابعة المضامين مما أثر على انسحاب الفرد من مجتمعه إلى الانعزال والفردية وهو ما يوصف بأنه التحول من التجميع إلى التفكيت وهو ما أعدته نتائج دراسة محمد أحمد هاشم الشريف حول استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون أما بالنسبة للمبحوثين الذين أفادوا أن مضامين البودكاست أثرت على تعرضهم لوسائل أخرى بنسبة بلغت 45,3% راجع إلى كون مضامين البودكاست محتوى أكثر تميزا وإنفرادا على محتويات الوسائل الأخرى ويرجع ذلك إلى اعتماد محتوى اليوتيوب في إنتاجه وتصوره وتقديمه على العنصر الشبابي بالإضافة إلى مناقشة قضايا وموضوعات متنوعة لاسيما الجريئة والحساسة التي تهم الشباب من الجنسين في المجتمع في ظل تنامي ظاهرة قنوات اليوتيوب الخاصة بالشباب الجزائري ضمن خانة الهواة.

- طبيعة التأثير في التعرض للمضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم (33): طبيعة التأثير في التعرض للمضامين البودكاست الفكاهي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على تعرضك للوسائل الأخرى
0.45	1.71	29.5%	118	• مقاطعة التعرض للوسائل الأخرى
		70.5%	282	• التوازن في التعرض لهذه الوسائل
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (33) أفاد 282 فرد من أفراد العينة أي بنسبة 70.5% بأن طبيعة هذا التأثير كان بالتوازي في التعرض لهذه الوسائل في حين بلغت نسبة الذين قاطعوا التعرض لوسائل أخرى ب: 29.5% من 118 فرد من أفراد العينة حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.71 وهو ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب: 0.45 وهذا يدل على وجود تباين في استجابات المبحوثين في طبيعة التأثير.

ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست الفكاهي استطاعت إعادة تشكيل خارطة العمل الاتصالي لما تحمله من خصائص من تفاعلية وفردية وتعدد الوسائط وقلة تكاليف، في حين وسائل الإعلام ساعدت في الحميمية أثناء المشاهدة وكون هذه الوسائل الجديدة هي امتداد لوسائل الإعلام التقليدية.

- تأثير الأسلوب الكوميدي الترفيهي على القضايا السياسية:

الجدول رقم (34): تأثير الأسلوب الكوميدي الترفيهي على القضايا السياسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على تعرضك للوسائل الأخرى
0.95	2.01	44.8%	179	• أثر بالإيجاب
		9.8%	39	• أثر بالسلب
		45.5%	182	• لا أدري
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه أفاد أفراد عينة الدراسة أنهم يجهلون طبيعة تأثير الأسلوب الكوميدي الترفيهي على القضايا السياسية المطروحة في مضامين البودكاست الفكاهي بنسبة بلغت 45.5% في حين صرح آخرون أن طبيعة التأثير كانت إيجابية بنسبة قدرت ب: 44.8% بينما استحوذت العبارة

أثرت بالسلب على أقل نسبة بلغت 9.8%، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.01 وهو ضمن المجال [1.671 - 2.33] وهي درجة متوسطة، بانحراف معياري قدر ب: 0.95، وهذا يدل على وجود تباين وتشتت في إجابات المبحوثين حول طبيعة التأثير.

ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست تمكنت من تعبئة الجماهير نحو القضايا السياسية كون العالم اليوم بسبب التطور التكنولوجي الهائل أصبح قرية كونية وأصبحت هذه المنصات تقوم بدور المؤثر في الرأي العام من خلال استقاء المعلومات في مختلف المجالات الاقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية عبر فتح مناقشات غير رسمية عبر الفضاء الافتراضي، بالإضافة إلى أن هذه المضامين تحوي قيم إيجابية كعدالة اجتماعية والديمقراطية والمساواة والحرية والحوار مع الآخر، أما بالنسبة للذين أجابوا بعبارة لا أدري كونهم أغلبيتهم غير متخصصين ومهتمين بهذه المضامين السياسية وكون الأسلوب الفكاهي جاء كعنصر لإضفاء الترفيه والتسلية وهذا تم ملاحظتهم من خلال مناقشتهم للقضية من خلال التعليقات.

### - كيفية تأثير مضامين البودكاست في وجهات النظر والاتجاهات نحو القضايا السياسية:

الجدول رقم (35): كيفية تأثير مضامين البودكاست في وجهات النظر والاتجاهات نحو القضايا السياسية.

النسبة المئوية	التكرار	كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية
11.3%	49	• تؤثر بالمقاطعة
10.6%	46	• بالسلبية والاستهتار
12.7%	55	• باختلاق الشائعات
20.6%	89	• بالمشاركة في المظاهرات
44.7%	193	• لا تؤثر
100%	432	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (35) تبين أن المبحوثين عند التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية لا يتأثرون بمضامين البودكاست الفكاهي بنسبة بلغت 44.7% تليها المشاركة في المظاهرات بنسبة قدرت: 20.6% في حين بلغت نسبة الذين يختلفون الشائعات 12.7% أما المقاطعين بنسبة 11.3% بينما عادت أقل نسبة لعبارة بالسلبية والاستهتار بنسبة بلغت 10.6%.

ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة الذين أفادوا بأنها لا تؤثر في اتجاهاتهم هم عبارة عن أقلية صامتة تخاف الإدلاء برأيها كونها لا تملك معلومات حول القضية أو خوفا من العزلة النفسية والاضطهاد الجماعية أما بالنسبة للذين توجهوا للمشاركة في المظاهرات بعد تعرضهم لمضامين البودكاست الفكاهي راجع لكون هذه الأخيرة لم تقتصر على تشكيل توجهات الأفراد تجاه القضايا السياسية فقط، وإنما دفعت إلى حركة التغيير في بعض الدول وهذا ما لاحظناه مع أحداث الربيع العربي فالدعوة إلى المظاهرات والاحتجاجات التي شهدتها العديد من الدول العربية منذ نهاية عام 2010 كانت تتم عبر هذه الفضاءات والتي كان لها دور في كشف العديد من أوجه القصور وقضايا الفساد السياسي والتي شكلت في جوهرها أحد العوامل التي دفعت الشباب إلى المشاركة في المظاهرات للمطالبة بالتغيير.<sup>1</sup>

أما بالنسبة لإختلاق الشائعات وهذا راجع لطبيعة المناقشين لهذه القضية في ظل تنامي ظاهرة الحسابات الوهمية والتي لا يمكن السيطرة عليها في ظل مما تتميز به هذه المنصات من سرعة في نشر وتداول المعلومات دون رقابة.

#### 4. درجة اعتماد الطلبة على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية:

##### - كيفية تعديل مضامين البودكاست للرأي حول القضايا السياسية:

الجدول رقم (36): كيفية تعديل مضامين البودكاست للرأي حول القضايا السياسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	كيف عدلت مضامين البودكاست رأيك حول القضايا السياسية الجزائرية
0.93	2.16	37.3%	149	• عدلت بالإيجاب
		9.8%	39	• عدلت بالسلب
		53.0%	212	• لم تعدل
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

من خلال الجدول رقم (36) يتبين أن مضامين البودكاست الفكاهي لم تعدل رأي أفراد عينة الدراسة حول القضايا السياسية الجزائرية بنسبة بلغت 53% تليها عبارة عدلت بالإيجاب بنسبة بلغت 37.3% في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بعبارة عدلت بالسلب 9.8%، أما بالنسبة لمتوسط استجابات الأفراد بلغ 16.2 ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر بـ 0.93 وهذا يدل على وجود تباين في استجابات أفراد عينة الدراسة.

<sup>1</sup> - فهمي بلعيد: الإعلام الجديد والتعبير السياسي في زمن الثورات العربية، مرصد الصحافة العربية، 2016.

ومنه نستنتج بالنسبة وللذين صرحوا بأن هذه المضامين لم تعدل يرجع حسب البعض منهم إلى كون مضامين البودكاست لا يعبر بحرية مطلقة عن القضايا خاصة السياسية منها وأنهم يشاهدونها للإطلاع على المستجدات والتنقيح عن الضغوطات كونها تعالج بقالب فكاهي وساخر ولا يمكن أن تؤثر على آرائهم بالإضافة أن بعضهم لا يهتمون بالجانب السياسي ويجهلون كل ما فيه وهذا ما أكده الدكتور نصر الدين العياضي حين قال: أما في الدول التي تم إفراغ الفعل السياسي فيها من كل محتوى، فقد انتشرت حالة من الملل والضجر من السياسة التي أحضرت الحرية وغيبت الديمقراطية فأدار الكثير من المدونين ظهرهم لشأن السياسي وجعلوا من مدوناتهم منابر أدبية لتعويض النقص الكبير في مجال النشر<sup>1</sup>، أما بالنسبة للذين صرحوا أنها عدلت بالإيجاب من خلال مساحة الحرية في مناقشة قضايا كانت تقتصر على طبقة النخبة وكشف الحقائق والخفايا خاصة قضايا الفساد.

### - تغيير القنوات حول القضية السياسية في مضامين البودكاست الفكاهي:

الجدول رقم(37): تغيير القنوات حول القضية السياسية في مضامين البودكاست الفكاهي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	هل تتغير قنواتك حول القضية السياسية وفقا لما تشاهده في مضامين البودكاست
0.52	2.24	4.8%	19	• دائما
		66.5%	266	• أحيانا
		28.8%	115	• أبدا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أفراد عينة الدراسة تتغير قنواتهم حول القضايا السياسية وفقا لما يشاهدونه في مضامين البودكاست الفكاهي أحيانا حيث بلغت النسبة 66.5% تليها عبارة أبدا بنسبة 28.8% في حين بلغت نسبة الذين تتغير قنواتهم دائما 4.8%، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.24 وهو ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة، بانحراف معياري قدر ب 0.52 وهذا يدل على تشتت استجابات أفراد العينة في تغيير القنوات حول القضايا السياسية ومنه راجع إلى طبيعة المضمون عبر منصة اليوتيوب فإذا كان منطقيا ومدعما بما يؤكد من دلائل وحقائق فإن تأثيرها سيكون حتمي أما بالنسبة الذين أفادوا أنها لا تغير قنواتهم راجع لكون هذه الفئة فقدت ثقتها كليا بما ينشر عبر هذه المنصات أو أنها رافضة مسبقا بصورة تجعل قنواتها راسخة ومواقفها ثابتة ولا تتغير بما تتابعه عبر

<sup>1</sup>- نصر الدين العياضي: في البحث عم العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة المكتوبة، مجلة ثقافات، الشارقة، 2011، ص ص 133-165.

مضامين البودكاست الفكاهي، أما بالنسبة للذين صرحوا ب: دائما في أحداث هذا التغيير في القنوات ما يعني أن هناك فئة بسيطة لا تزال تتأثر وتتغير قناعاتهم ومواقفهم مع ما ينشر في البودكاست بعيدا عن نسبة مصداقية المضمون من عدمه.

### - تأثير نقد المدون في البودكاست الفكاهي على القرارات الحكومية:

الجدول رقم (38): تأثير نقد المدون في البودكاست الفكاهي على القرارات الحكومية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	نقد المدون في البودكاست الفكاهي على القرارات الحكومية
0.64	2.33	10.0%	40	• دائما
		47.3%	189	• أحيانا
		42.8%	171	• أبدا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية الجدول أعلاه أفاد أفراد عينة الدراسة أن نقد مدون في البودكاست يؤثر أحيانا على قرارات الحكومة بنسبة بلغت 47.3% تليها عبارة أبدا بنسبة بلغت 42.8% في حين تعود أقل نسبة للعبارة دائما ب: 10%

حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2,33 وهو ضمن المجال [1,67 - 2,33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب: 0.64 وهذا يؤكد على وجود تباين في استجابات أفراد العينة حول تأثير نقد المدون على القرارات الحكومية ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على التأثير الجزئي لهذه المضامين في تغيير قرارات حكومية مما يدل على وعي هذه الفئة ورفض الممارسات والقيود مما يعطي مؤشر إيجابي بأن هذه المضامين أتاحت فرصة للمتابعة والتقييم المجتمعي ونقد القرارات الخاطئة أما بالنسبة الذين أجابوا بأنها لا تؤثر في القرارات الحكومية في ظل الظروف التي يعيشها أفراد العينة والثقافة السائدة التي لا تزال بعيدة عن هذا التفاعل والتأثير الذي خلفته مضامين البودكاست الفكاهي.

- مضامين البودكاست الفكاهي منصات جديدة للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود:

الجدول رقم (39): مضامين البودكاست الفكاهي منصات جديدة للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	هل تعد مضامين البودكاست منصات جديدة لديكم للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود
0.45	1.3	70.0%	280	• نعم
		30.0%	120	• لا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه أجاب المبحوثين "بنعم" حول كون مضامين البودكاست الفكاهي تعد منصات جديدة للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود بنسبة بلغت 70% تليها الذين عارضوا ب لا بنسبة بلغت 30% حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.3 وهو ضمن المجال [1- 1.67] وهي درجة منخفضة بانحراف معياري قدر ب: 0.45 وهذا يدل على التشتت في استجابات أفراد العينة ومنه هذا راجع لما تتيحه هذه المنصات من إمكانية في النشر والتناول لمختلف القضايا بكل حرية أما بالنسبة للذين أجابوا ب "لا" ويرجع ذلك إلى تعرض بعض النشطاء إلى المتابعات القضائية عند تعرضهم للقضايا الجريئة والحساسة والشخصيات في ظل تفعيل الرقابة على ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي.

- طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست إزاء القضايا السياسية:

الجدول رقم (40): طبيعة المتابعة لمضامين البودكاست إزاء القضايا السياسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	حسب رأيك، كيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية
0.49	1.44	56.0%	224	• الاكتفاء بمتابعة البودكاست
		44.0%	176	• البحث عن مضامين أخرى حول القضايا
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول رقم (40) تبين أن أفراد عينة الدراسة يكتفون بمتابعة البودكاست لتكوين آرائهم حول القضايا السياسية حيث بلغت نسبتهم 56% في حين بلغت نسبة الذين يبحثون عن مضامين أخرى حول القضايا 44%، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.44 وهو ضمن المجال [1- 1.66] وهي درجة منخفضة، بانحراف معياري قدر ب 0.49 ومنه نستنتج أن أفراد العينة

الذين صرخوا بالاكتماء، بمثابة البودكاست راجع إلى قدرة صانع البودكاست في تبسيط القضية وإبراز الجوانب المهمة التي تجيب على تساؤلات المتابع، خاصة وأن المدون يمتاز بسمات شخصية ومؤهلات فنية تساعد على طرح القضية بأسلوب فكاهي ولغة بسيطة تجعل المتابع متشوقا لمعرفة المزيد عن حيثيات القضية حيث يؤكد الدكتور الصادق رابح: أن التدوين لم يعد يقتصر على فئات دون أخرى أو مؤسسات دون أخرى وهو ما يوحي بفاعليته خاصة عند الرغبة في الوصول إلى فئات عمرية واجتماعية لم تعد تعتمد في تغذيتها الذهنية على المصادر التقليدية<sup>1</sup>، أما بالنسبة للذين يبحثون عن مضامين أخرى حول القضايا راجع لكون المدون صانع البودكاست ذو مستوى تعليمي وثقافي محدود ويعتبر من الهواة في مجال التدوين الإلكتروني وكذلك قصر المدى الزمني للقضية في مضامين للقضية خاصة أن بعض القضايا السياسية تستدعي أهل الاختصاص في معالجتها خاصة أن بعض المدونين لا يردون على التعليقات وإن تم الرد سيكون بطريقة مختصرة ولا تشبع حاجات ورغبات المتلقي لهذا بتوجه للبحث عن مصادر أخرى أكثر مصداقية وموضوعية.

#### - تأثير المضامين في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.

الجدول رقم (41): تأثير المضامين في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.

هل كان لهذه المضامين تأثير في اتخاذك موقف اتجاه القضايا السياسية	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
• نعم	146	36.5%	1.64	0.48
• لا	254	63.5%		
المجموع	400	100%		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أفراد عينة الدراسة لا يتخذون موقفا اتجاه القضايا السياسية المطروحة في مضامين البودكاست الفكاهي بنسبة بلغت 63.5% في حين بلغت نسبة الذين يتخذون موقف 36.5% حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.64 وهو ضمن المجال [1 - 1.66] وهي درجة منخفضة بانحراف معياري قدر ب: 0.48 وهذا يؤكد وجود تباين في استجابات أفراد العينة حول موقفهم تجاه القضايا السياسية.

وهذا راجع إلى المستوى التعليمي والثقافي المحدود والنسق السياسي السائد حيث لم تكن هذه التغيرات واضحة بالنسبة للكثير من الفاعلين، ذلك لأن هذه نوعية من القضايا كانت تقتصر على طبقة

<sup>1</sup> - الصادق رابح: الفضاء المدونات يانبغات حامل اتصال جديد أم توهمات جماعية جديدة، المؤتمر الدولي الحدي عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الإتصال "الإعلام ومجتمع المعرفة"، المغرب، 2006.

الصفوة والنخبة وتناقش في سرية تامة أما بالنسبة للذين يتخذون موقف راجع لكون التدوين السياسي يمارسه مواطنون عاديون غير المنتمين لأحزاب سياسية ولا يتبنون أفكار سياسية معينة، حيث مثلت هذه المنصات الإلكترونية أحد أهم الوسائط الإعلامية الفعالة لدى الكثير من النشطاء السياسيين ورؤساء الأحزاب والجمعيات حيث يؤكد بعض المحللين السياسيين أن لجوء السياسة لاستخدام هذه الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة كالأنترنت والمدونات الإلكترونية يعود إلى انخفاض أسعارها وسهولة إيجادها بالإضافة إلى اعتماد عدد كبير من السياسيين على المدونات الإلكترونية في بت مقاطع فيديو قابلة للتحميل يعرضون فيها آرائهم السياسية لاستمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين وإقناعهم.<sup>1</sup>

### - دور مضامين البودكاست الفكاهي في تثبيت وتغيير الآراء حول القضايا السياسية:

الجدول رقم (42): دور مضامين البودكاست الفكاهي في تثبيت وتغيير الآراء حول القضايا السياسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	عندما تتابع موضوعا عن قضية سياسية في البودكاست، هل يساعدك هذا الأخير في:
0.78	2.17	23.3%	93	• تثبيت آرائك الأولية
		36.3%	145	• التغيير الجزئي لآرائك الشخصية
		40.5%	162	• لا أدري
		100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول أعلاه أفاد أفراد عينة الدراسة بجعلهم في كون مضامين البودكاست تساعدهم في متابعة القضايا السياسية حيث بلغت نسبتهم 40.5% في حين يرى أفراد العينة أن هذه المضامين تساعد في تغيير الجزئي للآراء الشخصية بنسبة قدرت ب: 36.3% أما تثبت الآراء الأزلية بنسبة بلغت 23,3%، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 2.17 وهو ضمن المجال [1.67 - 2.33] وهي درجة متوسطة بانحراف معياري قدر ب 0.78.

وهذا راجع إلى حجم التأثير هذه المضامين على المتابعة حيث يرى أساتذة الاتصال السياسي أن تأثير هذه المنصات الجديدة في تثبيت وتغيير آراء المتلقي حول القضايا السياسية يشمل تأثير معرفي مرتبط بزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، وعاطفي للمعرفة مدى تأثير هذه الوسائل في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات، وسلوكي لمعرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة في

<sup>1</sup> - سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010، ص 167.

النشاطات السياسية بالإضافة أن تثبيت الآراء يرجع إلى دور هذه المضامين في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم المشاركة السياسية.

### - أثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام:

الجدول رقم (43): أثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام.

النسبة المئوية	التكرار	كيف تنظر إلى أثر مضامين البودكاست على الرأي العام
31.9%	154	• ساهمت في تغيير أو دعم الآراء و المواقف
31.5%	152	• التعبئة الجماهيرية
25.1%	121	• توحيد الآراء نحو قضية واحدة
11.6%	56	• تبيان الاتجاه نحو التيار السياسي بعينه
100%	483	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه تبين أن أفراد عينة الدراسة ينظرون إلى هذا الأثر من خلال مساهمة في تغيير ودعم الآراء والمواقف بنسبة بلغت 31.9% أما التعبئة الجماهيرية بنسبة 31.5% في حين أفاد أفراد العينة أنهم ينظرون لها من أجل توحيد الآراء نحو قضية واحدة وتبيان الاتجاه نحو التيار السياسي بعينه بنسبة قدرت ب 25.1% و 11.6% على التوالي.

ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست ساهمت في تكوين رأي عام من خلال قدرتها على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي وهو ما أكده "ولتر ليبمان" في كتابه الرأي العام عام 1922 على أن وسائل الإعلام تقدم صوراً مشوهة عن الواقع، والناس يتصرفون حسب هذه الصور وليس حسب الواقع الحقيقي، ومن جهة أخرى يمكن القول أن التعبئة الجماهيرية على المنصات اليوتيوب في الجزائر أفرزت مجموعة من العوائق تتعلق بالجوانب التقنية المرتبطة ببيئة الانترنت والوضعية التي يعيشها الشباب الجزائري خاصة المشاكل والأوضاع الاجتماعية وهذا ما أكدت عليه دراسة مصطفى معاهدي حول الشباب الجزائري والتعبئة السياسية عبر فضاءات الحوار الافتراضي في ظل موجة الاحتجاجات.

ومنه فالصحافة أصبحت بما ترسله من مضامين مقصودة تتدخل في تحريك و تحديد اتجاهات الجمهور نحو قضية معينة، وأصبحت أكثر تأثيراً على مجريات الأمور واستقرار الشعوب مثل: تعبئة الجماهير لاتخاذ قرار ما وكذلك تكوين عقائد وأفكار جديدة، الأمر الذي يصنع في النهاية رأي عام جماهيري بصورة ما صوب الفكرة أو القضية المقصودة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 7.

وفي دراسة نزهة حنون حول دور المدونات الإلكترونية في تشكيل الرأي في الجزائر عام 2016-2017 أنه وافق 64.7% من المبحوثين على أن المدونات الإلكترونية تعمل على التعبئة الجماهيرية وتوحيدهم نحو قضية واحدة، وعارض 20.6% وأجاب 14.7% بلا أدري، وهذا ما يؤكد دور هذه المضامين في تأثير على الرأي العام.

### - أن تقنية البودكاست الفكاهي وسيلة لتغيير وإنتاج مواقف سياسية خاصة بالشباب:

الجدول رقم (44): أن تقنية البودكاست الفكاهي وسيلة لتغيير وإنتاج مواقف سياسية خاصة بالشباب.

هل يمكن أن تصبح تقنية البودكاست وسيلة لتغيير أو إنتاج في المواقف السياسية الخاصة بالشباب الجزائري	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
• نعم	353	88.3%	1.12	0.32
• لا	47	11.8%		
المجموع	400	100%		

الجدول رقم (45): يبين أن تقنية البودكاست أداة تقييد وتعبير مباشر وغير مباشر للموقف السياسي.

هل يمكن أن تصبح تقنية البودكاست وسيلة لتغيير أو إنتاج في المواقف السياسية الخاصة بالشباب الجزائري	التكرار	النسبة المئوية
• البودكاست أداة تقييد للموقف السياسي	74	18.4%
• البودكاست أداة بعيدة عن إنتاج موقف سياسي	63	15.6%
• البودكاست أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي	125	31.0%
• البودكاست أداة للتعبير الغير المباشر عن الموقف السياسي	141	35.0%
المجموع	403	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال القراءة الإحصائية للجدولين 44 و 45 أفاد أفراد عينة الدراسة أنه يمكن أن تصبح هذه التقنية وسيلة للتغيير وإنتاج مواقف سياسية بنسبة بلغت 88.3% في حين أجاب 11.8% ب لا، حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 1.12 وهو ضمن المجال [1- 1.66] وهي درجة منخفضة، بانحراف معياري 0.32 وهو ما يدل على وجود تباين كبير وتشتت في إجابات أفراد العينة، حيث بلغت نسبة الذين يعتبرون البودكاست أداة للتغيير الغير مباشر عن الموقف السياسي والتغيير المباشر 35% و 31% على التوالي، في حين اعتبر ما نسبته 18.4% و 15.6% على التوالي أن البودكاست أداة تقييد الموقف السياسي وبعيدة عن إنتاجه وهذا راجع إلى طبيعة الوسيلة التي تتميز بخصائص تجعلها فضاء للتنفيس

والتعبير بحرية عن الأوضاع السائدة بطريقة مباشرة عن طريق النقاش عبر التعليقات دون قيود أو بطريقة غير مباشرة عن طريق ما تحمله هذه المضامين من صور ذهنية وانطباعات تجعل كل متابع يفهمها انطلاقا من الإطار المرجعي الذي ينتمي إليه خاصة وأن هذه المضامين عولجت بقالب فكاها ساخر من قبل هواة.

### - تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاها في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري:

الجدول رقم (46): تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاها في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري.

العبارة	التكرارات والنسب المئوية					مجموع التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة				
مضامين البودكاست الفكاها وسيلة اتصال ناجحة في تأثير على الرأي العام.	20	34	71	188	87	400	3.72	1.05	مرتفع
	%5	%8.5	%17.8	%47	%21.8	%100			
تساهم مضامين البودكاست في نقل صورة الحقيقية للأوضاع السياسية الراهنة في بلدي.	29	42	69	173	87	400	3.62	1.14	مرتفع
	%7.3	%10.5	%17.3	%43.3	%21.8	%100			
تساهم مضامين البودكاست من دفعي نحو المشاركة برأي في بعض القضايا الوطنية.	37	40	120	154	49	400	3.35	1.10	متوسط
	%9.3	%10	%30	%38.5	%12.3	%100			
يستخدم البودكاست لغة بسيطة ومفهومة.	6	17	41	183	153	400	4.15	0.87	مرتفع
	%1.5	%4.3	%10.3	%45.8	%38.3	%100			
تساعدني مضامين البودكاست في بناء قراراتي السياسية	72	76	121	103	28	400	2.85	1.19	متوسط
	%18	%19	%30.3	%25.8	%7	%100			
تتجح مضامين البودكاست عبر موقع اليوتيوب في جذب الاهتمام بها.	14	21	54	193	118	400	3.95	0.97	مرتفع
	%3.5	%5.3	%13.5	%48.3	%29.5	%100			
تساهم مضامين البودكاست السياسية بإقناع الرأي العام بأهميته	21	33	94	189	63	400	3.60	1.01	مرتفع
	%5.3	%8.3	%23.5	%47.3	%15.8	%100			
تساهم مضامين البودكاست في خلق صورة ذهنية حول القضايا السياسية.	27	43	91	181	58	400	3.50	1.07	مرتفع
	%6.8	%10.8	%22.8	%45.3	%14.5	%100			

مرتفع	1.12	3.41	400	65	141	120	41	33	تساعد مضامين البودكاست في زيادة الوعي السياسي.
			%100	%16.3	%35.3	%30	%10.3	%8.3	
مرتفع	1.05	3.66	400	75	191	77	35	22	تحقق مضامين البودكاست عنصر التسلية و الترفيه في طرح القضايا السياسية.
			%100	%18.8	%47.8	%19.3	%8.8	%5.5	
متوسط	1.18	3.18	400	46	133	118	53	50	تساهم مضامين البودكاست في إشباع لرغبات والحاجات السياسية.
			%100	%11.5	%33.3	%29.5	%13.3	%12.5	
مرتفع	1.18	3.46	400	67	170	81	42	40	تساعد مضامين البودكاست في متابعة التغييرات السياسية على الصعيد الوطني.
			%100	%16.8	%42.5	%20.3	%10.5	%10	
مرتفع	1.14	3.58	400	91	143	100	39	27	مضامين البودكاست تعالج القضايا موضوعية ومصداقية.
			%100	%22.8	%35.8	%25	%9.8	%6.8	
مرتفع	1.09	3.76	400	99	185	61	31	24	مضامين البودكاست عملت على ربط لمتلقي بأحداث وقضايا مجتمعه.
			%100	%24.8	%46.3	%15.3	%7.8	%6	
مرتفع	1.19	3.69	400	105	170	51	43	31	تتيح مضامين البودكاست للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها واتجاهاتها.
			%100	%26.3	%42.5	%12.8	%10.8	%7.8	
مرتفع	1.31	3.41	400	89	138	80	35	58	المساحة المحدودة في البودكاست تدفعني للمشاهدة عدة مرات.
			%100	%22.3	%34.5	%20	%8.8	%14.5	
متوسط	1.39	3.29	400	88	127	70	44	71	المدون في البودكاست لا يطرح آراء قائمة على مرجعية علمية.
			%100	%22	%31.8	%17.5	%11	%17.8	
مرتفع ع	0.53	3.53	المتوسط والانحراف المعياري الكلي للبعد						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

ولتصنيف مستويات تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري تم حساب مجال كل مستوى كالاتي:

$$0.80 = \frac{1 - 5}{5} = \frac{\text{الدرجة الأدنى} - \text{الدرجة الأعلى}}{\text{المستويات}}$$

وبالتالي فطول كل فئة هو 0.80 ومن خلاله فدرجات الاستجابة بالنسبة للعبارات تكون وفق

ثلاث مستويات:

- إذا كان المتوسط الحسابي منحصراً بين [ 1 ، 1.80 ] فدرجة الاستجابة تكون منخفضة جداً.

- إذا كان المتوسط الحسابي منحصراً بين [ 1.81 ، 2.60 ] فدرجة الاستجابة تكون منخفضة.

- إذا كان المتوسط الحسابي منحصراً بين [2.61، 3.40] فدرجة الاستجابة تكون متوسطة.
- إذا كان المتوسط الحسابي منحصراً بين [3.41، 4.20] فدرجة الاستجابة تكون مرتفعة.
- إذا كان المتوسط الحسابي منحصراً بين [4.21، 5] فدرجة الاستجابة تكون مرتفعة جداً.

والجدول التالي يوضح ذلك:

### - مستويات استجابات العينة حول كيفية تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري:

الجدول رقم (47): مستويات استجابات العينة حول كيفية تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري.

المستوى	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً
المجال	[1، 1.80 ]	[1.81، 2.60]	[2.61، 3.40]	[3.41، 4.20]	[4.21، 5]

يتضح من الجدول 47 أن استجابات الأفراد بالنسبة للعبارة المتعلقة بتقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري جاءت مرتفعة حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد لكل ب3.53 وهو ضمن المجال [3.41 - 4.20] وهي درجة مرتفعة، وانحراف معياري قدر ب: 0.53 وهو مؤشر على عدم تشتت استجابات الطلبة الجامعيين منسجمة فيما يخص أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، في حين رتبت عبارات التقييم حسب متوسط الاستجابة الأفراد كما يلي:

- العبارة رقم 04: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 4.15 وهو ضمن المجال [3.41 - 4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 0.78 وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق نسبة بلغت 45.8% تليها خانة موافق بنسبة 38.3% بينما بلغت نسبة خانة محايد وغير موافق وغير موافق بشدة 10.3%، 4.3%، 1.5% على التوالي وبالتالي البودكاست الفكاهي يستخدم لغة بسيطة ومفهومة للوصول إلى مختلف شرائح المجتمع ومستوياتهم العلمية والثقافية وتحقيق الهدف من معالجة القضية لتشكيل رأي عام حولها.

- العبارة رقم 06: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 3.95 وهو ضمن المجال [3.41 - 4.20] وهي مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 0.97، وسجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة بلغت 48،3% تليها موافق بشدة بنسبة 29.5%، في حين سجلت أقل نسبة استجابة للعبارة في خانة محايد وغير موافق وغير موافق بشدة بنسبة قدرة ب 13.5%، 5.3%، و 3.5% وهو ما يدل على عدم تعارض

أراء المبحوثين حول أثر مضامين البودكاست في تشكيل الرأي العام السياسي وبالتالي نجحت مضامين البودكاست عبر اليوتيوب في جذب الاهتمام بها وهذا راجع لما يتميز به من سرعة وتفاعلية والقدرة على الانتشار وسهولة في الاستخدام وتبادل المعلومات مع الآخرين حول القضايا المثارة والتي تهم الرأي العام حسب المدون صاحب المحتوى.

- **العبارة رقم 14:** حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 76.3 وهو ضمن المجال [3.41-4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 1.09، حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق نسبة بلغت 3.46% تليها موافق بشدة بنسبة 24.8% في حين سجلت أقل نسبة استجابة للعبارة في خانة محايد، وغير موافق وغير موافق بشدة بنسبة قدرت ب 15.3%، 7.8% و 6% وهو ما يؤكد على عدم تباين في استجابات أفراد العينة وبالتالي مضامين البودكاست عملت على ربط لمتلقي بأحداث قضايا مجتمعه وهذا ما أكده المدون "أنيس تينا" في مقابلة أجريت معه أنه يختار القضايا انطلاقاً من عامل المناسباتية والأحداث الحاصلة في البلاد مع الأخذ بعين الاعتبار قيم وعادات وتقاليد المجتمع لجعل المتلقي مشاركا ومتابعا ومنتجا للمضمون من خلال تبادل الأدوار بفتح النقاشات ومشاركة المضمون في الوسائل الأخرى من خلال عنصري التفاعلية والمشاركة التي أتاحتها مضامين البودكاست الفكاهي.

- **العبارة 01:** حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 72.3 وهو ضمن المجال [3.41-4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 1.05، حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة بلغت 47% تليها موافق بشدة بنسبة 8.21% في حين سجلت أقل نسبة في خانة محايد، غير موافق وغير موافق بشدة بنسبة قدرت ب 17.8%، 8.5% و 5% على التوالي ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة اتصال ناجحة في تأثير على الرأي العام وهذا ما يؤكد عدم تشتت استجابات أفراد عينة الدراسة.

- **العبارة 15:** حيث بلغ متوسط استجابة الأفراد 69.3 وهو ضمن المجال [3.41-4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 1.19، حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة 42.5% تليها موافق بشدة 26.3% في حين سجلت أقل نسبة في خانة محايد، وغير وافق وغير موافق بشدة بنسبة قدرت ب 12.8%، 10.8% و 7.8% ومن نتيج مضامين البودكاست للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها واتجاهاتها، وهذا راجع لمساحة الحرية في الفضاء الإلكتروني وهو ما أكده الانتقاد الموجه لنظرية دراسة الصمت حول كون الأقلية الصامتة رافضة سرا لرأي وسائل الإعلام وفي بعض الأحيان تكون متحدثة وتستطيع السيطرة على الرأي العام، وبالتالي صمتهم لا يرجع للخوف من العزلة بل لعدم إمامهم بالمعلومات وليس لديهم منابر للتعبير، بالتالي هذه الفئة المهمشة استطاعت من خلال البودكاست التعبير عن رأيها ومناقشة القضايا الحساسة خاصة السياسية بكل حرية.

- العبارة 10: حيث بلغ متوسط استجابة الأفراد 66.3 وهو ضمن المجال [ 3.41 - 4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 10.5، حيث سجلت أعلى نسبة للعبارة في خانة موافق 47.8% تليها موافق بشدة 18.8% في حين سجلت أقل نسبة في خانة محايد وغير موافق وغير موافق بشدة بنسبة قدرت ب: 19.3%، 8.8% و 5.5% على التوالي وبالتالي تحقق مضامين البودكاست الفكاهي عنصر السلبية والترفيه في طرح القضايا السياسية لأن القالب الفكاهي يساعد على نقد الآخر وإبراز عيوبه وتناقضاته بأسلوب بسيط للتنفيس المتلقي من الضغوطات التي يعيشها.

- العبارة 02: حيث بلغ متوسط استجابة الأفراد 62.3 وهو ضمن المجال [ 3.41 - 4.20] وهي درجة مرتفعة بانحراف معياري قدر ب 1.14، حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة 43.3% تليها موافق بشدة بنسبة 21.8% في حين سجلت أقل نسبة للعبارة في خانة محايد، وغير موافق بشدة 17.3%، 10.5% و 7.3% على التوالي، وهذا ما يؤكد عدم تباين استجابات أفراد العينة حول مساهمة مضامين البودكاست في نقل صورة الحقيقية للأوضاع السياسية الراهنة في البلاد خاصة وأن هذه المنصات الإلكترونية تعتمد في ذلك على خاصية البث المباشر للأحداث الراهنة.

- العبارة رقم 07: حيث بلغ متوسط استجابة الأفراد 60.3 وهو ضمن المجال [ 3.41 - 4.20] وهي درجة مرتفعة، بانحراف معياري قدر ب 1.01، حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في خانة موافق بنسبة 47.3% تليها محايد بنسبة 23.5% في حين سجلت أقل نسبة للعبارة في خانة موافق بشدة وغير موافق وغير موافق بشدة بنسبة بلغت 15.8%، 8.3% و 5.3% وعلى التوالي، وهذا يؤكد عدم تشتت استجابات أفراد العينة حول كون مضامين البودكاست الفكاهي تساهم في إقناع الرأي العام بأهميته.

- العبارات 13 و 8 و 12 و 9: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 3.58، 3.50، 3.46، 3.41 على التوالي ضمن المجال [ 3.41 - 4.20] وهي درجات مرتفعة بانحراف معياري قدر ب: 14.1، 1.07، 1.18، 1.12، 1.31 على التوالي حيث سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارة في الخانة موافق بنسبة بلغت: 35.8%، 45.3%، 42.5%، 35.3% و 34.5% على التوالي في حين سجلت أقل نسب في خانة غير موافق بشدة 6.8%، 8.6%، 10%، 8.3% ونسبة 8.8% في خانة غير موافق ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست تعالج القضايا بموضوعية ومصداقية وتساهم في خلق صورة ذهنية حول القضايا السياسية من خلال تصوير القضايا والأحداث وتقديم التصورات للجمهور على أنها تمثل الصور الحقيقية من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية، بالإضافة إلى مساعدة هذه المضامين في متابعة التغييرات السياسية على الصعيد الوطني لأنه كلما اقتربنا جغرافيا كلما زاد الاهتمام ومن جهة أخرى تساعد مضامين البودكاست في زيادة الوعي السياسي حيث كان هذا التأثير مقتصر على نخبة من المفكرين والمثقفين عن طريق تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات لتأثير عليهم وتشكيل وعيهم تجاه

القضايا المختلفة وبالفعل أسهمت تقنية البودكاست في بروز قادة رأي مؤثرين لهم منابرهم الإعلامية التي تحظى بالمتابعة من ملايين المتابعين في العلم العربي في ظل ظهور صحافة المواطن كمفهوم جديد في الإعلام الإلكتروني ومن جهة أخرى تعتبر المساحة المحدد في اليودكاست حافز للمشاهدة عدة مرات وهذا ما أكده المدون الجزائري "أنيس تيتا" في مقابلة أجريت معه أن قصر المدى الزمني لليودكاست يلغي الملل في ظل التدفق البطيء للإنترنت في بعض مناطق الوطن ويجعل متابع يكرر المشاهدة عدة مرات وكذا الانتقال من مشهد إلى آخر بسهولة.

العبارات 3، 17، 11 و 05: حيث بلغ متوسط استجابات الأفراد 3.35، 3.29، 3.18، 3، 18، 85، 2 وهي ضمن المجال [2، 61] - [3، 40] وهي درجة متوسطة بانحراف معيارين قدر ب 1.10، 1.39، 1.18، 1.19 على التوالي فني حين سجلت أعلى نسبة استجابة للعبارات رقم 3، 17، 11 في خانة موافق بنسبة بلغت 38.5%، 31.8%، 33.3% على التوالي، أما بالنسبة للعبارة 5 فقد سجلت أعلى نسبة في خانة محايد 30.3% في حين سجلت أقل نسبة استجابة للعبارتين رقم 3، 11 في خانة غير موافق بشدة بنسبة بلغت 9.3% و 12.5% على التوالي أما العبارة رقم 17 فسجلت أقل نسبة في خانة غير موافق بنسبة قدرت ب 11% أما العبارة رقم 05 فسجلت أقل نسبة في خانة موافق بشدة وهذا يدل على وجود عدم تأكد الطلبة الجامعيين في كون البودكاست يدفعهم للمشاركة برأي في بعض القضايا الوطنية وعدم اعتماد المدون على المرجعية العلمية في طرح الآراء وكذا درجة تحقيق البودكاست لإشباعات والرغبات والحاجات السياسية وأن هذه المضامين لا تساعد أفراد العينة في بناء القرارات السياسية.

المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج فرضيات الدراسة.

1. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الأولى:

الجدول رقم (48): العلاقة بين التخصص والجنس.

المجموع	الجنس		العلاقة بين التخصص والجنس	
	أنثى	ذكر		
156	104	52	التكرار	آداب وعلوم انسانية واجتماعية
%39	%42.6	%33.3	النسبة	
61	41	20	التكرار	حقوق وعلوم سياسية
%15.3	%12.8	%16.8	النسبة	
82	21	16	التكرار	علوم اقتصادية والتسيير
%7	%4.9	%10.3	النسبة	
45	27	18	التكرار	كلية العلوم
%11.3	%11.1	%11.5	النسبة	
16	13	3	التكرار	علوم الارض
%4	%1.9	%5.3	النسبة	
45	16	29	التكرار	الهندسة
%12.3	%6.6	%18.6	النسبة	
49	31	18	التكرار	الطب
%12.3	%12.7	%11.5	النسبة	
400	244	156	التكرار	المجموع
%100,0	%100	%100	النسبة	
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )	
دالة عند 0,05	0.001		22.09	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يتبين من الجدول رقم 48 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والتخصص، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 22.09، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.001 وهي أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس والتخصص العلمي ونقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس والتخصص العلمي.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في تخصص الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية بنسبة فاقت 39% ولصالح الاناث بنسبة 42.6%، وللذكور بنسبة 33.3% من مجموع الذكور.

وهذا راجع إلى طبيعة التخصص في حد ذاته حيث نلاحظ أن معظم الطلبة من فئة الذكور يتوجهون لدراسة التخصصات العلمية التي تعتمد على الدقة والمنطق وبيتعدون على كل ما يتسم بالنسبية مثل علوم إنسانية واجتماعية، وبالتالي هنا تكمن طبيعة العلاقة الارتباطية بين متغير الجنس والتخصص لدى الطلبة الجامعيين، وهو ما أكدته دراسة الباحثة "زعييم نجود" الموسومة بالتدوين الالكتروني في الجزائر واقع وتحديات مفادها أن المدونون الجزائريون يتميزون بخصائص ديمغرافية أهمها أن معظمهم شباب وذكور ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنت.

الجدول رقم (49): العلاقة بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل.		
	أنثى	ذكر			
181	106	75	التكرار	نعم	أثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل
%45.3	%43.4	%48.1	النسبة		
219	138	81	التكرار	لا	
%54.8	%56.6	%51.9	النسبة		
<b>400</b>	<b>244</b>	<b>156</b>	التكرار	المجموع	
<b>%100,0</b>	<b>%100%</b>	<b>%100</b>	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
دالة عند 0,05	0.001		22.09		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss

يتبين من الجدول رقم (49): وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 22.09، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.001 وهي أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل ونقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 48.1% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 56.6%.

ومنه نستنتج وجود توافق مع نتيجة الباحثة سوهيلة بوضياف في دراستها الموسومة بالشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر حول اختلاف نظرة الشباب للفايس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود.

الجدول رقم (50): العلاقة بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل.

المجموع	التخصص							العلاقة بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل		
	طب	هندسة	علوم الارض	علوم	علوم اقتصاد وتسيير	حقوق وعلوم سياسية	آداب وعلوم انسانية	التكرار	نعم	لا
181	17	14	8	19	15	27	81	التكرار		
45.3%	%34.7	%31.1	%50	42.2 %	%53.6	44.3%	51.9%	النسبة	نعم	أثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل.
219	32	31	8	26	13	34	75	التكرار	لا	
54.8%	%65.3	%68.9	%50	57.8 %	%46.4	55.7%	48.1%	النسبة		
400	49	45	16	45	28	61	156	التكرار	المجموع	
%100,0										
القرار الاحصائي	الدلالة Sig							قيمة (كا <sup>2</sup> )		
غير دالة عند 0.05	0.13							9.75		

يتبين من الجدول رقم (50) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 9.75، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.13 وهي أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي لباقي الوسائل الأخرى، ولا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في تخصص علوم الاقتصاد والتسيير بنسبة فاقت 53.6 % في خانة العبارة "نعم" أما خانة العبارة "لا" فسجلت أعلى نسبة على مستوى تخصص الهندسة حيث بلغت 68.9%.

حيث توافقت جزئيا مع نتائج دراسة الباحثة "نزهة حنون" الموسومة ب: دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر، وقد جاءت نتائج تصفح المبحوثين للمدونات الالكترونية على تعرضهم لوسائل الإعلام الأخرى وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي كما يأتي:

18.64% من المبحوثين أجابوا بأن تصفح المدونات الالكترونية أثرت كثيرا على تعرضهم لوسائل الإعلام الأخرى، جاءت موزعة بين 17.29% للذكور من المستوى التعليمي الجامعي، و15.97% للإناث من المستوى التعليمي الثانوي. حيث أشارت الباحثة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية. وهذا راجع للخصائص التي تتميز بها المدونات الالكترونية كوسيلة إعلامية جديدة، خاصة منها حرية الاستخدام، وسهولة الوصول لها من أي مكان نتيجة لسرعة وسهولة انتشارها.

الجدول رقم (51): العلاقة بين الجنس وكيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى بالمقاطعة أو التوازن.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وكيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى		
	أنثى	ذكر	التكرار	مقاطعة	كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى
118	73	45	التكرار	التعرض	
%29.5	%29.9	%28.8	النسبة	التعرض	
282	171	111	التكرار	التوازن في	
%70.5	%70.1	%71.2	النسبة	التعرض	
400	244	156	التكرار	المجموع	
%100,0	100%	100%	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
غير دالة عند 0,05	810.		0.053		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم(51) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في المتابعة، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة ب: 0.053، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.81 وهي أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في المتابعة، ولا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي من حيث المقاطعة والتوازن في المتابعة.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة التوازن في التعرض بنسبة فاقت 71.2% لصالح فئة الذكور في حين سجلت خانة المقاطعة في التعرض أعلى نسبة لفئة الإناث بنسبة 29.9%.

حيث توافقت مع نتائج دراسة الباحثة "نزهة حنون" الذين صرحوا بأن تصفحهم للمدونات الالكترونية أثر على تعرضهم لوسائل الإعلام الأخرى، 266 منهم أجابوا بأن طبيعة هذا التأثير كان بالنقصان في التعرض إلى هذه الوسائل، بمعنى أنهم بتصفحهم للمدونات الالكترونية أصبحوا يتعرضون لهذه الوسيلة بصورة أقل مما كانت قبل تصفحهم للمدونات الالكترونية، وهذا بنسبة 94.33%، وصرح 16 مبحوثاً فقط بأنهم أصبحوا لا يتعرضون لهذه الوسائل نهائياً، ويعتمدون في استقاء معلوماتهم على المدونات الالكترونية التي تمتلك القدرة على نشر أي تفسير في صورة الكترونية دون الاضطرار للتعامل مع حراس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية، كما أنها تساهم في تجريد الأحداث وكشفها بشكل لا مثيل له في وسائل الإعلام التقليدية، وهذا بنسبة 5.67% وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنة بتأثير المدونات الالكترونية وبالتالي أكدت الباحثة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

الجدول رقم(52): العلاقة بين التخصص كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض.

المجموع	التخصص							العلاقة بين التخصص كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى		
	طب	هندسة	علوم الارض	علوم	علوم اقتصاد وتسيير	حقوق وعلوم سياسية	آداب وعلوم انسانية	التكرار	المقاطعة	كيف أثرت مضامين البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى
181	29	10	9	20	5	31	14	التكرار	النسبة	
%45.3	%59.2	%22.2	%56.3	%44.4	%17.9	%50.8	%9	النسبة		
219	20	35	7	25	23	30	142	التكرار	التوازن	
%54.8	%40.8	%77.8	%43.8	%55.6	%82.1	%49.2	%91	النسبة	في التعرض	
400	49	45	16	45	28	61	156	التكرار	المجموع	
%100										
القرار الاحصائي	الدلالة Sig							قيمة (كا <sup>2</sup> )		
دالة عند 0.05	0.00							79.001		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (52) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 79.001، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.00 وهي أقل من 0.05، فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن ونقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين التخصص العلمي وأثر متابعة البودكاست الفكاهي من حيث المقاطعة والتوازن.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في تخصص آداب وعلوم انسانية في خانة التوازن في المتابعة بنسبة فاقت 91% أما خانة مقاطعة التعرض فسجلت أعلى نسبة بها في تخصص الطب بنسبة بلغت 59.2%.

وهذا راجع إلى سهولة الوسيلة في متابعة مضامين البودكاست الفكاهي من خلال المشاركة وتعليق والتفاعل مع موضوع القضية المطروحة كونها في متناول جميع طبقات الاجتماعية والتعليمية، وبالتالي النظر إلى هذه الوسيلة على أنها ترفيه لا أكثر، ولا يمكن لها أن تحدث أثرا لا سياسيا ولا حتى اجتماعيا فهي مجرد إضاعة للوقت وهدر للمال في ما هو غير مناسب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> الحمزة منير: وسائل الإعلام الألفية الثالثة المدونات الالكترونية أنموذجا ( وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة، المؤتمر العلمي الأول، وسائل الإعلام والمجتمع، بالتعاون مع مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 28-29 نوفمبر 2010 ص 189 - 207.

## 2. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الثانية والثالثة:

الجدول رقم (53): العلاقة بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية والتعبير عن الآراء بحرية.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وكيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية والتعبير عن الآراء بحرية		
	أنثى	ذكر	التكرار	نعم	لا
241	148	93	التكرار	نعم	التعبير بحرية
%29.5	%60.7	%59.6	النسبة		
159	96	63	التكرار	لا	
%70.5	%39.3	%40.4	النسبة		
<b>400</b>	<b>244</b>	<b>156</b>	التكرار	المجموع	
<b>%100,0</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	النسبة		
القرار الإحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
غير دالة عند 0,05	0.83		0.43		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يتبين من الجدول رقم (53) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية والتعبير عن الآراء بحرية، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 0.43، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.001 وهي أكبر من 0.83، فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ومناقشة القضايا السياسية بحرية في البودكاست ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ومساعدة مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية وتعبير عن الآراء بحرية. ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الإناث حيث قدرت بـ 60.7% في حين استحوذت فئة الذكور على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 40.4% بالنسبة لعبارة التعبير بحرية.

وهذا ما أكدته دراسة الباحثة أمال قراحي الموسومة بقراءة في بعض محتويات المدونات العربية من خلال توضيح تلقي الجمهور العربي للرسالة التي يبثها المدون حسب الجنس والدور الذي يضطلع به وما يترتب عن تمييز بين الجنسين حيث توصلت أن علاقة المرأة بالإنترنت تختلف من بلد إلى آخر.

الجدول رقم (54): العلاقة بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات		
	أنثى	ذكر	التكرار	نعم	مناقشة السلبيات
111	76	36	التكرار	نعم	
%27.8	%22.4	%31.1	النسبة		
289	121	168	التكرار	لا	
%72.3	%77.6	%68.9	النسبة		
<b>400</b>	<b>244</b>	<b>156</b>	التكرار	<b>المجموع</b>	
<b>%100,0</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة دالة عند 0,05	0.05		3.60		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يتبين من الجدول رقم (54) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 3.60، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.05 وهي تساوي قيمة العلاقة الدالة 0.05، فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ومناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات في البودكاست ونقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ومساعدة مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات. ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 31.1% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 77.6% بالنسبة لعبارة مناقشة السلبيات.

ومنه نستنتج أن مضامين البودكاست الفكاهي تناقش القضايا السياسية في المجتمع بحرية، بإيجاد مكانا لها في الدول النامية ذات المسافة المحدودة في حرية التعبير كمتنفس ووسيلة لنشر المسكوت عنه أو الأصوات المعارضة، كون فضاء التدوين يشكل حقلًا تعبيريا بديلا استثماره الكثير من الأفراد والجماعات المقصين من الفضاءات التقليدية للتعبير عن أفكارهم وآرائهم حول القضايا التي تهمهم وهذا ما أكدته الباحثة نزهة حنون في دراستها الموسومة بدور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر.

الجدول رقم (55): العلاقة بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي		
	أنثى	ذكر	التكرار	نعم	اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي
125	68	57	التكرار	نعم	
%31.3	%27.9	%36.5	النسبة		
275	176	99	التكرار	لا	
%68.8	%72.1	%63.5	النسبة		
<b>400</b>	<b>244</b>	<b>156</b>	التكرار	المجموع	
<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.06		3.32		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (55) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 3.32، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.06 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس واطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 36.5% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 72.1% بالنسبة لعبارة الاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي.

وهذا راجع إلى اهتمامات كلا الجنسين حيث أن فئة الإناث عادة ما تهتم بالمواضيع التي تخص المرأة والطبخ والتجميل خاصة مع التطور التكنولوجي ووجود صفحات وقنوات على اليوتيوب متخصصة في هذه المجالات كمتنفس من ضغوطات الحياة والعمل والدراسة، أما فئة الذكور فيهتمون بالمواضيع السياسية والاجتماعية كجزء من حياتهم اليومية خاصة وأن هذه المضامين يكتبوها مواطنون عاديون حيث يركزون على الأوضاع المعيشية داخل مجتمعاتهم بكل موضوعية وصدق بوصف حيثيات المشاكل التي يتخبط فيها المواطن كما هي بعيدا عن الرقابة الحكومية الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم (56): علاقة التخصص وكيف تساعد مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات.

المجموع	التخصص							علاقة التخصص وكيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات		
	طب	هندسة	علوم الارض	علوم	علوم اقتصاد وتسيير	حقوق وعلوم سياسية	آداب وعلوم انسانية	التكرار	نعم	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات
111	11	15	7	14	5	23	36	التكرار	نعم	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات
%27.8	%22.4	%33.3	%43.8	%31.1	%17.9	%37.7	%23.1	النسبة	لا	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات
289	38	30	9	31	23	38	120	التكرار	لا	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات
%72.3	%42.9	%40	%50	%31.1	%46.4	%49.2	%35.3	النسبة	لا	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في مناقشة السلبيات
400	49	45	16	45	28	61	156	التكرار	المجموع	
%100										
القرار الاحصائي	الدلالة Sig							قيمة (كا <sup>2</sup> )		
غير دالة عند 0.05	0.13							9.76		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

تبين من الجدول رقم (56) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص ومساعدة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية السلبيات، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 9.76، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.13 وهي أكبر من 0.05، فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين التخصص العلمي ومساعدة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية والسلبيات، ولا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين التخصص العلمي ومساعدة البودكاست الفكا هي في مناقشة السلبيات.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في تخصص علوم الأرض بنسبة فاقت 43.8% في خانة "نعم" ونسبة 50% في خانة "لا".

وهذا راجع إلى طبيعة الوسيلة ومضمونها التفاعلي الموجه إلى جميع شرائح المجتمع بغض النظر عن المستوى التعليمي والتنقيفي بالإضافة إلى استخدام لغة بسيطة ومفهومة في طرح القضايا السياسية، حيث أكدت الباحثة "آلاء أحمد" أن سبب من متابعة مضامين البودكاست يرجع إلى كون منتجه يشاركون المواضيع المطروحة بود وعفوية مع الجمهور، وهذا يجعل من تجربة أكثر إنسانية بالنسبة للمتابع.

ومن جهة أخرى تؤكد الباحثة "زهرة بوججوف" في دراستها الموسومة بالإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر أن أغلب القضايا المتناولة في البودكاست الفكاهي قضايا راهنة تحظى باهتمام واسع من قبل وسائل الإعلام والرأي العام باستخدام أسلوب فكاهي ساخر بهدف توعية الجمهور بخطورة الظاهرة في قالب يلهي المشاهد عن همومه ويفتح له مجال للتسلية والترفيه، بالإضافة إلى تمرير عدة رسائل في وقت زمني قصير بأسلوب بسيط يفهمه المواطن العادي، بهدف توجيه الرأي العام وإيجاد حلول لمختلف القضايا المعالجة وكشف الكثير من ملفات الفساد.

الجدول رقم (57): علاقة التخصص وكيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي.

المجموع	التخصص							علاقة التخصص وكيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي		
	طب	هندسة	علوم الارض	علوم	علوم اقتصاد وتسيير	حقوق وعلوم سياسية	آداب وعلوم انسانية	التكرار	المقاطعة	كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية في اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي
125	16	16	6	9	18	14	46	التكرار	النسبة	
%31.3	%32.7	%35.6	%37.5	%20	%64.3	%23	%29.5	النسبة		
275	33	29	10	36	10	47	110	التكرار	في	النسبة
%68.8	%67.3	%64.4	%62.5	%80	%35.7	%77	%70.5	النسبة	التعرض	
400	49	45	16	45	28	61	156	التكرار	المجموع	
%100										
القرار الاحصائي	الدلالة Sig							قيمة (كا <sup>2</sup> )		
دالة عند 0.05	0.00							19.78		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم(57) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص والاطلاع على اهتمام الناس بشأن سياسي من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدر بـ 19.78، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.00 وهي أقل من 0.05 فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي ونقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس واطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض للمضامين البودكاست الفكاهي.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة مقاطعة التعرض بالنسبة لتخصص علوم الاقتصاد والتسيير حيث قدرت ب 64.3% في حين استحوذ تخصص علوم على أعلى نسبة للعبارة التوازن في التعرض بنسبة بلغت 80% بالنسبة لعبارة الاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي.

ومن هنا نجد أن نتائج دراستنا تتوافق إلى حد كبير مع نتائج الدراسة السابقة للباحثة "سوهيلة بوضياف" الموسومة بالشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفاييس بوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الاطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم ميولا سياسيا الأكثر اتجاها إلى القيمة التبادلية وتملك الفاييس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

### 3. مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية الرابعة:

- العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون:

الجدول رقم (58): العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون		
	أنثى	ذكر	نعم	لا	المجموع
20	9	11	التكرار		دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون
5%	3.7%	7.1%	النسبة		
380	235	145	التكرار		
95%	96.3%	92.9%	النسبة		
400	244	156	التكرار		المجموع
100%	100%	100%	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.13		2.26		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يتبين من الجدول رقم (58) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدر بـ

2.26، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.13 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت ب 7.1% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 96.3% بالنسبة لعبارة دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون. ومنه نستنتج أن توجه الأيديولوجي للمدون صانع المحتوى لا يؤثر على دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين البودكاست الفكاهي كون توجهاته تعبر عنه هو فقط وليس عن المحتوى المراد إيصاله للمتلقي التي تتحكم فيه طبيعة القضية وأهميتها بالنسبة للجمهور.

**- العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون:**

الجدول رقم (59): العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس و دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون		
	أنثى	ذكر			
60	33	27	التكرار	نعم	دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون
15%	13.5%	17.3%	النسبة		
340	211	129	التكرار	لا	المجموع
85%	86.5%	82.7%	النسبة		
400	244	156	التكرار		
100%	100%	100%	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.30		1.06		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم 59 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 1.06، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.30 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 17.3% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 86.5% بالنسبة لعبارة دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون. وهذا راجع لكون المدون يعتمد أكثر على الجوانب الشكلية والمعززات الصوتية لتأثير في المتلقي حيث يعتمد السياق الزمني على عرض القضية وصولاً إلى الجوانب المرتبطة والمتصلة بها والفاعلين فيها وهو ما توافق مع نتيجة الباحثة سمية اليعقوبي في دراستها البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى.

- العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى:

الجدول رقم (60): العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس و دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى	
	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة
139	85	54	التكرار	نعم
%34.8	%34.8	%34.6	النسبة	
261	159	102	التكرار	لا
%85	%65.2	%65.4	النسبة	
400	244	156	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	النسبة	
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )	
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.96		0.002	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (60) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ: 0,002، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.96 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الإناث حيث قدرت بـ 34.8% في حين استحوذت فئة الذكور على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 65.4% بالنسبة لعبارة دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى.

وهذا راجع لكون الجمهور يتابع البودكاست انطلاقا من طبيعة القضية المطروحة التي يعتقد صانع المحتوى أنها تدخل في دائرة اهتماماته لهذا يعتمد في بعض الأحيان على طرح ومعالجة قضايا تتسم بعنصر المناسباتية بغض نظر عن مؤهلات المدون خاصة وأننا نعيش عصر تكنولوجيا والتقنية وما تتيحه من سهولة في الاستخدام.

### - العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها:

الجدول رقم (61): العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس و دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها		
	أنثى	ذكر	التكرار	نعم	لا
238	149	89	التكرار	نعم	دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها
%59.5	%61.1	%57.1	النسبة		
162	95	67	التكرار	لا	المجموع
%40.5	%38.9	%42.9	النسبة		
400	244	156	التكرار		
%100	%100	%100	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.42		0.63		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (61) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدر بـ 0,63، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.42 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الإناث حيث قدرت ب 61.1% في حين استحوذت فئة الذكور على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 42.9% بالنسبة لعبارة دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها. وهو ما أكدته دراسة "عبد الله ولد خطري" الذي أشار إلى أن أهم الموضوعات التي تشغل اهتمامات المدونين هي ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية في بلدانهم، ثم الخواطر وتأملات، والقضايا السياسية بالإضافة إلى دراسة "تزهة حنون" التي تؤكد نوعية القضايا الداخلية الجزائرية التي يتابعها المبحوثون في المدونات الالكترونية هي مواضيع وقضايا اجتماعية بنسبة 24.9% كون التدوين نشاط اجتماعي يهتم فيه المدون بعرض مختلف المواضيع والقضايا التي يعيشها الفرد في واقعه الاجتماعي بالدرجة الأولى.

### - دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات:

الجدول رقم (62): دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات	
	أنثى	ذكر	نعم	لا
91	51	40	التكرار	دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات
22.8%	20.9%	25.6%	النسبة	
309	193	116	التكرار	المجموع
77.3%	79.1%	74.4%	النسبة	
400	244	156	التكرار	قيمة (كا <sup>2</sup> )
100%	100%	100%	النسبة	
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )	
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.27		1.21	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يتبين من الجدول رقم (62) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدر ب 1.21، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.27 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات ونرفض الفرض البديل

القائل بوجود علاقة بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت ب 25.6% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 79.1% بالنسبة لعبارة دوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات. وهو ما أكده المدون الجزائري أنس تينا في مقابلة أجريت معه قائلا: أن معالجة قضية ما في البودكاست الفكاهي تعتمد على عدد الكلمات التي تترجمها الصور خاصة وأن دخول هذا نوع من المضامين كان متأخرا في الجزائر مقارنة مع الدول الغربية خاصة في ظل التدفق البطيء للإنترنت في الجزائر مما يولد الملل للمتلقي حيث صرح ذات المتحدث أنه كلما كان المدى الزمني قصيرا كلما زاد الاهتمام.

### - العلاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية:

الجدول رقم (63): العلاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية		
	أنثى	ذكر	التكرار	الاكتفاء بالمتابعة	كيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية
224	140	84	التكرار	النسبة	
%56	%57.4	%53.8	النسبة		
176	104	72	التكرار	البحث عن مضامين أخرى	المجموع
%44	%42.6	%46.2	النسبة		
400	244	156	التكرار	المجموع	
%100	%100	%100	النسبة		
القرار الاحصائي	الدالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.48		0.48		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (63) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة ب 0.48،

وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.48 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية نرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية. ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "الاكتفاء بالمتابعة" بالنسبة لفئة الإناث حيث قدرت ب 57.4% في حين استحوذت فئة الذكور على أعلى نسبة للعبارة "الحث عن مضامين أخرى" بنسبة بلغت 46.2%.

وهو ما توافق جزئياً مع نتائج دراسة الباحثة "نزهة حنون" حيث صرح 12.50% من المبحوثين بأن من دوافع تعرضهم للمدونات الالكترونية هي كونها تعبر عن اتجاهات الرأي العام المختلفة، لكونها جريئة وصريحة في طرح القضايا المتعلقة بالمواطن، وهو ما يدفع الجماهير للاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو هذه القضايا المختلفة نتيجة توفر الحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق مشاركة الجمهور بفعالية.

### - العلاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية:

الجدول رقم (64): العلاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية		
	أنثى	ذكر	التكرار	نعم	هل كان لهذه المضامين تأثير في اتخاذك موقف اتجاه القضايا السياسية
146	86	60	التكرار	نعم	
36.5%	35.2%	38.5%	النسبة		
254	158	96	التكرار	لا	
63.5%	64.8%	61.5%	النسبة		
400	244	156	التكرار	المجموع	
100%	100%	100%	النسبة		
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.51		0.42		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتبين من الجدول رقم (64) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية، بالنظر إلى قيمة (كا<sup>2</sup>) المقدرة بـ 0.42، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.51 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "نعم" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 38.5% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "لا" بنسبة بلغت 64.8% بالنسبة لعبارة تأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.

ومن هنا نجد أن نتائج دراستنا توافقت إلى حد كبير مع نتائج دراسة أشرف عصام فريد صالح الموسومة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في الزيادة المعرفة بالقضايا السياسية حيث توصلت إلى وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

#### - العلاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية:

الجدول رقم (65): العلاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية

سياسية.

المجموع	الجنس		العلاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية		
	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة	تثبيت رأيي
93	56	37	التكرار	النسبة	هل يساعدك البودكاست عندما تتابع موضوعا عن قضية سياسية في رأيك
%23.3	%23	%23.7	النسبة	النسبة	
145	90	55	التكرار	النسبة	
%36.3	%36.9	%35.3	النسبة	النسبة	
162	98	64	التكرار	النسبة	
%40.5	%41	%40.2	النسبة	النسبة	
400	244	156	التكرار	النسبة	المجموع
%100	%100	%100	النسبة	النسبة	
القرار الاحصائي	الدلالة		قيمة (كا <sup>2</sup> )		
العلاقة غير دالة عند 0,05	0.94		0.11		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يتبين من الجدول رقم (65) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية، بالنظر إلى قيمة ( $K^2$ ) المقدرة بـ 0.11، وبما أن مستوى الدلالة يساوي 0.94 وهي أكبر من 0.05 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية ونرفض الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية.

ويتضح من خلال نفس الجدول أن أعلى نسبة سجلت في خانة "تثبيت الآراء" بالنسبة لفئة الذكور حيث قدرت بـ 23.7% في حين استحوذت فئة الإناث على أعلى نسبة للعبارة "التغيير الجزئي" بنسبة بلغت 36.9% أما عبارة "لا أدري" فسجلت أعلى نسبة لصالح فئة الذكور بنسبة قدرت بـ 40.2%. وهذا راجع إلى انفرادها في طرح قضايا لم تتطرق لها وسائل الإعلام التقليدية وتأثير مضامين البودكاست على أولويات وسائل الإعلام بعرض قضايا تعتبر خارج دائرة اهتمامها. ومن هنا نجد أن نتائج دراستنا تتوافق إلى حد كبير مع نتائج دراسة الباحثة "زعيمة نجود" الموسومة بـ: التدوين الإلكتروني في الجزائر واقع وتحديات التي توصلت إلى أن مجتمع المدونين الجزائريين مجتمع ذكوري، حيث يمثل الذكور فيه نسبة 89%، في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 11%.

## المبحث الثالث: الإستنتاج العام

### 1. النتائج العامة للدراسة

يعد إجراء الدراسة الميدانية حول: أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي في الجزائر توصلت الطالبة الباحثة إلى النتائج الآتية:

#### ■ يتميز الطلبة الجامعيين في الجزائر بالسمات الشخصية الآتية:

- أغلب متابعي مضامين البودكاست الفكاهي من جنس الإناث بنسبة 61% و39% لجنس الذكور.
- الفئات العمرية الأكثر استخداما لمضامين البودكاست الفكاهي تنحصر أعمارهم ما بين 18-25 سنة بنسبة 89% و26-31 سنة بنسبة 36% من مجموع أفراد عينة الدراسة.
- الطلبة الجامعيين في مرحلة التدرج (ليسانس، ماستر) 5,95%، في حين بلغت نسبة مرحلة ما بعد التدرج (دكتوراه) 5,45%.
- التخصصات العلمية الأكثر استخداما وتعرضا لمضامين البودكاست الفكاهي هي التخصصات الأدبية حيث سجلت أعلى نسبة في تخصص آداب وعلوم إنسانية وإجتماعية وكذا حقوق وعلوم سياسية وطب بنسبة 39%، 15.3% و12.3% على التوالي.

#### ■ مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي:

- 100% من يتصفحون موقع اليوتيوب دون استثناء الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة.
- أغلبية الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة يتابعون اليوتيوب من هواتفهم النقال بنسبة 76.4% في حين يتابع 20.2% منهم عبر الحاسوب أما الذين يتابعون عبر اللوح الإلكتروني بنسبة بلغت 3.3%.
- يبين الجدول رقم 13 أن قنوات اليوتيوب لكل من أنس تينا، Dz Jouker ويوسف زروطة تسجل متابعة عالية من قبل الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة.
- 5,48% من أفراد عينة الدراسة يتابعون مضامين البودكاست الفكاهي أكثر من 03 سنوات في حين بلغت نسبة الذين يتابعون من سنة إلى سنتين وأقل مناسبة 3,27% و3,24% على التوالي.

- يظهر الجدول رقم 15 أن أغلبية أفراد عينة الدراسة انضموا إلى قنوات اليوتيوب التي تنتج البودكاست الفكاهي عن طريق الصدفة لمقترح في الويب أو في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 74% أما نسبة 26% انضموا قصديا بالبحث عن البودكاست.
- أغلبية أفراد عينة الدراسة يتابعون مضامين البودكاست الفكاهي منذ البداية بنسبة قدرت ب: 8,40% في حين بلغت نسبة الذين يتابعون بطريقة منتظمة مع بث الفيديوهات والمتابعة بطريقة غير منتظمة والانقطاع النهائي والانقطاع ثم العودة 3,32، 1، 5، 13، 9، 2، 4 على التوالي.
- يوضح الجدول رقم 17 أن معظم أفراد عينة الدراسة يتابعون البودكاست الفكاهي ليلا بنسبة 68.2% في حين بلغت نسبة المتابعين في الفترة المسائية والصباحية 26.7% و 4.9 على التوالي.
- يعتمد الطلبة الجامعيين في الجزائر على مضامين البودكاست الفكاهي في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة على النحو الآتي:
  - ✓ 68% أجابوا "أحيانا".
  - ✓ 3,22% أجابوا "أبدا".
  - ✓ 8,9% أجابوا "دائما".
- تساهم مضامين البودكاست الفكاهي في:
  - ✓ الاهتمام بالقضايا السياسية بنسبة 4,36%.
  - ✓ اتخاذ مواقف سياسية بنسبة 9,23%.
  - ✓ انتقاد السلطة بحرية بنسبة 1,19%.
  - ✓ الانتماء الأيديولوجي بنسبة 4,16%.
  - ✓ الانتساب للمؤسسات ذات طابع سياسي بنسبة 2,4%.
- يعتقد ما نسبته 70.5% أن صانع المحتوى "البودكاست الفكاهي" حر ومستقل، في حين بلغت نسبة الذين يعتقدون أنه مرتبط بطرف وجهة معينة 29.5%.
- تساعد مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية وزيادة الاهتمام السياسي من خلال:
  - ✓ التعبير عن الآراء بحرية بنسبة 5,50%.
  - ✓ مناقشة سلبيات وإيجابيات النظام دون رقابة بنسبة 2,23%.
  - ✓ أغلبية أفراد عينة الدراسة يعتبرون أن مضامين البودكاست الفكاهي جديدة ومبدعة بنسبة 8,67% في حين بلغت نسبة الذين يعتبرونها مجرد تقليد 3,32%.

- يتفاعل الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها مضامين البودكاست الفكاهي من خلال:
  - ✓ الاكتفاء بالمشاهدة فقط للفيديوهات بنسبة 1،36%.
  - ✓ وضع رمز الإعجاب بنسبة 9،33%.
  - ✓ المشاركة وتقاسمها مع الأصدقاء بنسبة 16%.
  - ✓ التعليق بنسبة 2،13%.
  - ✓ التواصل مع المدون صانع المحتوى بنسبة 7،0%.
- تعد القيم الاجتماعية أكثر القيم التي يتضمنها البودكاست الفكاهي بنسبة 6،52% في حين بلغت نسبة كل من القيم الثقافية والعادات والقيم الدينية 36% ، 4،11% على التوالي.
- تتمثل دوافع متابعة الطلبة الجامعيين لمضامين البودكاست الفكاهي في:
  - ✓ موضوع القضية في حد ذاتها بنسبة 4،43%.
  - ✓ المؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى بنسبة 4،25%.
  - ✓ التوجه الإيديولوجي للمدون بنسبة 16،6%.
  - ✓ السمات الشخصية للمدون بنسبة 9،10%.
  - ✓ قصر المدى الزمني للفيديوهات بنسبة 6،3%.
- تمثل مضامين البودكاست الفكاهي للطلبة الجامعيين في الجزائر:
  - ✓ وسيلة لعرض وجهات متنوعة ومختلفة حيث بلغ المتوسط الحسابي 85،2 وهي درجة مرتفعة وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق ب 5،86% ومحاييد بنسبة 12% أما معارض بنسبة 5،1%.
  - ✓ تعطي فرصة لمناقشة الوسائل الأخر حيث بلغ المتوسط الحسابي 8،2 وهي درجة مرتفعة وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق 3،80% ومحاييد بنسبة 19% أما معارض بنسبة 8،0%.
  - ✓ وسيلة بديلة لوسائل الاتصال التقليدية مع توفير الحرية للمدون في طرح القضايا السياسية عن أي وسيلة أخرى بمتوسط حسابي 69،2 وهي درجة مرتفعة وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق 3،69% ومعارض بنسبة 8،1%.
  - ✓ البودكاست الفكاهي فضاء للترفيه والتسلية بمتوسط حسابي 46،2 وهي درجة مرتفعة حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق 59% ومحاييد 5،27% معارض بنسبة 5،13%.

✓ منصة مفتوحة للنقاش وتبادل الآراء حول مختلف ما يطرح بمتوسط حسابي 30،2 وهي درجة متوسطة حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق 54% ومعارض 5،24% أما محايد بنسبة 5،21%.

✓ البودكاست يعزز الاستقلالية في تعبير عن الرأي في مختلف المواضيع ويساعد على تكوين رأي شخصي حيال ما نتابع من مواضيع بمتوسط حسابي 19،2 و 15،2 وهي درجة متوسطة وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق ومعارض بنسبة 5،48% و 5،19% على التوالي أما محايد بنسبة 22% بالنسبة للعبارة (08) أما العبارة (09) سجلت أعلى نسبة في خانة موافق ومعارض بنسبة بلغت ب 3،46% و 31% على التوالي، أما محايد بنسبة 8،22%.

#### ▪ طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي:

- يختار الطلبة الجامعيين قنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية انطلاقاً من:
  - اعتمادها على القلب الفكاهي والاتجاه الكوميدي بنسبة 2،38%.
  - سهولة اللغة المستخدمة بنسبة 1،24%.
  - الجرأة في طرح القضايا السياسية بنسبة 9،22%.
  - زاوية الطرح والمعالجة بنسبة 8،14%.
- يناقش الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة المواضيع السياسية في البودكاست الفكاهي بعد المتابعة:
  - أحيانا بنسبة 75%.
  - أبدا بنسبة 8،15%.
  - دائما بنسبة 3،9%.
- معظم أفراد عينة الدراسة يجهلون طبيعة تأثير الأسلوب الكوميدي الترفيهي على القضايا السياسية المطروحة في مضامين البودكاست الفكاهي بنسبة بلغت 5،45% في حين صرح آخرون أن طبيعة التأثير كانت إيجابية بنسبة 8،44% أما بالسلب بنسبة 8،9%.
- تؤثر مضامين البودكاست الفكاهي في تعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية من خلال:
  - لا تؤثر بنسبة 7،44%.
  - المشاركة في المظاهرات بنسبة 6،20%.
  - اختلاف الشائعات بنسبة 7،12%.
  - المقاطعة بنسبة 3،11%.

• اللبية والاستهتار بنسبة 6،10%.

■ **درجة اعتماد الطلبة على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية:**

○ أفاد أفراد عينة الدراسة أن المضامين البودكاست الفكاهي لم تعدل رأيهم حول القضايا السياسية بنسبة بلغت 53% أما كونها عدلت بالإيجاب بنسبة 3،37%، لتسجل أقل نسبة في خانة عدلت بالسبب بنسبة 8،9%.

○ أغلبية الطلبة الجامعيين في الجزائر يغيرون قناعتهم حول القضية السياسية في مضامين البودكاست أحيانا بنسبة 5،66%، 8،28% لم تتغير قناعاتهم، 8،4% دائما تتغير قناعاتهم.

○ يؤثر نقد المدون في البودكاست الفكاهي منصات جديدة للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود حيث أن أغلبية الطلبة أجابوا بنعم بنسبة 70% أما الذين عارضوا بلغت نسبتهم 30%.

○ يعتمد الطلبة الجامعيين في الجزائر على المنصات البودكاست في تكوين آراء إزاء القضايا السياسية من خلال:

• الاكتفاء بمتابعة البودكاست بنسبة 56%.

• البحث عن مضامين أخرى حول القضايا بنسبة 44%.

• أغلبية أفراد عينة الدراسة يصرحون بعدم اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية في البودكاست الفكاهي بنسبة 5،63%.

○ تساعد مضامين البودكاست الفكاهي الطلبة الجامعيين أثناء متابعة قضية سياسية في:

• لا أدري نسبة 5،40%.

• التغيير جزئي للآراء الشخصية بنسبة 3،36%

• تثبت الآراء الازلية بنسبة 3،23%.

○ ينظر الطلبة الجامعيين لأثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام من خلال:

• المساهمة في تغيير أو الدعم الآراء والمواقف بنسبة 9،31%.

• التعبئة الجماهيرية بنسبة 5،31%.

• توحيد الآراء نحو قضية واحدة بنسبة 1،25%.

• تبيان الاتجاه نحو التيار السياسي بعينة بنسبة 6،11%.

○ أفاد أفراد عينة الدراسة بإمكانية تحول تقنية البودكاست الفكاهي وسيلة للتعبير وإنتاج مواقف سياسية بنسبة بلغت 3،88%.

○ يؤكد الطلبة الجامعيين في الجزائر عينة الدراسة أن البودكاست الفكاهي:

• أداة للتعبير الغير المباشر عن "الموقف السياسي" بنسبة 35%.

• أداة للتعبير المباشر عن "الموقف السياسي" بنسبة 31%.

- أداة تقييد للموقف السياسي بنسبة 4،18%.
- أداة بعيدة عن إنتاج موقف سياسي بنسبة 6،15%.
- يبين الجدول رقم 46 تقييم الطلبة الجامعيين لأثر مضامين البودكاست الفكاهي تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري حيث يؤكدون أن:
  - البودكاست الفكاهي يستخدم لغة بسيطة ومفهومة بمتوسط حسابي 4.15 وهي درجة مرتفعة، حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق بنسبة 8،45% في حين سجلت أقل نسبة في خانة غير موافق بشدة 5،1%.
  - تتجح مضامين البودكاست عبر موقع اليوتيوب في جذب الاهتمام بها بمتوسط حسابي 3.95 وهي درجة مرتفعة، وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق بنسبة بلغت 3،48% في حين سجلت أقل نسبة في خانة غير موافق بشدة بنسبة 5،3%.
  - تساعد مضامين البودكاست الفكاهي على ربط المتلقي بأحداث وقضايا مجتمعة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.76 وهي درجة مرتفعة وسجلت أعلى نسبة في خانة موافق بشدة بنسبة بلغت 6%.
  - تعتبر مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة اتصال ناجحة في تأثير حيث وافق أفراد عينة الدراسة على هذه الخانة بلغت 47%.
  - وافق ما نسبة 5،42% من الطلبة الجامعيين تتيح للفئات المهمشة التعبير عن آرائها واتجاهاتها بمتوسط حسابي 3.69 وهي درجة مرتفعة.
  - يؤيد الطلبة الجامعيين فكرة أن مضامين البودكاست السياسية بنسبة بلغت 8،47% ومتوسط حسابي 3.66 .
  - تساهم مضامين البودكاست في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية الراهنة بمتوسط حسابي 3.62 حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق 3،43%.
  - يوافق ما نسبة 3،47% من الطلبة الجامعيين أن مضامين البودكاست الفكاهي السياسية تساهم في إقناع الرأي العام بأهميتها.
  - يؤكد الطلبة الجامعيين في الجزائر أن مضامين البودكاست الفكاهي تعالج القضايا بموضوعية ومصداقية وتساهم في خلق صورة ذهنية حول القضايا السياسية والمساعدة في متابعة التغيرات السياسية على الصعيد الوطني وزيادة الوعي السياسي حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق بنسبة بلغت: 8،35% ، 3،45% ، 5،42% ، 3،35% على التوالي بمتوسط حسابي ذو درجات مرتفعة.

- فتظهر العبارات 3 ، 17، 11 و 05 أن البودكاست الفكاهي يدفع الطلبة نحو المشاركة برأيهم في بعض القضايا الوطنية من خلال المساحة المحدودة في تكرار المشاهدة عدة مرات واشباع الرغبات والحاجات السياسية من أجل بناء قراراتهم السياسية بمتوسط حسابي ذو درجة متوسطة حيث سجلت أعلى نسبة في خانة موافق بنسب بلغت: 38،5%، 31،8%، 33،3% على التوالي أما بالنسبة للعبارة (5) سجلت أعلى نسبة بها في خانة محايد بنسبة 30،3% مما يؤكد وجود تباين وتشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة.
- يتبين من الجدول رقم 48 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والتخصص العلمي، حيث سجلت أعلى نسبة في تخصص الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية لصالح فئة الإناث.
- يتبين من الجدول رقم 49 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض للوسائل الأخرى.
- يتبين من الجدول رقم 50 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى.
- يتبين من الجدول رقم 51 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة و التوازن في المتابعة.
- يتبين من الجدول رقم 52 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأثر متابعة البودكاست الفكاهي على التعرض لباقي الوسائل الأخرى من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض.
- يتبين من الجدول رقم 53 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية والتعبير عن الآراء بحرية.
- يتبين من الجدول رقم 54 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تساعد مضامين البودكاست الفكاهي في مناقشة القضايا السياسية ومناقشة السلبيات.
- يتبين من الجدول رقم 55 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي.
- يتبين من الجدول رقم 56 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص ومساعدة مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية السلبيات.
- يتبين من الجدول رقم 57 وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص والاطلاع على اهتمام الناس بشأن السياسي من حيث المقاطعة والتوازن في التعرض.

- يتبين من الجدول رقم 58 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالتوجه الأيديولوجي للمدون.
- يتبين من الجدول رقم 59 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالسمات الشخصية للمدون.
- يتبين من الجدول رقم 60 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى.
- يتبين من الجدول رقم 61 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بموضوع القضية في حد ذاتها.
- يتبين من الجدول رقم 62 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ودوافع متابعة الفرد لمضامين البودكاست الفكاهي المتعلق بالمدى الزمني للفيديوهات.
- يتبين من الجدول رقم 63 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية.
- يتبين من الجدول رقم 64 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وتأثير مضامين البودكاست في اتخاذ موقف اتجاه القضايا السياسية.
- يتبين من الجدول رقم 65 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومدى مساعدة البودكاست في متابعة موضوعا عن قضية سياسية.

## 2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

■ **التساؤل الأول:** توصلت الدراسة إلى أن مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة من خلال مضامين البودكاست الفكاهي تراوحت بين اعتبار البودكاست الفكاهي وسيلة بديلة لوسائل الإعلام التقليدية للحصول على المعلومات حول الأحداث والاضاع السياسية الراهنة والتعبير عن الآراء بحرية وعرض وجهات النظر المختلفة لزيادة الوعي السياسي حيث يتفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا المطروحة بالاكنتفاء بالمشاهدة وفي بعض الأحيان بوضع رمز الإعجاب والمشاركة والتعليق.

■ **التساؤل الثاني:** تمثلت طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي في الدراسة من خلال:

- أغلبية الطلبة الجامعيين يختارون مضامين البودكاست الفكاهي التي تعالج القضايا السياسية لاعتمادها على القالب الفكاهي والاتجاه الكوميدي.
- الأغلبية منهم يناقشون المواضيع السياسية في البودكاست بعد المتابعة برغم من عدم تأثيرها في تعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية.

■ **التساؤل الثالث:** تراوحت درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية بتغيير قناعاتهم حول القضية أحيانا، ومن جهة أخرى أفاد أغليبيتهم أن مضامين البودكاست لم تعدل رأيهم حول القضايا السياسية ودليل ذلك الاكنتفاء بمتابعة البودكاست الفكاهي دون البحث عن مضامين أخرى.

ومنه نستخلص أن الطلبة الجامعيين ينظرون لأثر مضامين البودكاست الفكاهي على الرأي العام بالمساهمة في التغيير أو دعم الآراء والمواقف والتعبئة الجماهيرية من خلال استخدام معززات لفظية لإتاحة الفرصة للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها - كمنصات جديدة- للوصول إلى تحقيق رأي عام سياسي في الجزائر.

### 3. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

سعت الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

1. تساهم مضامين البودكاست الفكاهي في زيادة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر.
2. تساهم مضامين البودكاست الفكاهي في حصول الطلبة الجامعيين في الجزائر على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة.
3. يؤثر الأسلوب الكوميدي والترفيهي للمضامين البودكاست على تناول الطلبة الجامعيين في الجزائر للقضايا السياسية.
4. تشكل مضامين البودكاست الفكاهي \_ كمنصات جديدة \_ الرأي العام السياسي للطلبة الجامعيين في الجزائر.

❖ **الفرضية الأولى:** وفقا للدراسات السابقة والدراسة الميدانية فإن الفرضية الأولى أثبتت صدقها حيث أوضحت مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة للتعبير الحر عن الآراء كونها إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي من خلال خلق التفاعلية بين الأفراد، إذ تعد هذه تقنية منبرا للتعبير عن المشاكل والضغوطات كفاعل سياسي ووسيط بين السلطة والجمهور من خلال مناقشة القضايا السياسية لتحقيق الوعي السياسي.

❖ **الفرضية الثانية:** وفقا للدراسات السابقة أثبتت الفرضية الثانية صحتها بأن الطلبة الجامعيين في الجزائر يعتمدون على مضامين البودكاست الفكاهي في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع السياسية الراهنة من خلال دورها في نشر وتدعيم ثقافة المواطن بالمساهمة في النقاش والحوار كفرصة للتعبير عن أنفسهم عن طريق نشر التعليقات على الأحداث والمشاركة فيها.

❖ **الفرضية الثالثة:** أثبتت صدقها حيث أن قالب الفكاهي والأسلوب الكوميدي يلهي المشاهد عن همومه ويفتح المجال للتسلية والترفيه بهدف توعية الجمهور بخطورة الظاهرة معتمدا في ذلك على أسلوب السخرية والفكاهة عن طريق عبارات وكلمات من الثقافة الشعبية بهف توجيه الرأي العام وتسلية الضوء على القضايا التي تهم المواطن العادي.

❖ **الفرضية الرابعة:** أثبتت صحتها حيث تعتبر تقنية البودكاست من المنصات التفاعلية عن طريق التعليق والنقاش تنشأ علاقات اجتماعية بين المتابعين في ظل غياب الرقابة وتقليص عدد حراس البوابة وفتح مساحة الحرية في الطرح والمعالجة للتنفيس عن الأزمات الاجتماعية والتمتع من الأوضاع السياسية لتحقيق الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر.

### خلاصة:

وختاماً نود أن نشير إلى أنه من خلال هذه دراسة حرصنا على أن نوفر أهم النتائج المتوصل إليها حول أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري بعرض و تفسير الجداول الإحصائية واختبار الفرضيات من خلال إثبات صدقها وصحتها وفق الدراسات السابقة والدراسة الميدانية، بهدف تحقيق أهداف الدراسة وحتى يكون نقطة بداية لدراسات علمية أخرى من زوايا متعددة.

خاتمة

انطلاقاً من الإطار النظري والميداني للدراسة يمكن القول أن الإعلام الإلكتروني يساعد في زيادة عدد الفاعلين في تشكيل الرأي العام السياسي، وإتاحة الفرصة أمام الفئات المهمشة للتعبير عن الرأي من خلال تطبيقات صوتية ومرئية متمثلة في البودكاست الفكاهي الذي وفر أدوات جديدة للتعبير والاتصال تتميز بعناصر لجذب الجمهور وبالسهولة والانتشار ملغياً الحدود الزمانية والمكانية حيث يحقق البودكاست الفكاهي إقبالا جماهيريا كبيرا لدى مختلف شرائح المجتمع من خلال معالجته للقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية بقلب فكاهي مما يزيد من المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى توجيه الرأي العام بتقديم مضامين من الواقع المعاش باستخدام معززات لفظية والاعتماد على السمات الشخصية للمدون صانع المحتوى لربط الفرد بقضايا مجتمعه ربطاً حقيقياً.

كما تبين من هذه الدراسة أن البودكاست الفكاهي كان له دور إيجابي في طرح القضايا والمواضيع خاصة السياسية، إذ أثر في الوعي السياسي لجمهوره خاصة فئة الشباب وعلى رأسهم الطلبة الجامعيين في الجزائر حيث فتحت لهم المجال للتعبير عن آرائهم والتعليق على الأحداث الجارية ومشاركتها مع الآخرين، فجعلت منهم منتجين ومشاركين ومتابعين في نفس الوقت، بالإضافة إلى إعطائهم فرصة لمناقشة القضايا السياسية التي لا يمكن مناقشتها في وسائل أخرى دون قيود، وبالتالي الوصول إلى تشكيل رأي عام إلكتروني سياسي نسبياً بعيداً عن الرأي العام المعتاد المتشكل عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون والإذاعة خاصة وأن هذه نوعية من المضامين في البودكاست دخلت ضمن الخارطة البرمجية للقنوات الخاصة.

وفي ظل غياب ضوابط وقوانين تنظم ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة قنوات اليوتيوب وأمام مساحة الحرية المتاحة لجميع أفراد المجتمع بغض النظر عن مستواهم التعليمي والاجتماعي والثقافي تواجه المضامين البودكاست الفكاهي إشكالا حول مدى قدرة صانعي المحتوى في تحليل مختلف القضايا بموضوعية وبالعمق المطلوب خاصة السياسية أم أن تقنية البودكاست عبارة عن وسيلة للتعبير عن الآراء بعيداً عن الموضوعية والصدق في المعالجة والطرح.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### ❖ القرآن الكريم:

1. سورة المطففين: يرواية حفص عن عاصم .
2. سورة يس: يرواية ورش عن نافع، الآية : 54.

### ❖ القواميس:

1. ابن المنظور: لسان العرب، مادة "فكه" مجلد 5.
2. المنجد في اللغة و الإعلام ، ط 3 ، دار الشروق ، بيروت ، 1988 .
3. المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم : المعجم العربي الأساسي ، د ط ، د س.
4. جمال الدين محمد بن مكرم : لسان العرب ، مجلد 10 ، دار بيروت للطباعة و النشر، بيروت، 1956
5. لمنجد في اللغة و الإعلام ، ط 30 ، دار المشرق ، بيروت ، لبنان .
6. مجمد جمال القار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق العربي، عمان، 2010.
7. محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ، مجلد 3 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003 .

### ❖ الكتب:

### ❖ الكتب بالعربية:

1. فتحي حسين عامر: الرأي العام الالكتروني، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012 .
2. محمد مصطفى رفعت : الرأي العام في الواقع الافتراضي و قوة التعبئة الافتراضية ، ط 1 ، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2018 .
3. عادل عبد الصادق : الإعلام الجديد و بروز الفاعلين الجدد في المجال العام – حالة استخدام الحملات الالكترونية ، سلسلة قضايا استراتيجية ، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني ، 2013 .
4. نها السيد عبد المعطي: صحافة المواطن (نحو نمط اتصالي جديد)، طبعة الأولى دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2015.
5. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، طبعة الأولى، دار أسامة، عمان 2014.
6. غالب كاظم جواد دعمي: الإعلام الجديد (اعتمادية متصاعدة ، ووسائل متجددة )، الطبعة ، دار امجد لنشر و التوزيع ، عمان ، 2016.
7. رشا عادل و علي عبد الهادي : نظريات الإعلام رؤية جديدة ، دار الأرقم للطباعة ، بغداد ، 2014.
8. ملفين ديفلور وساندرا روكيتش: نظريات وسائل الإعلام ، ط 3 ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.

9. ميرفت الطرابيشي: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
10. محمد شفيق: البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، ط1، الإسكندرية ، 1985.
11. صالح خليل أبو اصبح: الاتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان ، 1998.
12. محمد زيان عمران: البحث الإعلامي ومناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
13. فاطمة عوض صابر ، ميفرت علي خفاجة : أسس ومبادئ البحث العلمي، دط ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية ، 2002 .
14. محمد شلبي : المنهجية في التحليل السياسي : المفاهيم ، المناهج ، الاقتربات و الأدوات، د،د، الجزائر ، 1997 .
15. محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1993 .
16. أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003.
17. أمين أبو شعر عبد الرزاق : العينات و تطبيقاتها في العلوم الاجتماعية ، منشورات الإدارة العامة للبحوث الرياض ، 1997.
18. سمير محمد حسين : بحوث الإعلام ، د ط ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2006 ، ص 182.
19. صالح بن نوار : مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، د ط ، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة ، قسنطينة ، 2012.
20. فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار هومه للطباعة والنشر و التوزيع، 2014.
21. حكيم سباب: الإعلام الآلي و القانون، دار وائل للنشر، عمان، 2014.
22. محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من النادي إلى الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009.
23. محمد مفضل: السخرية في الثقافة الرقمية دراسة ثقافية للخيال النثري للقيم الثقافية والفلسفة اليومي على الفايبيوك ، دار أبي رقرق للطباعة و النشر ، 2014 .
24. سمير محمد حسين :الرأي العام "الأسس النظرية والجوانب المنهجية"، عالم الكتب، القاهرة " الطبعة الأولى، 1997.
25. عباس مصطفى صادق: الإعلام و الواقع الافتراضي، ط 1 ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2018.
26. حامد ربيع : مقدمة في علوم السلوكية، الطبعة الثانية دار الجيل للطباعة والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 1981.
27. حميدة سميسم: نظرية الرأي العام، الطبعة الأولى، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005.
28. عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
29. حامد عبد الماجد القويسي: دراسات في الرأي العام (مقاربة سياسية)، الطبعة الأولى، مكتبة الشروق الدولية، 2003.
30. رشا عادل لطفي : إذاعات الانترنت والاتصال السياسي، دار العلم و الإيمان للنشر والتوزيع.
31. حنان يوسف: الإعلام والسياسة مقاربة ارتباطية، ط2، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، 2006.

32. خالد عشان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، الطبعة الأولى، دار النفائس لنشر و التوزيع 2013.
33. ليلى العقاد: مدخل إلى الإذاعة، دمشق، مطبعة جامعة دمشق، 2001.
34. رامي غرمي عبد الرحمان يونس: تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب، ط1، دار معتر للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
35. غالب الكاظم الدعيمي : صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الانترنت، تقاليد موروثة وسلطة مطلقة، ط 1، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2018.
36. عزيزة عبده: الإعلام السياسي و الرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
37. عاطف العدلي العبد، راجية أحمد قنديل: الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997.
38. محمد عبد القادر أحمد : دور الإعلام في التنمية دار الرشد للنشر، بغداد، 1982.
39. معتصم بابكر مصطفى: الإذاعات الدولية وتشكيل الرأي العلم، مطابع السودان للعملة، الخرطوم، 2000.
40. محي الدين عبد الحليم: الرأي العام في الإسلام، دار الفكر العربي للطبع والنشر، ط2، القاهرة، 1990.
41. سعيد السراج : الرأي العام مقوماته و أثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، ط 2، القاهرة، 1986.
42. جمال سلامة علي: الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2010.
43. سعيد يماني العوض: أسس العلاقات العامة للأخصائي الاجتماعي، دار المهندس للطباعة، القاهرة، 2007.
44. جمال مجاهد: الرأي العام وقياسه الأسس النظرية والمنهجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010.
45. سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال الجماهيري و الرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
46. سمير محمد حسين: الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، ط1، 1997.
47. حسن محمود هتيمي : العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي ، ط 1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015.
48. عاصم سيد عبد الفتاح : وسائل التواصل الاجتماعي ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، القاهرة ، 2017 .
49. أبو عرجة تيسير: دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

50. حمادة بسيوني ابراهيم: وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، دار النهضة الشرق، 1970.
51. البشير محمد بن سعود : مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
52. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر : مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، ط1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 .
53. خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها ، ط1 ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، 2013 .
54. طيبيل أدهم عدنان : تفعيل دور الإعلام الفلسطيني في تنمية الوعي السياسي  
<http://www.alwatanvoice.com>.
55. مروى عصام صلاح : الإعلام الإلكتروني الأسس و آفاق المستقبل ، ط1 ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2013 .
56. وسام فاضل راضي ، مهند حميد التميمي : الإعلام الجديد تحولات اتصالية و رؤى معاصرة ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، 2017 .
57. ناهد صالح و آخرون : قياس الرأي العام في المنهج و الأخلاقيات، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1994.
58. ناهد صالح: إمكانية قياس الرأي العام في الدول النامية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة.
59. إبراهيم إمام: الإعلام و الاتصال الجماهيري، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
60. سمير محمد حسين: الإعلام و الاتصال الجماهيري و الرأي العام، الطبعة الأولى مكتبة دار الفكر العربي، القاهرة 1971 .
61. علي قسايسية: الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، الأجزاء 1،2،3،4،5، 2002،2003.
62. جيهان رشيتي احمد: الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971.
63. محمد سعيد أبو عامود: الإعلام و السياسة في العالم جديد، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
64. عبد الله زلطة: الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
65. هاني رضا، رامز عمار: الرأي العام و الإعلام و الدعاية، ط1 ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998 .
66. جمال الزرن : المدونات الالكترونية و سلطة التدوين ، جامعة منوبة ، تونس ، 2007 .
67. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن . عمان، الطبعة الأولى، 2014.

68. مروى عصام صلاح : الإعلام الإلكتروني الأسس و آفاق المستقبل ، ط1 ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.
69. جاسم رمضان الهلالي : الدعاية والإعلان و العلاقات العامة فى المدونات الإلكترونية ، ط1 ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2013 .
70. فوزي شريطي مراد : التدوين الإلكتروني و الإعلام الجديد ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 .
71. سعد آل سعود : الاتصال و الإعلام السياسى ، دار الكتاب الحديث ، الرياض ، 2010.
72. حسني محمد نصر : قوانين و أخلاقيات العمل الإعلامى ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، العين ، 2010.
73. وسام فاضل راضي ، مهند حميد التميمي : الإعلام الجديد تحولات اتصالية و رؤى معاصرة ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، 2017 .
74. نهى السيد عبد المعطي: صحافة المواطن "نحو النمط اتصالي جديد"، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية، ط1، 2015
75. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، طبعة عربية أولى ، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، صلاح عبد الحميد : الإعلام و الثورات العربية ، ط1 ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، 2013 .
76. هاني رضا ، رامز عمار : الرأى العام و الإعلام و الدعاية ، ط 1 ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، بيروت ، 1998.
77. عبد الكريم علي الدبيسي : الرأى العام ( عوامل تكوينه و طرق قياسه ) ، ط 1 ، دار الميسرة ، عمان ، 2011 .
78. محمد علي سعد الله : مدخل إلى التشريعات الإعلامية و الإعلام الأمنى ، ط1 ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 2008 .
79. خالد غسان ، يوسف مقداد : ثورة الشبكات الاجتماعية ( ماهى مواقع التواصل الاجتماعى و أبعادها ) ، ط 1 ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، 2013 .
80. نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، شبكة الألوكة، [www.alukah.net](http://www.alukah.net)
81. حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط2 ، الدار المصرية اللبنانية ، مصر ، 2001 .
82. سامية محمد جابر : الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث ، النظرية و التطبيق ، دار المعارف الجامعية ، مصر ، 1998 .
83. محمد منير حجاب : أساسيات الرأى العام ، ط 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، مصر ، 1998 .
84. كامل خورشيد مراد : مدخل إلى الرأى العام ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012.
85. محمد حسام الدين إسماعيل: ساخرون و ثوار، دراسات الإعلامية وثقافية فى الإعلام الغربى، العربى للنشر والتوزيع، 2014.
86. فهمي بلعيد: الإعلام الجديد والتعبير السياسى فى زمن الثورات العربية، مرصد الصحافة العربية، 2016.

87. حسين مغنية: فكاهة العرب، ( لبنان: مؤسسة عز الدين للطباعة و النشر 1982 )، الصفحة: 7. (دون طبعة).
88. جمال الدين الرمادي: صحافة الفكاهة و صانعوها: مذاهب و شخصيات، (القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر) ، الصفحة: 04. (دون طبعة، دون سنة).
89. عبد العزيز شرف: الأدب الفكاهي، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان ، ط1، الجيزة- مصر، 1992 .
90. فهمي سليم الغزوي: إمدخل إلى علم الاجتماع، دار الفكر الجامعية، عمان، 2004.
91. فتحي حسن أحمد عامر : الرأي العام الإلكتروني، العربي للنشر و التوزيع ، 2012.
92. منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، 2012 .
93. حسن مكاوي ، لبلى السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998.
94. غالب كاظم الدعمي : صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الإنترنت - تقاليد موروثة و سلطة مطلقة - ، ط1 ، دار أمجد للنشر و التوزيع ، عمان ، 2019 .
95. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط7 ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 1997 .

## ❖ الرسائل الجامعية و الدراسات الأكاديمية:

1. محمد خليفة الصديق : أثر الرأي العام في التغيير السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، 2005،
2. أمل محمد خطاب : السلوك الاتصالي لمستخدمي التقنيات التكنولوجية المتطورة ، دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست و الإشاعات المتحققة و التأثيرات السلوكية المتوقعة ، جامعة بنها، كلية الآداب ، قسم الإعلام .
3. السعيد بومعيزة : أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2006 .
4. نصير بوعلي : أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام جامعة الجزائر ، 2003 .
5. جهاد عبد القادر قويدر: شعر الفكاهاة في العصر العباسي، دراسة نقدية تحليلية، رسالة ماجستير في اللغة العربية و آدابها ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، جامعة البعث، بغداد، 2009.
6. نزهة حنون: دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر : دراسة ميدانية على عينة من قراء المدونات ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري ،منشورة، جامعة قسنطينة 3 ، 2017 .
7. سوهيلة بوضياف : الشبكات الاجتماعية الالكترونية و تشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثلات و استخدامات الشباب لشبكة الفايبيوك ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص علوم الإعلام و الاتصال و العلاقات العامة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ،غير منشورة، جامعة باتنة 01 ، 2018 .
8. عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الاردني، إشراف أ. د عزت محمد حجاب، رسالة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016 .
9. زعيم نجود : التدوين الالكتروني في الجزائر - واقع و تحديات-، دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين، إشراف أ.د فضيل دليو، وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وسمعية بصرية، غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012 .
10. مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، إشراف مقالاتي صحراوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،

تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة-،  
2011 .

11. أسماء مسعد عبد المجيد: اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية ، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2011 .
12. لوкас : تحليل نشر الابتكارات في شبكات التواصل الاجتماعي، 2014 .
13. دراسة أندرياني رحمواتي بعنوان : تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية على الشباب البالغين (الانتخابات الاندونيسية 2014 ) .
14. الهيئة الأمريكية للصحة و خدمات الأفراد: تأثيرات المدونات الإلكترونية على سلوك المستخدمين من الناحية الفردية و السلوكية ، Human Services US Department of health عام 2008.

## ❖ المجالات و الجرائد:

1. أمال قراحي: قراءة في بعض محتويات المدونات العربية من منظور الكنس المتلقي والقارئ(ذكور و إناث)، 2009 .
2. دراسة قام بها الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية التي قدمتها على موقع الاتحاد <http://www.arabeum.com> للكاتبة أمل مهدي (2010).
3. عبد الكريم قلاتي : الإعلام و الرأي العام: أي علاقة؟، مجلة الفكر والمجتمع، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، العدد الرابع أبريل 2010 .
4. عبد الله خطري دراسة بعنوان: المدونات العربية دراسة تحليلية ، 2004.
5. عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، 2012.
6. عصام منصور: المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات.
7. فوزية عبد الله آل على: الآثار الاجتماعية والنفسية للاتصال الإلكتروني واستخدام الأنترنت على الشباب في دولة الامارات ، دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشارقة، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، المجلد2، العدد2، 2014.
8. أحمد البشير الغول: نظرية ترتيب الأولويات ( وضع الأجندة) بين النشأة و التطور، مجلة كلية الآداب، العدد الثاني و العشرون، الجزء الأول، ليبيا، 2016.

9. أسامة غازي : استخدامات الشباب السعودي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والإشباع المحققة منها - دراسة ميدانية - ، مجلة كلية الآداب ، ع 26 ، جامعة حلوان ، القاهرة ، يوليو 2009.
10. الصادق رابح : المدونات و الوسائط الإعلامية بين حدود الوصل و الفصل ، 2009.
11. بسبوني حمادة : الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع ، 1998 .
12. زهرة بوججوف: الإعلام الإلكتروني و القضايا الاجتماعية في الجزائر - تقنية اليودكاست الفكاهي أنموذجاً - ، جامعة باجي مختار، الجزائر، مجلة الباحث الإعلامي ، 31، ديسمبر / كانون الأول ، العدد 42، 2018.
13. سمية اليعقوبي : اليودكاست متطلبات العمل و خصائص المحتوى - دراسة حالة يودكاست الجزيرة- ، معهد الجزيرة للإعلام ، زمالة الجزيرة ، 2020 .
14. سوزان يوسف القليني : مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات : دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1998 .
15. شريف درويش اللبان: الإعلام الساخر: من يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف، تقارير و أبحاث المركز العربي للبحوث و الدراسات، 2014، تاريخ الصفحة: 22 فيفري 2015.
16. عادل عبد الصادق : الفضاء الإلكتروني و الرأي العام ( تغير المجتمع و الأدوات و التأثير ) ، سلسلة قضايا استراتيجية ، المركز العربي للأبحاث الفضاء الإلكتروني ، العدد الأول ، ديسمبر 2010 .
17. عادل عبد الغفار خليل : الإعلام و الرأي العام، دراسة حول تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003.
18. عبد الرحمن الشامي و آخرون : سلطة الإعلام الاجتماعي تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية و البيئة السياسية مركز الجزيرة للدراسات، ط1، قطر، 2017.
19. نصر الدين العياضي : الفضاء ألتدويني العربي و استراتيجيات بناء الذات و سردها ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 18 ، 2012 .
20. نصر الدين العياضي: في البحث عم العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة المكتوبة، مجلة ثقافات، الشارقة، 2011.
21. هادي الشيب ، رضوان يحي : مقدمة في علم السياسة و العلاقات الدولية ، ط 1 ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ، ألمانيا ، 2016 .
22. الصديق الصادقي العماري : دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة ، مجلة مركز السلطان قابوس العالي للثقافة و العلوم ، عمان ، 2015.

23. شاكر عبد الحميد: الفكاهة و الضحك رؤية جديدة، عالم المعرفة، سلسلة شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، 1978.
24. عبد اللطيف حيدر : البرامج السياسية الساخرة في شبكة الجزيرة فاعلية الخطاب النقدي و آليات اشتغاله ، مركز الجزيرة للدراسات ، 2019 .
25. كميل موفي: البرامج الثقافية في الإذاعة، مجلة الفن الإذاعي ،العدد 188،القاهرة،1922 .
26. مشتاق طلب فاضل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية ،المجلد 3، العدد 12، 2017.
15. مجموعة من الباحثين اليابانيين : مدى تأثير الوعي القيمي لدى مستخدمي المدونات الإلكترونية و خدماتها (Shih\_Ming pi et al) و التي نشرت في مجلة Social behavior and personality و ذلك في عام 2010.
16. آلاء أحمد: عن علاقة البودكاست بالمدونات الإلكترونية عدو أم صديق، مجلة الصحافة، العدد 13 ، معهد الجزيرة للإعلام، 2019 .

#### ❖ المؤتمرات:

1. الصادق رابح: الفضاء المدونات يانبغات حامل اتصال جديد أم توهامات جماعية جديدة، المؤتمر الدولي الحدي عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال " الإعلام ومجتمع المعرفة"، المغرب، 2006. متعب بن شديد بن محمد هماش: تشكيل الرأي العام الإلكتروني، مؤتمر تقنيات الاتصال و التغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 15-17 مارس 2009.
2. أشرف جلال حسن : أثر التقنيات الاتصالية الحديثة ( المواقع ، المنتديات ، المدونات) على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي - دراسة تشخيصية مقارنة في ضوء مدخل الإعلام البديل-، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، 2007.
3. لحمزة منير: وسائل الإعلام الألفية الثالثة المدونات الإلكترونية أنموذجاً ( وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة، المؤتمر العلمي الأول، وسائل الإعلام و المجتمع ، بالتعاون مع مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 28-29 نوفمبر 2010.

## ❖ الكتب باللغة الأجنبية:

1. Bernard lamizet :**France dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de communication** , ellipses,1977 , p 2007 .<sup>1</sup>
2. MAHADEV LAPTE, **Humor and Laughter an Anthorolopological Approach**, Cornell University Press, Ithaca, 1985
3. **La Petit larousseLLIstre mot AUMOUR**, Paris, 1991
4. MDefleur and S .Ball. Rokeach,**Theories of mass communication**(3rd.ed)New york, David Mckay company.Inc 1975.
5. M. Defleur . S . Ball. Rockeach : **Theories of mass communication** , 1989 , op , cit , (5 th ed )
6. Ball . Rokeach S . **A Theory of media power and a theory of media use : Different stories questions , and ways of thinking mass communication society** , 1998.
7. Stephen reese, **setting the media s agenda , ed communication** , yearbook , n 11 , london , 1991 .
8. Adams douglas, **information subsidy and agenda setting building in local television news** , journalism quarterly , vol 67 , n 4 , 1995.
9. Michel waller , Ridicule as a Weapon , **Public Deplomacy white paper** , no 7 , 2006 .
10. C. Wright milis **the power elite New York** oxford university pess
11. Elimine Wijnia ;**L'humourdans la communication publicitaire: UneArme**
12. Rachael Kwai Fun Ip ; **Understanding Weeblogs : A communicative Perspective**, 2006.
13. Adrien Vigliansi ;**Weblogging A Study of Social Computing And Its Impact On Organization** ; 2007 .
14. Gavin O'Malley ; **Blog Readers an Elite Minority** , 2005.
15. Stephanie & Emily & Timothy & Tae & Woo & Aaron , 2009.

## ❖ المواقع الالكترونية:

1. Copley , audio and vidio podcast of lectures for canpus – based students , production and evaluation of <sup>1</sup>student use innovation in education and teaching international , page 387 – 399 .
2. موقع الحرة : **الانترنت في الشرق الاوسط حقائق و أرقام** ، تاريخ الزيارة 2019/11/05 على الساعة 20:00 متاح على الرابط :  
<https://www.alhurra.com>
3. جمال زرن : **الإعلام التقليدي و الجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي و شبكاته** ، مركز الجزيرة للدراسات عبر الرابط بتاريخ 2017/07/01 :  
[Studies .aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)
4. حول البودكاستنغ، انظر :  
Podcassting , Webopedia< [http:// www.webopedia.com/TERM/p/Podcasting.html](http://www.webopedia.com/TERM/p/Podcasting.html)>
5. الموقع الإنجليزي لسبهان لنظم المعلومات على :  
SAEHAN INFORMATION SYSTEMS , < [http:// sis.salham.CD.Kr/ English](http://sis.salham.CD.Kr/)>

6. لمياء المقدم : البودكاست فرصة ذهبية تهدرها الصحافة العربية ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2017 ، متاح على الرابط :

[http : // institute . aljazeera. Net/ar/ajr/articale/287](http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/articale/287)

7. إنتاج الفيديو لشبكات التواصل الاجتماعي، معهد الجزيرة للإعلام، الصفحة:30-35. متاح على  
الرابط: <http://institute.aljazeera.net/ar>.

8. <http://www.podCastinghacks.com/bloggng/-/vs-podcasting> 10 ساعة 2019/12/06 تاريخ الزيادة
9. [http://www.podcastinghacks.com/bloggng./vs\\_podcasting](http://www.podcastinghacks.com/bloggng./vs_podcasting).
10. [https://howtomakemyblog.com/bloggng\\_statistics](https://howtomakemyblog.com/bloggng_statistics) .
11. [https://www.blogtyrant.Com/why\\_99\\_/pront\\_of\\_blogs\\_wilfail](https://www.blogtyrant.Com/why_99_/pront_of_blogs_wilfail).
12. <http://vriety.Com/2018/bi/new/podct-/film.tvdevelopment-1202684555> .
13. <https://www.podcastinights.com/podcast/statistig>
14. <https://dolphinuz.com/blog/single33/millennials>.
15. [https://com/us/en/insights/reports/2017/inelsen-podcast-insights\\_g3\\_2017.html](https://com/us/en/insights/reports/2017/inelsen-podcast-insights_g3_2017.html) .
16. [https://ar\\_podcast.com](https://ar_podcast.com).
17. [https:// wearesocial.com/blog/ 2019 /01/ digital/-2019- global- internet-use-accelerates](https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital/-2019-global-internet-use-accelerates)

الملاحق

وزارة التعليم والبحث العلمي  
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -



استمارة مقابلة للقائم بالاتصال حول:

أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري  
(دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب)

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة :

د/ بولوداني سهام

من إعداد الطالبة:

بوخلفة خديجة

ملاحظة: بيانات استمارة المقابلة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

السنة الجامعية: 2021/2020

- 1 - كيف يتم اختيار المواضيع والقضايا التي تتناولها في البودكاست؟
- 2 - كيف يتم التواصل مع متابعيك؟
- 3 - هل تواجه صعوبات في بث البودكاست على موقع اليوتيوب؟
- 4 - هل هناك رقابة ذاتية و حكومية على محتوى فيديوهات البودكاست المنشورة على قناتكم؟
- 5 - هل تعرضتم إلى عملية القرصنة أو حذف لفيديوهات تناولت قضية سياسية في الجزائر؟
- 6 - كيف يتفاعل متابعيك مع البودكاست الذي يتناول القضايا السياسية في الجزائر؟
- 7 - هل تعتمد على قوالب فنية معينة في البودكاست الفكاهي للتوجيه الرأي العام؟
- 8 - كيف تساهم اللغة العامية والأسلوب الكوميدي في معالجة القضايا السياسية في البودكاست الفكاهي؟
- 9 - هل طريقة تقديمك للبودكاست الفكاهي مجرد تقليد أو إبداع؟
- 10 - حسب نظرتكم، هل القضايا السياسية المطروحة في البودكاست أثرت على توجهات الشباب الجزائري؟

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



تقرير تحكيم استمارة استبيان لرسالة دكتوراه

معلومات عن الأستاذ(ة) المحكم(ة):

الرتبة العلمية: أستاذ مساعد

إسم ولقب المحكم(ة): عزام أبو الحمام

جامعة الإنتساب: محاضر غير متفرغ/ الجامعات الأردنية

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

معلومات عن الطالب المترشح:

الشهادة المحضرة: دكتوراه

إسم ولقب الطالبة:

عنوان الأطروحة: أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام سياسي الجزائري

(دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب)

أولا/ الملاحظات حول الاستمارة:

- 1- البيانات الديموغرافية كثير منها لا لزوم لها.
- 2- هناك محاور وأسئلة مكررة في الاستبانة.
- 3- أسئلة الاستبانة لا تعادل اسئلة الدراسة، فيجب تحقيق التوازن بينهما في الفحوى والعدد.
- 4- ثمة تفاصيل كثيرة في فقرات الاستبانة يمكن الاستغناء عنها.
- 5- أسئلة الاستبيان تتوافق عموما مع فحوى الاشكالية، لكنها قابلة للتطوير وبحاجة إلى بعض التنقيح.

قرار المحكم(ة): الموافقة على استمارة الاستبيان بعد إجراء تعديلات جوهرية فيها

د.عزام أبو الحمام

توقيع الأستاذ(ة) الخبير(ة)

عنابة في: 2020/11/24

## الملاحق

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



### تقرير تحكيم استمارة استبيان لرسالة دكتوراه

#### معلومات عن الأستاذ(ة) المحكم(ة):

الرتبة العلمية: دكتورة

إسم ولقب المحكم (ة): عباس مصطفى صادق

جامعة الإنتساب: صاحب ديجتال فيشن للخدمات

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

الإعلامية، عجمان، مدير عام

#### معلومات عن الطالب المترشح:

الشهادة المحضرة: دكتوراه

إسم ولقب الطالبة: بوخلفة خديجة

عنوان الأطروحة: أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري

#### أولا/ الملاحظات حول الاستمارة:

- 1- الاستمارة كافية للإجابة عن إشكالية الدراسة
- 2- كافية للإجابة عن تساؤل الدراسة الرئيس والفرعي
- 3- تلبية مطلوبات البحث الوصفي
- 4- متسقة مبادئ نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وترتيب الأولويات
- 5- .....

ثانيا/ أسئلة الاستمارة تحيط بجوانب الموضوع ومعدة بطريقة يسهل معها التحليل الاحصائي وتنوع الاستنتاج.

رأي المحكم(ة): استمارة الاستبيان تتوافق، مع إشكالية الدراسة وكافية للإجابة على تساؤلاتها وهي متسقة مبادئ نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وترتيب الأولويات

## الملاحق

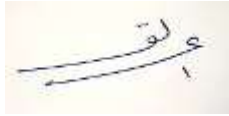
قرار المحكم(ة): الموافقة على استمارة الاستبيان

أقر بأن الاستمارة المرفقة لعمل الاستقصاء المطلوب للدراسة تواكب اشكالية الدراسة وتجييب على الأسئلة المطروحة وتستجيب لأهم جوانب النظريات التي قدمتها الطالبة

**ملاحظة:** أود لو تم تغيير العنوان إلى (دور) بدلا عن (أثر) مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري، فبينما تسهل دراسة دور وسائل الإعلام، فإن دراسة التأثيرات عملية معقدة ومكلفة للغاية وتتطلب في بعض الأحوال دراسة اختبارية (Experimental) لأنها تدرس هذه التأثيرات بعيدا عن أي متغيرات على المبحوثين، بما في الجوانب النفسية.

توقيع الأستاذ(ة) الخبير(ة)

دكتور عباس مصطفى صادق علي



ابوظبي في: 2021/7/2

## الملاحق

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



### تقرير تحكيم استمارة استبيان لرسالة دكتوراه

#### معلومات عن الأستاذ(ة) المحكم(ة):

إسم ولقب المحكم(ة): زهرة بوجفجوف  
الرتبة العلمية: استاذة محاضرة صنف-أ-  
التخصص: علوم الإعلام والاتصال  
جامعة الإنتساب: باجي مختار - عنابة -

#### معلومات عن الطالب المترشح:

إسم ولقب الطالبة: خديجة بوخلفة  
الشهادة المحضرة: دكتوراه  
عنوان الأطروحة: اثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الراي العام السياسي دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب.

#### أولا/ الملاحظات حول الاستمارة:

- 1- التوسع اكثر في محاور الاستمارة لتغطية متغيرات الدراسة
- 2- اعادة صياغة بعض الاسئلة بما يتناسب مع الترتيب المنطقي الافكار المطروحة
- 3- إضافة اسئلة توليدية والتوسع اكثر في المؤشرات لبعض الاسئلة
- 4- حذف بعض العبارات وإعادة الصياغة لبعض التساؤلات حتى تتناسب اكثر مع اهداف الدراسة
- 5- ضبط بعض العبارات المستخدمة حتى تتناسب اكثر مع المبحوث المستهدف

ثانيا/ تضم استمارة البحث، عموما، أسئلة دقيقة وشاملة لكل جوانب الإشكالية المطروحة وتعبير عن أداء جدي ومتعمق للباحثة.

رأي المحكم(ة): استمارة الاستبيان تتوافق، عموما، مع إشكالية البحث وموضوعه، وتغطي أهم تفرعاته ويمكن الأخذ بالملاحظات.



قرار المحكم(ة): الموافقة على استمارة الاستبيان

توقيع الأستاذ(ة) الخبير(ة)

د. بوجفجوف الزهرة

عناية في: 2020/11/24



الاستمارة في صيغتها النهائية

الملحق رقم (3):

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -

استبيان حول:



أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام

السياسي الجزائري

(دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المتصفحين لليوتيوب)

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبة:

د. بولوداني سهام

بوخلفة خديجة

ملاحظة: بيانات الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

- ضع علامة (x) في الخانة المناسبة

- البودكاست: يقصد به حلقات الفيديوهات على قنوات اليوتيوب المعالجة من قبل هواة ومدونين جزائريين

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الديمغرافية.

- 1 . الجنس:  1 ذكر  2 أنثى
- 2 . السن:  1- من 18 سنة إلى 25 سنة   
 2- من 26 سنة إلى 31 سنة   
 3- من 31 فما فوق
- 3 . المرحلة التعليمية:  1- مرحلة التدرج (ليسانس - ماستر)   
 2- مرحلة ما بعد التدرج دكتوراه

4 . التخصص العلمي بالنسبة لكلية:

- 1-كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية   
 2- كلية الحقوق والعلوم السياسية   
 3- كلية العلوم الاقتصادية والتسيير   
 4- كلية العلوم   
 5- كلية علوم الأرض   
 6- كلية الهندسة   
 7- كلية الطب

5 . التخصص العلمي: .....

المحور الثاني: مظاهر تشكيل الرأي العام السياسي ومضامين البودكاست الفكاهي

6 . هل تتصفح موقع اليوتيوب Youtube:

- 1- نعم  2 - لا

7 . ما هي المواضيع التي تتبناها عبر اليوتيوب؟

- 1 - مواضيع سياسية   
2 - مواضيع اقتصادية   
3 - مواضيع اجتماعية   
4 - مواضيع ثقافية   
5 - مواضيع رياضية

8 . عبر أي وسيلة اتصالية تشاهد، عادة، مضامين البودكاست الفكاهي:

- 1 الهاتف النقال  2 الحاسوب  3 اللوح الالكتروني

9 . رتب حسب درجة متابعتك القنوات التالية

- 1 قناة أنس تينا  2 قناة يوسف زروطة  3 قناة عادل السويزي   
4 قناة ميستر إكس كرس  5 قناة Dz joker

10 . منذ متى تشاهد مضامينها:

- 1 - أقل من سنة  2 - من سنة إلى سنتين  3 - أكثر من 03 سنوات

11 . كيف تم انضمامك إلى قناة اليوتيوب التي تنتج البودكاست الفكاهي:

- 1- قصديا بالبحث عن البودكاست   
2- صدفة (مقترح في الويب او في مواقع التواصل الاجتماعي)

12 . كيف هي طبيعة المتابعة:

- 1- المتابعة منذ البداية   
2- الانقطاع ثم العودة   
3- الانقطاع نهائيا

## الملاحق

4- المتابعة بطريقة منتظمة مع بث الفيديوهات

5- المتابعة بطريقة غير منتظمة

13. ما هي الأوقات التي تتابع فيها، عادة، مضامين البودكاست الفكاهي:

1- صباحا  2- مساء  3- ليلا

14. هل تعتمد على مضامين البودكاست في الحصول على المعلومات حول الأحداث والأوضاع

السياسية الراهنة:

1- دائما  2- أحيانا  3- لا

15. هل ساهمت مضامين البودكاست الفكاهي في:

1- الاهتمام بالقضايا السياسية

2- الانتماء الأيديولوجي

3- الانتساب للمؤسسات ذات الطابع السياسي

4- اتخاذ مواقف سياسية

5- انتقاد السلطة بحرية

16. هل تعتقد أن صانع البودكاست:

1- حر ومستقل

2- مرتبط بطرف أو جهة معينة

17. كيف تساعدك مضامين البودكاست في مناقشة القضايا السياسية وزيادة اهتمامك السياسي من

خلال:

1- التعبير عن الآراء بحرية

2- مناقشة سلبيات وإيجابيات النظام دون رقابة

3- اطلاع على اهتمام الناس بالشأن السياسي

18. هل ترى بأن مضامين البودكاست التي تتابعها تعتبر:

1- جديدة ومبدعة  2- مجرد تقليد

## الملاحق

19. كيف تتفاعل مع القضايا التي نتناولها مضامين البودكاست الفكاهي:

- 1- التعليق
- 2- وضع رمز الإعجاب
- 3- تتقاسمها مع أصدقائك
- 4- الاكتفاء بالمشاهدة فقط
- 5- التواصل مع المدون صانع المحتوى

20 . هل تعتبر أن مضامين البودكاست التي تتابعها تتماشى مع:

- 1- القيم الدينية
- 2- القيم الثقافية والعادات
- 3- القيم الاجتماعية

21 . ما هي دوافع متابعتك لمضامين البودكاست الفكاهي

- 1- التوجه الإيديولوجي للمدون
- 2- السمات الشخصية للمدون
- 3- المؤهلات الفنية للمدون صانع المحتوى
- 4- موضوع القضية في حد ذاته
- 5- قصر المدى الزمني للفيديوهات

22 . ماذا تمثل مضامين البودكاست بالنسبة لك:

محايد	معارض	موافق	العبارات
			1- مضامين البودكاست الفكاهي تعطي فرصة لمناقشة القضايا السياسية التي لا يمكن مناقشتها في الوسائل الأخرى.
			2- مضامين البودكاست الفكاهي هي وسيلة بديلة لوسائل الاتصال التقليدية
			3- مضامين البودكاست الفكاهي تعرض وجهات نظر متنوعة ومختلفة.
			4- مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة جيدة لتوفير المعلومات وزيادة الوعي السياسي.
			5- مضامين البودكاست الفكاهي توفر الحرية للمدون في طرح القضايا السياسية عن أي وسيلة أخرى.
			6- البودكاست فضاء للترفيه والتسلية.
			7- البودكاست منصة مفتوحة للنقاش وتبادل الآراء حول مختلف ما يطرح.
			8- البودكاست يعزز استقلاليته في التعبير عن رأيي في مختلف المواضيع.
			9- البودكاست يساعد على تكوين رأي شخصي حيال ما نتابع من مواضيع.

### المحور الثالث: طبيعة التأثير لمضامين البودكاست الفكاهي

23. على أي أساس تم اختيارك لقنوات اليوتيوب التي تعالج القضايا السياسية:

1- زاوية الطرح والمعالجة

2- الجرأة في طرح القضايا السياسية

3- سهولة اللغة المستخدمة

4- اعتمادها على القالب الفكاهي والاتجاه الكوميدي في الطرح

## الملاحق

24. هل تقوم بمناقشة المواضيع السياسية المطروحة في البودكاست بعد المتابعة

- 1- دائما  2- أحيانا  3- أبدا

إذا كانت الإجابة ب: دائما/ أحيانا، مع من تناقشها عادة:

- 1- الأصدقاء  2- العائلة  3- أهل الاختصاص

25. ما هي الوسائل المستخدمة في المناقشة:

- 1- مجموعات الدردشة  2- الاتصال المباشر  3- التعليقات عبر موقع اليوتيوب

26. هل أثرت متابعتك لمضامين البودكاست الفكاهي على تعرضك للوسائل الأخرى:

- 1- نعم  2- لا

إذا كانت الإجابة بنعم، كيف كان هذا التأثير:

- 1- مقاطعة التعرض للوسائل الأخرى   
2- التوازن في التعرض لهذه الوسائل

27. هل تعتبر أن الأسلوب الكوميدي الترفيهي للبودكاست له أثر على القضايا السياسية في المجتمع:

- 1- أثر بالإيجاب   
2- أثر بالسلب   
3- لا أدري

28. كيف تؤثر مضامين البودكاست في التعبير عن وجهات نظركم واتجاهاتكم نحو القضايا السياسية:

- 1- تؤثر بالمقاطعة   
2- بالسلبية والاستهتار   
3- باختلاق الشائعات   
4- بالمشاركة في المظاهرات   
5- لا تؤثر

المحور الرابع: درجة اعتماد الطلبة على البودكاست الفكاهي في متابعة القضايا السياسية

29. كيف عدلت مضامين البودكاست رأيك حول القضايا السياسية الجزائرية:

- 1- عدلت بالإيجاب  2- عدلت بالسلب  3- لم تعدل

30. هل تتغير قناعاتك حول القضية السياسية وفقا لما تشاهده في مضامين البودكاست:

- 1- دائما  2- أحيانا  3- أبدا

31. حسب رأيك، هل يؤثر نقد المدون في البودكاست على القرارات الحكومية:

- 1- دائما  2- أحيانا  3- لا

32. هل تعد مضامين البودكاست منصات جديدة لديكم للتعبير عن الرأي والموقف دون قيود:

- 1- نعم  2- لا

33. حسب رأيك، كيف تعتمد على مضامين البودكاست في تكوين آرائكم إزاء القضايا السياسية:

- 1- الاكتفاء بمتابعة البودكاست   
2- البحث عن مضامين أخرى حول القضايا

34. هل كان لهذه المضامين تأثير في اتخاذك موقف اتجاه القضايا السياسية

- 1- نعم  2- لا

كيف ذلك؟ .....

35. عندما تتابع موضوعا عن قضية سياسية في البودكاست، هل يساعدك هذا الأخير في:

- 1- تثبيت آرائك الأولية   
2- التغيير الجزئي لآرائك الشخصية   
3- لا أدري

36. كيف تنظر إلى أثر مضامين البودكاست على الرأي العام:

- 1- ساهمت في تغيير أو دعم الآراء والمواقف   
2- التعبئة الجماهيرية   
3- توحيد الآراء نحو قضية واحدة

## الملاحق

4- تبيان الاتجاه نحو التيار السياسي بعينه

37. هل يمكن أن تصبح تقنية البودكاست وسيلة لتغيير أو إنتاج في المواقف السياسية الخاصة بالشباب الجزائري:

1- نعم  2- لا

إذا كانت الإجابة ب: نعم، من خلال:

- 1- البودكاست أداة تقييد للموقف السياسي
- 2- البودكاست أداة بعيدة عن إنتاج موقف سياسي
- 3- البودكاست أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي
- 4- البودكاست أداة للتعبير الغير المباشر عن الموقف السياسي

ي:38. حسب رأيك، كيف تقييم أثر مضامين البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام السياسي الجزائري

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه
					العبارات
					1- مضامين البودكاست الفكاهي وسيلة اتصال ناجحة في تأثير على الرأي العام.
					2- تساهم مضامين البودكاست في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع الساسية الراهنة في بلدي.
					3- تساهم مضامين البودكاست من دفعي نحو المشاركة برأي في بعض القضايا الوطنية.
					4- يستخدم البودكاست لغة بسيطة ومفهومة.
					5- تساعدني مضامين البودكاست في بناء قراراتي السياسية.
					6- تتجح مضامين البودكاست عبر موقع اليوتوب في جذب الإهتمام بها
					7- تساهم مضامين البودكاست السياسية بإقتناع الرأي العام بأهميتها.
					8- تساهم مضامين البودكاست في خلق صورة ذهنية حول القضايا السياسية.
					9- تساعد مضامين البودكاست في زيادة الوعي السياسي.

## الملاحق

					10- تحقق مضامين البودكاست عنصر التسلية والترفيه في طرح القضايا السياسية.
					11- تساهم مضامين البودكاست في إشباع الرغبات والحاجات السياسية.
					12- تساعد مضامين البودكاست في متابعة التغييرات السياسية على الصعيد الوطني.
					13- مضامين البودكاست تعالج القضايا بموضوعية ومصداقية
					14- مضامين البودكاست عملت على ربط المتلقي بأحداث قضايا مجتمعه
					15- تتيح مضامين البودكاست للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها واتجاهاتها.
					16- المساحة المحدودة في البودكاست تتدفني للمشاهدة عدة مرات.
					17- المدون في البودكاست لا يطرح آراء قائمة على مرجعية علمية.

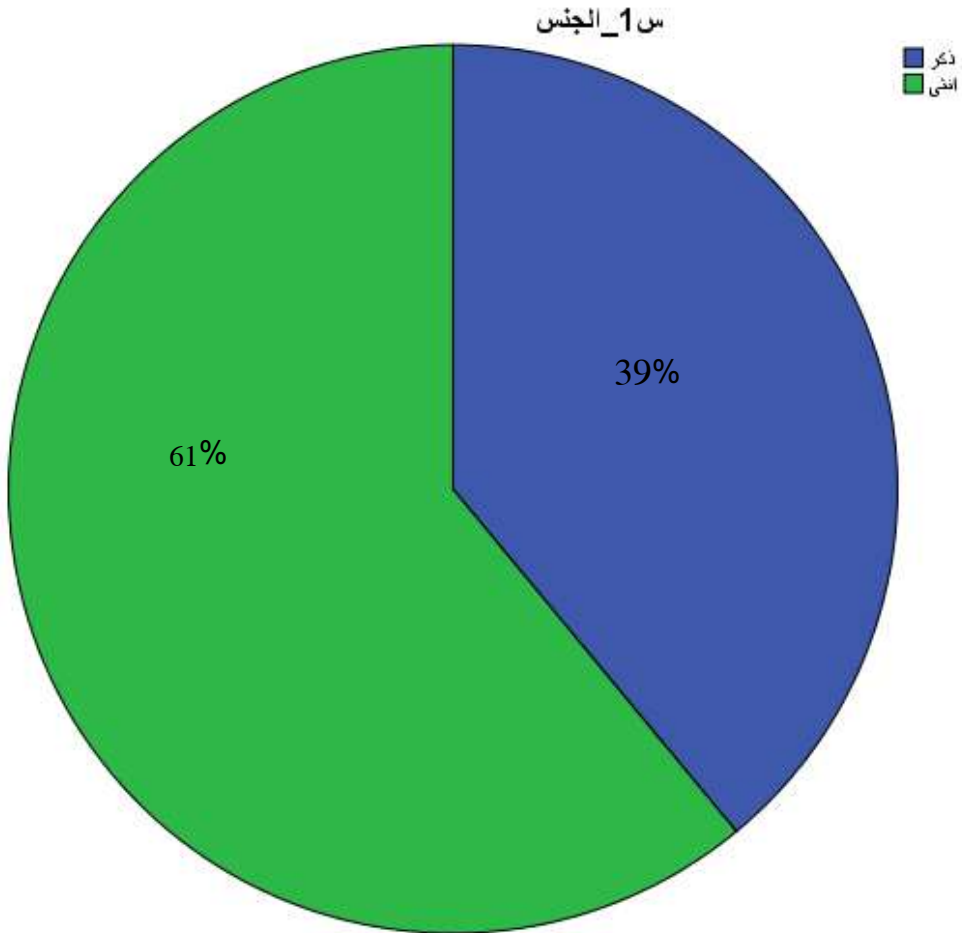
		المحور1	المحور2	المحور3	الكلية المحور
المحور1	Corrélation de Pearson	1	.364**	.077	.614**
	Sig. (bilatérale)		.000	.124	.000
	N	400	400	400	400
المحور2	Corrélation de Pearson	.364**	1	-.175**	.260**
	Sig. (bilatérale)	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400
المحور3	Corrélation de Pearson	.077	-.175**	1	.805**
	Sig. (bilatérale)	.124	.000		.000
	N	400	400	400	400
الكلية المحور	Corrélation de Pearson	.614**	.260**	.805**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.603	98

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
39%	156	ذكر
61%	244	أنثى
100%	400	المجموع

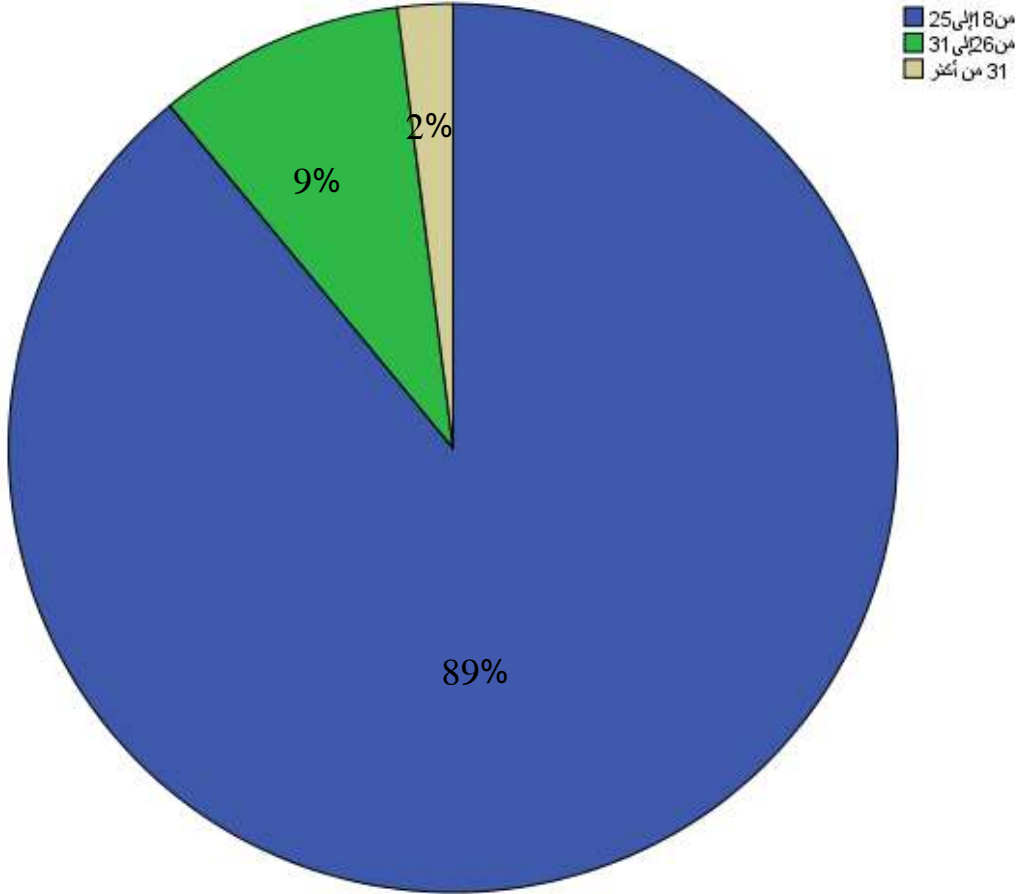


الملاحق 

السِّن\_2 من

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من 18 إلى 25	356	89.0	89.0	89.0
من 26 إلى 31	36	9.0	9.0	98.0
أكثر من 31	8	2.0	2.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

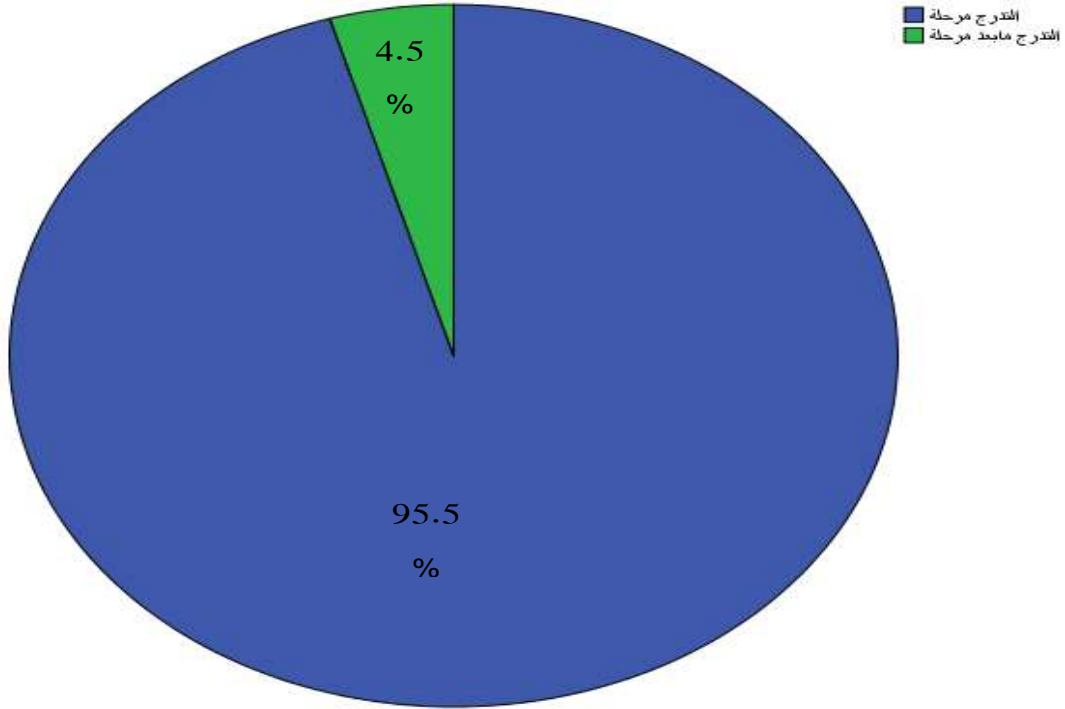
س\_2\_السِّن



التعليمية\_المرحلة\_3س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مرحلة التدرج	382	95.5	95.5	95.5
مرحلة ما بعد التدرج	18	4.5	4.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

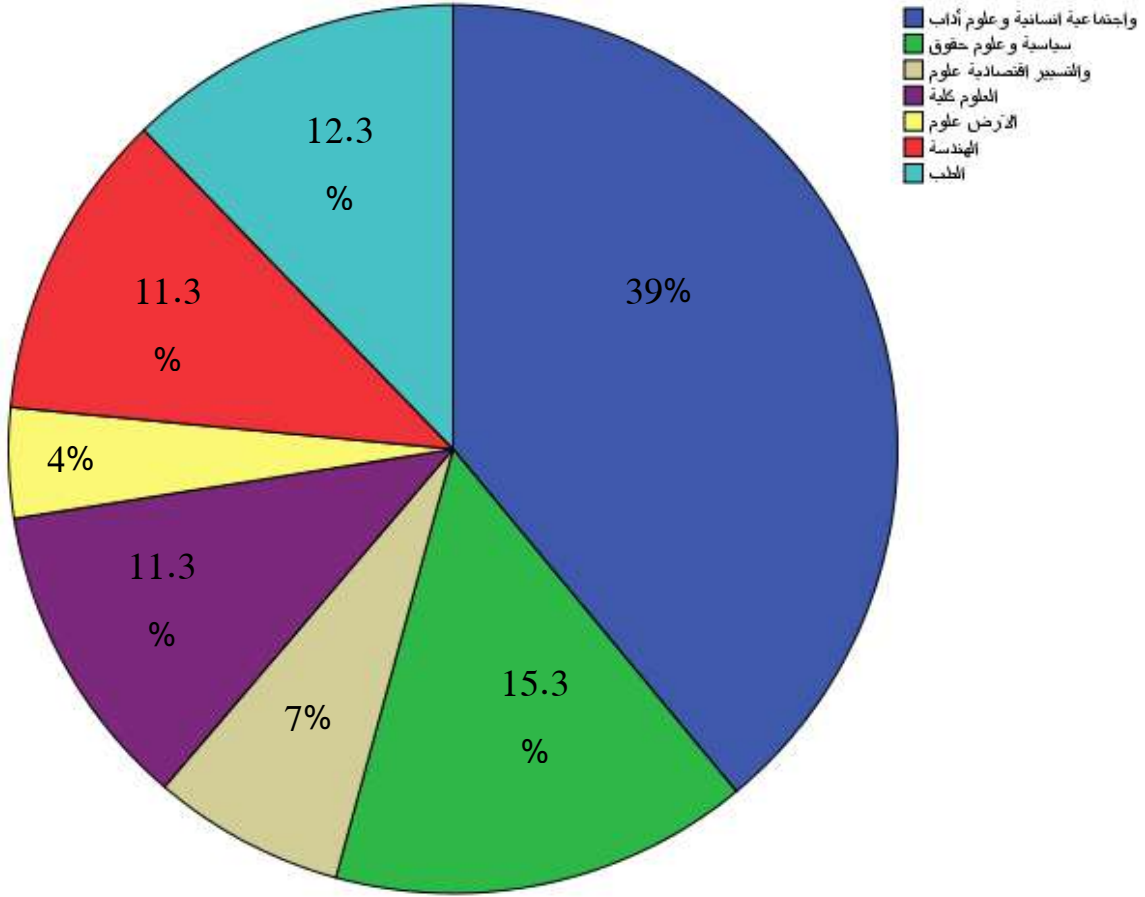
س\_3\_المرحلة\_التعليمية



التخصص\_4س

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أداب وعلوم انسانية واجتماعية	156	39.0	39.0	39.0
	حقوق وعلوم سياسية	61	15.3	15.3	54.3
	علوم اقتصادية والتسيير	28	7.0	7.0	61.3
	كلية العلوم	45	11.3	11.3	72.5
	علوم الارض	16	4.0	4.0	76.5
	الهندسة	45	11.3	11.3	87.8
	الطب	49	12.3	12.3	100.0
Total		400	100.0	100.0	

س4\_التخصص



س6

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	400	100.0	100.0	100.0

\$fréquences المواضيع

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
سياسية_7س <sup>a</sup> التي تشاهد على اليوتيوب_ المواضيع	93	10.4%	23.3%
اقتصادية_7س	58	6.5%	14.5%
اجتماعية_7س	255	28.5%	63.8%

الملاحق

ثقافية_7س	325	36.4%	81.3%
رياضية_7س	163	18.2%	40.8%
Total	894	100.0%	223.5%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

\$الوسيلةfréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
هاتف_8س <sup>a</sup> وسيلة الاتصال ومتابعة اليوتوب	389	76.4%	97.7%
حاسوب_8س	103	20.2%	25.9%
الالكتروني_لوح_8س	17	3.3%	4.3%
Total	509	100.0%	127.9%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Statistiques descriptives

	N	Somme
تينا_أنس_9س1	400	879
زروطة_9س2	400	1084
جوكر_9س3	400	1292
سويزي_9س4	400	1297
مستراكس_9س5	400	1468
N valide (liste)	400	

Statistiques

10س

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.24
Médiane		2.00
Ecart type		.819

10س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé أقل من سنة	97	24.3	24.3	24.3
من سنة إلى سنتين	109	27.3	27.3	51.5

سنوات 3 أكثر من	194	48.5	48.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Statistiques

11س

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.74
Médiane		2.00
Ecart type		.439

11س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	104	26.0	26.0	26.0
صدفة مقترح	296	74.0	74.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### المتابعة\_ طبيعة \$fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
المتابعة_ 12س <sup>a</sup>	64	13.5%	16.2%
انقطاع عودة_ 12س	193	40.8%	49.0%
الانقطاع_ 12س	20	4.2%	5.1%
منتظمة_ 12س	43	9.1%	10.9%
منتظمة_ غير 12س	153	32.3%	38.8%
Total	473	100.0%	120.1%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

### الأوقات \$fréquences

	Réponses	Pourcentage
--	----------	-------------

	N	Pourcentage	d'observations
أوقات المتابعة صباحا_13س <sup>a</sup>	24	4.9%	6.0%
مساء_13س	130	26.7%	32.6%
ليلا_13س	332	68.3%	83.2%
Total	486	100.0%	121.8%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

### Statistiques

س14

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.13
Médiane		2.00
Ecart type		.552

س14

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide دائما	39	9.8	9.8	9.8
أحيانا	272	68.0	68.0	77.8
لا	89	22.3	22.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### البيودكاست مساهمات \$fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
السياسية_15س <sup>a</sup> مساهمة البيودكاست في الاهتمام بالقضايا	206	36.4%	52.0%
الادبيولوجية_15س	93	16.4%	23.5%
الانتساب_15س	24	4.2%	6.1%
مواقف_اتخاذ_15س	108	19.1%	27.3%
السلطة_انتقاد_15س	135	23.9%	34.1%
Total	566	100.0%	142.9%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Statistiques

س16

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.30
Médiane		1.00
Ecart type		.457

س16

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide حر	282	70.5	70.5	70.5
مرتبط بجهة	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

fréquences السياسية القضايا مناقشة

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
بحرية_التعبير_س17	كيف تساعد البودكاست في مناقشة القضايا <sup>a</sup>	241	50.5%	60.9%
سلبية_مناقشة_س17		111	23.3%	28.0%
الاطلاع_س17		125	26.2%	31.6%
Total		477	100.0%	120.5%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Statistiques

س18

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.32
Médiane		1.00
Ecart type		.468

س18

الملاحق

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide جديدة ومبدعة	271	67.8	67.8	67.8
مجرد تقليد	129	32.3	32.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**fréquences التفاعل\_كيفية\$**

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
كيف تتفاعل مع القضايا التي تتناولها <sup>a</sup> التعليق_19س	73	13.2%	18.3%
الاعجاب_19س	187	33.9%	46.8%
المشاركة_19س	88	16.0%	22.0%
فقط_المشاهدة_19س	199	36.1%	49.8%
بالمدون_التواصل_19س	4	0.7%	1.0%
Total	551	100.0%	137.8%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

**fréquences القيم\_مع المضامين تماشي\$**

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الدينية_القيم_20س مضامين البودكاست التي تتابعها تماشي <sup>a</sup>	61	11.4%	15.4%
الثقافة_20س	192	36.0%	48.4%
الاجتماعية_القيم_20س	281	52.6%	70.8%
Total	534	100.0%	134.5%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

**fréquences المتابعة\_دوافع\$**

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الاديلوجي_التوجه_21س دوافع متابعتك لمضامين البودكاست <sup>a</sup>	20	3.6%	5.1%
السمات_21س	60	10.9%	15.2%
المؤهلات_21س	139	25.4%	35.2%
الموضوع_21س	238	43.4%	60.3%
الزمني_المدى_21س	91	16.6%	23.0%
Total	548	100.0%	138.7%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

### Statistiques

بودکاست مضامین

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.5286
Ecart type		.37708
Somme		1011.44

### Statistiques

		22_1	22_2	22_3	22_4	22_5	22_6	22_7	22_8	22_9
N	Valide	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		2.80	2.69	2.85	2.65	2.69	2.46	2.30	2.19	2.15
Ecart type		.422	.481	.397	.513	.496	.721	.836	.864	.867
Somme		1118	1074	1140	1060	1074	982	918	876	861

### Table de fréquences

22\_1

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	3	.8	.8	.8
	محايد	76	19.0	19.0	19.8
	موافق	321	80.3	80.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

22\_2س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	3	.8	.8	.8
محاييد	120	30.0	30.0	30.8
موافق	277	69.3	69.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_3س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	6	1.5	1.5	1.5
محاييد	48	12.0	12.0	13.5
موافق	346	86.5	86.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_4س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	7	1.8	1.8	1.8
محاييد	126	31.5	31.5	33.3
موافق	267	66.8	66.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_5س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	6	1.5	1.5	1.5
محاييد	114	28.5	28.5	30.0
موافق	280	70.0	70.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_6س

الملاحق

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	54	13.5	13.5	13.5
محاييد	110	27.5	27.5	41.0
موافق	236	59.0	59.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_7س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	98	24.5	24.5	24.5
محاييد	86	21.5	21.5	46.0
موافق	216	54.0	54.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_8س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	118	29.5	29.5	29.5
محاييد	88	22.0	22.0	51.5
موافق	194	48.5	48.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

22\_9س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	124	31.0	31.0	31.0
محاييد	91	22.8	22.8	53.8
موافق	185	46.3	46.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

الترددات الاختيارية اساس \$

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الطرح_23س <sup>a</sup> أساس تم اختيارك لقنوات اليوتيوب	86	14.8%	21.6%
الجرأة_23س	133	22.9%	33.4%
اللغة_23س	140	24.1%	35.2%
الفكاهي_القالب_23س	222	38.2%	55.8%
Total	581	100.0%	146.0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Statistiques

س24

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.07
Médiane		2.00
Ecart type		.496

س24

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide دائما	37	9.3	9.3	9.3
أحيانا	300	75.0	75.0	84.3
لا	63	15.8	15.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

الترددات مناقشة \$

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
مع من تناقش المواضيع <sup>a</sup> الاصدقاء_25س	258	58.2%	75.0%
العائلة_25س	128	28.9%	37.2%
الاختصاص_أهل_25س	57	12.9%	16.6%
Total	443	100.0%	128.8%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

الترددات المناقشة\_ وسائل \$

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
المجموعات_26س <sup>a</sup> وسائل مناقشة هذه المواضيع	150	35.6%	43.0%
المباشر_26س	187	44.4%	53.6%
التعليقات_26س	84	20.0%	24.1%
Total	421	100.0%	120.6%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

الترددات

27س

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.55
Médiane		2.00
Ecart type		.498

27س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	181	45.3	45.3	45.3
لا	219	54.8	54.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

الترددات

27\_2س

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.71
Médiane		2.00
Ecart type		.457

27\_2س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مقاطعة	118	29.5	29.5	29.5
التوازن	282	70.5	70.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### Statistiques

س28

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.01
Médiane		2.00
Ecart type		.951

س28

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أثر إيجابي	179	44.8	44.8	44.8
أثر سلبي	39	9.8	9.8	54.5
لا أدري	182	45.5	45.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

### الضامين أثر \$ fréquences

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
كيف	المقاطعة_س28	49	11.3%	12.5%
التعبير <sup>a</sup>	السلبية_س28	46	10.6%	11.7%
	الشائعات_س28	55	12.7%	14.0%
	المشاركة_س28	89	20.6%	22.6%
	لاتؤثر_س28	193	44.7%	49.1%
Total		432	100.0%	109.9%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

### Statistiques

س29

الملاحق

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.16
Médiane		3.00
Ecart type		.938

س29

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide إيجابي	149	37.3	37.3	37.3
سلبي	39	9.8	9.8	47.0
لم تعدل	212	53.0	53.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Statistiques

س30

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		2.24
Médiane		2.00
Ecart type		.527

س30

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide دائما	19	4.8	4.8	4.8
أحيانا	266	66.5	66.5	71.3
لا	115	28.8	28.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Statistiques

س31

N	Valide	400
---	--------	-----

Manquant	0
Moyenne	2.33
Médiane	2.00
Ecart type	.649

س31

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide دائما	40	10.0	10.0	10.0
أحيانا	189	47.3	47.3	57.3
لا	171	42.8	42.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Statistiques**

س32

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.30
Médiane		1.00
Ecart type		.459

س32

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	280	70.0	70.0	70.0
لا	120	30.0	30.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Statistiques**

س33

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.44
Médiane		1.00
Ecart type		.497

س33

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	224	56.0	56.0	56.0
	176	44.0	44.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Statistiques

س34

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.64
Médiane		2.00
Ecart type		.482

س34

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	146	36.5	36.5	36.5
	254	63.5	63.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Statistiques

س35

N	Valide	400
---	--------	-----

Manquant	0
Moyenne	2.17
Médiane	2.00
Ecart type	.781

35س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide تثبيت أراني	93	23.3	23.3	23.3
التغيير الجزئي لرأيي	145	36.3	36.3	59.5
لا أدري	162	40.5	40.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

البيانات\_أثر\$

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
تغيير_36س <sup>a</sup> أثر مضامين البودكاس على الرأي العام	154	31.9%	38.7%
التعبئة_36س	152	31.5%	38.2%
التوحيد_36س	121	25.1%	30.4%
التبيان_36س	56	11.6%	14.1%
Total	483	100.0%	121.4%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

### Statistiques

37س

N	Valide	400
	Manquant	0
Moyenne		1.12
Médiane		1.00
Ecart type		.322

37س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

الملاحق

Valide	نعم	353	88.3	88.3	88.3
	لا	47	11.8	11.8	100.0
Total		400	100.0	100.0	

\$ فرéquences كوسيلة البودكاست

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
تقييد_أداة_37س	74	18.4%	20.6%
بعيدة_أداة_37س	63	15.6%	17.5%
مباشرة_أداة_37س	125	31.0%	34.7%
مباشرة_غير_أداة_37س	141	35.0%	39.2%
Total	403	100.0%	111.9%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

## Table de fréquences

	س38_1	س38_2	س38_3	س38_4	س38_5	س38_6	س38_7	س38_8	س38_9	س38_10	س38_11	س38_12	س38_13	س38_14	س38_15	س38_16	س38_17
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	3.72	3.62	3.35	4.15	2.85	3.95	3.60	3.50	3.41	3.66	3.18	3.46	3.58	3.76	3.69	3.41	3.29
Médiane	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Écart type	1.053	1.149	1.109	.877	1.195	.977	1.019	1.078	1.127	1.053	1.182	1.182	1.141	1.093	1.193	1.318	1.392

الملاحق

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	20	5.0	5.0
	موافق غير	34	8.5	13.5
	محايد	71	17.8	31.3
	موافق	188	47.0	78.3
	بشدة موافق	87	21.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0

38\_2 س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	29	7.3	7.3
	موافق غير	42	10.5	17.8
	محايد	69	17.3	35.0
	موافق	173	43.3	78.3
	بشدة موافق	87	21.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0

38\_3 س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	37	9.3	9.3
	موافق غير	40	10.0	19.3
	محايد	120	30.0	49.3
	موافق	154	38.5	87.8
	بشدة موافق	49	12.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0

38\_4 س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	6	1.5	1.5
	موافق غير	17	4.3	5.8
	محايد	41	10.3	16.0

الملاحق

موافق	183	45.8	45.8	61.8
بشدة موافق	153	38.3	38.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

38\_5

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	72	18.0	18.0	18.0
موافق غير	76	19.0	19.0	37.0
محايد	121	30.3	30.3	67.3
موافق	103	25.8	25.8	93.0
بشدة موافق	28	7.0	7.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

38\_6

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	14	3.5	3.5	3.5
موافق غير	21	5.3	5.3	8.8
محايد	54	13.5	13.5	22.3
موافق	193	48.3	48.3	70.5
بشدة موافق	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

38\_7

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	21	5.3	5.3	5.3
موافق غير	33	8.3	8.3	13.5
محايد	94	23.5	23.5	37.0
موافق	189	47.3	47.3	84.3
بشدة موافق	63	15.8	15.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

الملاحق

38\_8

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	27	6.8	6.8	6.8
بشدة موافق غير	43	10.8	10.8	17.5
موافق غير	91	22.8	22.8	40.3
محايد	181	45.3	45.3	85.5
موافق	58	14.5	14.5	100.0
بشدة موافق	400	100.0	100.0	
Total				

38\_9

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	33	8.3	8.3	8.3
بشدة موافق غير	41	10.3	10.3	18.5
موافق غير	120	30.0	30.0	48.5
محايد	141	35.3	35.3	83.8
موافق	65	16.3	16.3	100.0
بشدة موافق	400	100.0	100.0	
Total				

38\_10

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	22	5.5	5.5	5.5
بشدة موافق غير	35	8.8	8.8	14.3
موافق غير	77	19.3	19.3	33.5
محايد	191	47.8	47.8	81.3
موافق	75	18.8	18.8	100.0
بشدة موافق	400	100.0	100.0	
Total				

38\_11

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	50	12.5	12.5	12.5
بشدة موافق غير	53	13.3	13.3	25.8
موافق غير				

 الملاحق 

محايد	118	29.5	29.5	55.3
موافق	133	33.3	33.3	88.5
بشدة موافق	46	11.5	11.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**38\_12**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	40	10.0	10.0	10.0
موافق غير	42	10.5	10.5	20.5
محايد	81	20.3	20.3	40.8
موافق	170	42.5	42.5	83.3
بشدة موافق	67	16.8	16.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**38\_13**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	27	6.8	6.8	6.8
موافق غير	39	9.8	9.8	16.5
محايد	100	25.0	25.0	41.5
موافق	143	35.8	35.8	77.3
بشدة موافق	91	22.8	22.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**38\_14**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
بشدة موافق غير	24	6.0	6.0	6.0
موافق غير	31	7.8	7.8	13.8
محايد	61	15.3	15.3	29.0
موافق	185	46.3	46.3	75.3
بشدة موافق	99	24.8	24.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

38\_15س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	31	7.8	7.8
	موافق غير	43	10.8	18.5
	محايد	51	12.8	31.3
	موافق	170	42.5	73.8
	بشدة موافق	105	26.3	100.0
Total		400	100.0	100.0

38\_16س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	58	14.5	14.5
	موافق غير	35	8.8	23.3
	محايد	80	20.0	43.3
	موافق	138	34.5	77.8
	بشدة موافق	89	22.3	100.0
Total		400	100.0	100.0

38\_17س

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	71	17.8	17.8
	موافق غير	44	11.0	28.8
	محايد	70	17.5	46.3
	موافق	127	31.8	78.0
	بشدة موافق	88	22.0	100.0
Total		400	100.0	100.0

اختبار العلاقة بين المتغيرات

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * التخصص_4س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* التخصص\_4س**

	الجنس_1س		Total	
	ذكر	انثى		
التخصص_4س				
اجتماعية انسانية وعلوم آداب	Effectif	52	104	156
	Effectif théorique	60.8	95.2	156.0
	% dans الجنس_1س	33.3%	42.6%	39.0%

 الملاحق 

سياسية وعلوم حقوق	Effectif	20	41	61
	Effectif théorique	23.8	37.2	61.0
	الجنس_1س % dans	12.8%	16.8%	15.3%
والتسيير اقتصادية علوم	Effectif	16	12	28
	Effectif théorique	10.9	17.1	28.0
	الجنس_1س % dans	10.3%	4.9%	7.0%
العلوم كلية	Effectif	18	27	45
	Effectif théorique	17.6	27.5	45.0
	الجنس_1س % dans	11.5%	11.1%	11.3%
الارض علوم	Effectif	3	13	16
	Effectif théorique	6.2	9.8	16.0
	الجنس_1س % dans	1.9%	5.3%	4.0%
الهندسة	Effectif	29	16	45
	Effectif théorique	17.6	27.5	45.0
	الجنس_1س % dans	18.6%	6.6%	11.3%
الطب	Effectif	18	31	49
	Effectif théorique	19.1	29.9	49.0
	الجنس_1س % dans	11.5%	12.7%	12.3%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	الجنس_1س % dans	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	22.098 <sup>a</sup>	6	.001
Rapport de vraisemblance	21.954	6	.001
Association linéaire par linéaire	4.355	1	.037
N d'observations valides	400		

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 6.24.

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations
--	--------------

الملاحق

	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * 27س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**الجنس\_1س \* 27س** Tableau croisé

		الجنس_1س		Total
		ذكور	انثى	
نعم 27س	Effectif	75	106	181
	Effectif théorique	70.6	110.4	181.0
	% dans الجنس_1س	48.1%	43.4%	45.3%
لا	Effectif	81	138	219
	Effectif théorique	85.4	133.6	219.0
	% dans الجنس_1س	51.9%	56.6%	54.8%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.825 <sup>a</sup>	1	.364		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.648	1	.421		
Rapport de vraisemblance	.824	1	.364		
Test exact de Fisher				.410	.210
Association linéaire par linéaire	.823	1	.364		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 70.59.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage

التخصص_4س * 27س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%
-----------------	-----	--------	---	------	-----	--------

**Tableau croisé التخصص\_4س \* 27س**

		التخصص_4س				
		انسانية وعلوم أداب واجتماعية	سياسية وعلوم حقوق	والتسيير الاقتصادية علوم	العلوم كلية	الارض علوم
نعم 27س	Effectif	81	27	15	19	8
	Effectif théorique	70.6	27.6	12.7	20.4	7.2
	% dans التخصص_4س	51.9%	44.3%	53.6%	42.2%	50.0%
لا	Effectif	75	34	13	26	8
	Effectif théorique	85.4	33.4	15.3	24.6	8.8
	% dans التخصص_4س	48.1%	55.7%	46.4%	57.8%	50.0%
Total	Effectif	156	61	28	45	16
	Effectif théorique	156.0	61.0	28.0	45.0	16.0
	% dans التخصص_4س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	9.758 <sup>a</sup>	6	.135
Rapport de vraisemblance	9.908	6	.129
Association linéaire par linéaire	7.281	1	.007
N d'observations valides	400		

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 7.24.

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * 27_2س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**الجنس\_1س \* 27\_2س** Tableau croisé

			الجنس_1س		Total
			ذكر	انثى	
27_2س	مقاطعة	Effectif	45	73	118
		Effectif théorique	46.0	72.0	118.0
		% dans الجنس_1س	28.8%	29.9%	29.5%
التوازن		Effectif	111	171	282
		Effectif théorique	110.0	172.0	282.0
		% dans الجنس_1س	71.2%	70.1%	70.5%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.053 <sup>a</sup>	1	.819		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.014	1	.907		
Rapport de vraisemblance	.053	1	.819		
Test exact de Fisher				.911	.455
Association linéaire par linéaire	.052	1	.819		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 46.02.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
التخصص_4س * 27_2س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

التخصص 4س \* 27\_2 س Tableau croisé

	التخصص 4س				
	انسانية وعلوم أداب واجتماعية	سياسية وعلوم حقوق	والتسيير اقتصادية علوم	العلوم كلية	لارض علوم
مقاطعة 27_2 س	Effectif	14	31	5	20
	Effectif théorique	46.0	18.0	8.3	13.3
	% dans التخصص 4س	9.0%	50.8%	17.9%	44.4%
التوازن	Effectif	142	30	23	25
	Effectif théorique	110.0	43.0	19.7	31.7
	% dans التخصص 4س	91.0%	49.2%	82.1%	55.6%
Total	Effectif	156	61	28	45
	Effectif théorique	156.0	61.0	28.0	45.0
	% dans التخصص 4س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tests du khi-deux

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	79.001 <sup>a</sup>	6	.000
Rapport de vraisemblance	82.528	6	.000
Association linéaire par linéaire	31.856	1	.000
N d'observations valides	400		

a. 1 cellules (7.1%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 4.72.

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس 1س * بحرية التعبير 17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

الجنس 1س \* بحرية التعبير 17س Tableau croisé

	الجنس 1س		Total
	ذكر	انثى	
بحرية التعبير 17س Effectif	93	148	241

الملاحق

	Effectif théorique	94.0	147.0	241.0
	% dans الجنس_1س	59.6%	60.7%	60.3%
لا	Effectif	63	96	159
	Effectif théorique	62.0	97.0	159.0
	% dans الجنس_1س	40.4%	39.3%	39.8%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.043 <sup>a</sup>	1	.836		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.011	1	.918		
Rapport de vraisemblance	.043	1	.836		
Test exact de Fisher				.835	.459
Association linéaire par linéaire	.043	1	.836		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 62.01.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * سلبيات مناقشة_17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* سلبيات مناقشة\_17س**

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
سلبيات مناقشة_17س	نعم	Effectif	35	76	111
		Effectif théorique	43.3	67.7	111.0
		% dans الجنس_1س	22.4%	31.1%	27.8%
لا	Effectif	121	168	289	
	Effectif théorique	112.7	176.3	289.0	

	% dans الجنس_1س	77.6%	68.9%	72.3%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	3.602 <sup>a</sup>	1	.058		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	3.181	1	.075		
Rapport de vraisemblance	3.667	1	.055		
Test exact de Fisher				.067	.036
Association linéaire par linéaire	3.593	1	.058		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 43.29.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * الاطلاع_17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* الاطلاع\_17س**

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
الاطلاع_17س	نعم	Effectif	57	68	125
		Effectif théorique	48.8	76.3	125.0
		% dans الجنس_1س	36.5%	27.9%	31.3%
لا		Effectif	99	176	275
		Effectif théorique	107.3	167.8	275.0
		% dans الجنس_1س	63.5%	72.1%	68.8%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	3.329 <sup>a</sup>	1	.068		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	2.938	1	.087		
Rapport de vraisemblance	3.301	1	.069		
Test exact de Fisher				.077	.044
Association linéaire par linéaire	3.321	1	.068		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 48.75.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
التخصص_4س * بحرية_التعبير_17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé التخصص\_4س \* بحرية\_التعبير\_17س**

			التخصص_4س			
			انسانية وعلوم آداب واجتماعية	سياسية وعلوم حقوق	والتسيير اقتصادية علوم	العلوم كلية
بحرية_التعبير_17س	نعم	Effectif	101	31	15	31
		Effectif théorique	94.0	36.8	16.9	27.1
		% dans التخصص_4س	64.7%	50.8%	53.6%	68.9%
لا	لا	Effectif	55	30	13	14
		Effectif théorique	62.0	24.2	11.1	17.9
		% dans التخصص_4س	35.3%	49.2%	46.4%	31.1%
Total		Effectif	156	61	28	45
		Effectif théorique	156.0	61.0	28.0	45.0
		% dans التخصص_4س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	6.405 <sup>a</sup>	6	.379
Rapport de vraisemblance	6.398	6	.380
Association linéaire par linéaire	.417	1	.518
N d'observations valides	400		

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 6.36.

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
التخصص_4س * سلبيات_مناقشة_17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé التخصص\_4س \* سلبيات\_مناقشة\_17س**

		التخصص_4س				
		انسانية وعلوم أداب اجتماعية	سياسية وعلوم حقوق	والتمهير اقتصادية علوم	العلوم كلية	
		سلبيات_مناقشة_17س	نعم	Effectif	36	23
		Effectif théorique	43.3	16.9	7.8	12.3
		% dans التخصص_4س	23.1%	37.7%	17.9%	31.1%
	لا	Effectif	120	38	23	33
		Effectif théorique	112.7	44.1	20.2	32.3
		% dans التخصص_4س	76.9%	62.3%	82.1%	68.9%
Total		Effectif	156	61	28	44
		Effectif théorique	156.0	61.0	28.0	45.0
		% dans التخصص_4س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	9.764 <sup>a</sup>	6	.135
Rapport de vraisemblance	9.601	6	.143



## الملاحق



Association linéaire par linéaire	.379	1	.538
N d'observations valides	400		

a. 1 cellules (7.1%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 4.44.

## Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
التخصص_4س * الاطلاع_17س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

## Tableau croisé التخصص\_4س \* الاطلاع\_17س

		التخصص_4س				
		انسانية وعلوم أداب واجتماعية	سياسية وعلوم حقوق	والتسيير الاقتصادية علوم	العلوم كلية	يوم
الاطلاع_17س	نعم	Effectif	46	14	18	9
		Effectif théorique	48.8	19.1	8.8	14.1
		% dans التخصص_4س	29.5%	23.0%	64.3%	20.0%
لا		Effectif	110	47	10	36
		Effectif théorique	107.3	41.9	19.3	30.9
		% dans التخصص_4س	70.5%	77.0%	35.7%	80.0%
Total		Effectif	156	61	28	45
		Effectif théorique	156.0	61.0	28.0	45.0
		% dans التخصص_4س	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## Tests du khi-deux

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	19.780 <sup>a</sup>	6	.003
Rapport de vraisemblance	18.751	6	.005
Association linéaire par linéaire	.605	1	.437
N d'observations valides	400		

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 5.00.

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * الاديولوجي_التوجه_21س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* الاديولوجي\_التوجه\_21س**

		الجنس_1س		Total	
		ذكور	انثى		
الاديولوجي_التوجه_21س	نعم	Effectif	11	9	20
		Effectif théorique	7.8	12.2	20.0
		% dans الجنس_1س	7.1%	3.7%	5.0%
لا		Effectif	145	235	380
		Effectif théorique	148.2	231.8	380.0
		% dans الجنس_1س	92.9%	96.3%	95.0%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	2.265 <sup>a</sup>	1	.132		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	1.613	1	.204		
Rapport de vraisemblance	2.201	1	.138		
Test exact de Fisher				.160	.103
Association linéaire par linéaire	2.260	1	.133		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 7.80.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations
--	--------------

	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * السمات_21س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* السمات\_21س**

		الجنس_1س		Total
		ذكر	انثى	
السمات_21س نعم	Effectif	27	33	60
	Effectif théorique	23.4	36.6	60.0
	% dans الجنس_1س	17.3%	13.5%	15.0%
لا	Effectif	129	211	340
	Effectif théorique	132.6	207.4	340.0
	% dans الجنس_1س	82.7%	86.5%	85.0%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	1.068 <sup>a</sup>	1	.301		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.792	1	.373		
Rapport de vraisemblance	1.055	1	.304		
Test exact de Fisher				.317	.186
Association linéaire par linéaire	1.065	1	.302		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 23.40.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * المؤهلات_21س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**الجنس\_1س \* المؤهلات\_21س** Tableau croisé

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
نعم	المؤهلات_21س	Effectif	54	85	139
		Effectif théorique	54.2	84.8	139.0
		% dans الجنس_1س	34.6%	34.8%	34.8%
لا		Effectif	102	159	261
		Effectif théorique	101.8	159.2	261.0
		% dans الجنس_1س	65.4%	65.2%	65.3%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.002 <sup>a</sup>	1	.964		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.000	1	1.000		
Rapport de vraisemblance	.002	1	.964		
Test exact de Fisher				1.000	.526
Association linéaire par linéaire	.002	1	.964		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 54.21.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * الموضوع_21س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**الجنس\_1س \* الموضوع\_21س** Tableau croisé

	الجنس_1س		Total
	ذكر	انثى	

الملاحق

الموضوع 21س	نعم	Effectif	89	149	238
		Effectif théorique	92.8	145.2	238.0
		% dans الجنس_1س	57.1%	61.1%	59.5%
لا		Effectif	67	95	162
		Effectif théorique	63.2	98.8	162.0
		% dans الجنس_1س	42.9%	38.9%	40.5%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

Tests du khi-deux

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.636 <sup>a</sup>	1	.425		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.481	1	.488		
Rapport de vraisemblance	.635	1	.425		
Test exact de Fisher				.465	.244
Association linéaire par linéaire	.635	1	.426		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 63.18.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * الزمني_المدى_21س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

Tableau croisé الجنس\_1س \* الزمني\_المدى\_21س

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
الزمني_المدى_21س	نعم	Effectif	40	51	91
		Effectif théorique	35.5	55.5	91.0
		% dans الجنس_1س	25.6%	20.9%	22.8%
	لا	Effectif	116	193	309

	Effectif théorique	120.5	188.5	309.0
	% dans الجنس_1س	74.4%	79.1%	77.3%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	1.216 <sup>a</sup>	1	.270		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.962	1	.327		
Rapport de vraisemblance	1.205	1	.272		
Test exact de Fisher				.274	.163
Association linéaire par linéaire	1.213	1	.271		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 35.49.

b. Calculée uniquement pour une table 2x

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * 33س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* 33س**

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
33س	بالمتابعة الاكتفاء	Effectif	84	140	224
		Effectif théorique	87.4	136.6	224.0
		% dans الجنس_1س	53.8%	57.4%	56.0%
أخرى مضامين عن البحث		Effectif	72	104	176
		Effectif théorique	68.6	107.4	176.0
		% dans الجنس_1س	46.2%	42.6%	44.0%

الملاحق

Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.481 <sup>a</sup>	1	.488		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.349	1	.555		
Rapport de vraisemblance	.481	1	.488		
Test exact de Fisher				.536	.277
Association linéaire par linéaire	.480	1	.488		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 68.64.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * 34س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* 34س**

		الجنس_1س		Total
		نكر	انثى	
34س نعم	Effectif	60	86	146
	Effectif théorique	56.9	89.1	146.0
	% dans الجنس_1س	38.5%	35.2%	36.5%
لا	Effectif	96	158	254
	Effectif théorique	99.1	154.9	254.0
	% dans الجنس_1س	61.5%	64.8%	63.5%
Total	Effectif	156	244	400
	Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
	% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-deux de Pearson	.425 <sup>a</sup>	1	.515		
Correction pour continuité <sup>b</sup>	.297	1	.586		
Rapport de vraisemblance	.423	1	.515		
Test exact de Fisher				.525	.292
Association linéaire par linéaire	.423	1	.515		
N d'observations valides	400				

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 56.94.

b. Calculée uniquement pour une table 2x2

**Récapitulatif de traitement des observations**

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس_1س * 35س	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

**Tableau croisé الجنس\_1س \* 35س**

		الجنس_1س		Total	
		ذكر	انثى		
35س	أرائي تثبيت	Effectif	37	56	93
		Effectif théorique	36.3	56.7	93.0
		% dans الجنس_1س	23.7%	23.0%	23.3%
	لرأبي الجزئي التغيير	Effectif	55	90	145
		Effectif théorique	56.6	88.5	145.0
		% dans الجنس_1س	35.3%	36.9%	36.3%
	أدري لا	Effectif	64	98	162
		Effectif théorique	63.2	98.8	162.0
		% dans الجنس_1س	41.0%	40.2%	40.5%
Total		Effectif	156	244	400
		Effectif théorique	156.0	244.0	400.0
		% dans الجنس_1س	100.0%	100.0%	100.0%

**Tests du khi-deux**

	Valeur	ddl	Sig. approx. (bilatérale)
khi-deux de Pearson	.111 <sup>a</sup>	2	.946
Rapport de vraisemblance	.111	2	.946
Association linéaire par linéaire	.000	1	.991
N d'observations valides	400		

a. 0 cellules (0.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 36.27.



# ميلادين التكويرين

## السنة الجامعية 2019/2018

### جامعة باجي مختار - عنابة

Tel/Fax: 0 38 57 02 09  
www.univ-annaba.dz  
vr.graduation@univ-annaba.dz  
info.univ-annaba.dz

### التعريف بالجامعة

**حقائق تتكون جامعة باجي مختار من:**

- 07- كليات
- 39- قسم
- 09- جوع مطبخ
- 96- مخبر بحث
- 2398- أسلاك باحث
- مخرية النشر للجامعة
- مركز الشكايات، الطلبة الإعلام والاتصال والتعليم عن بعد
- مركز التعليم المكف للطلاب
- مكتبة مركزية
- حاصنة

- **كلية الطب:**
  - كلية طب بوردو - عنابة
  - كلية طب بوردو الميهامي
  - كلية طب بوردو - عنابة
  - كلية طب بوردو - عنابة
- **كلية البيوت:**
  - كلية الآداب والعلوم الإنسانية والأجتماعية
  - كلية الحقوق والعلوم السياسية
  - كلية طب وصيدلة الأحياء، التربية والتثقيف
- **كلية الهندسة والعلوم:**
  - كلية طب بوردو - عنابة
  - كلية الطب



كلية الطب والعلوم السياسية



كلية طب بوردو - عنابة



كلية الطب

**إتصاله في التخصصات البو جوية في كلية الطب:**

تخصص	عنوان	تخصص	عنوان
طب الباطن	www.univ-annaba.dz	طب الباطن	www.univ-annaba.dz
طب الباطن	www.univ-annaba.dz	طب الباطن	www.univ-annaba.dz
طب الباطن	www.univ-annaba.dz	طب الباطن	www.univ-annaba.dz
طب الباطن	www.univ-annaba.dz	طب الباطن	www.univ-annaba.dz

**التسجيل:** إعادة التسجيل والتجديد:

1- **تسجيل الطلبة الجدد:**

يجوز الإعلان على موقع شهادة البكالوريا، ويحصل الطالب المتقدم على شهادة نجاحه مرفوقه بذلك حامل البكالوريا الذي يساعد على اختيار الشعب المرغوب فيها.

يمكن الطلاب القدم بتسجيلهم الأولي عبر الانترنت من خلال الموقع الإلكتروني: [www.orientation.esi.dz](http://www.orientation.esi.dz) والموقع الإلكتروني: [www.tmsrfs.dz](http://www.tmsrfs.dz)

ويعد توجيهه إلى جامعة باجي مختار - عنابة، يوصل الطالب تسجيله عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالوزارة:

[progres.mesrs.dz/webetu](http://progres.mesrs.dz/webetu)

بالنسبة للطلبة المتماثلين والتسجيل الأولي، والتسجيل الإلكتروني تضع جامعتنا تحت تصرف طلابها الجدد قسما الأثر بابت مع ملقم موطن يساعد وتوجيه الطلبة الجدد.

2- **إعادة التسجيل والتجديد:**

مطلب المتماثلين تجوز بان حصرها عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالوزارة التعليم العالي والبحث العلمي: [info.univ-annaba.dz](http://info.univ-annaba.dz) من أجل أي معلومات إضافية تقصموا الموقع الإلكتروني التالي: [www.univ-annaba.dz](http://www.univ-annaba.dz)

2019/2018

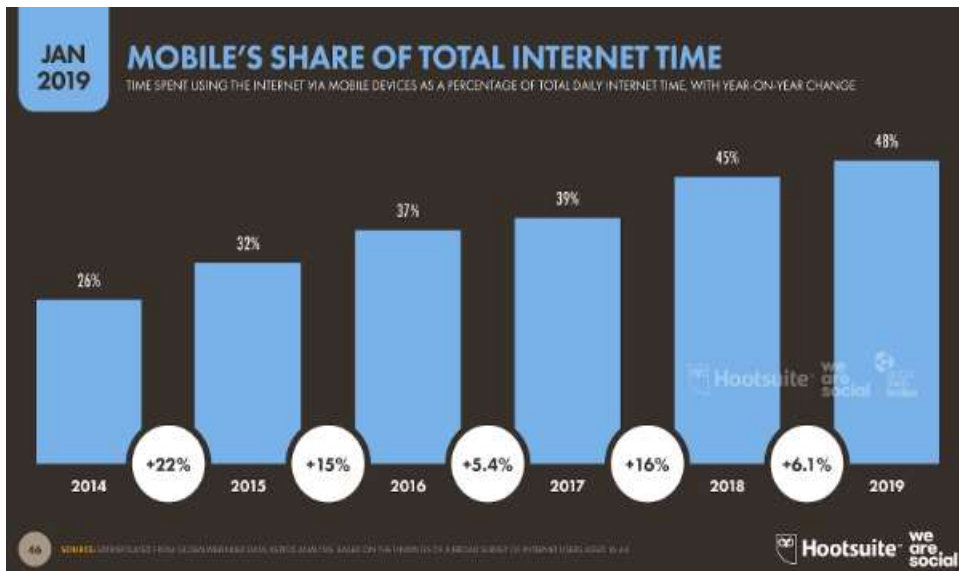
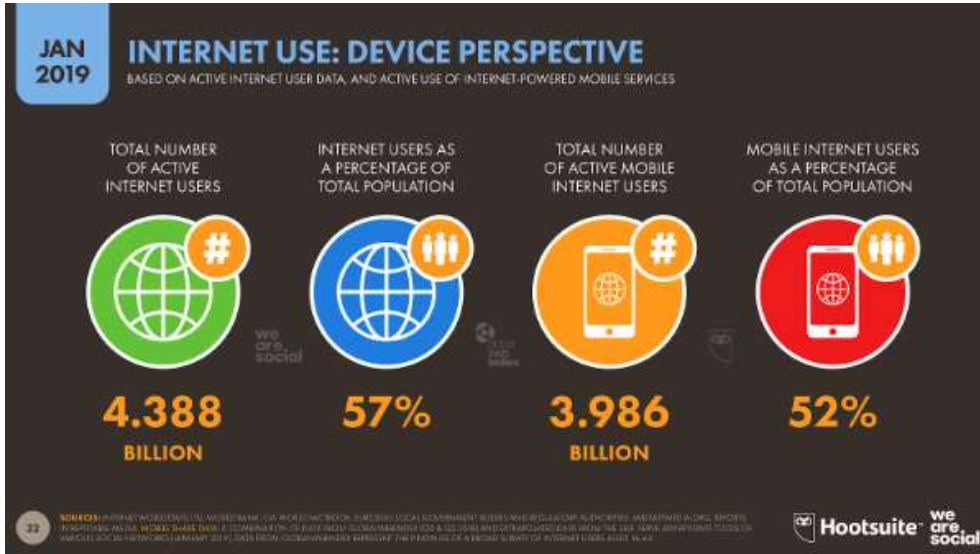




الملحق رقم (6): احصاءات حول مواقع التواصل الاجتماعي " موقع اليوتيوب "







## هذا ما يحدث خلال 60 ثانية على الإنترنت في 2019

